

## 2018. aasta majandusolümpiaadi piirkonnavor Praktilise ülesande legend 2, Mari projekt

Taneli tütar Mari on kultuurikorralduse eriala üliõpilane ja vabal ajal harrastusteatri näitleja, kes pidi kursusetööna teostama ühe kultuuriprojekti. Talle jäi kodutalus silma tühjalt seisev heinaküün, kus ladustati põhupalle. Kui muldpõrandaga küünile paremat rakendust ei leita, tuleb see peagi lammutada.

Juba talvel tärkas Maril idee pakkuda küüni oma harrastusteatrile suvelavastuse "Netis sündinud" mängukohaks. See noortelavastus põhuküünis tekitaks suurepärase kontrasti vanavanemate põlvkonna ja tänase netiajastu noorte mõttemaailma ja ellusuhtumise vahel.

Perefirma Taneltalu OÜ oli nõus ürituse korraldamisega, kui Mari ise sellega hakkama saab. Firma huvi oli projekti elluviimise tulemusena teada saada, kas selline kõrvaltegevus tooks piisavalt tulu, et katta kõik kulud ning 2 - 3 aasta pärast hoone täielikult renoveerida.

Mari alustas ettevalmistustega juba kevadel.

Ta koostas ärimudeli võimalike tulude ja vajalike kulude kohta. Algul tasus vajalike kulude eest Taneltalu OÜ. Hilisem pileтите müük pidi kulud katma.

- Harrastusteatri trupile tuli maksta 2000 eurot ühe etenduse eest.
- Mänguplatsi, valgustuse ja küllastajate istekohtade ehitamiseks vajalikud materjalid maksid 300 eurot.
- Küüni ümbruse korrastamiseks, suunaviitade valmistamiseks ning parkimisplatsi ettevalmistamiseks kulus 140 eurot.
- 100 reklaamplakati ning kohapeal müüdnud pileтите kujunduse ja trükikulu oli 400 eurot.
- Pooled piletit müüdi Piletilevi kaudu. See maksis 240 eurot.
- Küllastajate jaoks telliti 4 välitualetti, mille rent ühe etenduse ajaks kokku oli 400 €.
- Lisaks bensiini, elektri, side jm kulud, keskmiselt 45 eurot ühe etenduse kohta.

Taneltalu OÜ võttis Mari miinimumpalga eest. üheks kuuks tööle.

**Arvutus: 300 + 140 + 400 + 240 + 1200 + 135 + 669 = 3084**

Ajutise lava, valgustuse ja põhupallidega 350-kohalise vaatajate osa aitasid püstitada talu palgaline töömees ja Mari noorem vend Madis. Madise ülesandeks oli ka parkimise korraldamine. Enne etendusi aitasid küüni korrastada ja pileteid müüa kaks Mari kursusekaaslasest vabatahtlikku. Vabatahtliku konsultandina töötas ka Mari endine klassivend Taavi, kes õpib meedia- ja kommunikatsiooni juhtimist. Tema aitas Maril välja selgitada suveetenduse sihtrühma ja valida sobivad turundusmeetmed sihtrühmani jõudmiseks.

Suveetenduste reklaamimiseks lõi Mari Facebookis eraldi ürituse, jagas infot mujal sotsiaalmeedias ja pani reklaami maakonna veebi. Samas pidas ta väga oluliseks A2 suuruste plakatite kleepimist noortekeskustesse ja koolidesse. Pärast esimest etendust kirjutas Mari sõbranna oma blogis etenduse kohta haarava loo, mis levis kiiresti mitte ainult tema jälgijate hulgas. Selle tulemusena tõusis vaatajate arv märgatavalt.

Augusti esimeses pooles toimus kolm etendust. Esimesel osales 150 piletiga vaatajat, teisel etendusel 350, kolmandal 300 vaatajat.

Mari viis Facebookis ja oma ülikoolikaaslaste hulgas läbi küsitluse. Selle tulemused on järgmises tabelis:

Hind	5	6	8	10	12	18	22	25	28	30
Nõudlus	420	412	395	371	345	208	106	23	3	1

Kasumi leidmiseks koostas Mari sellise tabeli:

	1. etendus	2. etendus	3. etendus	Kokku
Müügitulu (eurot)	1800	4200	3600	9600
Keskised kulud (eurot)	3028	3028	3028	9084
Kasum/kahjum	-1228	1172	572	516