



ÕPILASFIRMA CAFESSA

Viljandi Gümnaasium

Juhendaja: Külli Hiimäe-Metsar

2020/2021

SISUKORD

IDEE SÜND	
MÕTTEST TOOTENI	
MEIE TIIM	
TOOTE VÄLIMUS JA NIMI	
TOOTEST LÄHEMALT	
SAKALAST TEREVISIOONI	
VIGADEST ÕPITAKSE	
LAADAD	
POLE SIRGEID TEID	
PAKKUDES PARIMAT	
LAHENDUSE OTSINGUL	
ÜHISEL JÕUL PIKAL TEEKONNAL	
MEIE EDUSAMMUD	
FINANTSKOKKUVÕTE	
EDASISED PLAANID	

MEIE MISSIOON

Meie missiooniks on pakkuda kohvisõbrale kvaliteetset ja kiire valmistusviisiga toodet, mida on võimalik mugavalt kasutada igal ajal, ka väljaspool kodu.

TOOTE KIRJELDUS

Meie toodame kohvikotikesi, mis toimivad samamoodi nagu teepakid. See teeb mugavamaks kohvi tegemise väljaspool kodu nt reisidel ja tööl, kui ei ole võimalust kasutada kohvimasinat või presskannu. Meie toode likvideerib probleemi pätikohvi tegemisel, kus kogu kohvipuru jääb häirivalt tassi põhja. Hetkel on valikus tavaline ja piparmündi maitseline kohv. Hoolitseme ka selle eest, et toode oleks võimalikult loodussõbralik ja looduses lagunevast materjalist.

TEGEVUSE ÜLEVAADE

Oleme tegutsenud viis kuud ja müünud 149 traditsioonilise musta kohvi ja piparmündimaitselist toodet. Meie kohv on leidnud tunnustavat kajastust nii ajalehes, raadios kui ka televisioonis. Rahulolevaid kliente on Eestis ning samuti ka välismaal.

Õpilasfirma
CAFESSA
EST. 2020



ÜLEVAADE FINANTSTULEMUSTEST

KÄIVE: 809.00 eurot
KASUM: 668.04 eurot

IDEE SÜND

Kooliaasta alguses, kui neljal meie õpilasfirma liikmel oli kätte jõudmas gümnaasiumi teine aasta, mis tähendas ka õpilasfirma loomist, mille käigus pidime välja mõtlema toimiva idee. Tegime mitmeid ajurünnakuid ja idee otsinguid. Lõpuks jõudsime järelduseni, et soovime teha midagi inimestele **südamelähedast** ning **kasulikku**. Oli aega mõelda, plaanida ning lasime asjadel omasoodu kulgeda, kuniks tuli mõte meie endi juurde. Idee sündides oli õpilasfirmas liikmeid juba kogunisti viis. Mõte teha kohvikotikesi tekkis meie enda vajadusest. Kuna meie õpilasfirma kaks liiget kolisid kokku, et koolile lähemal elada, oli neil kindel soov ka hommikuti kohvi nautida. Kohvimasinat ei oleks mõtet suure raha eest kõigest paariks aastaks osta ja hommikuti oli ka võimalikult palju vaja aega säästa ning lahustuv kohv on pigem lihtsalt tülikas. Samuti lahustuva kohvi maitse ning aroom ei olnud piisavalt kvaliteetne.

Tekkis vajadus alternatiivi järele. Olime kuulnud kohvikotikestest, mille kasutamiseks oleks vaja ainult kuuma vett. Selgus, et see mida otsisime oleks võimalik tellida vaid kalli raha eest välismaalt ning ooteaeg oleks olnud mitu kuud. Meie sooviks oli ka saada paras kogus toodet, mitte vaid üheks hommikuks. Sellest tärkas idee, et miks mitte ise kohvikotikesi valmistada. Suutsime teha pooleteise kuuga valmis prototüübi ja nii sündisid meie üheks nädalaks mõeldud kohvikotikeste pakendid. Suuremad taassuletavad kotid koosnevad seitsmest maisi kiududest kohvikotikestest, mida tutvustame teistele kui kohvi kiireks hommikuks, matkale kaasa võtmiseks või lõunapausi nautimiseks.

MÕTTEST TOOTENI

Oma idee teostamist alustasime põhjaliku uurimustööga erinevatest allikatest. See tähendas detailset süvenemist kohvi ning maitsekohvi maailma. Kõigepealt millised kohvioad on kõige kvaliteetsemad.

Poeriiulitel on valik küll üsna suur, aga milline oleks meile just see õige? Ubade pealt otsustasime mitte mingil juhul kokkuhoidu teha. Meie jaoks oli esikohal toote kvaliteet.

Otsustasime, et kolmene röst ehk keskmine on kuldne kesktee. Inimesed, kellele meeldib tugev ning tummisem kohv, saavad kohvikoti hoida kauem tassis ning kellele meeldib lahjem ja kergem, saavad vähem aega hoida. Otsustamise Pauligi kohviubade kasuks. Nende oad on pärit Kesk-ja Lõuna-Ameerikast (Columbia, Brasiilia), kus kohvi taimed kasvavad 1000-2000 m kõrgusel merepinnast. Neid korjatakse käsitsi või masinaga ning röstitakse 400-kraadises õhuvoos.

Järgmiseks sukeldusime maitsekohvi maailma. Milliseid maitseid on võimalik teha, kuidas teha seda looduslikult. Meie suureks üllatuseks oli võimalik sadu erinevaid maitseid välja töötada. Alates šokolaadist, vaniljest, apelsinist, lõpetades piparmündi ning karamelliga. Kuna meie toote näol oli tegemist toiduainega pidime silmas pidama ka Eesti Terviseameti poolt paika pandud reegleid. Kirjutasime neile ning saime tagasisideks erinevaid punkte, mida peaksime jälgima. Tootmine peab toimuma kindlasti puhtas ning Terviseameti poolt heakskiidetud köögis, milleks sobib ideaalselt kooliköök. Samuti kandsime kindaid ning maske ja juuksed olid kinni. Eelmainitud tegevustele järgnesid arvutused. Kohvi koguse määrasime kohvi- ja lahustuvus omaduste järgi.

MEIE TIIM

Meie õpilasfirmas on viis liiget- Melany, Kertu, Liis, Lisell ja Laura. Igal liikmel on omad ülesanded ja ka ametikohad firmas on jagatud vastavalt. **Liis on rühma juht** ning vastutab meilide haldamise eest, vajadusel annab lisainfot. Samuti hoolitseb ta selle eest, et firmas oleks üleüldiselt asjade eest hoolt kantud ja kõik täidaksid omi ülesandeid. **Laura on kujundaja.** Tema käe läbi on sündinud meie pakendi kujundus ja ka logo. Tootmisel vastutab ta tooraine hankimise eest. **Kertu hoolitseb, et kohvipakkide tootmisel oleks kõik tehnoloogia kohaselt ettevalmistatud** ja nii nagu planeeritud. Samuti, et oleks paik, kus tooteid valmistada, et tootmisel vajalikud isikud oleksid kohal ja samuti jälgib ta, et kõik toote valmistamiseks vajalikud esemed oleksid olemas ja ka heas töökorras. Kertu kannab ka hoolt selle eest, et toode saaks korralikult pakendatud ja ostjale kohale toimetatud, kas siis käest kätte või pakiautomaadi teel. **Lisell tegeleb õpilasfirma raamatupidamise ja dokumentidega,** mis on firma puhul üks olulisemaid asju. Tema haldab ka meie õpilasfirma kodulehte. **Melany ülesandeks on sotsiaalmeedias meie toote pidev reklaamimine.** Ta haldab ka kõiki oste, mis toimuvad läbi meie reklaamkanalite. Neli meist on Viljandi gümnaasiumi majandussuuna õpilased ja üks tänu idee algatusele kaasa haaratud loodusuunast. Juba idee sündimise algusest saadik on kogu meie õpilasfirma meeskond olnud kokkuhoidev ja üksteise suhtes sõbralik ning kõigi arvamused on hästi vastu võetud ja parimad ideed ellu viidud.



Vasakult paremale: Kertu Tilk, Laura Lorup, Liis Tilk, Melany Lensin, Lisell Valgre

TOOTE VÄLIMUS JA NIMI

Toote kujundamises teadsime, et soovime suurt rõhku panna välimusele, mis annab tootele palju juurde. Esmamulje on väga oluline kliendi jaoks ning pakend peab olema kutsuv. Meie tiimi suureks tugevuseks on Laura, kellel on head silma toodete kujunduse ja disaini osas. Otsustasime, et kohvipakend peaks olema lihtne ja kujundus esteetiliselt puhas. Pakendi pealt peaks olema vajaliku informatsiooni lihtne ning mugav välja lugeda. Erinevate võimaluste vahel kaaludes otsustasime klassikalise musta pakendi kasuks, mida kahelt küljelt kaunistavad Laura poolt disainitud klepsud.

Pärast mitmeid otsinguid ja ajurünnakuid toote nime osas leidsime enda jaoks ideaalse nime, millega oleme väga rahul. Soovisime, et see tekitaks inimestes mõnusa ja hubase tunde. Sõna esimene pool *café* tuleb hispaania keelsest sõnast kohvik ning otsustasime lõppu lisada veidike eesti maisema sõnaosa *ssa*, sest see loob õdusust ja meeleolu. Kohv on nauding ning meie toode on just selleks, et päeva paremaks muuta.

PAKEND

Soovisime, et meie toodetega ei kaasneks palju prügi, mida ei oleks hiljem võimalik taaskasutada. Samuti peab pakend hoidma kohvi maitset ning aroomi.

Erinevaid võimalusi oli palju. Alates kohvikottide vaakumisse panemisest kuni õhukindlate pakenditeni. Otsustasime, et soovime kõigepealt tutvuda Eesti pakutavate võimalustega ning kui siit ei leia sobivaid pakendeid, siis vaatame välismaalt. Tiimi juht Liis otsis välja kõik pakutavad variandid, mis oleksid meile sobivad. Ta suhtles samuti ka Pakendikeskuse Tartu esinduse juhatajaga, kes pakkus meile minna koha peale ning tutvuda nende tootevalikuga. Juhataja oli valmis vaadanud paar varianti, mis olid õhukindla pakendi ning sulguriga. Samuti oli valmis Pakendikeskus meile erihinda tegema. Kuna nende pakutava pakendi puhul ei pea seda peale kasutamist kohe ära viskama, vaid saab taaskasutada näiteks marjade, küpsiste vms hoiustamiseks, siis otsustasime, et see on just meile väga sobilik. Pakend on taaskasutatav, esteetiliselt ilus ja kohvi maitse ning aroomi säilitamiseks ideaalne. Meie pakendi peal olevad kleepsud pidid olema samal ajal kutsuvad kui ka informatiivsed. Kuna toote kohta käivat teavet oli palju, siis pidid need olema ka suhteliselt suured. Meie probleemiks oli leida kvaliteetne variant, mis kohvikotide hinda suures osas ei mõjutaks. Konsulterisime erinevate ettevõtete ja trükikodadega. Pärast pikki otsinguid leidsime Tartust pärit väiketegija, kes oli valmis meid hea meelega aitama. Oleme kleepsude kvaliteediga väga rahul ning need on ka taskukohased. Oleme saanud ka oma klientidelt palju kiidusõnu meie pakendi välimuse kohta.

TOOTEST LÄHEMALT

Hetkel on meie müügiletil esindatud klassikaline must kohv ja piparmündi maiteline kohv. Õpilasfirma loomise hetkel olid meie unistused suuremad ja lootsime kindlasti luua 3-4 erinevat kohvi maitset. Kui me algul maitseid välja töötasime, saime aru, et see polegi nii lihtne. Proovisime karamelliga, kaneeliga, kardemoniga, vanilliga, kuid nende puhul oli probleem see, et selle maitse ei tulnud piisavalt tugevalt esile. Kuna piparmündi maitse tuli kohviga hästi esile, siis otsustasime just selle koos tavalise kohviga ostjale kättesaadavaks teha. Piparmünt on meie koduaedadest korjatud ja klassikalisel viisil kuivatatud. Algul oli küll väike hirm, et kas inimesed ostavad piparmündi kohvi, kuna piparmünt ja kohv pole just kõige klassikalisem kombinatsioon. Tegime kliendiuuringu, kust saime teada, et piparmündi maitselise kohvi vastu on huvi olemas. Seda tõestasid ka meie müüginumbrid, millest nägime, et piparmündi kohv on pea sama populaarne kui tavaline. Hetkeseisuga oleme müünud kokku **149** pakki, millest **72** pakki on piparmündi maitselised.

Müügitulemused 30.11.2020-06.04.2021

	Müüdud pakid (tk)
ORIGINAAL	77
PIPARMÜNT	72
KOKKU	149

Praegu on olnud tootmise juures oluline osa **käsitööl**, mistõttu on ka tootmine üsna palju aega võtlev. Kohvioad jahvatame ise väikse kohviveskiga, eraldi jahvatame ka piparmündi. Alustuseks ostsimegi väiksema kohviveski, kuna meie eelarve ei

võimaldanud suuremat osta. Plaanisime küll hiljem suurema osta, kuid saime edukalt ka väiksema kohviveskiga hakkama, seega ei pidanud me seda vajalikuks. Peale jahvatamist laseme kohvil jahtuda toatemperatuuril, et vältida kohvi kiiret rikkumist. Samal ajal on ka oluline, et kohv liiga kaua ei jahtuks, kuna mida kauem kohv lahtiselt seisab, seda rohkem kaotab ta oma aroomi ja maitset. Seega jahvatame kohvi väga väikeste koguste kaupa ja pausidega, et kohviveski liiga kuumaks ei läheks. Seejärel paneme kohvi kohvikotikestesse ja pakendisse. Kohvikotikestele lõikame ja kinnitame ise otsad, millest saab kohvikotikest kinni hoida. Tootmisel osalevad kõik firma liikmed, mis aitab seda protsessi muuta kiiremaks ja produktiivsemaks. Samal ajal kui kaks liiget jahvatavad, saavad teised juba panna kohvi kohvikotikestesse ja pakendisse.

TURUNDUS

Otsustasime, et soovime oma sotsiaalmeediakanalites (Instagram, Facebook) kasutada kvaliteetseid fotosid ning võtsime ühendust tuttava noore fotograafi Maarja Voldiga. Ta aitas meil teha pildid, mis oma emotsiooni ja kvaliteediga toetasid kindlasti meie müüki.

Instagrami ja **Facebooki** postitasime iganädalaselt midagi uut.
<https://www.facebook.com/Cafessa-105955721313905/>

https://www.instagram.com/cafessa_of/
Otsustasime pühenduda nii Instagramile kui Facebookile kuna neid suhtluskanaleid jälgib igapäevaselt väga suur hulk inimesi. Hoidsime kursis oma jälgijaid laadega ning samuti tegevustega, mis meil parajasti käsil oli.

Facebookis ja Instagramis on üleval meie toodete valik ja hinnad. Sealt kaudu saab

ka meie tooteid osta. Oleme väga paindlikud ning valmis tulema vastu erinevate klientide soovidele. Näiteks kui klient soovib erikujundusega pakendit, siis oleme valmis selle tegema. Samuti saab klient valida endale sobiva transpordiliigi. Viljandis oleme nõus ka käest kätte andma, et ei lisanduks postikulu. Kui klient soovib suuremas või väiksemas koguses kohvikotike pakki, siis samuti saab koguseid vajaduse vastavalt muuta.

SAKALAST TEREVISIOONI

Meie toodeteni on paljud inimesed jõudnud tänu sotsiaalmeediale. Nii leidis meid ka üles **Sakala** ajakirjanik Sigrid Koorep, kes soovis meist kirjutada artikli. Nimelt oli tema poeg meie kohvi ostanud. Meie toode oli jätnud talle väga hea mulje õpilasfirma tegevustest ning ta soovis teistele linnaelanikele tutvustada Cafessa kohvi.

<https://sakala.postimees.ee/7135007/tudrukud-hakkasid-kiiret-kohvi-tootma>

Pärast artikli ilmumist kasvas ostjate huvi meie toodete vastu veelgi. Meie suureks üllatuseks võtsid **Terevisioonis** sõna Kaire Vilgats ja Tagmar Oja, kes tõid meie toote ajalehetuvustuse väljal ja avaldasid arvamust õpilasfirma kui väga huvitava ettevõtmise kohta üleüldse. Neile meeldis väga meie idee ning ettevõtlikkus. Samuti võttis meiega ühendust **Vikerraadio** hommikusaate juht, kes soovitas meie kohvi proovida. Pärast seda kui olime saanud nii palju meediakajastust võtsid paljud inimesed üle Eesti meiega ühendust. Saime vajaliku tagasisidet ning tellimuste arv kasvas ligikaudu **40%**. Selline ostuhuvi motiveeris ja julgustas meid tegutsemisel ja tundsimel, et teeme õiget asja.

Võtsime ühendust ka Jaana Hinnoga, kes tegeleb Facebooki grupiga Mina toetan

Viljandimaad. Selle eesmärgiks oli toetada Viljandimaa ettevõtteid ning teha neile tasuta reklaami, et seeläbi tõsta nende müüginumbreid. Jaana oli lahkelt nõus meie kohvi inimestele tutvustama ning samuti jagas meie lehte Facebookis.

VIGADEST ÕPITAKSE

Tänu reklaamile saime endale enne jõule ootamatult palju kliente, milleks me polnud valmistunud. Tellimusi tuli korraga oodatust palju enam. Pidime tellima juurde kiiruga tooraineid ja materjali, kuid enne pühi pakid ei liikunud. Saime küll paljud tellimused täidetud, kuid osadele klientidele toimetasime pakid viivitusega. See tekitas meis ebamugavustunnet klientide ees, kuid see oli õpetuseks edaspidiseks arvestuseks. Edaspidi oleme tootnud korraga suuremates kogustes, et valmistuda suuremaks müügiks ja vältida olukordi, kus peame vabandama klientide ees.

LAADAD

Esimeseks laadaks oli meile **Viljandi Gümnaasiumis korraldatud jõululaat**, kus saime väga hea müügikogemuse, sest olime kogu koolipere tähelepanu all ja koolikaaslased on head tagasisidestajad. Pärast laata saime ka palju positiivset tagasisidet õpetajatelt, mis andis meile indu juurde. Toodi välja et meie pakend on esteetiliselt väga kaunis ning müügilaual pilkupüüdev. Nende arvates on meie toote lahendus uudne ja huvitav. Põhilisteks ostjateks olid õpetajad ning õpilased. Müüsimise kokku **30** toodet ning panime kirja **8** tellimust. Pärast esimest laata tekkisid meile isegi paar püsiklienti, kes tellisid suuremas koguses ette ning kui kohv otsa sai, siis tegid uued tellimused.

Järgmine laat oli meil **Viljandi linna jõululaat**, kuhu olid mitmed inimesed just

Cafessa toodete pärast kohale tulnud, sest meedia oli meid juba tuntuks teinud. Olime juba ühe laada võrra kogenumad ning müügijutt tuli hästi välja. Meil läks edukalt ja müüsimise maha kõik valmis tehtud tooted. Samuti panime kirja 10 tellimust, mida järgmistel päevadel hoogsalt asusime täitma.

Samuti võtsime osa ka **Eesti õpilasfirma virtuaalsest laadast**. Esmakordselt saime võtta osa veebilaadast, mis oli omamoodi huvitav kogemus. Esimese suurema laada suhtes olid meil ootused küllaltki kõrged, sest arvasime, et külastajaid tuleb rohkem ja pea iga klient ostab meie toote. Oletasime, et meie päeva käive võib olla ligi 150€. Kuna laat toimus internetis, siis tegime ettevalmistusi juba varem. Alustasime ettevalmistustega kaks nädalat enne laadapäeva. Näiteks hakkasime tooteid juurde tootma kaks nädalat enne laata. Laadapäevaks oli meil valminud laadaboks, kus jooksis tagataustal Cafessa toodetest pilt, laual olid kaunistuseks tulukesed ja näidiseks tooted. Tegime just sellise laadaboksi, et kliendi jaoks paista viisaka, usaldusväärse ja meeldejääva firmana. Olime laada ettevalmistuseks teinud ajagraafiku, kus jaotasime firma liikmete vahel ära ajaliselt laadast osavõtu. Samuti koostasime tellimuslehe, et inimesed saaksid meie tooteid mugavalt ja kiirelt tellida. Olime tootnud laadapäevaks juurde **30** originaalset ja **15** piparmündi maitselist toodet, et saaksime inimestele esimesel võimalusel need kätte toimetada. Väikeseks pettumuseks oli see, et külastajaid oli oodatust vähem, kuna lootsime oma tooteid tutvustada umbes 30 kliendile. Olime arvanud, et vähemalt laadapäeva lõpul tulevad ostjad, kuid viimase tunni jooksul ei käinud meil ühtegi huvilist. Sellest oli meil oli kahju, aga me ei lasknud ennast sellest väga

häirida. Teadsime, et andsime endast parima ja nägime vaeva ning see tegelikult tasus ära, kuna kogemustepagas on meil tänu sellele tagasilöögi kogemusele eduelamuste jadas suurem. Meie boksi külastas päeva jooksul 17 inimest. Terve päeva peale tehti kokku 5 tellimust, osteti 16 toodet. Päeva käibega olime rahul, sest see oli 87€. Laat kestis 6 tundi ja seega teenisime tunnis 14,50 eurot, mis on majanduslikus aspektis meie jaoks üpriski hea tulemus.



Vasakult paremale: Liis Tilk, Lisell Valgre, Melany Lensin, Kertu Tilk

POLE SIRGEID TEID

Õpilasfirma alguses oli meie esialgseks ideeks hoopis kummikommi tootmine looduslikest toorainetest. Katsetades me ei saavutanud nendega soovitud tulemust. Esialgsed katsetused nurjusid, kuna saime tulemuseks tarretise, mis oli oodatud imemaitsvast kummisest maiustusest väga kaugel. Seejärel tegelesime kohe uute lahenduste otsimisega, et teha midagi vajalikku ja sobivat, mida saaksime inimestele pakkuda.

Kui olime otsustanud hakata tootma kohvikotikesi, siis meie järgmiseks probleemseks ülesandeks erinevate maitsete väljatöötamine kohvile, sest olime kindlad, et meie kohv peab olema eriline. Pidime tegema mitmetel päevadel palju

katsetusi, mis võttis väga suure aja ja ka raha toote arendamise osas. Meil ei tulnud paljud soovitud maitset kohe välja, kuid me ei kaotanud lootust ning proovisime seni, kuni saavutasime enda jaoks rahuldava tulemuse. Jätkasime, kuni kujunesid toodetena välja piparmündi ja originaal kohv. Alahindasime toodete valmistamise protsessi keerukust - me ei arvanud, et kohvi jahvatamise ja doseerimise täpsus on nii oluline. Retsept on ärisaladus, mis nõudis sellele väärilist vaeva ja uurimistööd.

PAKKUDES PARIMAT

Meie meeskonna idee teostamiseks panustasime oma tegevusse palju energiat ja aega, et saada oma eesmärgid õpilasfirmas täidetud. Tegime erinevaid katsetusi ja ettevalmistusi, et jõuda tulemuseni, kus saaksime oma klientidele pakkuda just parimat. Saime peale kooli ja pea iga nädalavahetus kokku, et panustada võimalikult palju õpilasfirmas käivitamisele ja ärimudeli läbi mõtlemisele. Teekond toote valmistamiseni on olnud keerukas just maitsete väljatöötamise tõttu. Esimesed katsetused olid vanilliekstrakti, kaneeli, piparkoogimaitseaine, kakao, šokolaadi ja karamelliga. Need maitsetundusid ju nii loomulikud ja eeldasime, et need maitsevad kindlasti ka meie ostjatele. Soovitud maitse saamiseks purustasime maitseained koos kohviubadega veskis ära, pakendasime kohvikotikesse ja siis proovisime, kas tuli soovitud tulemus. Vanilliekstraktiga tegime erinevaid variante, et katsetada, kuidas vanillimaitse jääks kohviubadele külge. Hoidsime 24h kohviube vanilliekstraktis ja siis purustasime oad koos uue koguse vanilliekstraktiga. Kahjuks see katsetus nurjus nagu mitmed teisedki. Olime juba peaaegu lootust kaotamas, kuid me ei ole

loobujad, kes kergekäeliselt alla annavad. Järgmised põhjalikud katsetused tulid piparmündiga. Eelnevalt purustasime kohviveskis piparmündi ning hiljem lisasime veskisse juurde kohvioad, millest tekkis kohvipuru. Samuti esimesed katsetused nurjusid, kuid siis lõpuks jõudsimme koguseni, mis andis kohvile juurde piparmündi meki. Uue maitse väljatöötamine tekitas meis nii suur rõõmu ja ootusärevust klientidele pakkumise osas. Enne klientideni jõudmist andsime maitsta kohvi erinevatele tuttavatele, kes on ise kohviarmastajad. Saime asjakohast tagasisidet, mille abil saime korrigeerida oma toodet.

Oleme pakkunud oma kohvikotikesi ligi sajale kliendile, kes on andnud positiivse ja meeldiva tagasiside. Kliendid on kiitnud toote kvaliteeti, maitset, mugavust, välimust ja sobivust isegi poeriiulile. Paljudest meie klientidest on saanud püsikliendid, kes tellivad meie käest tooteid pidevalt. Nende klientide hommik algab tassitäie Cafessa kohviga, mida saavad nautida valmistades kohvi kiirelt ja mugavalt. Püsikliendid teevad meile uue tellimuse, kui eelnevad kohvikotid on otsakorral. Hindame oma kliente ja nende tagasisidet väga, ning kohandame oma toodet vastavalt klientide ettepanekutele kohvi tugevuse ja maitse sobivuse osas. Samuti on meile soovitatud erinevaid kohviube, millest võiksime oma toota. Meil on väga suur au ja hea meel, et saame inimeste päeva muuta erksamaks oma tootega.

LAHENDUSE OTSINGUL

Meil tekkisid mõningad murekohad kohvikotikeste kvaliteedi osas. Tellitavad kotid ei tohtinud olla liiga õhukesed, sest muidu oli oht purunemisel. Samas ei tohtinud need olla ka mitmekihilised, sest

siis ei oleks kohvi maitse läbi tulnud. Leidsime enda jaoks hea variandi kuid selgus, et kohv ei tahtnud kotikestest imenduda läbi ning see jäi lahja. Pidime kiiremas korras olukorda parandama, kuid me ei teadnud kuidas. Esialgseks lahenduseks leidsime võimaluse augustada kotikesi pisikeste looma harjakestega, mida seotasime loomapoest. Augustamine oli tülikas ning nõudis tootmisprotsessis väga palju aega.

Lõpuks leidsime lahenduseks maisikiududest kohvikotikesed, mis lasevad kohvi maitset ja aroomil ilusti läbi. Nii saime hoida aega kokku ja efektiivsemalt toota. Samuti on kotid biolagunevad.



Vasakult paremale: Liis Tilk, Melany Lensin

ÜHISEL JÕUL PIKAL TEEKONNAL

Meie tugevusteks on kokkuhoidmine, võrdsele töösse panustamine, üksteise mõistmine ja südamest tegutsemine. Oleme suutnud igale konfliktile leida kõigile sobiva lahenduse kuulates teiste liikmete mõtteid ja ettepanekuid.

Tegime reeglid firma ja päriselu vahele, et suuremaid arusaamatusi vältida, mis lõpuks võib meid omavahel lahku lüüa. Reegliteks seadsime üksteise mõistmist, toetamist ja ettepanekute lõpuni kuulamise. Juhul kui firma liige ei jõua oma ülesande täidetud, siis tulevad teised appi oma tuge pakkuma. Leiame igas

olukorras positiivsust ning mõistmist ja toetame üksteist. Hindame ausust ja oma arvamuse julget avaldamist, kuna see arendab meeskonda ja firmat edasi. Meeskonnas on iga liige väga olulisel kohal, kuna igaühes meis peitub firma jõud ja eripära. Meie koostöö ja jõudude ühendamise tulemuseks saime käima oma õpilasfirma, mis on sujunud väga edukalt, kuna tööd tehes nautisime üksteise seltskonda visates nalja ja kuulates head muusikat, mis andis tööle efektiivsust ja tootele head energiat juurde. Tunneme, et sobime ärimaailma hästi ja saame koos edukalt arendada oma ideid.

MEIE EDUSAMMUD

Oleme olnud aktiivsed nii sotsiaalmeedias ja jäänud silma kohalikule ajalehele Sakala, kes on meid mitu korda kajastanud oma ajalehes ja viinud läbi intervjuu. Samuti on meie toode jõudnud Norra ühe kliendini, kes andis meile meeldiva tagasiside toote mugava pakenduse, kohviaroomi ja piparmündi mõnusa maitse osas. Oleme oma tehtud tööga rahul ning sel teekonnal väga palju õppinud nii üksteise kohta kui ka põhitõdesid firma toimimise osas. Õpilasfirma programm on andnud meile algteadmised, kuidas alustada oma firmat ja seda toimivana hoida. Õppisime lahendama erinevaid probleeme ning arendasime oma koostööoskust väga palju edasi. Õpilasfirma tegevus on meis kasvatanud julgust seada suuremaid eesmärke ja pürgida kõrgemale.

FINANTSKOKKUVÕTE

Osalesime sügisel oma õpilasfirmaga Viljandi Noortevolikogu sündmusel VNV 48, kust saime oma õpilasfirma tegevuse alustamiseks 305 eurot toetust. Meie aktsiakapitali suurus on 175 eurot, mis

jagunes võrdselt firma liikmete vahel ära. Algul kulus meil päris palju raha kohvi proovimisele ja erinevate maitsete välja töötamisele. Esimene suurem investeering oli meil kohviveski. Edasised suuremad kulutused läksid toorainetele, mille tellisime tootmisprotsessi jaoks. Samuti kulus raha turundamisse nagu toodete pildistamine hobifotograafi juures.

Toote hinna kujundamisel arvestasime toote omahinnaga ja konkurentide hinnaga. Samuti tahtsime, et toote hind oleks võimalikult taskukohane pea kõigile. Hinna kujundamisel võtsime arvesse, et saaksime müües oma soovitud kasumi.

Cafessa hinnakiri

Kohvikotikesed ORIGINAAL	5€
Kohvikotikesed PIPARMÜNT	6€

Firma alustamisel tutvustasime oma toodet Paulig AS-i turundujuhi Gerda-Marie Eskole ja saime neilt toetust 8 kg kohviubadega, mis oli meile hea start. Hiljem oleme ostnud kõik kohvioad ise. Suureks abiks oli meile ka Tartust Aivar Täpsi, kes lasi meie soovitud kleebised välja väga mõistliku hinnaga. Ühe kleebise, mille suurus on 11x17 cm, hind oli ligikaudu 0.4 eurot. Kui küsisime ühelt viljandi ettevõttelt hinnapakumist, siis selle puhul oleks olnud ühe kleebise hind 2 eurot. Algul oli meie eesmärk maha müüa 100 toodet, kuid praeguseks oleme maha müünud **149** pakki, mis ületas meie eesmärgi ja selle üle on meil väga hea meel. Oleme seadnud ka juba kõrgemad eesmärgid, et oleks mille poole edasi püüelda. Peamised kulutused läksid pakendite, kleebiste, kohviubade ja kohvikotikeste peale. Meie toote puhul on suurem rõhk käsitööl, seega võttis juba ainuüksi tootmine üsna palju aega.

Kasumiaruanne 16.09.2020-06.04.2020

TULUD KOKKU (eur)	1114
Sh. müügikäive	809.00
Sh.toetus	305.00
KULUD KOKKU (eur)	445.96
Tootmiskulud	400.96
Turundus	20.00
Muu	25.00
KASUM	668.40

Bilanss 06.04.2021

AKTIVA	EUR	PASSIVA	EUR
Raha	778.29	Võlad	0
Materjal	33.76	Aksia-kapital	175.00
Põhivara	29.99	Kasum	668.04
KOKKU	843.04	KOKKU	843.04

EDASISED PLAANID

Sel teekonnaval oleme nii palju enda firma liikmetega juurde saanud ning õppinud. Kavatsame neid teadmisi ja oskusi kindlasti tulevikus kasutada erinevate projektide ja firma arendamise juures. Meie firmat näeme tulevikus ette ka väljaspool Eesti turgu. Firma loomise alguses oli koheselt meil tunne, et tahame midagi suurt ja võimast korda saata ning sellega kaugele jõuda. Meie ideel võib olla tulevikku kuna inimesed reisivad järjest rohkem ning ka soov lihtsama kohvijoogi saamiseks kasvab järjest enam. Samuti kasvab inimeste elutempo. Plaanime tulevikus saada oma toote müüki poekettidele ning proovime kohvikotikeste maitseid edasi arendada. Uurime hetkel

erinevaid võimalusi kuidas toodet automatiseerida ning viia toote tootmine üle käsitöölt masin tööjõule. Oleme võtnud ühendust erinevate firmadega ning hetkel ootame oma kirjadele vastuseid. Sooviksime jätkuvalt oma toodet toota Eesti piires. Sooviksime toodet edasi arendada kuna kahe laada kokkuvõtteks ja ka internetimüügi tulemusena on paljud inimesed uurinud teistsuguste maitsete kohta. Palju on uuritud karamelli maitse kohta. Praeguseks oleme seda maitset katsetanud ning ei ole veel suutnud saavutada soovitud maitset. Hetkel on karamelli lisamisel kohvi enda maitse liiga lahjaks jäänud ning proovime nende kahe komponendi tasakaalu paika saada. Eriolukorra tõttu on olnud meil vähene kogemus laatadel müüa. Selle tõttu plaanime suvel käia võimalikult paljudel laatadel ning saada kogemusi juurde. Meie toodet on võimalik tulevikus müüa e-poodides ja ka kliendini toimetamine tellimuste korral pakiautomaatidesse on mugav, seega internetimüügi arendamine on vajalik ja perspektiivikas.

Tänuõnad

Suur tänu Teile

Juhendaja: Külli-Hiiemäe Metsar

Kallid koostööpartnerid: Junior

Achievement Eesti SA, Paulig Eesti,

Viljandi Gümnaasium, Viljandi linn ja

noortevolikogu, Viljandimaa

arenduskeskus



Viljandi
Noortevolikogu

