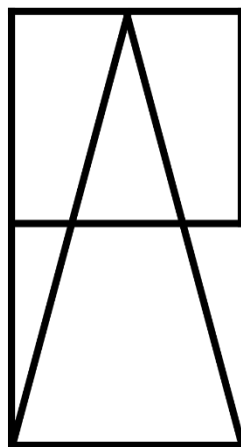


Tallinna Reaalkool



Õpilasfirma PELA

Patrik Roostfeldt

Alexandra Elo

Mihkel Ratassepp

Ants Erik Nõmper

Juhendaja: Riin Saar

Mentorid: Egle Pihlap ja Tristan Hoffmann

2022/2023

Sisukord

Õpilasfirma sünd.....	3
Toote areng.....	4
Turundus & müük.....	5
Elu on seiklus.....	7
Finantstulemused	10
Mis edasi?	11

Missioon

Õpilasfirma PELA missioon on inimeste, eeskätt noorte, elu sisukamaks muutmine. Soovime näidata, et füüsiline sõpradega koos veedetud aeg on lõbusam, kui nutiseadmetes istumine. Usume, et noored peaksid tänapäeval omavahel rohkem sotsialiseeruma ja seetõttu oleme toonud meemid virtuaalmaailmast pärisellu.

Toode

PELA on loonud esimese eestikeelse meemimängu “Mida MEEMI?!”. Seltskonnamäng koosneb igapäevaelust tuttavaid koomilisi / ebamugavaid / imelikke jms situatsioone kirjeldavatest tekstikaartidest (150tk) ning erinevaid emotsioone väljendavatest pildikaartidest (25tk), millel kohtame rohkesti tuntud eestlaseid. Mängu eesmärk on enda käes olevatest tekstikaartidest leida ühisele emotsiooni kirjeldavale pildikaardile naljakaim seletus.

Üldhinnang õpilasfirma tegevusele:

Meie teekonda õpilasfirmamana saab võrrelda kosmoseekspeditsiooniga. Iga rännak peab

algama põhjaliku ettevalmistusega – nii alustasime ka meie. Disainisime mängu erinevaid komponendid: tekstikaardid, pildikaardid, mängureeglid. Kujundasime toote ning kogusime load selle müümiseks.

Raketi start on kogu missiooni kõige kriitilisem hetk. Õnneks aitasid meid maapealse meeskonnana mitmed mentorid ja spetsialistid.

Raketi tagaosast väljuv ere tulesaba on kui meie sotsiaalmeediaturundus. Lisakiirendust andsid „Terevisioon“, Raadio 2, organisatsioon MTÜ Peaasjad, suunamudijad The Tomsikene, Liis Rehema ja Markus Raigla.

Meie ekspeditsiooni eesmärk oli avastada enda jaoks uusi maid. Kõige suuremad õppekohad olid seotud müügitöoga. Kasutasime väga mitmeid võimalusi: laatadel näost näkku müük, telefoni- ja meilimüük firmadele ja asutustele ning sotsiaalmeedia poolt toetatud veebimüük. Märkimisväärselt saame lugeda ka suuremaid tehinguid ettevõtetega.

Missiooni õnnestumisel oli igal astronautil mängida väga oluline roll. Tihedalt koostööd tehes oleme saanud lähedamasteks sõpradeks ning õppinud tundma nii iseenda kui ka firma kaaslaste erinevaid külgi.

Per Aspera ad Astra!

Finantstulemused

TULUD:	14 325,11€
KULUD:	8 699,80€
KASUM:	5 625,31€
MÜÜDUD TOOTED:	534tk

Õpilasfirma sünd

Meie õpilasfirma teeb eriliseks asjaolu, et alustasime tegevuse planeerimisega õpilasfirmade programmi ametlikust algusest oluliselt varem, sest teadsime juba pikka aega tagasi, et soovime õpilasfirmaga kätt proovida. Meie ajendiks oli soov saada teadmisi ja kogemusi ettevõtlusvaldkonnas ja näha, kas säärane toimetamine võiks kuuluda meie tulevikuväljavaadete hulka. Nimelt toimus juba 16. aprillil esimene koosolek, kus panime paika firma toote idee ja edasise plaani – seda võib pidada ÕF PELA sünniks. Edasi tuli tihe suvi, mille jooksul lihvisime “Mida MEEMI?!” seltskonnamängu. Sügisel, kui tegime asja ametlikuks, sai meist 2022.-23. õppeaasta kõige esimene õpilasfirma.



Meie tiim

Kõrgemale tähtede poole utsitab meid tegevjuht **Patrik**. Ametisse sobib ta tänu oma sihikindlusele ja ambitsioonikatele eesmärkidele.

Tootmisjuht **Alexandra** toob meie maskuliinsesse seltskonda tasakaalu. Tema vastutab välkkiire logistika ning toote ja brändi üldilme eest.

Turundusjuhina on **Mihkel** just see mees, kes hullutab rahvast läbi erinevate meediakanalite. Oma lennukate ideedega suudab ta meist kõige paremini firma head kuvandit üleval hoida.

Ants käib oskuslikult ümber meie firma finantsidega ja vastutab IT-valdkonna ning juriidiliste küsimuste eest. Ta on täpne ja distsiplineeritud, mida eeldabki finantsjuhi amet.

Meie võistkonna suureks tugevuseks on lojaalne ja toetav õhkkond, kus vaatamata motivatsioonilangustele ja muude oluliste kohustuste eksisteerimisele, on võimalik üksteist aidates pidevalt koos edasi liikuda ühiste eesmärkide suunas. Lisaks oleme produktiivsuse ja põnevuse loomiseks seadnud üksteisele ülesandeid ning käivitasime ka väikestviisi tiimisisese võistluse. Näiteks laseb Mihkel, kes on meie turundusjuht, teistel liikmetel panna kirja erinevaid ideid teatud tähtaegadeks, et saaksime pidevalt luua uut sisu sotsiaalmeediasse.

Meid juhendab Tallinna Reaalkooli õpetaja Riin Saar. PELA mentoriteks on Tallinna Reaalkooli õpetaja Egle Pihlap ja Tallinna Reaalkooli vilistlane Tristan Hoffmann.

Nimi

Nime valimisega oli omajagu segadust ja küsimusi. Pikemat aega polnud ühtegi head ideed, aga nagu ideedega ikka, tekivad need äkitselt. Nii juhtus ka meie õpilasfirma nimega PELA. Nimedest käisid läbi ka näiteks NaliNaljaks ja PAAM, kuid need nimed ei osutunud nii kõlavaks ega meeldejäävaks. Pela ja pelama tähendab noorte slängis (ja soome keeles) mängu ja mängima, mis haakus ideaalselt meie firma toote ning põhimõtetega, sümboliseerides noorte omavahelist koostööd ja mängulisust.

Logo

Meie logo lähtub firma nimest PELA, selles on kokkupanduna esindatud kõik pela tähed. Ühtlasi on meie logos kasutatud nii fraktalite kui ka kuldlõike tunnuseid, et muuta see kliendile alateadvuslikult ilusaks ja kutsuvaks. Oleme uhked oma põhjalikult läbimõeldud logo üle (vt tiitelleht).

Toote areng

Toote loomine sai alguse juba suvel, kui edasise tegevuse kondikava oli paika pandud ning hakkasime tegelema mängu sisu loomisega. Otsisime erinevate emotsioonidega pilte ning panime kirja humoorikaid hetki nii enda kui oma tuttavate elust. Sisulise poole loomiseks kulus terve suvi. Paralleelselt hakkas meie finantsjuht tegelema ka juriidilise poolega, et kõik pildid ikka kasutusloaga mängu jõuaksid. Lisaks nägime palju vaeva, et tuunida mängus olevad laused ja pildid nii, et need omavahel sobiksid. Suve jooksul erinevaid disainilahendusi katsetades, jõudsime just sellise tulemuseni, mis praegu ka kasutusel on.



Õpilasfirma perioodil, kui mängu sisuline pool valmis, hakkasid läbirääkimised selle tootmiseks. Need osutusid pikemaks ja probleemsemaks, kui algul arvasime. Siiski saime juba oktoobris oma esimesi valmis mängu käes hoida ning klientidele jagada. Toode on küll enamjaolt samaks jäänud, kuid erinevatel trükkidel (neid on 3) on mõningad erinevused. Alates teisest trükist otsustasime lisada ka soovitatava vanuse märke, samuti saabusid teise laari tooted juba kiletatult.

Erinevus seltskonnamänguga „What Do You Meme?”

Mängides seltskonnamängu „What Do You Meme?” märkasime, et paljud naljad lähevad tõlkes kaduma. Nii tekkiski idee täita vaakum turul eestikeelse meemimänguga. Selleks, et pakkuda eestlastele samaväärset mängu-naudingut, kasutame pildikaartidel just tuntud eestlaste nägusid. Tekstikaardid pärinevad nii meie kui sõprade igapäevaelust ja fantaasiast. Oleme muutnud mängukäiku ja reegleid, et mängimine paremini sujuks.

Kujunduse oleme loonud omanäoliseks. Kasutame sinimustvalget värvigammat ja karbilt leiab rohkelt pilte ning erinevaid kujundeid. Mängu „What Do You Meme?” karp on valge ning vaid mõne kirjaga – seega

on väljanägemised täiesti erinevad. Lähiajal plaanime karpi veel veidi ümber disainida, peamiselt seoses õpilasfirma muutmisega pärisfirmaks.

Turundus & müük

Turundusplaani

Koheselt sai selgeks, et üheks väga oluliseks teguriks meie edu valemis hakkab olema turundustegevus. Selleks koostasime kõigepealt üldise turundusplaani, milles kaardistasime meie peamised sihtgrupid, konkurentsivõimelise hinna, müügikohad ja võimalikud müügitehnikad. Lisaks oli olulisel kohal nii toote- kui turundusdisaini põhimõtete paika panemine. Algsest lühikesest plaanist kujunes lõpuks 21-leheküljeline dokument.

Veebileht

Umbes selleks ajaks, kui saabus esimene partii „Mida MEEMI?!“ mängu, valmis ka meie veebileht. See oli eelkõige vajalik, et pakkuda klientidele võimalust soetada mäng internetist, kuid samuti oli veebileht siduvaks punktiks meie sotsiaalmeediakanalite ja muude tegemiste vahel. Lisaks leiab sealt kogu info, mis puudutab pildikaartidel olevaid isikuid ning kasutatud fotode autoreid, samuti on huvilistel võimalus lugeda meie firma visiooni ja loo kohta. Ka müügitingimused ning privaatsuspoliitika on meie lehel korrektselt välja toodud.

Koostöö professionaalidega

Peagi saime aru, et ainuüksi enda põlve otsas nokitsedes on raske edukas olla ning kasulik oleks õppida ka teiste kogemustest ja vigadest. Sellepärast võtsime eesmärgiks ennast harida lisaks JA poolt pakutavatele

koolitustele ka teiste oma valdkonna spetsialistidega ühendust võttes. Alustasime juba suve alguses, kui tegime kaks videokohtumist endiste õpilasfirmadega: ÕF EHA (2020. aasta võitja) ja ÕF KVA (2022. aasta 3. koht), kellelt uurisime näpunäiteid, kuidas õpilasfirma aasta algab ja mida peaks eriti tähele panema. Teine tähtsam koostöö tuli läbi meie mentor Tristan Hoffmanni, kes tegi meid tuttavaks Ranol Kaseväljaga, kellelt saime ohtralt teadmisi müügi-valdkonnas. Õppisime koostama müügikõnet, leidma kliente ning suhtlema nendega nii reaalajas kui ka meili teel või telefonitsi, lisaks aitas Ranol meid veel mitmete teistegi ettevõtlust puudutavate küsimustega. Kolmas olulisem kohtumine toimus suunamudija Liis Rehemaaga, kes aitas meil sihipäraselt organiseerida meie sotsiaalmeedia kanaleid. Õppisime eelkõige oma meediakanaleid visuaalselt ilusaks ja kutsuvaks kujundama, kuid saime ka huvitavaid teadmisi postitamise strateegia ja jälgijate käitumismustrite kohta.

Laadad

Oh need laadad! Võib-olla ühed kõige õpetlikumad kohad õpilasfirma tegevusperioodi jooksul. Laatadele jõudsime me üsna mitmel korral ning igal laadal ootasid meid uued väljakutsed ning saime erinevaid kogemusi. Kohal käisime Ülemiste keskuses, Tartus, Pärnus, Rocca al Mare keskuses ning ka Risti ja Rapla laatadel ning kui osa tiimist oli hõivatud, palkasime appi ka sõpru. Müügitööle panid õla alla koolivennad Ats ja Rico ning sõber Felix. Laadad õpetasid meile, kuidas olla parimad müügimehed. Värvikaid mälestusi on igalt laadalt, kuid üheks eredamaks oli Rapla laat. Vahelduseks

üks lõbus lugu ka. 2022. aasta lõpus toimunud Rapla õpilasfirmade laata saame mingil määral lugeda isegi liiga edukaks. Nimelt saavutasime seal suurima käibe, milleks oli 750€ – 4 tunni kohta vapustav. Lisaks auhinnakotile saime igaüks kaasa võtta ka ühe ägeda pildi, mis oli igati vahva, aga nende autosse mahutamisega tuli tükk tegemist ning pidime rakendama Tetrise mängust õpitud oskuseid. Mihkel pidi enda auhinna lausa välja vahetama, sest see füüsiliselt ei mahtunud meie masinasse.

Telefonimüük

Meie müügitegevuses oli kindlasti väga olulisel kohal telefonimüük, mille kaudu üritasime uute klientideni jõuda. Novembri lõpus ja detsembri alguses võtsime suunaks oma toote müügi firmade jõulukinkideks. Selleks koostasime müügimeili ja -kõne ning ostsime Äripäevalt vähemalt 20 töötajaga Eesti ettevõtete kontaktid. Siiski toona ei olnud idee väga edukas, sest enamikel firmadel olid selleks ajaks kõik kingid olemas, kuid sellist meetodit tasub edaspidiselt uuesti proovida. Telefonimüük sai tõeliselt hoo sisse alles märtsis ja aprillis, kui võtsime sihikule Eesti noortekeskused ja raamatukogud, mida leidub meil üllataval kombel mitusada. Nii jõudsime oma mänguga pea igasse Eesti nurka, lootes pakkuda rõõmu nii suurtele kui väikestele. Telefonimüügi muutis eriti lõbusaks asjaolu, et tegime tiimisiselt võistluse, kes suudab rohkem mängu maha müüa, mis oli samuti aktiivsema müügi motivaatoriks. 24. aprilli seisuga on liidriks kerkinud Mihkel, kuid võistlus on veel täies hoos.

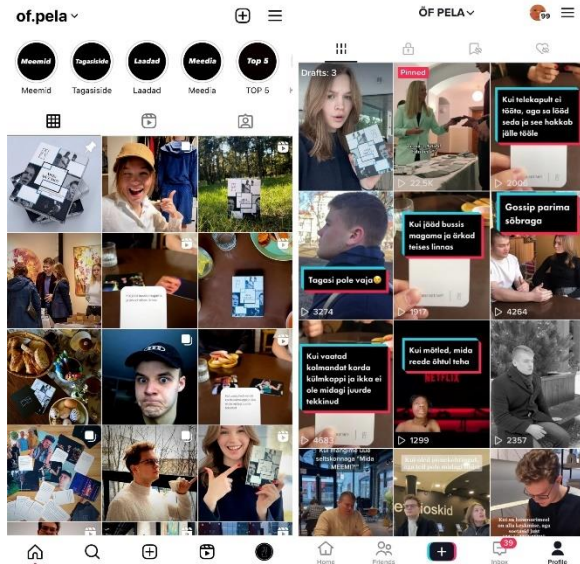
Sotsiaalmeedia

2023. aasta alguses hakkasime teravamalt fookust suunama sotsiaalmeediale. Turundusjuht ja tootmisjuht otsustasid ametid vahetada ning proovida kätt ka teises valdkonnas, et tekitada tiimisiselt uut hingamist. Töö hakkas paremini sujuma ja liikmete motiveeritus hakkas liikuma ülesmäge.

Sotsiaalmeedia on mänginud meie loos väga olulist rolli. Et meie toode jõuaks sihtgrupini, kelleks on eelkõige noored, siis tuli meil läheneda neile n-ö noortepäraselt ehk just sotsiaalmeedia kaudu. Sisu oleme loonud peamiselt Instagrami ja TikToki kui ka Facebooki platvormidel. Postitame nii pilte kui videoid ning oleme loonud ka enda trendi – #meemineljäpäev, mille puhul postitame Instagrami igal neljapäeval reeglina kolm meemi.

Sotsiaalmeedia vallas oleme me olnud võrdlemisi edukad. Enim vaadatud video, kuhu saime kaasata ka armastatud laulja Nele-Liis Vaiksoo, on nüüdseks ületanud juba 22 000 vaatamist. Tänu sellele kui ka meie järjepidevale sisuloomele ning erinevate platvormide kasutamisele pälvisime me Eesti Õpilasfirmade Laadal eripreemia „Sotsiaalmeedia kuningas”.

Meie enda sisuloomet kõrvalt oleme teinud koostööd ka teiste suunamudijatega, näiteks Raim-Janar Tomsiga, kes reklaamis meie toodet oma Instagrami kontol. Lisaks on meie toodet esitlenud ka TikToki tegutsev Markus Raigla.



Sotsiaalmeedia platvormide kõrvalt oleme saanud võimalusi esineda ka teistes meediakanalites nagu raadios ja televisioonis. Esimesena olid meie mängust huvitunud raadio Skyplus, kus kommenteeriti põgusalt mängu sisu. Edasi saime aga kutse Raadio 2-lt. Raadio 2 stuudios võttis meid vastu saate „Pulss” saatejuht Robin Juhkental, kellega rääkisime lähemalt oma tootest ning õpilasfirma perioodist. Sellega meie meedia-kajastused aga ei piirdunud. Nimelt saime võimaluse esineda „Terevisioonis”, kus lisaks tavapärasele kirjeldusele saime mängu nüüd ka näidata.

„Terevisioonis” osalemise tulemusel võttis meiega ühendust vaimse tervise edendamise tegelev Peaasjad MTÜ. Nimelt on neil käsil projekt, kus nad tutvustavad erinevaid vaimse tervise vitamiine. Üheks nendest vitamiinidest oli „head suhted” ning sellega seoses avanes meil võimalus anda oma panus eestlaste teadlikkuse tõstmiseks antud valdkonnas. Koostöös filmisime lühikese klipi, näitamaks lähedastega koos veedetud aja olulisust meie igapäevaelus, mida toetavad ka seltskonnamängud.

Tulevikuväljavaadete hulgas sotsiaalmeedia vallas on ka juba töös olev professionaalselt filmitud ja monteeritud reklaamklipp. Teeme seda koostöös noore andeka filmikunstniku Jan Joonas Pevkuri ja tema meeskonnaga.

Elu on seiklus

Senise õpilasfirma perioodiga oleme aru saanud, et kui midagi ikka korralikult teha, siis kindlasti paneb elu sind pidevalt proovile ning üritab kaikaid kodaratesse heita. Kui aga need raskused ületada, siis ootab ka edu. Seega on loo moraalik: „Kui juba midagi ette võtta, siis tasub see ka lõpuni viia.”

Kui esimese mängude tiraaži puhul läks kõik küllaltki leppase reega, siis teist tiraaži tellides tuli uusi probleeme uksest ja aknast. Esmalt oli trükikoda ülekoormatud ning saime tellitud 200-se partii väikeste osadena. Seejuures esimese osa (ligikaudu 20 tk) saime vahetult enne Tartu laadale minekut. Algselt pidid Mihkel ja Patrik sõitma Tartusse koos bussiga, kuid peagi sai selgeks, et mängude kättesaamine venib ning tuli teha kõnesid kõrgematele jõududele palvega, et saaksime kasvõi väikese osa kätte, et mitte minna laadale tühjade kätega. Seetõttu suundus Mihkel Tartusse täiesti üksi ning Patrik läks trükikotta lausa appi, et mängud saaksid võimalikult kiiresti kokku pandud. Ligikaudu 20 mängu kohvris, tõttas Patrik Balti jaama ning jõudis rongile minut enne väljumist. Samal ajal, kui Patrik Tartu poole teel oli, võttis Mihkel näidismängude abil eeltellimusi. Õnneks said noormehed viimased 2 tundi laadal intensiivselt müügitööd teha ja asjaolusid arvestades võis lõpptulemusega küllaltki rahule jääda. Kõige

tipuks õnnestus Patrikul napsata „Särava laadatahe” eriauhind.

Sellega aga trükikoja saaga ei piirdunud ning järgmiseks suureks apsakaks oli kvaliteet. Nimelt olid mitmed mängu rikutud, sest pildid olid nihkega lõigatud. Lõpuks tegime saadud 80-le mängule käsitsi kvaliteedikontrolli, mis eeldas kiledest lahti võtmist ja sorteerimist. Õnneks käitus trükikoda aumehelikult ning suutis järgmise partiiga oma esialgse hea kvaliteedi tagada.

Võimalustest tuleb kinni haarata

Oma lõbusa meemimängu kõrvalt tekkis meil võimalus luua Eesti 4 suurimale advokaadibüroole (Ellex Raidla, Cobalt, Sorainen ja TGS Baltic) klassikalised mängukaardid. Kõige rohkem pelgasime kaartide disainimist: kellelgi polnud selle jaoks aega. Abiks palkasime ühe andeka noore kunstniku Tuuli Teesalu väljastpoolt õpilasfirmat. Trükikoja otsisime Ukrainast, sest ka õpilasfimana tahame panustada nende toetamisse. Hetkel on 500 kaardipakki seal valmimisel, loodame need mai jooksul kätte saada ja tellijatele üle anda.



Üheks säravaks momendiks loeme kindlasti ka „Mida MEEMI?!” kinkimise Eesti Vabariigi peaministrile Kaja Kallasele. 2023. aasta alguses käis ta Tallinna Reaalkoolis seoses valimisdebattidega esinemas. See oli suurepärane võimalus tänada teda silmapaistva töö eest ning pakkuda talle stressirohkete aegade sekka ka ühte lõbusat ajaviidet.

Autoriõiguste kogumisega meenuvad kohe need keerukad ajad, kui pikalt ei saanud ühtegi jah-sõna ning jäi mulje, et me reaalselt ei saagi mängu valmis. Meeldejäävaimaks eitavaks vastuseks võib lugeda, et peaksime esialgu maksma honorariks 3000€ ja siis saame juba edasi kõik kokku leppida. Nii suured rahabossid me sel ajal veel polnud, seega antud isiku pilti meie mängust paraku ei leia. Loomulikult saime ka humoorikaid positiivseid vastuseid, nagu ühesõnaline „Möllake” või „No kuis mina saan noorte tahte vastu. Edu Teile.”

Müügitegevuse teemal jätkates meenub ka mõni huvitav pakkumine, mida päris naljalt ei oodanud. Nimelt soovis üks noormees Tartu laadal meie firmasse investeerida, kuid teatud asjaoludel me seda pakkumist vastu ei võtnud. Tartu laadal tekitasime huvi ka Braingamesi tegevjuhile, kellega hiljem tükk aega vestlesime poes müümise teemadel. Paraku soovisid nad konkurentsialastel põhjustel säilitada „What Do You Meme?” maaletooja rolli ning meie mäng nende poodi ei pääsenud. Küll aga on tore näha, et teemaalastele ekspertidele silma oleme jäänud. Kooli vilistlaspäeval müües saime pakkumise koolivennalt: ta kutsus meid tulevikus koos endaga laatadele, kus tema müüb enda pagarifirma tooteid ja meie oma

mängu. Sellest pakkumisest haarasime kahe käega kinni.

Ühel hetkel soovisime kangesti pääseda ka teleekraanile, et enda brändi ja missiooni laiemale ringile jagada. Sestap kirjutasime Kanal 2 „Õhtu” saate toimetusse, kust saime algul väga paljulubava vastuse ning järgmine hetk viisimegi juba mängu nende kätte. Peale mõnda aega vastusteta seisu sai lõpus selgeks, et sinna saatesse me ikkagi ei saa. Elu on ikka näidanud, et kui üks uks sulgub, siis avaneb järgmine. Kohe peale eitavat vastust „Õhtu” toimetusest saime kutse „Terevisioonilt”. Sellega õnnestus meie teledebüüt super hästi. Oleme „Terevisiooni” meeskonnale väga tänulikud säärase võimaluse eest.

Oma kogemus - Alexandra

Õpilasfirma periood on olnud minu jaoks tohutult õpetlik. Sain aru, et hoolimata ettevõtluse plussidest, kaasnevad sellega ka raskused. Just aktsepteerimine, et kõik ei läinud päris plaanipäraselt, on olnud selle aasta üks suuremaid õppimiskohti.

Möödarääkimised nii meeskonnas kui trükikojaga, negatiivne tagasiside, ametivahetus jms on kasvatanud minus probleemide trotsimise vaimu. Olen endaga kaasa võtnud mõtte, et sellistes olukordades ei tasu pead norgu lasta ning pigem tuleb vaadata seda kui võimalust areneda. Kui on olemas probleem, on sellele olemas ka lahendus.

Õpilasfirma on mind ka müüginaise aspektist väga palju arendanud. Olen õppinud, kuidas erinevatele inimestele läheneda ning nendega suhelda. Mis kõige olulisem – ära välista kedagi, ka kõige ootamatum isik võib osutuda kliendiks.

Kõige selle juures on olulisim tiim, kellega oled valinud selle seikluse koos ette võtta. Mul läks meeskonnaga eriti hästi, kuna tegemist on ka minu heade sõpradega, siis on olnud ettevõtlus mänguline ja lõbus. Kõik meie tiimi liikmed on tohutu töötahtega ja motiveeritud endast kõik andma, et eesmärgini jõuda. Hoolimata esinevatest lahkkelidest, on oluline, et ühine siht oleks silme ees.

Mis aga kõige toredam on, et saan enesekindlalt öelda, et see aasta pole mind ettevõtlusest eemale tõuganud, vastupidi on minu motivatsioon ja tahe jätkata veelgi suurem.

Oma kogemus – Ants

Õpilasfirma aastaga olen endale juurde saanud nii tööriistu (oskuseid) kui ka kõiksugu kogemusi. Paljud lõbusaimad momendid sel aastal on sündinud just koos õpilasfirma liikmetega. Huumorit on saadud nii tähtsusetute kui ka väga oluliste kohtade peal.

Minu tööriistakohvrise on aasta jooksul lisandunud näiteks raamatupidamisoskused. Kindlasti olen pärast autoriõiguste kokku „lunimist” palju osavam sõnaseadja, kiirem kirjajutaja ja boonuseks oman lisaks endistele veel kahte meilikontot. Minu oskused veebilehe disaini osas on kindlasti etemad võrreldes aastatagusega ning oman enesekindlust veebimaksete korraldamisel. Lisaks on minu korteri keldrist saanud äriladu – päris uhke tunne.

Kõige tänulikum olen oma tiimile, kellega koos nii kaugele oleme tulnud. Meie firmat ei saaks teha keegi üksinda, kõigil on pidevalt käed-jalad tööd täis ja koos oleme loonud midagi suuremat, kui üksi võimalik. See on mind pannud rohkem väärtustama tiimitööd

ning usaldama, et teised saavad oma ülesannetega ise hakkama. Mulle on antud võimalus panustada sinna, kuhu ise kõige rohkem tahan.

Oma kogemus - Mihkel

Mõeldes tagasi meie õpilasfirma esmasele kohtumisele, mis oli peaaegu täpselt aasta tagasi, ei olnud mul õrna aimugi, mille me tegelikult veerema lükkasime. Alustasime kõik oma ettevõtlusteedekonda ja see viimane aasta on olnud üks ääretult hindamatu kogemus. See aasta on olnud täis rõõmu, nalja, higi, vaidlusi, õnnestumisi, ebaõnnestumisi, ärevust, tööd jpm, kuid mitte midagi ei oleks tehtud saanud ilma selle fantastilise tiimita minu ümber. Meie sats koosneb sõpradest, kellel on kõigil ühine siht ning kes on valmis andma endast kõik, et jõuda püstitatud eesmärkideni. Loomulikult ei ole see aasta möödunud probleemideta - neid ju tekib kogu aeg ja see on normaalne. Probleemid nii firmaväliselt kui ka -siseselt on õpetanud mulle suhtlemist ja eelkõige koostööd.

Viimase aasta jooksul olen saanud kätt proovida kahes valdkonnas, milleks on tootmine ja logistika ning hiljem ka sotsiaalmeedia. Sotsiaalmeediaga tegelemine on mulle tutvustanud kõike seda, mis tegelikult selles maailmas toimub. Mõistan rohkem, millist sisu toota ja kui palju seda toota; oskan töödelda videoid ning olen üleüldiselt rohkem kogu süsteemiga tuttav.

Kindlasti tahaks ära mainida müügimeheks olemise. Laadad on olnud suurepärase võimalus arendada enda oskusi ning seda olen ma ka teinud. Tunnen, et olen teinud n-ö algtasemest juba õige mitu sammu ülespoole, kuid siiski on ka pikk tee veel minna.

Oma kogemus - Patrik

Kõige väärtuslikum arusaam, mille ma õpilasfirmade programmist kaasa võtan, on kahtlemata see, et tasub riskida ning pidevalt ennast mugavustsoonist välja ajada – vaid nii on võimalik märkimisväärselt arengut teha. Eraldi tootsin kindlasti välja avaliku esinemise žürii ja rahva ees ning laataladel täiesti võõraste inimestega vabalt suhtlemise. Samuti ka telefoni teel tehtud müügikõned ning otse-eetris mängu ja meie visiooni tutvustamise. Ilmselgelt ei ole pääsu ka erinevatest probleemidest ja ebaõnnestumisest, kuid olla nendest üheskoos üle ning leida neile lahendus on äärmiselt rahuldust pakkuv. Isiklikult on mul õnnestumise korral meeletult hea meel näha ennast ümbritsevat seltskonda õnnelikuna ning see paneb mind tundma äraütlemata tänulikult, et mul üldse on olnud võimalik sellise ägeda satsiga koostööd teha ja loodetavasti ka jätkata meie maksimaalse potentsiaali rakendamise nimel tegutsemist. Kõige uhkem tunne tekib eelkõige seesugust tagasisidet kuulates, mil inimesed on väitnud, kui lahe meie loodud produkt on ning tajuda seda head emotsiooni, mida just meie mäng ja hea seltskond koosmõjul on tekitanud. Loodan, et tulevikus suudan ühes loomingu-liste kaaslastega veelgi enam inimeste elusid märksa värvikamaks muuta.

Finantstulemused

„Mida MEEMI?!“ mängu tootmishinnaks kujunes olenevalt trükist (kogus mõjutas tellimuse tükihinda) 9,41-13,97 € ehk kasumimarginaaliks kujunes tavamüügi-hinnast (25€) 44-62%. Kokku müüsimise 534 toodet, mille müügist saadud käive oli 12125,11€. Lisaks osutasime firmale Ellex

Raidla Advokaadibüroo OÜ mängukaartide disainimise teenust, mille käigus teenisime käivet (ühtlasi puhaskasumit) 2200€. Meie õpilasfirma finantseerimisallikateks oli algkapital 1500€, müügitulu (k.a lisateenus) ning 250€ laen, mille võtsime firma liikmetelt kolmanda mängude trüki eest puudu oleva summa tasumiseks.

Bilanss

24.04.2023

Aktiva	€	Passiva	€
Raha	7125,31	Võlad	0
Materjal ja varud	0	Aktiaakapital	1500
Põhivara	0	Aruandeperioodi kasum	5625,31
KOKKU	7125,31	KOKKU	7125,31

Kasumiaruanne

25.09.2022 – 24.04.2023

TULUD	14325,11
KULUD	8699,80
Palk, töötasu	190,28
Tootmiskulud	8085,23
Turundus	348,39
Muud kulud	75,90
Aruandeperioodi kasum	5625,31

Mis edasi?

Meie eesmärk on algusest peale olnud luua midagi jätkusuutlikku. Tahtsime murda mustrit, kus õpilasfirma piirdub vaid ühe aastase tegevusega. Selle nimel oleme terve aasta vaeva näinud nii sotsiaalmeedia, toimiva veebilehe kui ka muude lisaväärtustega. Oleme aastaga palju õppinud ning arvame, et praeguste kogemuste pealt saame veel suurema hooga edasi toimetada. Vaadates tagasi eelnevale aastale, siis oleme

näinud, et meie tootel tõesti on olemas koht turul ja võimalus pakkuda konkurentsi teistele sarnastele. Oleme kogenud edu paljuski laatadel, seega on plaanis osaleda veel erinevatel Eesti-sisestel laatadel, et levitada meie sõnumit ning müüa oma humoorika sisuga mängu. Kindlasti jätkame firmaga ühel või teisel moel. Praegune plaan oleks kinni haarata hiljuti tekkinud võimalusest, mille pakkus meile välja Rahva Raamat. Nimelt võttis meiega ühendust Rahva Raamatu ostujuht, kes näeb meie tootel potentsiaali ning soovib seda ka Rahva Raamatu polettidel näha. Samuti oleme arutanud mängule lisaversioonide loomise teemal, mis annaks toreda võimaluse nii vanadele fännidele kui uutele huvilistele. Kuid me ei välista ühtki võimalust, mis meile tulevikus ette võib sattuda.

Tänu sõnad

Sooviksime suure kummarduse teha oma juhendajale Riin Saarele, kes on meid toetanud, nõu andnud ning mis kõige olulisem, lasknud meil ka ise pusida. Väga oluliseks abiks on olnud meie mentorid Egle Pihlap ja Tristan Hoffmann. Aitäh! Samuti tahaksime tänu avaldada JA Eestile ja Epp Vodjale, kes on algusest peale vastutulelikud olnud ja meie keerukate lahendustega kaasa läinud. Lisaks sooviksime tänada nii Ranol Kasevälja, kes meie müügitehnikat lihvida aitas, kui ka kõiki sisuloojaid, kes on meisse piisavalt uskunud, et meid reklaami näol toetada. Täname oma trükikoda K-Printi, kellela meie mängu füüsiliselt ei olekski. Väga suur aitäh kõigile fotograafidele ning isikutele, kes andsid loa meil kasutada nende tehtud või lausa neist endast tehtud pilte meie lennukas mängus.