

Tallinna 21. Kool



ÕPILASFIRMA FreshUP

Aruanne

Juhendajad: Epp Vodja

Ander Hindremäe

Mentorid: Joosep Heinsalu

Andry Padar

Tallinn 2019

ÜLEVAADE

Missioon

Tervisliku ja värskelt vitamiinirikka maitseelamuse pakkumine.

ÕF FreshUP terviseshottide kirjeldus

Õpilasfirma FreshUP valmistab värskelt pressitud vitamiinirikastest köögi- ja puuvilja mahladest terviseshotte. Toote retseptid on meie enda välja töötatud ja seetõttu unikaalsed. Kokku on valikus 6 erinevat maitset: Ahvatlev Astelpaju, Mõnus Mango, Punastav Peet, Turgutav Tsitrus, Keelitatav Kirss ja Jõuluvana Jõujook. Tooted on 60-milliliitrites pudelites.

Üldhinnang õpilasfirma tegevusele

Meie suurim saavutus on olnud toimiva ja väga üksmeelse tiimi loomine, kellega koos oleme käinud läbi nii tulest kui veest. Tõestasime, et vastupidiselt mitmetele vastandlikele näidetele, ei pruugi koos sõpradega firmat tehes tülli minna, vaid sõprussidemed võivad muutuda veelgi tugevamaks, kui eesmärk ja väärtused ühtivad. Tiimi mõistes on meie parim tulemus aga tooteseeria väljaarendamine, mille järele on olnud reaalne klientide nõudlus. Enamasti oleksime laatadel müünud rohkemgi, kui meie tootmisvõimsus seda võimaldaks.

Meie aasta arvudes

6 erinevat maitset	Müünud 8 laadal ja muul	Tooteid toodetud: 613
6 vallatud tootenimetust	üritusel	Tooteid müüdüd: 592
4 värvikat tiimiliiget	Osavõtt 5 koolitusest	

MELT innovatsioonifoorumil said 250 külalist hommikusöögilauas meie terviseshotte

Lähitulevik

- ❖ Osalemine toidumessil 3.- 4. mail
- ❖ Tootmine ja laadad suvel
- ❖ Tellimuste vastuvõtmine ja täitmine
- ❖ Jätkuvad läbirääkimised koostöö osas ettevõttega Öun Drinks OÜ

Sisukord

Õpilasfirma avapauk	2
Õpilasfirma loojad	2
Iseloomude erinevus	3
Toode ei saa kunagi päris valmis	3
Maitsed ja nende muutumine	5
SWOT- analüüs	6
#Võtaterviseshot	7
Müügitöö ja müügikohad	8
Läbi raskuste tähtede poole	8
Algkapitalist kasumini	9
Potentsiaalne koht ärimaailmas	10

Õpilasfirma avapauk

Suure avapaugu meie õpilasfirma tegevusele andis septembri alguses toimunud JA Alumni korraldatud Hakkaton Tartus. Otsustasime asja kohe tõsiselt võtta ja 3 päevaga oligi meil olemas toote idee, ära jaotatud meeskonnarollid ning tehtud sai ka esmane turu- uuring. Hakkatonilt leidsime endale ka meelepärased mentorid Joosep Heinsalu ning Andry Padari, kellega sujuv koostöö koheselt pihta hakkas.

Õpilasfirma loojad

Meie õpilasfirmas on 4 liiget.

Tegevjuht on Eliise Marie Rebane.

Ta koordineerib kõigi firmaliikmete tegevusi ja hoiab tähtaegadel silma peal.

Eneseanalüüs: Olen iseloomult väga korralik ning vahepeal isegi perfektsionist, mistõttu oli loogiline, et ma jälgin tähtaegu ja kõigi firmaliikmete tegevust. Ma pole varem juhi rollis olnud, mistõttu olen õppinud rohkem vastutuse võtmist ning ei karda enam oma arvamuse väljütlemist. Mulle ei meeldi teisi käsutada ning seetõttu sujub meie koostöö hästi, kuna ma annan alati kõigile võimaluse oma arvamuse avaldamiseks.



Tootearendusjuht on õpilasfirma idee autor Grete Lagemaa.

Ta mõtleb välja uusi ideid maitsete jaoks, kujundab toodete silte ja on teinud ka õpilasfirmale logo.

Eneseanalüüs: Mulle meeldib ideid realiseerida, see on minu jaoks kõige elavam etapp kogu ettevõtluses. Seetõttu sobivad tootearendusjuhi kohustused mulle väga hästi. See positsioon on mulle juurde andnud küllaga kannatust ja õpetanud rohkem arvesse võtma teiste arvamusi ja nõuandeid. Püüan olla õpilasfirmaga seonduvate asjadega võimalikult positiivne ja üritan igal võimalusel ka teisi tiimiliikmeid negatiivsusest eemal hoida. Õpilasfirma juures on suurimaks väljakutseks olnud meeskonnatöö. Olen mõistnud, et kuigi oleme neli täiesti erinevat inimest, on meie eesmärk ühine.

Turundusjuht on Jana Tammemets.

Ta haldab firma sotsiaalmeediat ja suhtleb klientidega.

Eneseanalüüs: Olen õppeaasta jooksul käinud mitmel müügikoolitusel, mis on andnud mulle julgust ja aidanud klientidega paremini suhtlema õppida. Lisaks on sotsiaalmeedia haldamine andnud mulle loomingulist mõtlemist, kuna postituste tegemine ei ole nii kerge, kui esialgu tundus.

Finantsjuht on Teele Teemets.

Ta hoiab silma peal firma rahaasjadel ning hoolitseb selle eest, et tulud oleksid suuremad kui kulud.

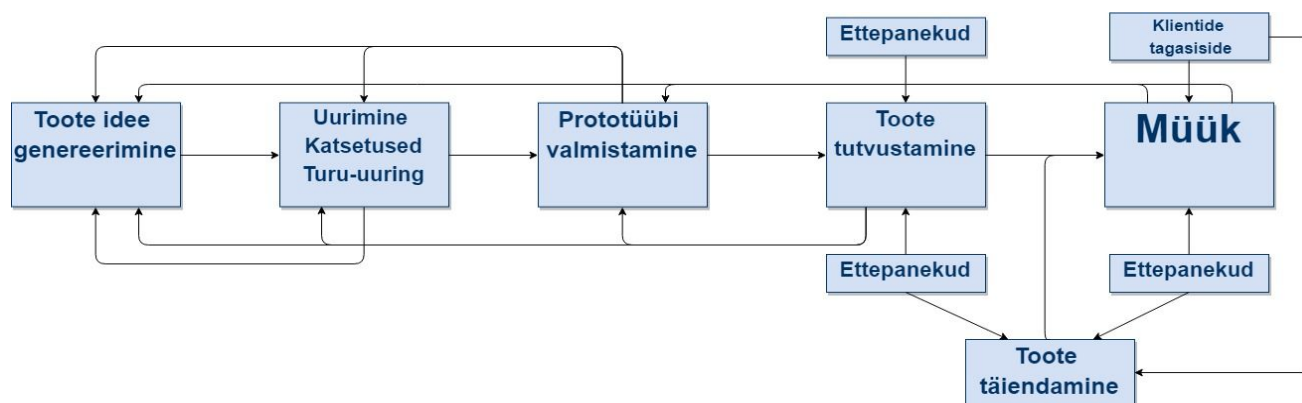
Eneseanalüüs: Kuna mind on matemaatika ja majandus alati huvitanud, siis oli vägagi loogiline, et mina hakkan vastutama firma pearaamatu ja pangakonto eest. Finantsjuhiks olemine on õpetanud mind hoolikalt jälgima tulusid ja kulusid, taipama mõistliku kokkuhoiu paratamatust ettevõttes ning näidanud, et matemaatikateadmiste tähtsus raamatupidamises on tugevasti ülehinnatud seik.

Iseloomude erinevus- nõrkus või hoopis tugevus?

Meie firmal on väga hästi toimiv meeskond. Kuigi meie iseloomud on väga erinevad, täiendavad need üksteist ja see aitabki meeskonnas luua tasakaalu. Näiteks on mõni meist hästi realistliku ja isegi pigem pessimistliku mõtlemisega, kui aga teine seevastu võtab kõike rahulikult ja proovib asju positiivsest küljest näha. Kui neid kahte omadust aga omavahel balansseerida, siis saamegi kokku realistliku, kuid samas entusiastliku vaatepunkti ja just see aitabki meie õpilasfirmat edasi. Nüüdseks oleme õppinud arvestama iga liikme iseärasuste, iseloomuomaduste ja nõrkustega. Oleme aru saanud, et inimese iseloomu on raske muuta ja tuleb õppida seda ära kasutama ja eksimusi ennetama. Näiteks on meil õpilasfirmas liige, kes kipub alati igale poole hilinema ning mõistsime, et sellest harjumusest lahti saamine osutub liigagi keeruliseks. Siis harjusime talle kokkusaamise aegu ütlema 15-minutilise varuajaga, sest nii jõuab temagi õigel ajal kohale.

Paratamatult tuleb vahel ette lahkkelisid või eriarvamusi, kuid ka nendes jõuame läbirääkimiste teel kompromissideni. Meil on olnud väikseid möödarääkimisi, kuid suurte tülideni pole arusaamatused jõudnud. Enamasti tulevad segadused sellest, kui keegi mõnda kokkulepet ei mäleta. Selle vältimiseks protokollime oma koosolekuid, et kõik firmaliikmed infoga kursis oleksid. Oleme õppinud mitte süüdistama inimest, vaid vaidlema erinevate tegevusvariantide üle. Ka väikesed naljad ei tee firmas halba, vaid maandavad pingeid. Meie sõprus on ühise tegevuse vältel pigem tugevnenud, kuna koos läbi tehtud raskused on toonud välja mitmeidki inimeste tugevaid külgi, mida oleme õppinud austama.

Toode ei saa kunagi päris valmis



Oktoobris valmisid esimesed prototüübid ja saime oma toodet tutvustada sõpradele ja tuttavatele. Näiteks märkisid nad, et osadele inimestele ingver ei maitse ning siis proovisime neile mõeldes teha ka mahedamaid maitseid. Novembris võtsime ühendust Tallinna Tehnikaülikooli toidutehnoloogiga, kes jagas teadmisi nii toote säilivusaja kui ka vitamiinisalduse kohta. Tegime veel mitmeid katsetusi ja proovisime luua erinevaid retsepte. Koostasime uue turu- uuringu, soovides teada saada klientide maitse- eelistusi. Viimsi laadalt saime taas uusi ettepanekuid ja maitsoovitusi. Iga laadaga oleme oma toodet täiustanud ning välja tulnud uute maitsetega, näiteks kirsi ja tsitrusse maitseid. Seega- parim turu- uuring on müügi protsess ja parim tootearendaja on klient! Siin selgus ka meie lühiajalise säilivusega toote suur eelis- seda on kerge muuta ja välja vahetada, kui klient eelistab muud. Raisku ei lähe midagi.

Pudelid ja puuviljad

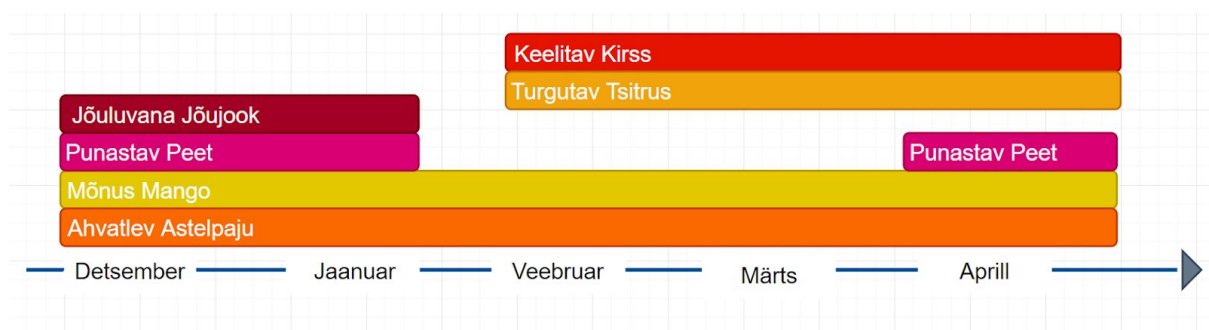
Kui tuli aeg pakendile mõelda, teadsime kohe, et tahame väikseid, umbes 60-milliliitriseid pudeleid. Alguses üritasime neid leida Eestist ja kui see ei õnnestunud, alustasime otsinguid erinevatest internetipoodidest. Meile oli oluline, et pudel oleks mõeldud jookide tarbimiseks ja hind ühe pudeli kohta ei tuleks liiga kõrge. Lõpuks osutus parimaks pakkumiseks PET- pudelid Inglismaalt, mis on tehtud taaskasutatud plastikust. Me ei olnud plastiku üle õnnelikud, aga meie südametunnistust rahustas pisut, et see oli vähemalt taaskasutatud plastik. Peagi taipasime, et targem on tellida korraga suurem kogus, sest nii vähenevad saatmiskulud ja ka pakendi tükihind tuleb odavam. Tuli arvestada sedagi, et pudelite saabumine Tallinnasse võtab umbes 2 nädalat, nii pidi aegsasti teadma, millal uusi pudeleid on vaja. Kuna pudelid tulevad Inglismaalt, hakkasime ennast tihedamalt kursis hoidma BREXITi sündmustega, sest see mõjutas naela väärtust ja selle jõustumise korral peame meiegi hakkama arvestama tollimaksudega. Hetkesed sündmused Inglismaal mõjutavad naela väärtust, nii et ka rahakurssidel hoiame silma peal ning üritame oma pudeleid tellida siis, kui kurss langeb.



Pikemat aega oleme soovinud minna üle klaaspudelile. Kahjuks on nende hind meie kui õpilasfirma jaoks hetkel liiga kõrge ja kuigi oleme jõudnud kasumisse, ei saa me seda endale ikkagi lubada. Lisaks on meil plastikpudelid juba ostetud ning nende mittekasutamine ei teeks loodust puhtamaks, vaid oleks üksnes silmakirjalik liigutus. Oleme kaalunud pudelite kogumist, et need kindlasti pakendikonteinerisse jõuaksid, aga enamik kliente jalutab pudelitega minema ega tarbi neid kohapeal. Seega osutus see katsetus mõttetuks. Siiski on osadelt klientidelt tulnud tagasisidet, et pudeleid on hiljem hea kasutada šampoonipudelitena, mida on mugav reisile kaasa võtta.

Suur väljaminek on tooraine ehk puuviljad. Alguses proovisime saada kokkulepet poodidega, et saada söömiskõlblikke kosmeetilise defektiga puuvilju. Meie pettumuseks aga ei ole poodidel lubatud neid müüa ega kellelegi anda ning see võimalus jäi ära. Kuna meie kogused on ajas täiesti erinevad ja uusi puuvilju ei ole hetkeseisuga vaja pidevalt, ei ole meil kasu ka hulгимүүgist saadavast toorainest. Seetõttu oleme otsustanud osta oma tooraine toidupoest. Kulutuste vähendamiseks viib finantsjuht ennast enne puuviljade ostmist kurssi poodides toimivate allahindlustega, et leida kõige odavama kilohinnaga puuviljad. Näiteks on meie kõige kallim tooraine mango, mille kilohind poodides varieerub 1,79 eurost kuni 3,90 euroni. Nii käisimegi iga kord enne laata vahel lausa kilode viisi poest puuvilju ostmas ning mõne tellimuse jaoks on vaja üle 150 puuvilja! Tahame kindlasti oma tegevust suvel jätkata, mil on saada ka kodumaiseid puuvilju ja marju.

Maitset ja nende muutumine



Esimest korda katsetasime erinevaid retsepte novembris ja detsembriks oli meil valminud neli erinevat maitset: Mõnus Mango, Ahvatlev Astelpaju, Punastav Peet ja Jõuluvana Jõujook. Astelpaju terviseshottide valmistamiseks ise astelpaju marjadest mahla pressida on keeruline. Meid aitas Mahetark OÜ ja nüüd kasutame nende 100% naturaalselt astelpaju mahla. Sama asi oli meie jõulujoogiga, mille üks koostisosa on mustikamahl. Taaskord avastasime, et marjade pressimisel valmib vaid moos ja võtsime ühendust Loodusvägi OÜ-ga, mis toodab ilma lisanditeta mustikamahla. Meie kirjavahetuse tulemusena olid nad valmis odavama hinna eest oma tooteid pakkuma.

Esimesed neli maitset olid meil müügiks kõikidel esimestel laatadel. Pärast jõule ja aastavahetust, kui hakkas lähenema Eesti õpilasfirmade laat, otsustasime, et oleks aeg klientidele uusi maitseid tutvustada, et ka neil, kes juba meie tootega tutvunud olid, oleks midagi uut proovida. Kuna Eesti õpilasfirmade laat toimus veebruaris, tekkis mõte valmistada sõbrapäevaga seostuv terviseshot.

Algselt tahtsime koostada maasikat sisaldava retsepti, aga kuna maasikatest mahla pressimine nii hästi ei sujunud ja poest oli keeruline leida ilma lisanditeta külmpressitud maasikamahla, otsustasime hoopis kirsiki kasuks. Aasta alguses oli ka idee teha hommikune turgutav jook, millele oleks lisatud näiteks kofeiini. Eesti laat oli väga hea võimalus proovida, kuidas selline

toode inimestele meeldib. Kofeiini mõru maitse tõttu tegime joogi erinevatest tsitrustest, et mõrusust peita ja maitseelamust võimalikult meeldivaks teha. Laadaks loobusime jõulujoogist, kuna jõulud olid selleks ajaks läbi, ning peedijoogist, sest see müüs eelnevatel laatadel kõige halvemini. Nii jäid Eesti õpilasfirmade laadaks müüki Ahvatlev Astelpaju, Mõnus Mango ja kaks uut maitset Keelitav Kirss ning Turgutav Tsitrus. Saime palju head tagasisidet uute maitsete kohta ja üllatavalt populaarseks osutus ka kofeiinilisandiga tsitruse jook. Järgmine suurem tootmine toimus meil MELT innovatsioonifoorumi jaoks. Tellimus oli meie jaoks aga senini suurim ja seetõttu valisime neli maitset, mida saime kõige kiiremini valmistada.

SWOT- analüüs

Firmat alustades tegime SWOT- analüüsi, kus tõime välja olulisemad punktid, millele oleme tähelepanu pööranud kogu tegevusaja vältel. Oleme püüdnud oma nõrku külgi parandada ja oma tugevaid omadusi esile tuua. Tabelis esitame vaid kõige olulisemad, mille realiseerumise tõenäosus on keskmisest kõrgem.

<p>Tugevad küljed (<i>Strengths</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ sujuv koostöö firmaliikmete vahel ❖ kõikide firmaliikmete motiveeritus ❖ unikaalne toode, mis klientidele meeldib ❖ hea probleemide lahendamise oskus ❖ omapärased ja uudsed maitset ❖ tervislik toode- pole lisatud suhkrut ja vitamiinirikas 	<p>Nõrgad küljed (<i>Weaknesses</i>):</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ ajamahukas tootmine ❖ lühike säilivusaeg ❖ keskkonda kahjustavad plastikust pudelid, väikese avaga
<p>Võimalused (<i>Opportunities</i>):</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ inimeste suurenev soov olla tervislikum ❖ inimeste teadlikkuse tõus vitamiinide olulisusest ❖ naela väärtuse langemine -> pudelid odavamad 	<p>Ohud (<i>Threats</i>):</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ pudelite tarnega seotud riskide avaldumine (hilinemine, paki kadumine jne) ❖ periooditi liiga mahukad muud koolitööd ❖ uute konkurentide tulek turule ❖ konkurentide odavam hind

Meie firmale on tähtis sujuv koostöö ja hea probleemide lahendamise oskus. Samuti on oluline meie toote unikaalsus, et paista välja teiste õpilasfirmade ning ka analoogset toodet müüvate pärisfirmade seast. Et kliendid meist kuuleksid, osalesime kõikidel laatadel, kus võimalik ning reklaamisime oma toodet ka internetis. Kutse MELT innovatsioonikonverentsile näitas, et meid on märgatud ning meie tooteid hinnatakse. See tähendab, et oleme oma tugevaid külgi osanud õigesti kasutada.

Meie firma nõrk külge on pudelid, mis on plastikust. Lisaks on pudelitel väike ava ja seetõttu on mõne kliendi arvates sealt ebamugav juua, kuid see on halbadest variantidest parim. Sellest probleemist kirjutasime juba eespool ja rohkem seda kordama ei hakka. Tegeleme pidevalt siiski paremate variantide otsimisega.

Teise tähtsama nõrga küljena tuleb kindlasti tähelepanu pöörata toote lühikesele säilivusajale, sest see pärsib toote müüdavust ja samuti kitsendab tootmiseks sobiva aja valimist ega võimalda sageli napi töötajaskonna tõttu üritusteks rohkem tooteid valmistada. See on olnud tegelikult meie firma laienemise suurim takistus. Sageli puudusime laadaeelsetel päevadel koolist, kuna tooteid ei olnud varem võimalik valmis teha ning terve firma töötas siis 18 tundi järjest, et värskete toodetega turule tulla. See oli aga omamoodi tugev õppetund, treenisime vastupidavust ja mõistsime, mida tähendab tegelik väikeettevõtja elu. Õppisime ka õpetajatele õpilasfirma olulisust selgitama, kui ennast välja oli vaja vabandada.

Headeks võimalusteks on üldine tervisetrend ja inimeste soov toituda tervislikumalt. See annab meile turul eelise suhkrujooke tootvate firmade ees. Otsustasime oma firma reklaamimisel pöörata rohkem tähelepanu just tervislikkuse aspektile.

Kui me alustasime, ei olnud me ise tervishotete veel Eesti turul näinud. See oht aga realiseerus peagi ning mitmes kohvikus on nüüd analoogtooted müügil. Siiski on neid nii vähe ja maitse erinevad meie omadest, seega on õpilasfirma tegevusperioodi vältel ruumi ka meile. Reaalse firmana aga peaksime suureks ohuks just konkurentide odavamate toote hinda, sest see võib kliendid panna teise firma toote kasuks otsustama. Samas oleks pärisfirmana ilmselt meilgi võimalik kulusid alandada, suurendades tootmiskahte, tellides suuremates kogustes nii pudeleid kui ka tooraineid ning standardiseerides rohkem oma tootmist.

Realiseerus teinegi oht ja ühel korral ei jõudnud meie pudelipakk enne laata kohale. Reageerisime suuremate pudelite kasutamisega ja saime ikka laadast osa võtta. Kõik kaasa võetud tooted saime maha müüdnud ja lõpuks soovisid mõned kliendid isegi laual olevaid dekoratsioonideks mõeldud puuvilju ära osta. Olime suutnud pudelite puudumisele adekvaatselt reageerida. Õppisime, et igast olukorrast on väljapääs, sageli küll mitte parim, aga see on siiski olemas.

#Võtaterviseshot

Turundamisega alustasime kohe peale firma nime välja mõtlemist. Tegime kontod Instagramis (@of_freshup), Facebookis (ÕF FreshUP) ja Vkontaktis (ÕF FreshUP). Veebruaris tegime sotsiaalmeedias sõbrapäeva loosi, kus kinkisime võitjatele 4 tervishoteti. Loosiga saime endale palju jälgijaid juurde. Samuti kajastame sotsiaalmeedias aktiivselt firma tegevust, osalemist erinevatel



laatadel ja üritustel. Instagramis oleme teinud kampaaniat, kus postituste alla kirjutame #võtaterviseshot, millega soovime motiveerida inimesi tervislikku eluviisi järgima ja julgustame inimesi proovima uusi terviseshote.

Müügitöö ja müügikohad

Õppeaasta jooksul oleme osalenud 8 erineval laadal ja üritusel. Oleme püüdnud osa võtta igast müügivõimalusest, sest kunagi ei või teada, kust võib leida potentsiaalseid püsikliente või koostööpartnereid. Lisaks õpilasfirma laatadele oleme müünud nii kooli moeshowl kui ka näiteks Tallinna sadamas.

Kui esimesele laadale minnes, puudus meil igasugune müügikogemus ja võõraste inimestega suhtlemine tundus keeruline, siis omandasime müügioskused suhteliselt kiiresti ja mida aeg edasi, seda enesekindlamaks muutusime ka ise. Lisaks tuli suureks kasuks hea võõrkeelte valdamise oskus, sest suudame klientidega vabalt suhelda nii eesti, vene kui ka inglise keeles. Sadama müügiks tõlkisime oma toote koostisosad ka soome keelde ning õppisime ära paar soomekeelset sõna, et klientidega paremini suhelda.

Kiirelt mõistsime, et paljudel inimestel jääb ost sooritamata sularaha puudumise tõttu. Selle probleemi saime lahendatud Eesti õpilasfirmade laadal, kus meil oli tänu JA Eestile ja SEB-le võimalus kasutada makseterminal, mille kaudu tuli ka ligi $\frac{1}{3}$ tulust.

Suurim tunnustus meile oli kutse MELT Innovatioonifoorumile, kuhu lisaks meile valiti välja veel kaks õpilasfirmat osalejate toitlustamises kaasa lööma. Ilmselt jäime me korraldajatele silma Eesti õpilasfirmade laadal ning nad saatsid meile personaalse kutse. Meilt telliti terviseshotid hommikusöögi juurde. Tellitud 250 shotti jäid aga täiesti ebapiisavaks, kuna vaatamata sellele, et ühele osalejale oli ette nähtud üks jook, jõid mitmed neist ära kõik neli sorti, soovides proovida erinevaid maitseid. Seega kõikidele osalejatele meie shotte ei jätkunudki.

Mai alguses võtame osa kahel päeval toimuvast Toidumessist, kus on võimalus oma toodet veel laiemale ringkonnale tutvustada. Ka siis on plaanis laenutada kaardimakseterminal, et klientidel mugavam maksta oleks.

Läbi raskuste tähtede poole

Meil on kindlasti olnud kogemusterohke ja tegus aasta. Kui aasta alguses tundus, et õpilasfirma loomine ja ülalpidamine on imelihtne, siis nüüdseks oleme mõistnud, et firma nõuab väga palju aega ja pühendumist, sihikindlust, kannatust ja jaksu sellega tegelemiseks. Õppeaasta jooksul on meil olnud nii õnnestumisi, kui ka hulganisti erinevaid takistusi, mis raskendasid õpilasfirma tegevust.

Meil on olemas 6 erineva terviseshoti retseptid ning oleme enamasti igal laadal kõik tooted maha müünud. Käisime müümas ka Tallinna reisisadamas, kuid see oli meie aegade halvim

müügikoht, kuna inimesed kiirustasid laeva peale ning paljudel soovijatel ei olnud sularaha kaasas. See on ainuke koht, kuhu me enam tagasi müüma ei läheks.

Oleme väga uhked selle üle, et Eesti õpilasfirmade laadal saime tunnustuse ja meid mainiti ära suure potentsiaaliga firmade hulgas. Mainimata ei tohi jätta sedagi, et suurel laadal saime väga palju kiidusõnu boksi kujunduse ning toote eest, mis tegi meile väga palju rõõmu.

Õpilasfirma loomisel oli meile kindlasti suureks takistuseks koolitöö, kuna me õpime kõik 11.klassis ning püüame hoida oma hinded korras. Kui me saime kutse aprillis toimunud MELT innovatsioonifoorumile, pidime oma tegemised selle järgi sobitama, sest kutse showcase alale oli väga suur tunnustus ning minemata ei saanud me kindlasti jätta. Valmistasime tellitud tooteid kõik neljakesi peaaegu öö läbi ja see ei olnud meil ainus kord. Õise töö käigus võivad väsimusest sündida vead. Nii näiteks saatsime trükikojale valede koostisainetega klepsu disaini ja kuna see oli jäänud viimasele hetkele, siis pidime leidma uue lahenduse.

Probleem on seegi, et vaid ühe meie firmaliikme kodused tingimused vastavad toidutootja nõuetele ning seega saame tooteid valmistada ainult koos temaga. Lisaks elame üksteisest kaugel ning kokkusaamine võtab palju aega. Õnneks on olemas Skype ja Messenger, mille kaudu oleme pidanud mitmeid koosolekuid. Oleme otsustanud hoida oma tooted säilitusainetevabad, mistõttu säilivad need kõigest 4 päeva. See on seadnud meile piiranguid, näiteks peame alati tooraine ostma ja tooted valmistama vahetult enne müüki, kuid kokkuvõttes oleme rahul, et meie toode on tervislik ja kvaliteetne.

Algkapitalist kasumini

Õpilasfirmat alustades otsustasid kõik firmaliikmed ühtselt panustada 50€-ga ehk kokku oli meie algkapital 200€, mis oli sobiv firma alustamiseks.

Toote müügihinna osas olime paindlikud ja kohandasime seda vastavalt nõudlusele. Kuna detsembrikuus toimuvatel laatadel olid meie kogused limiteeritud, kuid nõudlus suur, siis oli müügihind kõrgem. Kasumisse jõudmine oli meie üks peamisi finantseesmärke ja selle saavutasime juba detsembri keskel, pärast Tartu õpilasfirmade laata, mis oli meile endalegi väga positiivne üllatus. Nüüd on eesmärk kasumit veelgi suurendada ja omahinda alandada.

Palka me hetkel välja ei maksa, sest tunneme, et kõikide panus firmasse on võrdne. Alguses proovisime täita ka töötundide graafikut, aga peagi saime aru, et meie töötunnid on enam-vähem võrdsed ja graafikuks polnud enam vajadust. Pealegi motiveeriks meid rohkem firma lõpetamisel suurema summa kättesaamine, kui töö keskel töötundide alusel palgamakse.

Kasumiaruanne

1. TULUD	1453,68 €
2. KULUD	
2.1. Palk, töötasu, tasu müügist	0
2.2. Materjal, varustus jt tootmiskulud	564,33 €
2.3. Turundus	43,25 €
2.4. Muud kulud	38,68 €
KULUD KOKKU	646,26 €
3. Aruandeperioodi kasum	807,42 €

Bilanss

AKTIVA		PASSIVA	
1. Raha (Peraamatu kassasaldo)	444,92 €	1. Võlad	0 €
2. Debitoorne võlg	562,5 €	2. Aktsiakapital	200 €
3. Põhivara		3. Kasum	807,42 €
KOKKU	1007,42 €	KOKKU	1007,42 €

Potentsiaalne koht ärimaailmas

Usume, et meile oleks ärimaailmas kohta, kuna tervisetooted on aina suurenev trend. Firmat alustades ei olnud terviseshotid Eestis eriti populaarsed ja nende müüjaid oli vähe, kuid tervisetrendi populaarsemaks muutumisega on meie tegevusaasta jooksul turule tekkinud aina rohkem sarnaseid tooteid. Näiteks oleme märganud, et terviseshotte on hooajati pakkunud ka Reval Café, Event Catering jt. Huvi meie toodete järele väljendus ka selles, kui me käisime oma terviseshotte valmistamas Kärbsse restoranis. Seal tulid paljud töötajad uudistama, mida me valmistame ja me ei saanud kõõgistki välja enne, kui meilt juba 8 shotti ära osteti. Kõigest sellest järeldame, et inimestel on huvi selle toote vastu ning meie ideel on potentsiaali turul püsimiseks ja meie õpilasfirmal pärisfirmaks laienemiseks. Kindlasti oleks sel juhul konkurents tihedam, kuid usume, et omapäraste maitsetega võidaksime endiselt klientide südamed.

Tänu sõnad

Täname südamest kõiki, kes on meie õpilasfirma loomisele ja tegevusele kaasa aidanud. Suur tänu JA Eestile võimaluse eest osaleda õpilasfirmade programmis. Aitäh ka meie Tallinna 21. Kooli õpetajatele, kes meid alati toetasid, isegi kui me firma tõttu koolist puuduma pidime. Eriti tahaksime tänada oma juhendajaid Epp Vodjat ja Ander Hindremäed ning mentoreid Joosep Heinsalut ja Andry Padarit. Ning kõige suurem tänu meie imelistele klientidele, ilma kelleleta poleks meie tegevus võimalik.