



**Õpilafirma Mäts**

Võru Gümnaasium

Juhendajad: Karmo Kurvits ja Andri Tallo

2019/2020. õppeaasta

## Õpilasfirma Mäts

### Sisukord

Õpilasfirma Mäts .....	2
Firma algus ja liikmed.....	3
Tootmine.....	4
Turundus ja müük .....	5
Areng ja saavutused .....	8
Finantstulemused .....	10
Tulevik.....	10
Kokkuvõte .....	11

### Õpilasfirma nimi

Juba esimesel kokkusaamisel saime firmale nime. Firmaliikmed mõtlesid, mis riimuks sõnaga näts ja naljatavalt pakuti välja „Mäts“. Varsti mõtlesime nimele ka väikese seletuse juurde – **meie näts**, kus „meie“ tähendab meie kõigi **ühist keskkonda**, selle **säästmist**.

### Missioon

Õpilasfirma Mäts põhieesmärgiks on **vähendada keskkonna reostust**. Pakume **loodussõbralikku** alternatiivi plastikut sisaldavatele polettidel leiduvatele närimiskummidele. Me hoolime keskkonnast ning seetõttu tahame **tutvustada probleemi ja ühte võimalikku lahendust** ka teistele.

### Toote kirjeldus

Õpilasfirma toodab **käsitööna valminud närimiskummi**. Oleme välja töötanud kolm maitset: **piparmünt, mustikas ja apelsin**. Kuumtötluse tulemusena valminud nätsumass jaotatakse osadeks, pakitakse ükshaaval vahapaberisse ning seejärel karpi. Karbil on meie **endi kujundatud** kleebis. Toode **ei sisalda allergeene** ja on ka **veganitele sobilik**. Plastikut sisaldava nätsubaasi asemel kasutame **looduslikku** ja **biolagunevat** sapodillapuu nõret.



Apelsinimaitseline näts (foto: Reio Astla)

### Finantsseis (EUR) 06.04.2020

Käive: 312,00

Kulud: 281,86

Kasum: 30,14

### Üldhinnang meie tegevusele

Algul esines raskusi baasaine tarnega, millele taha kõik tegevus jäi pidama. Olime peaaegu sunnitud uut ideed teostama, kuid pääsesime noateralt. Baasaine kohale jõudmisel **tõusis** koheselt **motivatsioon**. Jätkasime **pideva tootearendusega**, proovides uusi retsepte, et nätsul maitse püsiks kauem. Tootmise käigus selgusid kõigi tugevad küljed ning sellest lähtuvalt hakkas tootmisprotsess üha kiirenema. Tegelesime aktiivselt turundusega Instagramis, kui oli jälgijaid millestki teavitada. Jõudsime **reklaamivõistlusel kolme parima hulka** ja meie toode jõudis ka **telekraanidele**. Toode sai osta laudadelt, hetkel ka **poest EloPärl** ja tellida postiga otse meilt. Programmi lõpuks saime parema ülevaate turundusest, müügistrateegiast, rahaga ümberkäimisest ja suhtlemisostuste olulisusest. Õppisime ka paremini eesmäärke seadma ja nende nimel töötama.

## Firma algus ja liikmed

### Firma algus

Juba 11. klassi eelsel suvel teadsid Andres ja Robin, et soovivad uurimistöö asemel teha õpilasfirmat. Kuigi programm tundus nagu **hüpe tundmatusse**, olime kindlad oma soovis, sest see pakkus head võimalus midagi uut proovida ja mugavustsoonist välja astuda. Kooliaasta algul leidsime meeskonda ka Reio ning Kenteri, kel oli sama huvi ning soov meeskonna järele. Valik teha õpilasfirma põhines soovil **saada ärivaldkonnas kogemusi ja midagi oma kätega valmis teha**. Algul oli meil mitmeid ideid, nii häid kui halvemaid, kuid nätsu idee tuli Reioilt. Teel Väimelasse Ideelaborisse nägi ta kõnnitee peal maas nätsu, mõtles kui tüütu ja kulukas on kõike nätsu koristada igalt poolt ning kuidas seda olukorda parandada. Ta tuli idee peale, et miks ei võiks näts lihtsalt ära laguneda ja hakkas teema kohta infot otsima. Peagi leidis huvitavaid ja reaalselt teostatavaid retsepte ning jagas neid ka meiega ning saimegi omale toote.

### Õpilasfirma liikmed

Õpilasfirmasse kuulub neli liiget, kes said oma ametid vastavalt **isiklikele soovidele**. Algul polnud rollid veel kindlad ja jagunesid töö käigus. Juba varakult otsustasime raamatupidaja ja tootmisjuhi, kuid firmajuhi positsioon selgus hiljem.

**Tegevjuhiks** sai **Robin Varusk**, kuna tal on varasemad kogemused meeskonna juhtimises ja ta pani meie endi meeskonna kokku. Ta suunab liikmeid tõhusalt töötama ja innustab positiivselt nii headel kui halbadel aegadel.

**Turundusjuhiks** sai **Reio Astla** tänu oma soravale keelekasutusele ja müügi-mehe oskustele. Samuti on ta osav fototöötlusprogrammide kasutamises ja vähendas sellest tulenevalt ka oluliselt meie turunduskulusid. Tal on tihti pakkuda välja ideid varieeruvatel teemadel, mitmed neist on päris lennukad ja abistanud meie firmat.

**Tootmisjuhiks** sai **Andres Eichenbaum** oma toidutehnoloogia valla huvide ning teadmistega. Lisaks omab ta oskust luua korrektne tootmiskeskond, et tegevus vastaks Veterninaari- ja Toiduameti nõuetele. Ta hoidis silma peal, et kõik tooted saaksid õigeaks ajaks valmis ning korrektselt hoitud. Ta oli asendamatu liige toote valmistamisel ning leidis mitmeid nippe, kuidas tootmine teha efektiivsemaks.

**Raamatupidajaks** sai **Kenter Sabre**, kuna tal on varasemad kogemused müügiabilisena ja raha haldamises. Ta on täpne, korrektne ning leidis viise vähendada tootmiskulusid ja lahendas probleeme rahaasjadega.



ÕF Mäts liikmed (vasakult): Reio, Robin, Andres, Kenter (foto: Krislin Kottisse)

## Tootmine

### Valmistamine ja tootearendus

Algul polnud me veel kindlad retseptis. Otsisime internetist eri retsepte ja **katsetasime** läbi need, milleks olid toorained olemas. Õige nätsubaasi hilise saabumise tõttu olime sunnitud kasutama baasina **alternatiivseid lahendusi, nt mesilasvaha**. Oodatud tulemusest oli asi veel kaugel, kuid pärast retsepti täiustamist saime **kaks tulemust**: marmelaadi tekstuuriga maiuse ja rohkem nätsu meenutava kommi, mis oli paraku saavutatav ainult üleliigse suhkru lisamisega retsepti. Otsustasime, et toode jääb **alla oodatust** ning jäime lootma baasaine saabumisele. Täpsemalt on selleks Kesk-Ameerikas (enamasti Mehhikos) kasvava **sapodillapuu** (*Manilkara zapota*) nõre, mis kohapeal läbi keetmisel muutub näritavaks massiks. Kui esimene partii lõpuks saabus, hakkasime proovima väheste kogustega läbi retsepte, kus muidu kasutasime mesilasvaha. Juba esimese katse järel olime **vaimustunud**, sest tulemus tõesti meenutas närimiskummi. Pärast väikeseid täiendusi jõudsime nätsuni, mida müüsimise juba meie esimesel laadal. Tootmisprotsess algab sellega, et **möödame** vajalike ainete kogused valmis ja soojendame vesivanni sobiva temperatuurini. Seejärel **sulatame** vesivannis *chicle* voolavaks massiks ning **lisame** maisisiirupi, glütseriini, sidrunhappe ning nende ainete segunemisel maitse-ekstrakti (apelsini nätsu puhul siirupi). Viimase segunemise järel **kallame segu jahtuma** ning **segades tuhksuhkruga** saame taigna. Kuni see veel kergelt soe on, **rullime** nätsumassi ligi 2 millimeetri paksuseks ja jätame veel jahtuma. Täiendava jahtumise järel (siis näts lõikamisel ei veni ja säilitab

oma korrapärasest kuju) **lõikame** sobiva suurusega tükid. Otsustasime, et üks näts peaks olema pisut suurem kui näiteks üks Orbiti näts, sest kõik olid nõus, et **suuremat nätsu on parem närida**. See osutus targaks otsuseks, kuna mitmed kliendid andsid sama tagasisidet. Iga nätsu **ümbrise** **vahapaberiga**, mis väldib nätsude üksteisega kokku kleepumist ja võimaldab edasist nätsude pakendamist. Viimase sammuna **pakime** kaheksa nätsu kõrvuti ühte karp. **Peamised raskused** tootmisprotsessis on täpse temperatuuri hoidmine ainete kuumtöötamise ajal ning ainete pidev segamine kuni 40 minutit järjest, et ained seguneks korralikult. Samuti vahapaberi lõikamine ning nätsude sisse pakkimine võtavad **palju aega** ning muutuvad tüütuks pärast kahte tundi. Kogu tootmisprotsessi vältel **järgisime VTA nõudeid toidu käitlemisel**. Vaatasime, et toiduga kokku puutuvad nõud ja pakendid oleks sobilikust materjalist, kasutasime sanitaarrõivastust (ühekordsed kindad ja mütsid), säilitasime koostisosi ja valmistooteid sobival temperatuuril, toote pakend on märgistatud nõuetekohaselt, toidukäitlemise ruumid on puhtad ja sobivad. **Pakendamise idee** leidmine osutus keerukaks, kuna toode ise on väike ja sobivat pakenditootorit pakendikeskuses ei leidunud. Pikema otsimise tulemusel leidsime huvitava lähenemisena **tikutoosi** tüüpi papist karbid, mida klientide sõnul pole siiani veel turul nähtud toidu puhul. Karpidele saime kleebised reklaamibüroolt ADexpert OÜ. Etikettide kujunduse mõtles ja teostas Reio. **Siiani ainus murekoht oli toote maitse**. Meie tootmisprotsess ei sisalda emulgaatoreid ja muid laboris tehtavaid aineid, seega ei kestnud nätsu maitse pikalt.

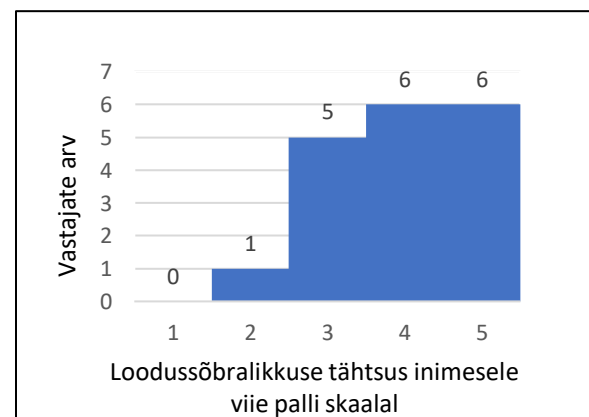
Järgnev tootearendus tegeleski peamiselt selle probleemiga. **Katsetasime** erinevaid ekstrakte, eeterlike õlisid, siirupeid ja isegi äärmuslikke meetodeid, nagu riivitud apelsini koor maitse tugevdamiseks. Lõpuks sai selgeks, et **siirup** aitab kõige paremini hoida nii maitset, kui ka niiskust. Võrreldes näiteks ekstrakti ligi 10-sekundilist maitset, oli siirupi kohati kuni mitmeminutiline maitse **suur areng**. Paraku jõudsimme siirupiga retsepti ainult apelsini maitse peal praktiseerida, kuna piparmündi siirupit ei leidunud ja ainsas kohas, kust sai looduslikult valmistatud mustikasiirupit tellida, polnud siirupit laos ja tellimine võttis liiga kaua aega. **Lõplik retsept sisaldas:** *chiclet* (ehk sapodillapuu nõret), tuhksuhkrut, maisisiirupit, apelsinisiirupit (ainult apelsini maitse puhul, mustika ja piparmündi puhul jäi välja), glütseriini, looduslikku maitseekstrakti (piparmündi ja mustika puhul) ja sidrunhapet. *Chicle* tellisime Mehhiko ettevõttelt Aboafsite SA CV. Maisisiirupi, glütseriini ja maitseekstraktid saime Maitsepoest (Perfect Goods OÜ), ülejäänud toidupoodidest jaemüügist. **Tagasisidena** soovitati kasutada nätsu retseptis suhkruasendajana steviat või ka ksülitooli, kuid mõlemad on meile tundmatud magusained, mille kasutamisega pole firma liikmetest ükski tuttav ja ei soovi ei enda ega teiste tervist ohustada tundmatute koostisainetega.

## Turundus ja müük

### Turundus

Turundusele polnud algselt plaanis suurt rõhku panna, peamiselt **tegeleda aktiivse müügiga ainult laatadel**. Siiski tegime firma

Instagramis aktiivselt **postitusi**, kui oli midagi olulist teada anda. See ilmselt aitas, kuna mõni klient ütles, et leidis meie firma just sealt keskkonnast ja tundis huvi meie toote vastu. Vähemalt kodulinna piires **levis info** meie tegevusest laialdaselt, **reklaamivõistluse parimate hulka pääsemine ja toote kajastamine „Ringvaates“ aitasid kaasa ka tuntusele mujal Eestis**. Firma turundusjuht viis läbi küsitluse närimiskummi tarbimise ja taaskasutuse kohta 11R klassi õpilaste seas. Küsitluses uuris ta lisaks ka loodussõbralikkuse olulisust oma kaasõpilaste seas (vt **Joonis 1**) ja sellest tulenevalt **rõhustime** turundamisel peamiselt oma toote keskkonnasäästlikkusele, kuid ei tõstnud sellepärast hinda ülemäära kõrgeks, üritades **säilitada humaansust**. Võib öelda, et meil on **sotsiaalne ettevõte**, kuna eeskätt on meil missioon vähendada kahju keskkonnale, mitte teenida suurt tulu. **Siiski peame me ligi kolmandiku tulust investeerima firma töös hoidmiseks** ja ülejäänud oleks kas meie endi palk või siis missiooni investeeritud. Alustava firmana on meie põhieesmärk tootmist jätkata ning püüda töötajatele palka maksta, seega ei jää meil tulusid, mida kasutada missiooniks.



**Joonis 1. Loodussõbralikkuse tähtsus 11R klassi õpilaste seas**

## Müük

Peamine müük toimus **laatadel ja käestkätte**, kuna meie toode on **taskukohane ning mugav kaasa võtta**, on seda kõige lihtsam müüa näost-näku. Pakume võimalust ka posti teel tooteid tellida, leppides kõik kokku kirja teel, sest meie **kontaktandmed** on sotsiaalmeedias, plakatitel ning pakenditel olemas. Seda varianti pole veel keegi kasutanud. Mõtlesime ka **pakkuda huvilistele proovimiseks näidistooteid**, kuid lõpuks otsustasime seda mitte teha, kuna arvasime et see ei tuleks meie müügiele kasuks. Meie toode on ka **müügil ökokohvikus EloPärl**, mis asub Võrus.

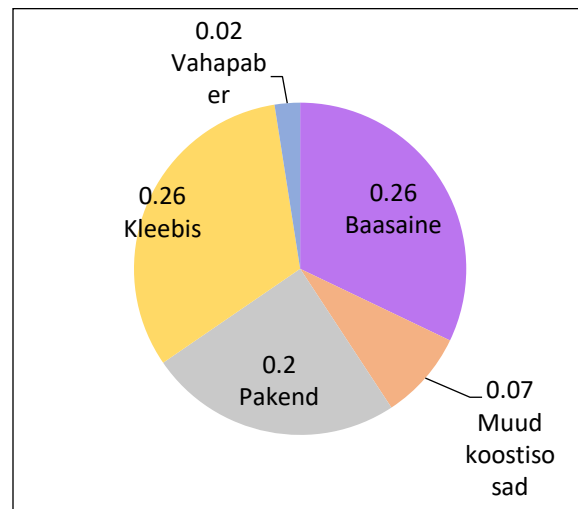
## Sihtgrupp

Peamiseks sihtgrupiks on inimesed kes tarbivad närimiskummi, ehk siis **pigem nooremad inimesed** ning ka loodus-sõbralikkuse toetajad ja huvilised. Närimiskummi tarbijatele **tutvustame**, mida tavaline närimiskumm teeb looduses, mis on selle koostises ning miks meie toode on erinev. Kuna meie sihtgrupp on lai ning toode üsnagi taskukohane, **ootasime suuri müüginumbreid, mida me ka saavutasime**, kuid sellel on ka miinuseid. Nimelt, kui on nii lai sihtgrupp, on palju rohkem inimesi, kellele toodet tutvustada ning müüa. Müüjuttu tuleb ka vastavalt klientidele kohandada. **See osutus päris energiakulukaks ning väsitavaks**. Kuigi väsimus ei saanud meile kunagi takistuseks, on see siiski **kasulik teadmine**.

## Hinna kujunemine

Peamine, mis teeb ühe paki hinna kõrgemaks võrreldes tavalise nätsu hinnaga, oli *chicle*. Ühe kilo hind oli 32,76 eurot, samas

plastikuga baasaine odavaim kilohind mis leidsime oli 4,48 eurot. Ülejäänud koostisained maksid vähe, arvestades vajaminevate ainete hulka retseptis. Vahetult enne Tartu laata arvutas Andres ühe paki tootmise **ligikaudse omahinna** (k.a. pakendamise kulud), mis tuli ~0,83 eurot paki kohta (vt **Joonis 2**). Olime kindlad, et küsime laadal vähemalt kahekordse omahinna ja ümardasime müügihinna **2 eurot paki kohta**. Edust lähtuvalt otsustasime Tallinna laadal küsida **2,50 eurot paki kohta**, kuna Tartus edenes müük oodatust paremini ja nõudlus oli suur. Lisaks pidasime kliendi jaoks **mugavaks** osta 5 euro eest 2 pakki, nagu mitmed ostjad Tartus tegid. Võrreldes sarnaste toodetega on meie toote hind väiksem. Näiteks EloPärl OÜ ökopoes oli müügil looduslik närimiskumm, **mille paki hind oli umbes euro võrra kallim**.



**Joonis 2. Ühe paki omahinda kujundavad osad (EUR)**

## Osalemine laatadel

Firma on osalenud kahel laadal. Kolmas plaanitud laata jäi kahjuks riikliku eriolukorra tõttu ära, kuid **laos on meil suur kogus**

**toorainet ja valmistooteid.** Esimene laata oli **Eesti õpilasfirmade jõululaat Tartu Kaubamajas 14. detsembril.** Enne laata kulutasime palju aega, et valmistada võimalikult palju tooteid aimates, et võime päris edukad olla. Tegelesime ka infolehtede, firma särkide ning boksi kujundusega. Tartu laadal oli meil boksis roheline laudlina, kaks pilku püüdvat A4 reklaamlehte, üks A4 leht piltidega *chicle* kogumise protsessi kohta, et oleks kliendile lihtsam ettekujutust anda ainst ja laual asetsevad näidistooted. Esimesel laadal **olime algul veidi kogenematud ning ei julgenud ka eriti inimestele läheneda,** kuid umbes tunni aja möödudes juba tegelesime usina müügitööga. **Laat kujunes meie kõige paremaks, sest võtsime sinna kaasa 50 toodet ning müüsimise kõik ära mitu tundi enne laada lõppu,** mis andis veelgi motivatsiooni juurde, et järgmiseks laadaks rohkem tooteid valmistada, kuigi see töö oli väga **ajakulukas.** Peale toodete müümist oli ikkagi inimestel **suur huvi** ning saime ka palju turundust läbi viia. Teine laata oli **Eesti Õpilasfirmade laata Tallinnas Kristiine keskses.** Peamine boksi erinevus Tartu laadaga oli see, et meie laua taga olid **suured ja erksad plakatid,** mis andsid möödakäijatele firma kohta põhiinfo ning püüdsid tähelepanu. Laadal oli kaasas meil ka uus apelsinimaitsega toode. **Ainsaks probleemiks** boksi üles panekul oli laudlina. Enne laata läks meelest laulina üle triikida ja avastasime kohapeal, et kortsud on sees. Mitmete mõtete arutamise järel läksime küsisime juhendaja soovitusel lähedalt riidepoest aurutriikrauda. Meie õnneks neil oli see poes olemas ja olid nõus meid abistama. Sellest **õppisime,** et halvast

olukorrast saab välja tulla, kui olla julge ja küsida teistelt abi. Ootused laadal müügi osas olid kõrged, kuid seal ei olnud me suutelised müüma kõiki oma 75 kaasa võetud toodet ning **müüsimise kõigest 39 pakki.** Peale laata, tänu meie edukale turundusele, **kirjutati meile huviga toodet osta,** kuid me ei saanud neilt lõplikku vastust. Mõlemalt laadalt saime rohkelt samalaadset **tagasisidet, mis oli üldiselt väga positiivne** ning öeldi, et meil on **palju potentsiaali.** Oli ka kriitikat toote maitse ning suhkruisalduse osas, millest saime teada, mida inimesed peavad oluliseks.

### **Koostöö EloPärliga**

Juhendaja soovitusel proovisime toodet müüki anda mõnda ökopoodi ning uurisime müügivõimalusi Võrus. Võtsime kirja teel ühendust ökopoega EloPärl. Saime kokku leppida kohtumisaja ja selle saabudes läksime kohale ning meie üllatuseks oli see suhtlus väga sõbralik ja toetav. Tutvustasime oma toodet ning tootmise tehnoloogiat põhjalikult. Meie käest küsiti ka küsimusi, anti soovitusi turunduse ning tootmise valdkonnas. **Töötajad olid kõik meie tootest vaimustuses ning kiitsid meid,** mis andis ka kindlasti meile rõõmutunnet ja motivatsiooni juurde. Jutuajamise lõpuks **oldi nõus meie toodet müüki võtma** ning pärast saatekirja vormistamist oli toode letil.



**Kõik ÕF Mäts tooted müügis ökokohvikus EloPärl (foto: Reio Astla)**

## **Konkurents**

**Eestis otsest konkurentsi pole**, meie teada on biolagunevat nätsu ainult ühel korral varem tehtud põhikooli õpilasfirma poolt, kuid neil oli teistsugune retsept ja valmistamisviis ning praeguseks on firma tegevuse lõpetanud. Üks vähese konkurentsi märk on see, et paljudele klientidele **valmistab toode hämmingut** ja oli midagi täiesti uut. Mujal maailmas tegelevad mõned väikesed firmad biolaguneva nätsu valmistamisega, kuid meil **pole plaanis Eestist väljaspool oma toodet müüa**. Välismaa firmade tugevuseks on muidugi suurem tootmismahd ja sellest tulenevalt ka väiksem tooraine (*chicle*) tarnekulu. **Laiemas vaates** on konkurentideks muidugi kõik nätsud, nätsukommid ja muud sarnased maiused, millel on kindlasti tugevam ja püsivam maitse ning värv, aga need on toodetud masinate abil laboris. **Sellegipoolest teeb meie toote eriliseks enda poolt välja töötatud ainulaadne retsept, toote biolagunev omadus ja looduslikult saadud ainete kasutamine.**

## **Areng ja saavutused**

### **Individuaalne areng**

**Reio:** „Selle firma eluaja jooksul olen õppinud nii mõndagi. Kindlasti olen saanud rohkem haritumaks keskkonna probleemide valdkonnas, kuna uurisime seda põhjalikult, sest toodame loodussõbralikku nätsu. Arenesin väga palju müügitöös, see tuli mul päris hästi välja, kas eesti või inglise keeles, mida ma ei oodanud. Kohe peale umbkaudselt esimest tundi Tartu jõululaadal, sain järsku kõigest aru ning see müügitöö tundus päris lihtne olevat. Arenenud olen ka

*meeskonnatöös, suudan meeskonnakaaslasti rohkem usaldada, sest tavaliselt olen alati olnud suhteliselt üksi tegutseja, kellele ei meeldi teistega koos miskit teha ning kes pigem teeb rühmas üksinda tööd, oli päris huvitav kogeda seda, kuidas kõik 4 rühmaliiget annavad endast parimat ning tootmise ka müümise koostöö sujub väga efektiivselt. Olen õppinud ka paremini kriitikat võtma ning sellest kasulikku informatsiooni välja filtreerima.“*

**Andres:** „Kui algul õpilasfirma idee pisut hirmutas, kuid siiski tundus huvitav, siis nüüdseks olen väga õnnelik, et otsustasin just firma kasuks. Saadud kogemused, tutvused ja uued oskused äriallas on olnud arendavad. Olen parem suhtleja ja ka ajaplaneerija. Laataudel osalemine oli tõeliselt huvitav ja arendav kogemus. Ülevoolav positiivne tagasiside oli alati muusika mu kõrvadele. Meeldejäävaim hetk laatadest oli kui üks klient rääkis oma loo, kuidas ta kunagi oli õpetaja väikeses koolis ja proovis õpilastega teha kuusevaigust nätsu. Meie toode meenutas talle seda ja jagas ka meile oma mälestust. Kogemus arendas ka distsipliini, sest pidin vahel kutsuma liikmed kokku tooteid valmistama, isegi kui kõigil tuju polnud või olid muud plaanid. Üks parimaid õppetunde programmist on see, et õige meeskond on kõige tähtsam. Ilma toimiva koosluseta kaugele ei jõua, kuid meil toimis kõik hästi ja kindlasti oleks veel paremini, kui poleks ootamatult tulnud viiruspuhangut.“

**Robin:** „Firmaga tegeledes olen saanud nii positiivseid kui negatiivseid kogemusi. Firma juhtimine oli uudne kogemus võrreldes jalgpalli kapteni kogemusega, mis mul olnud



*on. Õpilasfirma juhina pidin tõukama teisi tagant ja arutama kõigi ideesid, mida kaaslased välja pakkusid. Sellega nii mõnigi minu idee jäi teostamata. Probleemsed ajad tegid kindlasti firmajuhina oleku raskemaks kuna alati pidin olema alati positiivne ja meenutama kaaslastele, et alati on olemas võimalus. See kogemus arendas minu mõtlemist ja vaateid positiivsemaks rasketel aegadel. Tiimiga töötamine oli ikkagi huvitav kogemus kuna olen harjunud ise tegutsema ning vastutama oma asjade eest. Tiimiga töötamine aitas mul arendada oskust teistega töötada ja näitas mulle kui palju lihtsamaks ja efektiivsemaks teeb see töö tegemise.*“

**Kenter:** „Õpilasfirma jooksul olen õppinud nii mõndagi. Enne õpilasfirmaga tegelema hakkamist ei olnud minul kogemust nii põhjaliku raamatupidamisega. Raamatupidamisega tegeledes olen paremini õppinud asju organiseerima ja ka aega ette planeerima. Laatadel käimisega olen ka arendanud inimestega suhtlemis oskust, kuna laatadel peab paljudele võõrastele inimesele tutvustama oma toodet huvitavalt, et nendel tekiks huvi toodet osta. Rühmas töötades olen ka õppinud paremini teistega arvestama ja teistega paremini koos töötada.“

### **Tunnustused ja saavutused**

Meie esimeseks suuremaks saavutuseks oli **Eesti õpilasfirmade reklaamivõistlusel parima kolme hulka pääsemine**. Eesti õpilasfirmade laada raames pidime osa võtma vähemalt ühest võistlusest. Meie valisime reklaamivõistluse, kus pidi esitama lühikese häälleta reklaami oma toote kohta ning parimaid näidatakse Tallinnas Kristiine ja Rocca al Mare keskustes nädal aega enne

laata. Teade parimate hulka pääsemise kohta tuli meie üllatusena, kuna video valmis Reio kätetööna ja me **otsest edu sellest ei oodanud**, teades, et mitmed firmad kasutavad professionaalide abi.

Teine saavutus tuli jällegi üllatusena mõned päevad enne Tallinna laata. **Telesaade „Ringvaade“ soovis mõningaid meie tooteid oma saatesse tutvustamiseks**. Jätsime kohe oma päeva edasised plaanid pooleli ja panime tooted postipakiga teele. Järgmisel päeval saates kuulsime juba tuttavat tagasisidet – maitset pole kaua, aga mõte on väga lahe ja huvitav. **Meie toote saates kajastumine tõi rohkem huvilisi, näiteks järgneval laadal mainisid paar klienti, et olevat näinud meie toodet telesaates**.

Viimane edukas ettevõtmine oli **EloPärli ökokohvikusse oma toodete müüki saamine**, millest oli juba eelnevalt juttu.



**Meie reklaam Eesti õpilasfirmade laadal (foto: Reio Astla)**

## Finantstulemused

Kohe firma algul otsustasime, et ei hakka palka maksuma, vaid **jaotame teenitud raha võrdselt tegevuse lõpetamisel. 6. aprilli seisuga oleme müünud 141 pakki, teenides 314 eurot.** Peamisteks tootmiskuludeks olid *chicle* (65,52 €), karbid (68,45 €) ja kleebised (55,24 €). Tagantjärgi **õppisime**, et oleks ühteist võinud osta suuremas koguses, et vähendada kulusid. Aga samas glütseriini oleks võinud osta liitri asemel pool, kuna nii palju ei kasutaks me ära. **Sellest võtame kaasa tarkuse viia läbi täpsemad arvutused ning mõelda edaspidi ostud hoolikamalt läbi.** Peamiseks turunduskuludeks oli Tallinna laada jaoks plakati printimine (12,76 €). Muude kulude hulka kuuluvad õpilasfirma registreerimistasu (5 €) ja tootenäidiste saatmine Tallinnasse „Ringvaate“ saatesse (6,8 €). **Lootsime peamise müügitulu saada laadadelt**, kuid baasaine hilinemise ning praeguse eriolukorra tõttu ei saanud me rohkematel kui kahel laadal osaleda. **Valmistusime Võru kevadlaadaks usinasti, pidades seda meie suurimaks kasumiallikaks enne firma lõpetamist.** Seal müüa plaanitud nätsu valmistamiseks on toorainet piisavalt, et valmistada ligi 80 pakki juurde, kaasneks ainult pakkide kleebiste kulu. Sellest tulenevalt on ka meie **kasum oodatust väiksem.** Firma tegevuse lõpetamisel jaotame kasumi aktsionäride vahel võrdselt isiklikuks kasutamiseks. Praegune tootevaru **laos on 18 pakki, millest 12 on antud realiseerimisele EloPärilis hinnaga 2 eurot pakk.** Selle hinna puhul arvestasime, et mõlemale osapoolele müügihind sobiks. Me ei tahtnud, poes väljamüügi hind oleks kallim laadal küsitavast hinnast (2,50 €). Ülejäänud

toorainest on kavas **teha võimalikult palju tooteid** ja need koos laos olevate pakkidega müüa kas posti teel või eriolukorra muutumisel omaalgatuslikult mõnes kaubanduskeskuses. Suuremaid turunduskulusid ei tohiks enam tekkida, seega edasised kulud peaksid olema ainult tootmiskulud. Eeldatav tulu 1 kg baasainest toodetud nätsu müügist on 325 €, tootmiskulu selle koguse kohta on 105 €.

### Kasumiaruanne (EUR) 28.10.2019 – 06.04.2020

<b>TULUD</b>	
Müügitulud	312,00
<b>TULUD KOKKU</b>	312,00
<b>KULUD</b>	
Tootmiskulud	257,39
Turunduskulud	12,76
Muud kulud	11,80
<b>KULUD KOKKU</b>	281,86
Aruandeperioodi kasum	30,14

### Bilanss (EUR) 06.04.2020

AKTIVA		PASSIVA	
Raha	150,14	Võlad	0,00
Materjal ja varud	0,00	Aktsia-kapital	120,00
Põhivara	0,00	Kasum	30,14
<b>KOKKU</b>	150,14	<b>KOKKU</b>	150,14

## Tulevik

### Müük tulevikus

Plaanis oli käia veel Võru laadal kogu laovarude ja juurde toodetava nätsupartiiga (olemasolevast toorainest) ning sealt üle jääv kaup müüa kas käest-kätte või kaubanduskeskuses otsemüügiga. Paraku jäid viiruspuhangu tõttu need plaanid ära ja

hetkel peame piirduma vaid suuremas koguses käest-kätte või interneti teel müügi.

### Potentsiaal päris firmana

Paljud kliendid soovitasid, et me võiks ka pärast õpilasfirma programmi tegeleda firmaga edasi. Meil endal käis ka see mõte peast läbi, kuna **oleks tore justnimelt sellise tootega jätkata, mis meile endile meeldib kõige rohkem.** Paraku pole meie toodet võimalik suures hulgas toota, kuna looduslikku baasainet andvaid puid on looduses vähe. Saaksime küll väheste kogustega tegeledes jätkata, kuid see poleks piisavalt tulukas, et me tulevikus ka leiva lauale saaks. Võimalik oleks tootmist muuta hõlpsamaks masinate abil, kuid masinate hinna tõttu arvame, et see samm pole riski väärt. Pakkide käsitsi valmistamiseks minev **ajakulu on liiga suur.** Meie praegune saadav tulu ei ole piisav palga maksmiseks ja **eeldatav tulu ilmselt palgakulusid ei kata,** arvestades tööjõumakse mis õpilasfirmale ei kehti. Lisaks on meil ka edasi õppimise plaanid, seega tootmine oleks keeruline ja pärast õpinguid võivad kõigil plaanid juba erineda. **Lähtuvalt positiivsest tagasisidest kaalume siiski tegevuse jätkamist kasvõi väiksemas mahus.** Näiteks saaks me toota nädalas ligikaudu 130 pakki, müüa need maha (kui suudame leida viisi otsemüügiks sarnaselt laadale) ja teenida 6-tunnise tööpäeva kohta igaüks 18,75 €, mis annaks tunnipalgaks pisut üle 3 euro. **Mõtleme küll firmaväliselt hobikorras teha isiklikuks kasutamiseks ka edaspidi nätsu, kuna oleme oma tootega väga rahul ja meil on olemas retsept.**

### Kokkuvõte

2019. aasta sügisel panime kokku õpilasfirma Mäts. Õpilasfirma programmi jooksul **oleme käinud kahel laadal,** paraku pidid mõned ära jääma. Võtsime huvitava ja väljakutset pakkuva idee, mida teostada ning lõpuks saime sellega endi arvates hästi hakkama. **Mida edasi aeg liikus, seda paremini toimivaks tiimiks saime.** Kuigi kasum on hetkel suhteliselt väike, ent siiski positiivne, arvame, et saime õpilasfirma korralikult käima. Edasised kulud oleks minimaalsed ja kasum peaks sellest lähtuvalt suurem olema, kuna saime tootmisprotsessi ning müügitöö efektiivselt käima. Võrreldes algusega on tootmine kiirem ja julgus võõrastega suhtlemisel suurem. Peamine, mis vahetevahel motivatsiooni pisut alla kiskus, oli tohutu hulk tunde, mis läks tootmisprotsessile, kuid **ilma pingutamiseta ja pühendamiseta kaugemale ei jõua.**

### Täname

Juhendaja Karmo Kurvits  
Juhendaja Andri Tallo  
ADexpert OÜ  
EloPärl OÜ  
Firma liikmete perekonnad

