

—EDIBLE

Õpilasfirma EDIBLE

Hugo Treffneri Gümnaasium

Juhendaja: Ülle Seevri

Mentor: Veronica Reimaa

2017/2018

SISUKORD

Esileht.....	2
Edible sünd.....	3
Toote areng.....	4
Meeskond ja klient.....	5
Tarkuse omandamine Eestis, lähinaabrite ostukeskuses ja jääaugus.....	6-7
Müük ja konkurendid.....	8
Kus praegu ja kuhu edasi.....	9
Mida me oleme õppinud.....	10
Finantstulemused.....	11

MISSIOON

Meie missioon on plastikust toidutarvikud asendada biolagunevate ja söödavate söögiriistadega. Lahendused globaalsetele probleemidele saavad alguse väikestest tegudest. Keskkonnasäästlikud valikud peaksid olema lihtsad, igapäevased ja mugavad, et iga tarbija võiks kerge vaevaga anda oma panuse rohelisema tuleviku jaoks. **Meie visioon** on, et välifestivalile, piknikule või valmistoiduletilt mööda minnes haaraks tarbija plastiklusika asemel kaasa meie söödava ja biolaguneva toidutarviku.

TOODE

Edible toodab söödavaid ja biolagunevaid ühekordseks kasutuseks mõeldud toidutarvikuid. Esimese tootena arendasime välja lusika. Meie lusikaid on mugav kasutada ja need on sama vastupidavad kui plastiklusikad – need ei lagune kuumas supis, tees, kohvis ega murdu süües. Tootel on kergelt soolane mekk, mis söödavale toidule lisamaitset ei

anna. Meie lusikad on valmistatud kodumaisest nisu- ja rukkijahust.

ÜLDHINNANG ÕPILASFIRMA TEGEVUSELE

Täitsime oma eesmärgi luua funktsioneeriv õpilasfirma, mis lõpetaks kasumiga ja mille toode aitaks lahendada reaalsel probleemi. Finantsiliselt jäime rahule, sest lõpetasime kasumis, kuid edasimüüjate leidmisel oleksime teeninud rohkem kasumit. Toodet võib pidada õnnestunuks – meie kliendid on tagasisides tõdenud, et toode on maitsev ja praktiliselt kasulik. Samuti oleme saanud oma koha kohta turul validatsiooni. Kindlasti oleme suurendanud inimeste teadlikust probleemi ulatusest ja loeme seda ka võiduks!

FINANTSTULEMUSTE KOKKUVÕTE

Tulud (€): 368

Kulud (€): 226

Kasum (€): 142

Rentaablus: 53%



Meie toode. Foto: Tanel Tamm

KUST TULI IDEE?

„Prantsusmaa plaanib keelustada kõik ühekordsed plastmassnõud“ lugesime sügisel lehest. Tegu oli rõõmustava sõnumiga, sest plastmassreostus on globaalne probleem, mis mõjutab meid kõiki. Järele mõeldes tekkis küsimus, et mida siis ühekordsete plastknõude asemel kasutama tuleks hakata? Pärast kooli trenni rutates tahaks tavaliselt midagi hamba alla saada. Osutub selleks siis mõni salat, jogurt või praad, käsi haarab ikka plastikust toidutarviku järele... Kas turul leidub loodussõbralikum alternatiiv?

Nähes, et Eestis mugavat ja säästlikku alternatiivi turul ei ole, ja soovist panustada keskkonnahoidu, sündiski ÕF Edible.

PROBLEEM

Probleem on plastmassi ületarbimisest tingitud globaalne reostus.

- Igal aastal visatakse maailmas minema umbes 6 miljonit tonni ühekordseid plastmassnõusid¹
- Aastaks 2050 on ookeanis plastikut kaaluliselt rohkem kui kalu²
- Plastmass laguneb 500-1000 aastat³
- Igal aastal sureb umbes miljon merelindu ja 100 000 mereimetajat plastmassreostuse tõttu³

¹<http://www.onegreenplanet.org/environment/how-you-can-stop-single-use-plastic-waste/>

²https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2016/01/20/by-2050-there-will-be-more-plastic-than-fish-in-the-worlds-oceans-study-says/?utm_term=.d901dd9a3c59

³<https://www.ecowatch.com/22-facts-about-plastic-pollution-and-10-things-we-can-do-about-it-1881885971.html>

TOOTE LOOMINE

Edible lusika loomine ei olnud kaugeltki ühe öhtu töö. Esmalt alustasime koostisosade otsinguga. Prototüübi valmistamisel keskendusime erinevate jahusegude katsetamisele. Võtsime eeskujuks, et meie toode on lusikakujuline baranka. Jõudsime järeldusele, et meie toote üheks koostisosaks peab olema nisujahu, sest selles sisalduv gluteen toimib kui liim ja hoiab meie lusikat koos. Esialgne prototüüp valmis 8. novembril 2017.

Tegemist oli tootega, mis

- oli maitsetu
- ei talunud raskust
- murenes
- oli kumeruseta

Seega oli probleeme, mida lahendama tuli hakata, palju. Alguses keskendusime sellele, et meie lusikas oleks praktiliselt sama vastupidav kui plastmasslusikas. Kuna meil endil puudusid erialased teadmised toidutehnoloogiast, siis otsustasime küsida nõu spetsialistidelt. Pöördusime Tartu Kutsehariduskeskuse toiduainete tehnoloogia osakonna poole. Poolteise kuuga õnnestus välja töötada meie esimene retsept, mis sisaldas riisijahu, nisujahu, munaasendajat, soola ja vett. Retsepti suureks miinuseks oli selle ebastabiilsus – tihtipeale kuivasid ahjus lusikad tükkideks, mispärast olid tootmiskaod suured. Mõistsime, et töökindla retsepti väljatöötamiseks vajame lisateadmisi ja uusi koostööpartnereid.

KUTSEHARIDUSKESKUSEST MAAÜLIKOOLI

Kutsehariduskeskuses ei olnud tihtipeale vabu ruume küpsetamiseks ja tootearenduseks, mistõttu olime sunnitud küpsetama oma kodudes. Veetsime pikki õhtupoolikuid küpsetades, sest lusika voolimine oli aeganõudev ja ahjus kuivamise aeg pikk. Kodus tootmine oli ebaefektiivne, sest kolmest küpsetuskorrast enam-vähem kaks ebaõnnestusid lusikate lõhki kuivamise tõttu. See tähendas, et laatade jaoks oli tooteid vähe ja esitatud tellimusi võimatu täita. Vajasime kiiret lahendust, kuid piiratud aeg Kutsehariduskeskuses seda ei võimaldanud. Samuti vajasime võimekamat laborit ning seetõttu võtsime ühendust Tallinna Tehnikaülikooliga ja Eesti Maaülikooliga (EMÜ). Meid oli nõus aitama EMÜ ja tänu koostööle saime nõu toidutehnoloogidelt ning ligipääsu tipptasemel uhiuuele laborile.

TOOTEARENDEUS

Esimene külastus Eesti Maaülikooli toimus nõu pidamiseks dotsent Ivi

Jõuduga. Temalt tuli soovitus retseptis kasutada durum-nisujahu, mille jahvatus on jäme ja teraline ning seetõttu hoiab paremini vormi. Võimalused toiduainete tehnoloogia laboris on suurepärased. Väiksemas mõõdus laboriseadmed võimaldavad kasutada ka senisest väiksemaid tooraine koguseid, mis lihtsustavad tunduvalt tootearendust.

Mikrobioloogia laboris saime läbi viia kuivuskatsed, mis näitasid, et kui lusika niiskussisaldus on alla 12%, siis on garanteeritud, et selle säilivusaeg on pikem kui pool aastat. Tootearenduse käigus eemaldasime algsest retseptist riisijahu, sest selle kasvatamisel ujutatakse üle suuri maa-alasid, millel on keskkonnale laastav mõju. Riisijahu asendasime rukkijahuga. Hetkel loodame selle asendada kas hirsi- või maisijahuga, sest nende looduslikult kasvatamine on keskkondlikult jätkusuutlikum. Nimelt on need C4-taimed, mis on vähem nõudlikud ja suudavad kasvamiseks ressursse efektiivsemalt kasutada kui näiteks rukis või nisu.



4 AASTAAEGA EHK MEESKOND

Idee autor, **tegevjuht Georg Kaasik**, hoolitseb selle eest, et meeskonnaliikmed oleksid motiveeritud, asjad organiseeritud ning ülesanded õigeks ajaks tehtud. Tema rõõmsameelsus ja teotahe kindlustavad hea meeleolu meeskonnas. Georgi võib samastada suvega, ta on alati positiivne ja annab endast kõik, et meeskonna motivatsioon püsiks.

Brett-Peter Rästas tegeleb **turunduse ja kommunikatsiooniga**. Ta on Eesti meister väitlemises ning seetõttu on just tema see, kes esindab meid pitchimisvõistlustel. Samuti on suhtlus meedia ja klientidega tema hoole all. Brett eristub hallist massist – ta on Tallinna õpilasfirmade laada säravaim täht. Brett on kui kevad, mis toob uusi ideid.

Praktilise poole eest hoolitseb **tootearendaja Tristan Roosipuu**. Tema kriitiline mõtlemine ja pidevad püüdlused perfektsuse suunas on tootearenduse seisukohalt olulise tähtsusega. IT-alased ülesanded on tihti usaldatud Tristani hoolde, tema on veebilehega tegelev isik. (www.edible.ee – õpilasfirma Edible koduleht). Tristan on nagu Eestimaa talv, sest tema tegemisi ei saa kunagi ette ennustada, kuid lõpuks saavad kõik tema ülesanded lahendatud loominguliselt.

Kirke Maria Lepik on meie seast kõige kohusetundlikum, seetõttu on tema peamiseks ülesandeks **raamatupidamine**. Kirke puhul on tegemist inimesega, kes suudab mõelda ratsionaalselt ning hoida fookuse paigas. Sügisel lehtede langemine puudelt on sama kindel, kui see, et Kirkel saavad kõik ülesanded õigeks ajaks tehtud.

Mis sest, et rollid olid täpselt jagatud, reaalsuses tegelesid kõik liikmed kõigega. Nii olemegi olukorras, kus hädaolukorras suudab tootearendaja raamatupidamise korras hoida või finantsjuht edukalt meie ideed esitleda. Üksteise täiustamine on õpilasfirma perioodil kriitilise tähtsusega. **Edible meeskond töötab kui neli aastaaega, koos moodustades ühe kireva ja värvilise terviku.**



Eesti õpilasfirmade laad. Foto: JA Eesti

KLIENT

Arvutuste järgi on Eestis meie sihtrühma suuruseks 40 000 inimest. Peamiseks sihtgrupiks on keskkonnateadlikud inimesed vanuses 15-30 aastat, kes on juba tuttavad öko-toodetega ja elavad kiiret eluviisi (nt kontoritöötajad, õpilased), mispärast söövad tihti valmistoitu ja seetõttu ühekordseid toidutarvikuid. Lisaks neile tundsid laataldel meie toote vastu huvi ka pereinimesed, kes ostsid lusikaid oma perele proovimiseks. Ka neid näeme potentsiaalsete klientidena, sest meie toode sobib kasutamiseks ka piknikel või grillipidudel, kus praegu kasutatakse valdavalt plastikust söögiriistu.

KOGEMUSTE OMANDAMINE EESTIST, LÄHINAABRITE OSTUKESKUSEST JA JÄÄAUGUST

Õpilasfirma loomisest alates teadsime kohe, et keskendumine erinevatele võistlustele ja üritustele. Tundsin, et just need on kohad, kus saab kõige kriitilisemat tagasisidet ja nõuandeid edasiseks – meil oli täiesti õigus.

Meil on olnud lisaks viiele õpilasfirma laadale võimalus osaleda kolmel võistlustel ja viiel üritustel ning need viisid meid ka Eesti piiridest väljapoole. Kõik üritused olid suure tähtsusega, sest need motiveerisid, tõid uusi ideid ja andsid juurde esinemiskogemust.

Meie teekond sai alguse Tartu Ärinõuandla korraldatud mentorklubides. Olime aktiivsed osalejad, sest iga mentorklubi keskendus erinevale õpilasfirma aspektile. Näiteks idee- ja tootearendusele, turundusele ja müügistrateegiatele. See tähendas, et kohe alguses saime abi mentoritelt ning kindlustasime tugeva stardiplatvormi arenguks.

Meie esimene tõeline väljakutse oli ideevõistlus Kaleidoskoop, kus võitsime peaauhinna, milleks oli reis Põhja-Soome Polar Bear Pitchingule. Alustuseks tuleb mõista selle võistluse erilisust – oma idee pitchimiseks on lõputult aega, kuid sel ajal tuleb seista jääaugus vee sees. See tähendas, et kogu **jaanuari ja veebruari vältel käisime meeskonnaga koos jääaugus suplemas** ja liftikõnet harjutamas. Mitte kunagi ei lähe meelet meie kõige esimene kogemus sellest – see oli Tartus Anne kanali ääres talve

külmimal päeval, mil temperatuur oli -23°C , koos kogenud talisuplejatega. Sellised kogemused tugevdasid meie meeskonnavaimu oluliselt – motiveerisime ja utsitasime üksteist jääauku minema isegi siis, kui vesi meie ümber sekunditega jäätuma hakkas. Kogu harjutamise tipphetkeks võib pidada olukorda, kus kell 8 hommikul pitchisid Georg ja Brett teistele talisuplejatele oma õpilasfirma ideed. Võistlus ise oli meeletult edukas – Tristan ja Georg, kes meid esindasid, pääsesid finaali. Sel ajal, kui tulemused teatati, töötas Brett laboris ning tegi tootearendust. See on suurepärane näide sellest, kuidas töö käis – ühed liikmed olid välismaa võistlustel ning teised tegid laboris või kodus tööd.

Kogu üritust filmisid ja kajastasid mitmed meediakanalid ning kohal oli kümneid fotograafe, tänu millele saime vajalikku meediakajastust, ent mis lisan ka pinget. Ärevusest hoolimata oli esitlus suurepärane ja vigu praktiliselt polnud. See andis väärtusliku kogemuse, kuidas pingelises olukorras edukalt toime tulla.

Tartu õpilasfirmade laadal pälvisime auhinna **Tartu potentsiaalikaim õpilasfirma** ning selle preemiaks olid piletid Riia rahvusvahelisele õpilasfirmade festivalile. Kokku oli üritusele tulnud üle 500 õpilase ja mentori 13 erinevast riigist. Võtsime festivalile minekut tõsiselt, sest see oli koht, kus oma rahvusvahelist kompetentsi näidata. Üritus kestis kokku 3 päeva ja selle ajal toimusid erinevad tegevused, näiteks laad, esinemine ja juhioskuste võistlus ning teiste õpilastega *vgco "dwaf kpi"* harjutused. Festivalil käiku

võib pidada õnnestunuks – tutvusime erinevate õpilasfirmadega välismaalt ja Eestist, saime vajalikku tagasisidet õpetajatelt ja juhendajatelt ning praktiseerisime oma inglise keele oskust. Samuti võitsime festivalilt 2 auhinda, **Junior Achievement International Potential Award** ehk rahvusvahelise potentsiaali auhinna ja olime pitchimisvõistluses üks kolmest võitjast.

Suure olulisusega oli ka meie jaoks **ressursisäästukonkurss Negavatt**. Tegemist on Keskkonnainvesteeringute Keskuse poolt loodud võistlusega, kus jõudsimme TOP15 hulka, kuid napilt jäime TOP7 seast välja. Vaatamata sellele oli võistlus kasulik ja arendav. Osalesime kahe päeva pikkusel *dqyv'eco r'*il, kus saime individuaalselt rääkida üheksa erineva mentoriga. Saime juurde teadmisi, mida kasutada praegu ja tulevikus. Näiteks on meil tulevikus plaan välja arendada pideva tellimuse süsteem – ühekordse makse eest saab klient kuuks ajaks vajaliku arvu lusikaid, nii nagu toimib näiteks ajalehetellimus.

Peale erinevate võistluste panustasime ka tulevaste ressursisäästlike ettevõtete loomisesse. 15. veebruaril toimus bioettevõttopäev, kus tutvustati ja õpetati, kuidas alustada oma bioettevõtet. Meid kutsuti sinna oma õpilasfirmat esitlema. Samuti osaleme 24. aprillil festivalil “Tartu noored suveks tööle”, kus tutvustame oma ettevõtet ja anname koos teiste ettevõtjatega paneeldiskussioonis nõuandeid, kuidas ettevõtlusega alustada. Tähtis tähelepanek on ka see, et igal

üritusel oleme tõstnud inimeste teadlikkust plastikreostusest ja plastikuvabast elust.

TURUNDUS

Turundus käis läbi meie Facebooki lehekülje, millel on 474 jälgijat ja postitused on nii eesti kui ka inglise keeles (seisuga 23.04.2018). Keskmiselt jõudsid **meie postitused läbi Facebooki mitme tuhande inimeseni**. Kuid sellega meie turundus ja aktiivsus ei piirdunud. Käisime raadios Ring FM rääkimas meie ideest ja õpilasfirmast. Intervjuud ajalehtedes Postimees ja Sakala garanteerisid, et jõudsimme ka vanema generatsioonini. Tänu Kaleidoskoobi võistlusele avanes võimalus **esineda saates Ringvaade**, mis andis meile võimaluse oma ideed tutvustada tuhandetele inimestele otse-eeetris.

Meediakanalitele lisaks saime oma ideed ja toodet esitleda erinevatel üritustel ja võistlustel. Esimene võimalus selleks oli Kaleidoskoop, mille finaali toimus sTARTUp day raames. See lõi olukorra, kus meie ideest kuulis näiteks Pakendikeskuse esindaja, kes seejärel avaldas soovi tulevikus meiega koostööd teha. Osalemine Polar Bear Pitchingul andis meile suurepärase võimaluse tutvustada oma ideed väljaspool Eesti piire. Järgmine samalaadne võimalus oli Riia õpilasfirmade festivalil osalemine. Seal saavutatud tunnustused ja nominatsioonid näitavad, et meie idee on ka väljaspool Eestit silma jäänud. Üritustele tagantjärele mõeldes tuleb kindlasti esimesena meelde Polar Bear Pitching just oma unikaalsuse tõttu.

MÜÜK

23. aprilli seisuga olime müünud 149 lusikat, neist 101 laatadel ja 48 tellimustena. Müüsimine lusikaid Värskas, Pärnus, Tartus, Tallinnas ja Riias laatadel. Ühe lusika hinnaks oli tavaliselt 2€, kuid pakkusime ka sooduspakkumist - 3 lusikat 5€ eest. Ainsaks erandiks oli **Riia õpilasfirmade laad**, kus ühe lusika hinnaks oli 1€. Langetasime hinda, sest Riia laada eesmärgiks oli toote tutvustamine rahvusvaheliselt. Müügi mõistes oli kõige edukam **Tallinna laad**, kus müüsimine 46 toodet.

TELLIMUSED

Lisaks laatadele müüsimine tooteid ka tellimustena. Peamiselt tellisid meilt eraisikud, kas oma tarbeks või kingituseks. Näiteks kingiti üks tellitud lusikas maaeluminiistrile Tarmo Tammele. Tellimused said täidetud maksimaalselt kolme tööpäevaga ning lusikad toimetatakse kliendile ise. Esitati ka tähtajaline tellimus Tartumaa Töömessile. Need tellitud lusikad kingiti Töömessi esinejatele, mis tähendab, et need jõudsid Tartu abilinnapeast Hannes Hermakülani. Lisaks sooviti meie toodet tellida 2018. aasta septembris toimuvale konverentsile, et kõik osalejad saaksid kasutada Edible lusikaid kolmel toidukorral päevas kogu seminari toimumise vältel. See võrdus ligikaudu 2000 lusikaga. Kahjuks olime sunnitud tellimuse kinnituse edasi lükkama, sest praeguse tootmismeetodi juures ei oleks me sellist kogust toota suutnud.

KONKURENDID

Meie suurimateks konkurentideks on hetkel plastmassist toidutarvikute tootjad, kelle eeliseks on odav hind ning väga hea kättesaadavus. Küll aga ei ole tegu keskkondlikult jätkusuutliku variandiga - plastikreostus on praegusel hetkel ökosüsteemi üks suurimaid ohte. Samuti on näiteks Prantsusmaa lubanud keelata kõik plastmasstoidutarvikud ning Euroopa Liit reguleerib plastiku kasutamist varasemast rohkem. See tähendab, et ka Eestis muutub ühel päeval plastik regulatsioonide tõttu kallimaks ja/või keelatakse üldse. Puidust toidutarvikud on enamasti kallid ja nende kättesaadavus võib olla keeruline. Kõige suurem murekoht puitlusikatel on see, et kuumades oludes, näiteks supis või tees, kaotavad nad tihti oma kuju. Meie eelis on see, et meie toode on söödav ja biolagunev - see ei kahjusta loodust ja on hea snäkk. Suurim konkurent, söödavaid ja biolagunevaid söögiriistu tootev ettevõtte Bakeys Foods Private Limited, on oma tegevuse lõpetanud. 2016. aasta novembrist alates ei ole olnud võimalik Bakeys'i tooteid tellida. Aastal 2017 investeeris Bakeys USA-sse, et saada uut tootmiskohta, kuid see kukkus firmasiseste tülide ja halva planeerimise tõttu läbi. Selle tulemusena kaotasid paljud kliendid ja investorid usu firmasse. Samuti on paljud kliendid sotsiaalmeedias avaldanud soovi kaevata Bakeys kohtusse. Kokkuvõttes tähendab see, et Bakeysel puudub tootmiskoht, töötav meeskond, raha ja investorid.

KUS PRAEGU?

Hetkel oleme jõudnud faasi, kus söödava lusika abil plastikreostuse vastu võitlemine ei ole enam utoopiline. Meil on valmis toode ja toimiv retsept, mis praktiliste väärtuste poolest on võrreldav plastmassist lusikaga. Oleme koostööd teinud nelja suurema organisatsiooniga: Tartu Kõrgem Kunstikool, Eesti Loomemajanduskeskus, Eesti Maaülikool ja Tartu Kutsehariduskeskus. Me oleme aktiivses koostöös EMÜga, tänu kellele on meie kasutuses tipptasemel toidutehnoloogia labor, kus tootearenduse protsessi läbi viia. Lisaks oleme kaheksalt toidutehnoloogia spetsialistilt konsultatsiooni saanud, kuidas ja mis suunas toodet arendada. Hetkel töötame koostöös Tartu Kõrgema Kunstikooliga välja meie esimest tootmisvormi, et jõuda masstootmiseni. Praeguseks on olemas esimese vormi prototüübi 3D- mudel. Hetkel tegeleme ettevõtte otsimisega, kes meile vormi reaalsel kujul valmis freesiks.

KUHU EDASI?

Meie meeskonnal on olemas kindel visioon tuleviku osas – söödavad toidutarvikud kõikjal polettidel ja kohvikutes, kus hetkel pakutakse plastmassist toidutarvikud. Selle suure sihi poole pürgimiseks peame alustama väikestest sammudest. Esmalt peame muutma meie toote veelgi tarbijasõbralikumaks, näiteks tuleb veelgi täiustada retsepti. Kui lusikas saab täielikult viimistletud, siis on aeg teha seni suurim kulutus, milleks on lusika vormid. Vormid võimaldavad meil toota identseid tooteid 3 korda kiiremini ja suuremates

kogustes. Edasi keskendume selle produkti müügile ja turundusele. Tahame, et meie toode oleks võimalikult kättesaadav erinevates söögikohtades, mis pakuvad *wmg/cycl* toitu, ja toidupoodides valmistoidu lettide juures. Pakendikeskuse esindaja sõnul on meie toote järele nõudlust nii Baltikumis kui mujal Euroopa Liidus. Vajadusel suuremaks tootmiseks on ka plaan olemas – oleme ühendust võtnud Paadi pagariga, kuhu saame oma tootmisega laiendada olukorras, kus meil on olemas masstootmiseks sobilikud vormid.

Kaugemas tulevikus on plaanis alustada koostööd konverentside, festivalide, spordisündmuste ja teiste suurürituste korraldajatega. Sellistel üritustele toilitustatakse suurt hulka inimesi ja hetkel kasutatakse selleks üldjuhul plastikust toidutarvikuid, mille tulevikus võiksid asendada meie tooted. See oleks võimalus tunduvalt laiendada oma kliendibaasi.

Ka tootearenduse vallas on põnevaid arenguvõimalusi. Meie plaaniks on eksperimenteerida erinevate retseptidega, et toota eri maitsetega lusikaid, mis tõstaks toote väärtust snäkina. Tulevikuvisioonis võib meie tootevalikus olla nii soolase kui magusa maitsega lusikad. Oma lusika toiteväärtust saame tõsta, lisades retsepti vajalikke mineraalaineid või vitamiine. Kuna tõusev trend on valgutoodete kasutamine, siis kindel plaan on välja töötada valgulusikas. Peale selle saab luua erinevaid tooteid pühade ja tähtpäevade jaoks: näiteks jõulude ajal toota piparkoogimaitselisi, sõbrapäevaks punast värvi ja vabariigi aastapäevaks rahvusmotiividega lusikaid.

MIDA OLEME ÕPPINUD?

Mitte kunagi ei ole meeskonnal tähtsam kaal olnud kui õpilasfirma perioodil. Igaüks meist oli enne teinud mingit moodi meeskonnatööd, kas siis palliplatsil või praktikumides. Kuid õpilasfirmasisene teineteise mõistmine ja aitamine näitasid meile, mida tõeline meeskonnatöö tähendab. Seda sobib illestama näide esimese töötava lusika loomisest, kus igaüks tuli nõu ja jõuga teistele appi – üks tuli välja ideega kasutada vormidena metallusikaid, teine pani kokku retsepti ja kolmas tegi lusika reaalsel kujul valmis. Ka see sai omal nahal tõestatud, et efektiivselt töötamiseks peab vahepeal lõõgastuma ning tehtavast ülesandest tuleb tunda rõõmu. Vastasel juhul kaob ühel hetkel motivatsioon ja kogu asjaajamine seiskub.

Õpilasfirmat alustades alahindasime kogu protsessi keerukust. Arvasime, et väga paljud ettevõtted ja eraisikud on nõus nii laheda projektiga koostööd tegema. Reaalsuseks osutus see, et e-kirjadele ootasime tihti vastuseid üle nädalate, koostööpartnerite leidmine kujunes oodatust keerulisemaks ja aeganõudvamaks. Kiiresti saime aru, et ettevõtluses asjad nii lihtsalt ei käi - koostööpartnerid tuleb välja võidelda või teenida. Õppetund väljendus selles, et tegime kõike, mis vajalik - saatsime mitmeid e-kirju, helistasime ja käisime ettevõtetel külas, kontakteerusime nendega mitmeid kordi, kuni saime vastuse.

Kindlasti üks probleemsemaid kohti oli meie puhul ajaplaneerimine. Tihti tuli ette

olukordi, kus etteantud ülesanded liikmetel lükkusid nädalaid edasi. Näiteks Värskas, Pärnu ja Tartu laadaks toimus toodete valmistamine päev enne laata. See tähendas, et ei saanud laatadel teha suurt müüki, sest tooteid oli liiga vähe. Õnneks õppisime vigadest ning toodete valmistamist alustasime pool kuud enne Tallinna laata.

Algusfaasis osutuks suureks probleemiks finantsasjade korrashoid. Peale laatasid oli sageli müügitulu kadunud ja raamatupidamises infot sellest polnud. Puudus eraldatus isiklikust ja firma rahast. Õnneks pidasime müüdüd toodete arvestust, seega jõudsid täpsed summad lõpuks ikkagi õpilasfirma kontole. Tundsime, et nii ei tohi jätkata ning sellepärast otsustasime meeskonda täiendada uue liikmega, kes varasemast kriitilisemalt rahal silma peal hoiaks.

Georg: “Meeskond peab töötama kui tervik toetades teineteist, tehes kõik ülesanded õigeaks ajaks ära. Vastupidisel juhul tekivad meeskonnasisesed lahkehelid ja selle tulemusena töö seisab.”

Brett: “Areng ja erinevad võimalused ei teki unistades ja lootma jäädes. Iga võistluse, koostööpartneri ja etteaste nimel tuleb vaeva näha ja järjepidavalt tööd teha.”

Tristan: “Ükskõik kui hea idee ka poleks, lõpuks oleneb kõik ikkagi meeskonnast.”

Kirke: “Igal teekonnal tuleb ette raskusi, aga võitjatena tulevad välja need, kes ei lase motivatsioonil langeda ja töötavad unistuste nimel edasi.”

