Tallinna 21. Kool

Borto

Juhendajad: Ander Hindremäe ja Epp Vodja
Mentor: Luulea Lääne ja Laura Lisa Rikkand

2018/2019

AASTA LÜHIKOKKUVÕTE

SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE 2

ESIMESED SAMMUD ÕPILASFIRMANA 3

TÖÖJÕUKRIIS EESTIS 4

KÄSITÖÖST MASSTOODANGUNI 6

MEESKOND KUI BÄND 6

TURUNDUSKANALID 7

MAJANDUSANALÜÜS 9

TULEVIKUPERSPEKTIIV – MIS EDASI? 11

MISSIOON

Soovime anda oma panuse ületarbimise vähendamiseks, tuues keskkonnasäästliku tootmise põhimõttel turule multi-funktsionaalsed kauakestvad tooted.

TOODE

Õpilasfirma Borto toodab pärisnahast kaks-ühes käe-seljakotte, mille unikaalsus seisneb lihtsasti ümbertõstetatavates sangades. Kotte on saadaval paljudes erinevates värvitoonides. Meie kott on uhkusega disainitud ja toodetud Eestis.

TOOTE EELISED

- Kõrge kvaliteet
- Rahuldab reaalseid igapäevaseid vajadusi
- Keskkonnahoidlikkus ja kauakestvus
- Rühile kasulik
- Firmale kasumlik

FINANTSTULEMUSTE KOKKUVÕTE

- Käive: 2634.25€
- Kasum: 1109.94€
- Kotte müüdud: 22
- Täitmata tellimusi: 21

NIME SÜND

Firmale nime valimine oli pikk protsess. Me tahtsime olla kindlad, et nimi sobiks tootega kokku ning oleks potentsiaalsetele klientidele atraktiivne. Lõpuks jäi kaalukausile kaks nime, mille seast valisime hääletuse kaudu Borto. Nimi tuleb ladinakeelsest sõnast *porto,* mis tähendab eesti keeles “kandma” ja täht *b* sümboliseerib ingliskeelset sõna *bag* (eesti keeles “kott”).

HINNANG TEGEVUSELE

Õppeaasta alguses oli meil eesmärgiks luua toode, mis eristuks oma värskusega teistest õpilasfirmadest ning millega me ennekõike ise rahul oleksime. Nüüd, pool aastat hiljem, saame öelda, et oleme oma eesmärgi saavutanud. Protsess on olnud vaevarikas, täis lugematul arvul tagasilööke ja raskusi. Müüma saime hakata alles veebruarikuus ja isegi pärast edukat esmamüüki tuli ette mitmeid takistusi. Kuid kõigele vaatamata ei andnud me alla ja lõime midagi, millega me ise ja ka meie kliendid on rahul.

ESIMESED SAMMUD ÕPILASFIRMANA

ÕF Borto sündis 2018. aasta septembrikuus, kui pärast pikki arutelusid kaaslastega otsustasime hakata turule tooma funktsionaalseid kaks-ühes käe-seljakotte. Mõte luua just selline toode tulenes otseselt meie enda vajadustest – oleme ju ise veel õpilased ning peame iga päev kandma raskeid kotte, riskides sealjuures rühiprobleemide ning seljahädadega. Meie toode aga võimaldab soliidsest käekotist teha mugava seljakoti vaid mõne sekundiga.

Alguses tundus meile, et hea idee peale tulek on üks raskemaid osi õpilasfirma loomise juures ja sealt edasi peaks teekond minema vaid ülesmäge. Arvasime kõik sinisilmselt, et koti kokku panemiseks on vaja nahka, niiti ja õmblejat, kuid eksisime rängalt. Üsna ruttu hakkas lisanduma erinevaid lisaosi ja detaile, mida kvaliteetsel kotil kindlalt vaja on. Varsti saime aru, et meie puhul osutub tõeliseks proovikiviks hoopis disaini väljatöötamine ning õige tooraine ja õmbleja leidmine. Algas küllaltki pikk ja keeruline tootearendusprotsess, mille jooksul ajasime mööda Tallinnat taga kõikvõimalikke materjale ning pidasime läbirääkimisi õmblejatega; aegamisi kujunes välja lõplik disain. Koti esmane prototüüp valmis alles novembris. Seda eelkõige seetõttu, et me ei olnud nõus hea kvaliteedi arvelt kompromisse tegema, pigem olime valmis oma tahtmise saamiseks rohkem aega ohverdama. Panime omale eesmärgiks müüa mai lõpuks 75 kotti, kuid peagi saime aru, et esiteks pikendame tööaega kindlasti augusti lõpuni ja teiseks, et see oli vähemalt esialgu väga ebareaalne eesmärk.

KOTIST LÄHEMALT

Koti disaini on täielikult välja mõelnud Borto meeskond. Olemaks kindlad koti kvaliteedis, on meid abistanud nahadisaini õppinud õmbleja. Kotti disainides oli meile esmatähtis, et seda oleks lihtne ja mugav kasutada ning et see rahuldaks meie endi igapäevaseid vajadusi.
Multifunktsionaalsus mängis meie jaoks suurt rolli. Sellepärast tegimegi Borto piisavalt suureks, et ta mahutaks igapäevaseid tarbeesemed: rüperaali, õpikuid, veepudelit jpm. Et kott oleks võimalikult vastupidav, otsisime õigeid tarvikuid paljudest erinevatest Tallinna poodidest. Et olla kindlad koti tugevuses, testisime ka ise koti kandevõimet. Garanteerime, et kott kannatab kindlasti kuni 8-kilogrammist raskust, katsetuste põhjal rohkemgi. Bortot on võimalik kanda nii selja- kui ka käekotina, seda tänu ümbertõstetavatele sangadele. Sangade otsas on karabiinid, mis on liigutatavad vastavalt vajadusele. Kotti saab soetada erinevates värvides: leidub musta, pruuni, punast, kollast jpm. Täpset värvivalikut saab vaadata meie kodulehelt[1].

[1] ÕF Borto https://borto.ee/

BORTO SOTSIAALNE ASPEKT

Meie tootel ei ole praktiline väärtus mitte lihtsalt argielus, vaid ka keskkonnahoiu seisukohalt. Oma kaks-ühes käe-seljakotiga soovime vähendada kaasaegse ühiskonna globaalseid probleeme nagu ületarbimine ja ületootmine. Ostes Borto, on võimalik kahe erineva funktsiooniga koti asemel soetada üks ja praktiline, mida saab kanda igas olukorras. Oleme otsustanud kasutada tootmisel vaid naturaalset lehmanahka, et tagada koti kvaliteet ning vastupidavus pikkadeks aastateks. Erinevalt näiteks kunstnahast on tegu naturaalse materjaliga, mis ei kujuta pikemas perspektiivis tõsisemat ohtu ei loodusele ega keskkonnale üldiselt. Julgeme oma õpilasfirmat nimetada ka keskkonnasäästlikkuse põhimõttel toimivaks, kuna kasutame tootmisel vaid jalatsitehasesse seisma jäänud nahaülejääke, seega panustame oma kottidega uuskasutusse. Niimoodi saab tehaski meie tegevusest vabanenud laopinna näol kasu. Lisaks jääb neile nahajääkide pealt teenitav otsene tulu.

TÖÖJÕUKRIIS EESTIS

Peale disaini väljatöötamise ning materjali otsimise ootas meid ees suurem katsumus: õmbleja leidmine – täpsemalt sellise õmbleja, kellel oleksid teadmised ning vahendid nahatöötlemise vallas, kes oleks huvitatud masstoodangust ning seda kõike aktsepteeritava hinna ning ajakulu juures.

Püüdnud luua kontakte mitmete õmblejatega, saime ruttu aru, mida kujutab endast tööjõukriis teatud valdkonnas. Väikses Eestis võib tekstiiliõmblejaid olla külluses, kuid vastavate oskustega nahaõmblejaid leidub vaid käputäis. Piltlikult öeldes esines kõikide õmblejatega üks neljast probleemist: liiga kallis, liiga lohakas, liiga aeganõudev või puudulik huvi masstoodangu vastu. Seega kujunes õmbleja otsimine ja nendega suhtlemine kõige ajamahukamaks tööks, mis paratamatult röövis meie pingutustele vaatamata väga palju aega ning jättis meid müügitööst esialgu kõrvale.

Läbirääkimistest reaalse koostööni jõudsime kolme erineva õmblejaga. Juurde võib veel mainida, et oleme ühendust võtnud veel paljude teistegi õmblejatega ning uute võimaluste otsimisega nii tuttavate kui ka neti kaudu oleme aktiivselt tegelenud kogu aasta vältel. Kokku kontakteerusime aasta vältel 22 õmblejaga, kes on õppinud naha õmblemist – nii Tallinnast kui ka muudest linnadest üle Eesti.

Suurem õmblejate otsimine algas oktoobris, kui hakkasime otsima kontakte ja koostama e-maile. Suurema e-maili laviini saatsime laiali kaks korda. Esimene kord oktoobris kirjutasime kolmeteistkümnele potentsiaalsele õmblejale. Nendest vastas meile viis, kusjuures kolm olid eitavad vastused, üks oli parasjagu kolimas, aga viimane oli huvitatud. Temaga järgnes tundide kaupa konsultatsioone, inspiratsiooni, lahenduste ja materjali

otsimist, lõigete ja prototüübi koostamist. Peale eduka prototüübi valmistamist olime siiski liiga väikse tootmisvõimsuse ja tootmise eest liiga suure rahasumma tõttu sunnitud koostööst loobuma. Kuna olime tema prototüübiga väga rahul, oli meil selle partnerluse katkemisest enam kui kahju.

Liikusime edasi õmbleja juurde, kes hetk enne kolis, ent nüüd oli koostööst siiski huvitatud. Tema soovil kulutasime mitu head nädalat, et tuulata läbi iga viimne kui õmblustarvetepood Tallinnas ja selle lähiümbruses, et leida just tema jaoks erinevaid spetsiifilisi vahendeid. Ka see koostöö nurjus hiljem seetõttu, et selgus, et õmblejal ei olnud muude tööde kõrvalt piisavalt aega tegeleda meie koti tootmisega.

Teine sahmakas e-maile läks teele märtsis. Sedapuhku oli neid üheksa. Kirjutasime uuesti ka osadele neile õmblejatele, kes oktoobris meile ei vastanud. Seegi kord sai seda tehtud asjata – nüüdki ei saanud isegi mitte eitavat vastust. Teatav üllatus oli näha sellist suhtumist potentsiaalsetesse klientidesse ja elementaarse viisakuse puudumist ärimaailmas.
Uued kontaktid, kes olid värskelt otsingumootor Google'i tagumistest nurkadest välja tulnud, ei andnud ka väga head tulemust. Vastuse saime ainult kahelt firmalt. Esimene ei soovinud koostööd teha, kuid pakkus suure hinnaga üht vana õmblusmasinat müüa! Sellest me paraku viisakalt loobusime. Teine küsis pilte ja jooniseid, kuid pärast nende teele läkitamist haihtus ka tema huvi. Vahepeal saime veel mitmeid eitavaid vastuseid erinevatel põhjustel. Nõndaviisi saimegi tunda Eestis teravalt esile tõusnud tööjõukriisi täitsa omal nahal.
Kohal oleme lõpuks käinud nelja tootja juures: Marguse, Merle ja Raivo nahatöökodades ja nüüd siis ka tehases, kus toimub meie õmblustöö praegu.

HUVITAVAD SEIGAD ÕMBLEJATEGA

Kõige esimesena pöördusime nahaõmbleja Marguse juurde, kelle leidsime tutvuste kaudu. Temaga läbirääkimisi pidades sai aga kiiresti selgeks, et mees peab lugu eelkõige iseenda visioonist ning eirab teadlikult kõiki meie mõtteid ja ideid. Lisaks sellele ei olnud ta valmis sõlmima pikaajalisemat lepingut ning ootas meilt liiga suurt tasu, mida meil ei olnud võimalik maksta. Valmis ka üks täielikult ebaõnnestunud prototüüp, kus meie tungivalt soovitud nahast sangad oli õmbleja omaalgatuslikult aja ja energia kokkuhoiu mõttes asendanud odava nailonnööriga ning mis seetõttu sai meil omakeskis hellitavalt nimeks ''sussikott''. Sellise vabameelse disaini eest soovis Margus saada autoriõigust koos suurte autoritasudega ning me ei näinud enam võimalust seda koostööd jätkata.
Seejärel leidsime internetiavarustest spetsiaalselt nahadisaini õppinud Merle, kes oma professionaalse suhtumisega oli abiks nii nõu kui ka jõuga. Tema toel sündiski meie lõplik disain ning kvaliteetne prototüüp. Kahjuks oli Merle siiski eelkõige disainer, kelle jõudlus jäi oluliselt alla meie nõudlusele, samal ajal kui meie maksevõime jäi alla tema palgasoovile. Lisaks ei olnud ta otseselt huvitatud ei masstoodangust ega pikemast koostööst.

Koos lõigete ning prototüübiga suundusime nüüd hoopis Raivo juurde, kelle suhtumine oli mõistlik, hinnad talutavad ning ka töövõimekus arvestatav. Seda kõike aga seni, kuni mõistsime, et vaatamata eelnevalt loetletule puudub tal see peamine – oskus korrektselt

õmmelda. Hirmuga vaatasime pealt, kuidas mehe põhilisteks töövahenditeks olid triikraud, haamer ja välgumihkel, kõik õmblused olid lohakad ning tulemusel puudus esinduslik välimus. Lisaks sellele oli tal pidevalt probleeme toorainega: küll läks vaja ühte kõvendusvahtu, siis aga hoopis teist liimiriiet, kindlat sorti lukke või kontaktliimi. Pärast mitut nädalat nõutult mööda erinevaid poode jooksmist selgus aga, et Raivol oli vaja teha ainult üks telefonikõne tuttavale ning kõik vajalikud vahendid olid olemas. Viimaks otsustas Raivo paar päeva enne kokkulepitud lepingu allkirjastamist, et läheb teadmata ajaks Soome. Selline vahejuhtum leidis aset enne suurt Eesti Õpilasfirmade laata ning lõi meid üsna rivist välja. Olime arvestanud, et saame laadale palju kotte kaasa võtta, aga selleks ajaks oli ta valmis saanud vaid viis. Olime jälle ilma õmblejata ning justkui alguspunktis tagasi.

KÄSITÖÖST MASSTOODANGUNI

Mõistes kirjeldatud olukorra tõsidust, jõudsime kevade hakul arusaamale, et tehases tootmine oleks igas mõttes palju efektiivsem ja mõttekam variant. Seega hakkasime otsima võimalusi tootmise tehasesse suunamiseks. Sobiva koostööpartneri leidmine ei olnud sugugi kerge, selleks ajaks tekkinud tutvuste kaudu saime küll esialgseid kontakte, ent toimusid siiski pikad otsingud, millele järgnesid läbirääkimised ning muudatused tootmisprotsessis.

Juba pärast esimest tehasekülastust ja esimeste kottide valmimist saime aru, et see oli meie ainuõige valik. Algselt pidasime oluliseks, et meie toote näol oleks tegu käsitööga, ent peale reaalset kokkupuudet erinevate õmblejatega mõistsime, et käsitöö ja kvaliteedi vahele ei saa ilmtingimata võrdusmärki panna, sest tehase toodangul on isegi palju suurem kvaliteedikontroll kui käsitööl. ‘’Käsitöö’’ kipub tänapäeval olema üks sageli ära leierdatud sõnakõlks, mis justkui peaks endast kujutama kindlat kvaliteediargumenti. Tegelikuks eesmärgiks on muuta toode kunstlikult eksklusiivsemaks ja suurendada numbrit hinnasildil. Enda õpilasfirma näitel saame väita, et käsitööl puuduvad reaalsuses eelised tehasetoodangu ees nii kvaliteeti, aega kui ka raha silmas pidades.

Aprilliks on lõpuks ometi kõik meie tootmisprobleemid saanud lahenduse – õmblused on korrektsed, hind on vastuvõetav ja tootmismahud täpselt meile sobivad. Kuigi aega olime kaotanud palju, said meie hinged said lõpuks ometi rahu. Alustasime aktiivse müügitööga.

MEESKOND KUI BÄND

Õpilasfirma Borto meeskond koosneb viiest töökast ja sihikindlast liikmest: tegevjuht Johanna Jõerüüt, turundusjuht Karmel Justina Loog, IT-juht Kaur Vali, tootmisjuht Loviisa Remmelkoor ja finantsjuht Meeri Elisabeth Paltmann.

MEESKONNA VALIMINE

Me kõik õpime Tallinna 21. Koolis ning käime samas klassis. Vaatamata hoiatustele, et õpilasfirmat ei tasu teha koos oma heade sõpradega, sest nii on liikmed tihti omavahel pöördumatult tülli läinud, otsustasime meie just nimelt firma koos sõpradega luua. Nüüd, peaaegu üks kooliaasta hiljem, saame öelda, et see otsus tasus end täiesti ära. ÕF Borto tiimi kokku pannes mõtlesime pikalt ja hoolega, millistest inimestest peaks firma koosnema. Eesmärk oli valida võimalikult erinevate oskuste ja omadustega inimesed, kes täiustaksid üksteist – ja meie firma toimibki nagu bänd. Selleks, et kogu tegevus läheks ladusalt ja sujuks hästi, peavad kõik liikmed oma töö korralikult ära tegema. Nagu igas koosseisus, kas muusikalises või mitte, ei saa ülejäänud osalised vaid heale solistile lootma jääda. Ilma tasemel kitarristi või trummarita ei kõla hästi ükski lugu. Kõige tähtsam on üksteise mõistmine ja toetamine.

Meeskonnatöös oleme omavahel kokku leppinud, et isegi kriisiolukorras tuleb probleemidest alati rääkida ja üksteist aidata. Kui kellelgi on mure, siis aitavad vajadusel kõik ülejäänud seda lahendada. Sestap on eriti tähtis omavaheline kommunikatsioon. Oleme mõnestki õpilasfirmast näinud, et ilma hea suhtluse ja läbisaamiseta ei saa tiim normaalselt toimida ning seda oleme ka ise kogenud. Samuti sätestasime reegli, millest ka kinni peame, et suuri otsuseid üksi vastu ei võeta, vaid need tuleb tingimata teistega läbi arutada.

NÄRVILISEMAD HETKED

Peab mainima, et ilma vaidlemise ega eriarvamusteta meie koostöö siiski ei möödunud. Ikka tuli ette hetki, kus firmaliikmete arvamused ei ühtinud mitte kuidagi. Aasta peale oli meil üks suurem tüli, mille lahendasime aga õnneks kohe ära. Veendusime, et riid ei tohi jääda unarusse, probleemid ei kao iseenesest. Asjad tuleb omavahel selgeks rääkida. Õppisime, et firma kokkusaamisi ei tasu teha hilistel kellaaegadel nädala lõpus, kui kõik on juba üleväsinud ja valitseb närviline õhkkond. Vaidlustes tekkisid enamasti eelkõige erinevatest iseloomudest. Ometi teevad just meie erinevad head omadused meist tugeva tiimi, erinevused aga võivad olla ka peamiseks mässuallikaks. Praegu võime kõik öelda, et tegelikult ei sooviks tiimiliikmeid mitte kellegagi vahetada.

TURUNDUSKANALID

Nahast kottidel on pigem kitsas ostjaskond, seda suuresti kõrge hinna ja spetsiifilisuse tõttu. Siiski on nahast tooted väga hinnatud, eriti jõukamate inimeste hulgas. Seetõttu pidime õige sihtrühmani jõudmiseks ja õpilasfirmana nende usalduse saavutamiseks looma endast väga atraktiivse kuvandi. Pildid, videod, veebileht, kott ise – kõik peavad olema kvaliteetsed, ilusad ja väga hea kasutuskogemusega. Seetõttu on meil lisaks absoluutse kvaliteedi nõudele veel väga suur rõhk turundusel ja müügitööl. Meie suurim turunduskanal internet, kuna sellel on igas kliendirühmas väga palju kasutajaid ning internetti on kõikjal liikunud ka eksklusiivsete toodete müüjad.

Selle jaoks sai meil loodud oma veebileht[2], mille oleme ehitanud oma peamiseks turunduskanaliks. Sealt leiab meie firma koosseisu, loomisloo kui ka toote kohta informatsiooni, pilte ning lisaks kõigele on sealt võimalik osta meie kotti. Veebilehele on nüüdseks ka ehitatud veebipood, mille kaudu on meil väga lihtne tooteid müüa. See võimaldab meil tegeleda rohkem turunduse ja toote arendamisega, kuna kogu ostmise protsess on imelihtne.

Veebilehe kõrval peame väga oluliseks platvormiks Instagram'i, kust leiab pilte ja täpsemat informatsiooni nii meie toote kui ka tegemiste kohta tihedamalt, kui seda võib näha Facebook'is[3]. Instagram on meie teadlik valik, sest oleme mõistnud, et suurem osa meie sihtgrupist eelistab igapäevase sotsiaalmeediaplatvormina just Instagram'i[4]. Just seal liiguvad enamasti inimesed, kes huvituvad rohkem moest ja elustiilist, kuid Facebook'is on praktiliselt iga inimene. Instagramis on meil oma tootega suurem võimalus jõuda oma ideaalse ostjani kui Facebookis. Lisaks laiemale vaatajaskonnale on antud meediumil ka tehniliselt palju eeliseid: Facebook'i uudistevoogu kaovad postitused kiiresti ära, Instagramis on need aga kategooriate kaupa kättesaadavamad ning talletatud mugavalt ühte kohta.

ERINEVAD ÜRITUSED JA KORDAMINEKUD

Kuigi pidime juba sügisel tõele au andes endale tunnistama, et koti tootmine on oodatavast palju keerukam, võtsime vastu otsuse, et lähme ikkagi erinevatele laatadele oma toodet ja ka ennast tutvustama. Niisiis, ainult prototüüp valmis, käisime kahel talvelaadal Viimsis ja Tartus. See osutus ainuõigeks otsuseks, sest niimoodi saime tähtsat tagasisidet oma tootele. Laada käigus kogusime huvilistelt e-maili aadresse, et anda neile teada, millal esimesed kotid müügile tulevad. Seeläbi suutsime kevadel valminud tootepartiile tagada kohe ka ostjad. Esimene koht, kus saime oma toodet klientidele otse müüa, oli veebruaris toimunud Eesti Õpilasfirmade laat. Siingi laadal saime mitmeid tellimusi, mida praegu oleme asunud täitma.
Kahel laadal pälvisime innovatsiooni ja hea klienditeeninduse eest auhindu. Eesti laadal saime osaühingult Perfectline pakkumise panna oma toode päris veebipoodi müüki. Seda ei ole me veel teha saanud, kuna mitmed eeltellimused ootavad veel järjekorda. Laada üks auhind oli ka võimalus saada head turundusnõu oma ala spetsialistilt Katja Ljubobrjatetsilt. Kevadel ja suvel on veel plaanis kindlasti külastada erinevaid disainilaatu, Õpilasfirmade laata Tallinna Näituste Messikeskuses ja ÕF Laata Tallinna Vanalinnapäevadel.

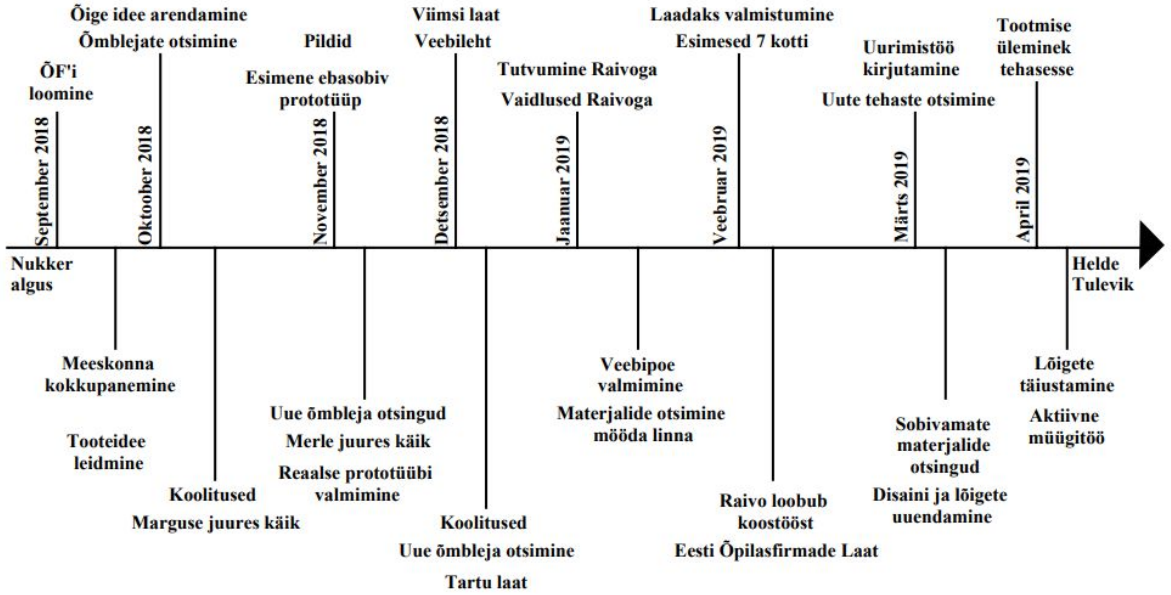
Lisaks laatadele oleme osalenud erinevatel JA Eesti korraldatud koolitustel ja üritustel. Õpilasfirma liikmete koolitus Tallinnas aitas kõikidel firmaliikmetel oma ülesandest õpilasfirmas aru saada. Palju kasu oli sügisel toimunud Coca-Cola Eesti üritusest "Meil ei ole planeeti B" , kus kohtusime oma mentori, Luulea Läänega ning seal saime kinnitust, et meie tooteidee on väärt tegemist.

---

[2] ÕF Borto: https://borto.ee
[3] Facebook: https://www.facebook.com/bortoof
[4] Instagram: https://www.instagram.com/ofborto/

AJATELG

Kuna tee Borto tootmiseni on olnud pikk, mõtlesime, et kõige lihtsam on selgitada meie aastast tegevust läbi ajatelje. Läbi terve aasta oleme jooksvalt tegelenud ka raamatupidamisega, sotsiaalmeediaturundusega, kohtunud mentoritega, käinud koolitustel ning kirjutanud praktilise töö aruannet. Õnneks oleme kõige selle kõrval saanud järjepidevalt positiivset tagasisidet, mis motiveerib ning hoiab sihi silme ees.



Joonis 1. Ajatelg

MAJANDUSANALÜÜS

Nagu igas eluvaldkonnas tihti ette tuleb, kiputakse oma võimeid üle hindama ning nii raha- kui ajakulu tegelikkusest väiksemaks pidama. Nii juhtus ka ÕF Bortos. Septembris ostis iga liige aktsiaid 75 euro eest. Pidasime tekkinud algkapitali, 375 eurot, täiesti piisavaks. Üsna pea selgus aga, et sellest jääb väheks, mistõttu andis üks firma liige laenu, et tootmisprotsess ja materjalide hankimine seisma ei jääks. Laenu maksime firma liikmele tagasi nii ruttu kui võimalik.

Tootearendus ja läbirääkimised õmblejatega röövisid niivõrd palju aega, et kaotasime tulusa võimaluse müüa jõululaatadel ning esimene müük toimus alles suurel JA Eesti korraldatud õpilasfirmade laadal. Müüsime maha kõik valminud viis Borto kotti. Inimesed tavaliselt suuremaid oste ilma korralikult läbi mõtlemata ei tee. Kuna kõik kotid osteti laadal kiiresti ja suure heameelega ära, siis sisendas see meisse kindlustunnet, et meie toode on tõepoolest atraktiivne ja ihaldusväärne. Laat oli tegelikult väga hea motivaator, miks viimasel hetkel alt ära hüpanud õmblejale asendust otsima hakata. Järgneva kuu jooksul panime pead kokku ning tegime paju otsimis- ja mõttetööd. Koostöös tehasega valmisid 15 kotti aprilliks ning need müüsime ettetellijatele ja sotsiaalmeedias kõik maha. Kokku oleme müünud 22 Bortot: viis tükki JA Eesti laadal, kaks madalama hinnaga testversiooni ning viisteist kotti interneti

teel. Kuna praeguseks hetkeks oleme lõpuks ometi tootmise efektiivselt käima saanud, plaanime kotte toota ja müüa vähemalt kuni suve lõpuni. Veebilehe kaudu laekunud huviliste meiliaadresse on laekunud üle seitsmekümne ja sellepärast olemegi sihiks võtnud ilusa numbri – toota suve lõpuks 75 Borto kotti. Prognoos mai alguseks on müüa lisaks veel 10 kotti, mis tähendaks umbes 600-eurost kasumit. Kuna tulime tootega nii hilja turule, kaotasime ilmselt üsna palju potentsiaalseid kliente, kes oleksid juba jõuludeks soovinud endale või sõpradele Bortot soetada. Jõuluaeg oleks olnud müümiseks ideaalne, sest inimesed on erilistel puhkudel rohkem altid kulutusi tegema. Kahel jõulueelsel laadal kogusime kokku umbes kahekümne huvilise meiliaadressid, kellele me ei saanud kohe Borto kotti müüa. Rahas tähendab see umbes 700 eurot saamata jäänud kasumit. Kui me järgmised kotid kätte saame, saadame neile kindlasti e-mailid ja loodame, et mõnestki neist saab ka praegu meie ostja.

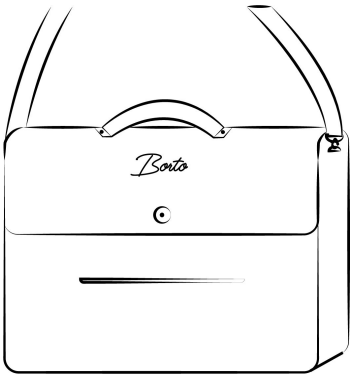
OMAHINNAST

Kui materjalikulu ja õmblusteenuse kokku liidame, saame summaks 64 eurot ja 55 senti. Sinna juurde on vaja liita veel muud, kaudsed kulud, nagu näiteks prototüübi eest tasumine (prototüübi ja selle litsentsi ostsime 180 euroga), turunduskulud (nt plakatid ja veebilehe *hostimine*), laadamaksud, pakendamiskulud ja palju muud. Tulemuseks on iga koti omahind umbes 90 eurot. Selleks, et ka kasumit teeniksime, müüme Borto *Basic Edition'*it, st musta ja tumepruuni värvitooniga kotte 125 euroga ja Borto *Limited Edition'*it, st erilise värvitooniga haruldasemaid kotte hinnaga 130-140 eurot, olenevalt kui palju limiteeritud nahka tehases on, mida vähem, seda kallim kott on. Lähema aja jooksul mõned kulud ka kaovad või vähenevad.

KASUMIARUANNE	24.10.2018 - 16.04.2019
	eurod
1. TULUD	**2634.25**
2. KULUD	
2.1. Materjal, varustus jt tootmiskulud	1413.95
2.2. Veebileht	21.44
2.3. Turundus	77.78
2.3 . Muud kulud	11.14
KULUD KOKKU	**1524.31**
3. Aruandeperioodi kasum (-kahjum)	1109.94

BILANSS	16.04.2019		
AKTIVA		**PASSIVA**	
	euro		euro
1. Raha (Pearaamatu kassasaldo)	1484.94	1. Võlad	0
2. Materjal ja varud	0	2. Aktsiakapital	375
3. Põhivara	0	3. Kasum	1109.94
KOKKU	1484.94	**KOKKU**	1484.94

TULEVIKUPERSPEKTIIV – MIS EDASI?



Kindlasti plaanime õpilasfirmaga edasi tegutseda mitte ainult suve lõpuni, vaid jätkata tootmist ka sügisel, sest huvi meie toote vastu on jätkuvalt suur. Tahame täita oma senised lubadused iga viimse kui kliendi ees. Lisaks sellele soovime maksimaalselt ära kasutada juba tootearendusprotsessi pandud tohutut tööd ja energiat, sest arengusuundi on veel mitmeid.

Üheks suunaks tulevikus on näiteks meessoost klientuurile keskendumine. Oleme oma disaini välja töötades mõeldud nii meestele kui naistele, aga siiski oleme saanud tagasisidet, et praegune kott näeb liiga naiselik välja. Seega on lähitulevikus üks suurem eesmärk luua eelkõige meestele mõeldud disain, et rahuldada nõudlust veel enamate klientide seas. Lähituleviku plaan, millega juba praegu tegelema oleme hakanud, on võtta patendiametist tööstusdisainilahendus. See kaitseks Borto disaini ja tekitaks kindlustunde.

LÕPETUSEKS

Otsus osa võtta õpilasfirmade programmist oli üks parimaid otsuseid, mida me kõik oleme teinud. See aasta ei ole olnud lihtne, kuid selle käigus oleme me õppinud nii palju uusi asju ning näinud, kui raske on nullist midagi uut luua. Nägime, et alati ei lähe asjad hästi ja kui oluline on mitte alla anda. Sügisel hüppasime pea ees vette, valides sellise valdkonna, millest me ei tea midagi. See oli väga julge valik ning maksis meile mingil moel ka kindlasti kätte, sest alguses kippusime õmblejaid rohkem usaldama kui iseennast. Mitte keegi meist ei olnud varem nahatöötlemisega kokku puutunud ega teadnud midagi õmblemisest. Aasta lõpuks oleme selle koha peale palju targemad. Õpilasfirmade programmist oleme saanud palju uusi teadmisi ärimaailma kohta, mis kindlasti on hea alustala ka päris firma loomiseks.

Tahame tänada kõiki, kes on meid aasta läbi aidanud ja toetanud! Õpilasfirma programmi vältel on rasketel hetkedel meile alati toeks olnud mentor Luulea Lääne ja nooremmentor Laura Lisa Rikkand. Nad mõlemad on aidanud leida lahendusi rasketele probleemidele ja suunanud asjadele teistmoodi lähenema. Aitäh teile!