



ÕPILASFIRMA „GLAZE“

Tallinna 21. Kool

Juhendajad: Epp Vodja, Ander Hindremäe

Mentor: Ivo Saluoks

Noormentor: Merilin Priilinn-Türk

Tallinn 2019

ÕF Glaze missioon

Hoida Eesti toidutraditsioone ja arendada neid tervislikumateks, rikastades eestlaste lemmiktooteid uute maitsetega.



ÕF Glaze erinevate maitsetega kohukesed. Vasakult paremale: Cookies and cream, Vaarika-martsipani, Snickers ja Kirju koer

Toote lühikirjeldus

Valmistame käsitöökohukesi, mille söömise teeb hõlpsamaks kohukesele lisatud **pulk**. Võrreldes klassikaliste kohukestega on Glaze'i **tootevalik uute põnevate maitsetega** ja tervislikum. Viimase tagab nendes toorainena kasutatav **värske mahekohupiim**, mida ostame mahetalu tunnistusega koostööpartnerilt Pajumäe Talult. Tootmisel oleme keskkonnasõbralikud, vältides võimalusel välismaist toorainet ning kasutades vaid biolagunevaid ise disainitud pakendeid.

Lühikokkuvõte finantsist

Käive: 4803,45 €

Kasum: 1060,78 €

Jaotamata kasum pärast dividendide maksmist: 946,84 €

Tooteid müüdüd: 1650tk

Hinnang meie tegevusele

Meie tegevust iseloomustab varajane algus. Tooteidee pärineb veebruarist, tiimi panime kokku kevadel, esimesed tootearendused

tegime suvel ja oktoobris juba müüsimise. Osalesime kaheteistkümnel laadal ja muul üritusel. Võtsime vastu kõik pakkumised ning leidsime ise müügivõimalusi juurde. Meid ja meie kohukesi on kutsutud MELT konverentsile ning Jäätisepeole ja oleme annetanud tooteid sponsorlusena mitmete noorteorganisatsioonide kinkepakkidesse. Oleme avastanud, et **parim tootearenduse meetod on kuulamine - kliendi kuulamine**. Nii oleme toonud turule lisaks algselt kolmele veel kolm toodet ning kavatsime tooteportfelli veelgi laiendada. Oleme suutnud kõrgemale müügihinnale vaatamata edukalt konkureerida poekohukestega - tõestus, et meie otsused - tervislikkus, pulk, erinevad maitseelamused, on olnud õige tee. Ees on ootamas veel Toidumess ja Jäätisepidu ning sügisest jätkame kindlasti oma ettevõttega.

SISUKORD

Sissejuhatus	2
Varajane algus.....	3
Töökorraldus	3
Kohupiimast kohukeseeni.....	4
Laadad ja muud müügivõimalused	5
Kui suudame, siis aitame	8
Konkurendid.....	8
Tervis on tähtis	9
Pakend kui visiitkaart.....	10
Raha on ka tähtis	10
Tulevikuplaanid	11

Varajane algus

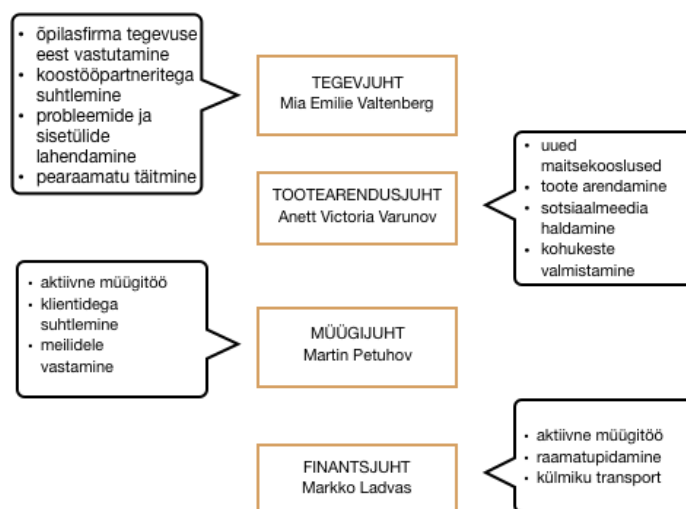
Meie firma teekond algas juba **2018. aasta veebruaris**, kuna ammu oli selge, et järgmisel aastal teeme oma õpilasfirma. Olime varasematelt õpilasfirmadelt kuulnud, et sageli on algus aeganõudev ning sellega kaotatakse mitmeid müügi- ja muid tegutsemisvõimalused. Tahtsime aga kohe sügisel startida ja õpilasfirma aastast võtta, mis võtta annab. Ühel pikal matkal jagas praegune tootearendusjuht Anett Miaga oma mõtet õpilasfirmana hakata kohikesi tegema. Kohike on teatavasti midagi, mis on eestlasele juba peaaegu sama tähtis kui sült või kartulisalat. Vaieldamatult on see üks eestlaste lemmikmagustoit, mis kuulub omamoodi tänase eestlase kuvandi hulka. Laste üks esimesi magustoite on kohike, väliskülalistele pakume kohikest ning paljude rõõmuallikaks on kohike. Käsitöökohikese idee sündis soovist teha tavalisest magustoidust täiesti uus, eriline toiduelamus. Alustasime kohe retseptide katsetamistega. Kahekesi olime tegutsenud umbes kuu aega, kui otsustasime, et

kavandatavasse õpilasfirmasse oleks vaja ka mehelikumat vaatenurka, millest oleks kasu nii tootearenduses kui ka tulevases müügis. Nii jõudsid Glaze'i tiimi Martin ja Markko.

Suvel otsisime koostööpartnerit, kirjutades erinevatele piimatoodete firmadele. Suured firmad keeldusid viisakalt, kuid vaatamata eitavatele vastustele, jätkasime visalt kirjade saatmist. Septembri alguses saime õpilasfirma registreeritud ja oktoobris pöördus ka õnn: kõikide mahetootmist tunnustavate paberitega **Pajumäe Talu** oli valmis meiega koostööd tegema. Käisime neil Lõuna-Eestis külas ja nad tutvustasid meile oma talu ning erinevaid tootmisprotsesse. Pajumäe talu külastus oli meie jaoks uus ja põnev kogemus ning mis peamine - äratas meis täieliku usalduse oma koostööpartneri vastu. Nendelt ostetav kohupiim vastas täiesti meie ettekujutusele tervislikust kodumaisest toorainest. Sellega oli meie õpilasfirma päriselt alguse saanud ja tootmine läks lahti. Kooli alguseks oligi kolme kohikese maitse valmis ning tootmine ja müük võisid hooga alata.

Töökorraldus

Ettevalmistusperioodil jagunesid tööülesanded välja tiimiliikmete tugevuste ja nõrkuste alusel. Olime juba varakult teadlikud sellest, kes on sobilik juhi positsioonile ning suhtlemisel klientidega. Anett oli peamine kohikeste valmistaja ja retseptide mõtleja. Mia oli enda peale võtnud üldised ettevalmistustööd ja need tulid tal ülihästi välja. Martinist sai turundus- ja müügijuht ning Markko peale jäi raamatupidamine.

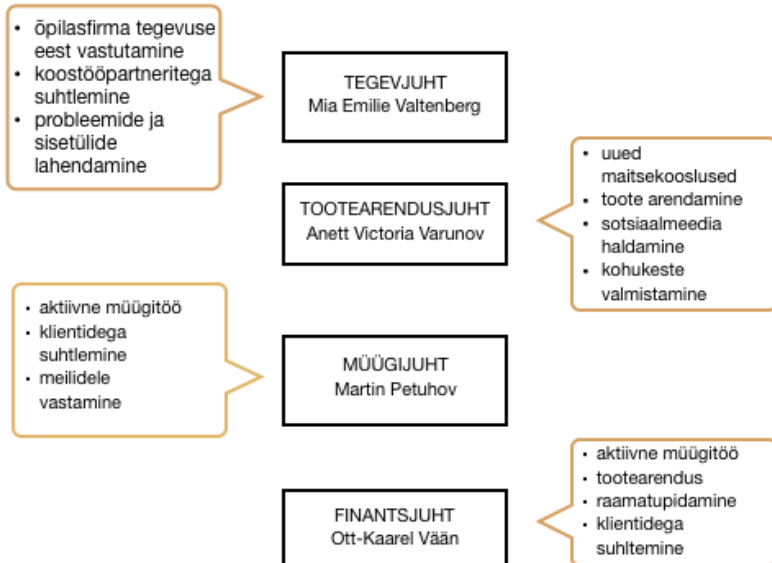


Aeg tegi siiski oma korrektiivid. Martini asemel hakkas sotsiaalmeediaga tegelema Anett, sest tal on selles valdkonnas rohkem kogemusi ja Mia täidab raamatupidamist Markko asemel, sest ekstravertsele Markkole numbrite järjekindel tagaajamine ei sobinud. Küll aga olid poisid häälekad ja osavad müügiinimesed, kes veenva jutuga inimesi ostma meelitasid. Poiste ülesanneteks jäid ka mitmed jooksvad tööd ning kuna müük oligi meie tegevuses väga ajamahukas, jäime sellise töökorraldusega kõik rahule.

Järjest suurenevad tellimused ning tootmisele kuluv aeg sundis meid kevad-talvel uuele muutusele isikkoosseisus. Palkasime ajutisi töötajaid, kellele õpetasime valmistama kohikesi ning kes vajadusel koos meiega neid tootsid. Uuest töökast abikäest, **Otist, sai aprillis meie õpilasfirma täieõiguslik osanik** Markko asemel, kes isiklikel põhjustel õpilasfirmast lahkus.

Oti tulek firmasse oli tunnustus nii meile - tore kui su firmasse tahetakse tööle tulla - kui ka Otile. Ott oli eelnevalt firmas aidanud pakenditega ja laatadel klientidega suhelnud.

Mida sellest kõigest õppisime: hea, kui inimene teeb tööd, mis talle meeldib ja mida ta suudab teha hästi. Kui ei lähe väga hästi, oleme paindlikud ja teeme muudatusi nii, et inimesele töö meeldiks ja ta seda jälle hästi teeks.



Kohupiimast kohikeseni

Võrreldes praegusega nägi algne Glaze'i kohuke välja täiesti teistsugune. Alguses plaanisime teha **muffini vormis dessertkohikesi**, millega oleks kaasas lusikas. Katsetasime mis katsetasime, aga kohikesi silikoonvormist ühes tükis välja ei saanud. Sellel ideel oli teinegi miinus: silikoonvormid ei ole keskkonna- ega tervisesõbralikud, sest silikoon võib kokkupuutumisel toiduga eraldada toitu lisaaineid (näiteks värvaineid). Õnneks ei kestnud muffiniperiood kaua ja edasi liikusime samm-sammult praeguse toote suunas.

Kevadest suve lõpuni täiustasime nii kohukese kuju kui ka tootmistehnoloogiat. Pulga lisasime alles uue kooliaasta alguses.

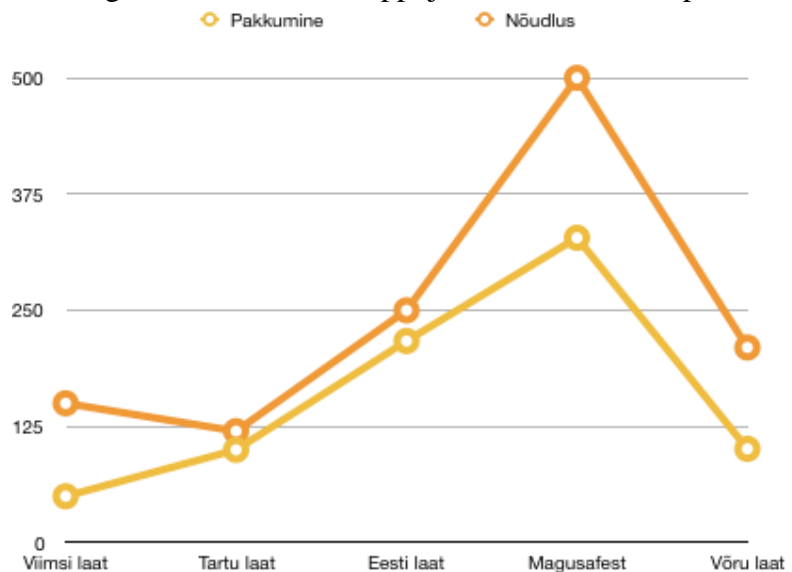
Siiski oli algselt meie tootmisvõimekus praegusega võrreldes naeruväärselt väike. **Esimeseks detsembrikuu laadaks suutsime toota maksimaalselt vaid 50 kohukest**. Aga - kui me ka oleksime tollal osavamad olnud, poleks me palju rohkem ikkagi toota saanud, kuna meil puudus eraldi külmik ja korralik köök kohukeste valmistamiseks. Esialgu valmistasime kohikesi Aneti vanema õe pisikeses köögis, hiljem kolisime tootmisega Aneti kodukööki. Pärast esimest müüki Viimsi laadal detsembri alguses, kui pärast 1,5h tööd olid kõik kohukesed otsas, mõistsime, et laatadele on vaja kaasa võtta oluliselt rohkem tooteid. Loogiline järelendus -

tootmistehnoloogiat on igal juhul vaja muuta. Meie senine valmistamismeetod polnud piisavalt efektiivne ega kiire. Põhise ei saanud kohukeste valmistamisprotsessi ka kaasata, sest nende valmistatud kohukesed olid kui labidaga laiaks löödud.

Mõtlemine aitab ikka. Viimisi laadalt tagasi jõudnuna leiutasime papist vormid, mis lihtsustasid meie tootmist ja kiirendasid kogu protsessi. Siiski ei olnud seegi piisav - vajatasime veelgi efektiivsemat moodust. Katsetasime jäätise silikoonvorme (jälle see silikoon!), mis ka ei toimunud, sest toote lõplik kuju ja kaal erinesid liiga palju ning sattusid vastuollu meie logoga. Silikoonist loobuda polnud selgi korral kahju ja mõtte- ja uurimistöö jätkusid.

Hetkel suudame valmistada 100 kohukest **5,5 tunniga**, varem aga **12 tunniga**. Õpetasime välja ka kaks abilist, kes tulevad suuremate koguste valmistamisel appi ja kellele maksame palka.

Jooniselt on näha, et **Magusafestivalil** oli tohutult suur müügipotentsiaal ja nõudlus kohukestele oli suurem, kui ette kujutada oskasime. Samuti näeb seda Viimisi ja Võru laadadelt, kus nõudluse ja pakkumise vahe on circa 125 kohukest.



Tootevalikus on meil hetkel **6 erineva maitsekooslusega kohukest**: Kirju Koer,

Cookies&Cream, Vaarika-martsipani, Tiramisu, Vegan Snickers ja Vegan Oreo. Retseptid on tekkinud katse-eksituse meetodil ja kõik meie enda loodud. Lisaks on olnud meil hooajamaitseid näiteks jõulumeeloluga Piparkoogi-apelsini kohuke ja südameid murdev valentinipäevakohuke Kirsi-tumedašokolaadi. Veelgi on meil tulemas **koostöös Ecomarjaga uus maitsekooslus, nimelt Mustsõstra-kama kohuke**, mille premjäär on Toidumessil. Ka suvised maitseid on meil paika pandud ning katsetamisel: särtsakas sidruni-apelsini kohuke ja vegan astelpaju-kookose kohuke.

Laadad ja muud müügivõimalused

Enne õpilasfirmade laatu tegime sügisel oma koolis väikese pop-up müügi. Selle eesmärk oli saada esimene müügikogemus ja valmistada meid laadadeks ette, kuid see eesmärk ei täitunud üldse - koolimüük osutus täiesti erinevaks meie esimesest laadast, sest koolis puudus konkreetne otsemüük. Ostma tulid need, kes olid meist juba varem kuulnud, ja kellel kohukeste järele ammu isu oli. Ei olnud vaja ei pingutust ega müügipöördumisi. Esimene tõeline laad oli Viimisis nimega „Võll“, milleks valmistasime vaid 50 kohukest. Rohkem ei jõudnud, aga ega poleks julgenudki. Veel eelneval päeval olime väga ebakindlad, kas suudame kõik valmistatud tooted maha müüa. Muretsesime, sest kohukesed ei säili kunagi kaua, veelgi vähem säilib ilma

säilivusaineteta mahekohupiimast tehtud toode. Järgmine päev oli pühapäev, kooli polnud ning meil oleks olnud raske allesjäänud toodetele ostjaid leida. Oma suureks üllatuseks ja muidugi ka rõõmuks müüsimise pooleteise tunniga kõik kohukesed maha ja pälvime laada „**Parima toote**“ auhinna. Viimsis kujunes välja meie müügistrateegia. Osad firmaliikmed (enamasti Markko ja Martin) kõnetavad inimesi ja kutsuvad boksi, kus juba teised täpsemalt tooteid tutvustavad, andes kohukest maitsta, ja kliendile kõige sobivama maitse leiavad.

Tartu laadaks valmistusime juba julgemini ja võtsime kaasa sada kohukest. Sealgi saime kõik tooted müüdud, vaatamata laada ühele kõige tagasihoidlikumale müügikohale, kuhu inimesed juhuslikult ei sattunud. Ilmselt see müügikoha ebaõnn panigi meid müümisel rohkem pingutama ja nii saimegi „**Parima meeskonnatöö**“ tiitli. Tartlaste jaoks ei olnud firma nimi Glaze'i piisavalt eestikeelne, nii saime hüdnimeks Glatse. Detsembrikuu viimasel laadal Raplas müüsimise jälle edukalt ning pälvime taas laada „**Parima toote**“ auhinna.

Pikapeale kujunesid välja ka mõned kliendid, kellele käisime tooteid kontoris müümas. Eriti tore oli, et üks püsiklient soovis koju tellida niisama maiustamiseks 100 kohukest, sest need on tema lemmikkohukesed!

Uuel aastal alustasime uue hooga. Jaanuaris müüsimise kohukesi oma kooli moeshow'l "M21Nstreet" ja Tabasalu kooli õpilasfirmade laadal. Veebruaris keskendusime Eesti Õpilasfirmade laadale ja Magusafestivalile, mis toimusid täiesti teineteise järel. Nendeks üritusteks tellisime täiesti enda roll-up'i, visiitkaardid ja kleebised. Õpilasfirma laadaks nii palju turundusvahendeid vaja ei olnud, aga Magusafestival on professionaalsete ettevõtjate kokkusaamiskoht ning seal olid sellised kulutused igati õigustatud ja isegi vajalikud. Nendeks kaheks müügiks tegime kohukesi kokku 29 tundi ning saimegi mõlemaks laadaks kokku valmis **550 kohukest**.

Müüsimise kahe päevaga kõik kohukesed ära ning **käive oli üle 1600€**. Need müügikohad olid aga meie tuleviku suhtes palju suurema tähtsusega. Me saime sealt mitmeid erinevaid müügipakkumisi ja koostöö ettepanekuid firmadelt **Shoperb, Ecomari, Koogimeistrid ja Mahekohv ratastel**. Ecomarja ja Koogimeistritega on meil tulemas uued maitsekooslused juba kevadel ja sügisel. Mahekohv ratastel hakkab uuesti tegutsema suvel ning siis kontakteerume nendega uuesti. Shoperbiga hetkel koostööd ei ole alustanud, sest nõuab meilt pidevat kohukeste valmistamist.

Samuti pakuti meile võimalust müüa sadamas oma tooteid reisijatele, kes olid suundumas Soome ja Rootsi. Entusiastlikult võtsime selle pakkumise vastu, kuid see osutus üpris halvaks müügikogemuseks, nimelt kõik maitsemiseks võetud kohukesed sõid purjus turistid ära. Nüüd valime oma müügikohti hoolikamalt, et vältida taolisi olukordi. Siinkohal tuleb tunnustada meie töökas müügijuhti **Martinit, kes õppis vaid minutitega soomekeelse müügiteksti** pähe, sest soome turistid ei osanud inglise keelt ega mõistnud, mida Martin neile rääkis.

Ilmselt õpilasfirma laadalt silmajäänutena saime aprillis tellimuse Glaze'i kohukestele **MELT Innovatsioonifoorumi magustoiduks**. Meilt telliti 250 tükki ning tegime neile erihinnaga 2,3€/tk, kuna leidsime, et kohalolek sellisel üritusel on hinnaalandust väärt. Kuna olime tasuvuspunkti jõudnud juba eelmise aasta lõpuks, saime endale seda lubada. Kohukesed läksid kohapeal tohutu kiirusega, inimesed võtsid sageli rohkem, kui süüa jõudsid. Oli näha, et organisatorid oleksid võinud meilt rohkem tooteid tellida. Saime väga head tagasisidet ning soovitusi nii cateringilt kui ka mõnelt kliendilt. Kõige olulisem soovitus, millega hakkasime tegelema, on see, et peaksime kohandama

oma pakendit ka tellimuste

jaoks, mitte vaid otsemüügiks, et cateringidel oleks võimalik meie tooteid mugavalt liigutada. MELT Showcase alal kohtusime mahla- ja kohvibaar Blender'i esindajaga, kes palus meie kontakti. Blender on huvitatud meie toodete müügist oma baarides. Selleks alustame kohe ametliku koduköögi võimaluste otsimist.

Teise suure viimase aja uuendusena, vastupidiselt meie juhendajate soovitusel mitte muretseda

endale põhivara, **ostime me ikkagi külmkapi**. See kergendab märkimisväärselt laataldel tegutsemist, võimaldab rohkem toota ning muudab meid sõltumatuks renditavast külmkapist.

Varem ei oleks me saanud seda endale lubada, kuid kevadeks oli rahaline seis juba selliseks arenguks piisav. Järgnevalt toome kokkuvõtlikult ära oma laadad ning nende tulemused.

Müügikoht	Kuupäev	Toodete arv	Käive	Auhind	Tulemus
Viimsi õpilasfirmade laot Völl	08.12.2018	50	143€	Parim toode	Esimene müügikogemus
Müük SEB's (õpilasfirmad)	13.12.2018	10	30€		Ingliskeelne müük
Tartu õpilasfirmade laot	15.12.2018	100	237€	Parim meeskonnatöö	Eneseületamine ning halvale müügikohale vaatamata hea müügitulemus.
Rapla õpilasfirmade laot	22.12.2018	46	138€	Parim toode	Kliendi soovitus: kasutada rummi kirju koera kohukeses
M21NSTREET	25.01.2019	21	63€		Kogu meie kool tunneb meid
Tabasalu õpilasfirmade laot	01.02.2019	40	118€	Parim toode	Soe ja meeldiv kogemus
Eesti Õpilasfirmade Laot 2019	09.02.2019	217	1631€	Parim toode ja Suurim käive	Koostööpakkumised: Shoperb, Ecomari
Magusafestival	10.02.2019	328			Koostööpakkumised: Stevia, Mahekohv ratastel, Koogimeistrid
EV100 laot	23.02.2019	55	170€		Meie panus EV juubelisse
Võru õpilasfirmade Kevadlaot	16.03.2019	101	267€		Enamus kohikesi olid ette tellitud, kuna Võru elanikud teadsid kui ainukordne võimalus see oli.
Müük sadamas (õpilasfirmad)	22.03.2019	75			Soomakeelne müük Tõeliselt halva müügikoha kogemus!

Lahkusime kõikidelt laatadelt ja üritustelt väga hea kogemuse, rohke tagasiside ning suure motivatsiooniga jätkata Glaze'i kohukeste tegemistega. Õppisime kõige enam seda, et iga laat on erinev ning kunagi ei saa 100% olla kindel, et iga klient on sinuga rahul. Kõige olulisem õppimine oli ikkagi see, et klient teab kõige paremini, mis talle meeldib ning kui sa teda kuulad, siis on sinu toode see, mis talle meeldib.

Kui suudame, siis aitame

Hea meelega toetasime pisut teistegi ettevõtmisi. Meie **soov on aidata noori, kellel on ettevõtlus- ja korraldamispisik**, kuid kes ei suuda veel täielikult üksi toime tulla. Me teeme seda, mida saame: pakume neile tasuta kohikesi tänu- ja kingikottidesse. See aitab korraldajaid, ning kuigi me ei anneta sellepärast, on see siiski hea reklaam nii meile kui ka tervele õpilasfirma programmile. Detsembris andsime Jakob Westholmi Gümnaasiumi jõuluballi loosikotikestesse 12 kohukest. Järgmisena aitasime täita žürii tänukotid Gustav Adolphi Gümnaasiumi moeshow'1 Kuldlõige. Ainus kord, kus me ei rahuldanud sponsoraluse soovi oli veebruari alguses, kui toetust soovis Eesti Õpilasesinduste Esindus. Oleksime hea meelega aidanud, kuid nende soovitud kohukeste kogus - 150 kohukest - oli meie jaoks liiga suur. Sel hetkel ei olnud nii suur väljaminek meile rahaliselt võimalik, sest kasum oli veel väike. Märtsikuus toetasime Rae valla koolide vahelist moeshow'd ja aprillis GAG'i 1.-6. klasside diskoõhtut.

Järgnevas tabelis on toodud kokkuvõtlikult meie sponsortegevus.

Üritus	Kasu neile	Kasu meile
Jakob Westholmi Gümnaasium	12 kohukest	Instagramis kajastamine hea enesetunne
Gustav Adolphi Gümnaasiumi moeshow Kuldlõige	10 kohukest	Logo fotoseinal, Facebooki reklaam, pääsmed moeshow'le, hea enesetunne
Rae Valla moeshow	5 kohukest	Hea enesetunne
Gustav Adolphi Gümnaasiumi diskoõhtu	8 kohukest	Facebooki reklaam, hea enesetunne

Konkurendid

Konkurente leidub meil palju, kuid keskendume siinkohal kõige otsematele ehk kohukeste tootjatele. Samas on oluline märkida, et lisaks teistele kohukestele, pakuvad meile konkurentsiga ka teised magustoidud ja tervislikud snäkid. Glaze'i kohuke konkureerib oma hinnaklassi arvestades ka eksklusiivsete käsitöömaiustustega (trühvlid, käsitöökommid ja -šokolaadid, koogid ja tordid).

Kohukeste kategoorias on meie konkurendid Karums (Läti), Tere (Eesti), Alma (Eesti), Farmi (Eesti), Saare (Eesti), Aasa (Leedu) ning ka poekettide omatoodang nagu Rimi (Läti) ja Selver (Eesti). Mahekohukesti toodab Biomenu (Eesti) ja Baltais (Läti). Klientide tagasiside põhjal oleme aru saanud, et mahekohupiima sisaldus meie kohukestes on neile oluline ja seetõttu on meil konkurentide ees märgatav eelis. Kuna mahekohukeste turg ei ole liialt täidetud, võimaldab see meil täna küsida oma toote eest nõudluse ja pakkumise märkimisväärse vahe tõttu oluliselt kõrgemat hinda võrreldes tavaliste kohukestega.

Tegelikult ei ole ka meie hind niivõrd kõrge, kuna meie kohuke on märkimisväärselt suurem. Samuti on meie kohuke tervislikum kaloraaži alusel. Kui võtame näiteks Rimi Alpenrose Vaarika kohukese ja meie Vaarika-martsipani kohukese, siis 100g kaloraaži alusel on meie kohukeses 70 kcal vähem.

Sel aastal on ka kaks õpilasfirmat, kes teevad samuti kohukesti: ÕF PIKK (Tallinna Inglise Kolledž) ja ÕF Rammos (Vanalinna Hariduskollegium). Nende kohukesed on maitsvad, kuid meie omadest täiesti erinevad. Paljudel laatadel ei ole me ka koos nendega müünud ning seega ei ole me seda konkurentsi eriti tajunud.

Konkurendist sai koostööpartner

Eesti Õpilasfirmade laadal kohtusime Ecomarja esindajaga. Ecomari valmistab aeglaselt kuivatatud marju ja viljad on säilitanud vitamiinid, mineraalained ning antioksidandid. Uuesti nägime neid Magusafestivalil ning sealt sai meie koostöö alguse. Märtsis saime Ecomarja esindajaga kokku ning arutasime, kuidas kombineerida Ecomarja põhjamaised ja kuivatatud marjad Glaze'i mahekohupiimast kohukestega. Katsetasime iga marjasordiga, mis Ecomarjal pakkuda oli, ning meie favoriidiks osutus mustsõstar. Järgmisena pidime leidma nüansi, mis eristaks Glaze'i kohukese tavalisest mustsõstra kohukesest. Tulemuseks on mustsõstra-kama kohuke, mis on nüüd meie tooteportfellis olemas!

Kohuke	Kcal ühe kohukese kohta
Cookies & Cream	260
Vaarika-martsipan	218
Kirju koer	230
Tiramisu	153
Vegan Snickers	208

Tervis on tähtis

Glaze'i kohukestes kasutame koostööpartneri, Pajumäe Talu, mahekohupiima ja -kreeme. Meie kohukesed sobivad hästi lastele, sest need on tervislikumad kui muud poest ostetud maiustused ning tutvustavad lastele juba varajases eas Eesti mahekohupiima maitset ja omapära. Oma toodetele me suhkrut ei

lisa. Katsetasime pikalt messil meile pakkumise teinud firma Stevia taimset ja tervislikku suhkruasendajat. Siiski otsustasime seda mitte kasutada, sest see mõjutab kohupiima tekstuuri ja tegelikult ei olnud meil vaja muuta kohukest magusamaks. Vähesed suhkrud ning mahetoodanguga aitame kaasa tervislikule eluviisile ja ülekaalulisuse vähendamisele nii laste kui ka noorte seas. See on meie

jaoks oluline tõdemus, mis motiveerib meid oma toote arendusse ja müügi laiendamisse jätkuvalt panustama. Oleme uhked, et aitame arendada Eesti toidukultuuri, muutes meie magustoitade eliiti kuuluvat kohukest tervislikumaks ja mitmekesisemaks. Meie sotsiaalset vastutustundlikku ellusuhtumist peegeldab ka kohukeste pakend. Mõne aja möödudes ei jää meist keskkonda järele mitte mingit jälge!



Pakend kui visiitkaart

Meie tootearendusprotsessi üks kõige suurem väljakutse on olnud **pakend**. Esimesed kohukesed müüsimise

paberkotikestes. Oktoobri lõpus alustasime koostööd firmaga Joon ning terve novembrikuu toimus pakendi väljatöötamine ja arendamine.

Kokku oli meil 3 prototüüpi, millest viimane on meie praegune pakend. Esimene laat oli meie praeguse pakendi lansseerimine, milleks valmistusime pikka aega ja nägime palju vaeva. Olime pakendiga rahul, aga siiski tuli välja, et arendamiskohti on siingi. Kliendid, kes panid kohukesed hooletult kotti, ütlesid vahel, et kohuke libises pakendist välja. Seetõttu lisasime pakendi pealmisele osale kleebise, mis pakendit paremini kinni hoiab.

Hetkel töötame välja uut pakendit, et suurematel üritustel, oleks võimalik meie pakendit lahti võtta taldrikuks. Ühekordsed taldrikud on niikuinii kadumas ning pakendit on niikuinii kohukesele vaja. Seega saaks siin ühendada edukalt kaks vajadust ning see oleks kena samm edasi keskkonnasäästlikuma tuleviku poole.

Raha on ka tähtis

Glaze'i algkapitaliks oli 240€ ning kõik firma liikmed panustasid võrdselt. Valdav osa väljaminekutest kulusid **toorainele**. Teised kulutused olid seotud töötasude, turunduse, transpordi, põhivara soetamise ja muude kuludega.

Toote omahind on varieeruvalt 0,54€ - 0,75€ koos pakendiga. Omahinna arvutamisel võtsime Pajumäe kohupiima hinnaks 3€/kg ja kreemide hinnaks 3,33€/kg, mis on lepinguga kinnitatud. Väiksematel tellimustel oleme sunnitud Pajumäe kohupiima ostma poest, seega sellisel juhul on omahind vahemikus 0,72€ - 0,92€. **Pakendi hind on hetkel 0,22€**. Juhul kui soovime korraga rohkem pakendeid tellida, on kasulik uus stants teha, kus on neli pakendi pinnalaotust koos, ning pakendi hind tänu sellele väheneks, sest korraga tehtav kogus on 4 korda suurem. Hetkese stantsiga saame teha 1000 pakendit korraga.

Firma liikme ja osaniku vahetuse tõttu maksime välja lahkuvale liikmele

Markkole ka talle kuuluvad dividendid ja sissepandud algkaptali osa. Teiste osanike dividende ei makstud välja ning jaotatakse firma tegevuse lõpus. Glaze'i uueks neljandaks osanikuks sai

Ott, kes maksis võrdväärset teistega algkapitali osa 60€. 16.04.2019 seisuga oleme välja maksnud Markkole tema osa, Otist on saanud täieõiguslik Glaze'i firma osanik ja tiimiliige. Dividendide arvestamine ja väljamakse on toodud järgnevas tabelis.

Aksionäri nimi	väärtus	arv	Summa	Dividend/aktsia	dividendi suurus	tagasimakse	kuupäev
Anett V. Varunov	20	3	60	37,96	113,94		
Mia E. Valtenberg	20	3	60	37,97	113,95		
Martin Petuhov	20	3	60	37,98	113,96		
Markko Ladvas	20	3	60	37,99	113,97	173,94	16.04.19

KASUMIARUANNE	15.09.2018 - 16.04.2019
1. TULUD	4803,45 €
2. KULUD	
2.1. Tootmiskulud	2136,09 €
2.2. Turundus	641,39 €
2.3. Seadmete rent	52,8 €
2.4. Transport	237,3 €
2.5. Muud kulud	375,09 €
KULUD KOKKU	3742,67 €
3. ARUANDEPERIOODI KASUM	1060,78 €
VÄLJAMAKSTUD DIVIDENDID	113,94 €
JAOTAMATA KASUM	946,84

BILANSS	16.04.2019
AKTIVA	
1. Raha	371,85 €
2. Debitoorne võlg	575,00 €
3. Materjal ja varud	-
4. Põhivara	239,99 €
KOKKU	1186,84 €
PASSIVA	
1. Võlad	-
2. Aktsiakapital	240 €
3. Jaotamata kasum	946,82 €
KOKKU	1186,84 €

Tulevikuplaanid

Pärast Parima Õpilasfirma 2019 võistlust ei lõpeta me oma tegevust, vaid jätkame sama innukalt. Nädal pärast võistlust osaleme Kalamaja päevadel. Suve lõpus ootab Jäätisepidu. Magusafestivali kontakti abil saadame kohukesed suvel tuurile ümber Eesti koos Mahekohv ratastel meestega. Üks sihtpunkt on Viljandi Folk. Soovime, et meie kohukesi oleks võimalik osta üle terve Eesti, sest Magusafestivalist alates on meile erinevatest Eesti linnadest kirjutatud. Samuti üritame leida kohvikuid, kes võtaksid Glaze'i kohukesed oma sortimenti. Glaze'i toodangu vastu on huvi tundnud ka eelnevalt mainitud Blenderi smuuti- ja kohvibaaride kett, kes tulevikus näeks meie kohukesi oma smuutibaarides müügil.

Selleks kõigeiks valmistume me praegu. Esimene ja raskeim samm on täita veterinaarameti eeskirjad koduköögi kasutamiseks, kuid miski ei ole võimatu ja tegevus selles suunas on alanud.

Ekspordile me esialgu veel ei mõtle, kuna mahekohukeste säilivusaeg on lühike ja enne tuleb vallutada Eesti ja eesti rahva südamed. Kuid koostööpartneri otsimine Lätist kõlab juba märksa tõepärasemana ja alati peab ju millegi poole püüdlema.