

Súkromná stredná odborná škola, Ul. 29. augusta 4812, 058 01 Poprad

# VÝROČNÁ SPRÁVA

APRÍL 2019



 Venit

 venit\_ssosta

Ja Firma VENIT

Ing. Jana Marcinová

# OBSAH

## VÝROČNEJ SPRÁVY

Príhovor prezidenta	3
Herbalgy - energetický nápoj	4
Správa - ľudské zdroje	5
Správa - marketingové oddelenie	6
Správa - výrobné oddelenie	9
Správa - finančné oddelenie	11

# PRÍHOVOR

## PREZIDENTA

Podnikanie je spojené s jednou neoddeliteľnou súčasťou, ktorá sa týka každého, kto má o podnikanie záujem. Je to nutnosť učiť sa. Práve my, študenti tretieho ročníka, ktorí si zvolili ekonomické študijné zameranie, sme mali jedinečnú možnosť nielen sa učiť ako podnikať, ale aj pocítiť aké je podnikanie v skutočnosti. Na začiatku školského roka sme boli jednotlivci plní nápadov, vedomostí a postupne sme ich presadzovali v reálnom podnikateľskom svete. Zdokonaľovali sme sa a dnes je z nás tím.

Podnikanie je činnosť, v ktorej by sa nováčikovia určite stratili. Naš pevný základ bol ale vybudovaný pani učiteľkou Ing. Janou Marcinovou. Aj bez externého konzultanta, sme pod jej vedením prekonali všetky prekážky, s ktorými sme sa stretli, a ktoré budeme vedieť prekonať ak sa s nimi v budúcnosti ešte stretne, nakoľko má dlhoročné skúsenosti z podnikateľskej praxe. Kolektívna práca v tíme, pochopenie jednotlivých podnikateľských aktivít, princíp fungovania firmy a mnohé ďalšie nenahraditeľné znalosti sme získavali postupom času.

Bez akýchkoľvek pochybností je ale najdôležitejším ukazovateľom úspechu v podnikaní práve zisk. Žiaden investor, akcionár a ani človek na ulici vás za skúsenosti neocení a preto aj my vo firme VENIT, sme zorganizovali niekoľko akcií tak, aby boli ziskové. Tentorok žiaci v škole zažili s nami Čokoládovú jeseň, Mikuláša, Vianoce s VENIT a 9. Študentský ples. Samozrejme, cieľom týchto akcií nebol len zisk, ale aj spokojný zákazník.

Oddelenie marketingu vytváralo svoje inovačné propagácie pomalšie ale veľmi efektívne. Neustále nápady na plagáty a iné formy marketingovej komunikácie dokázali posúvať informácie bližšie k cieľovej skupine, rovnako ako aj vytvárali image firmy a image nášho produktu Herbalgy. Oddelenie ľudských zdrojov koordinova-

lo prácu každého tímu a pomáhalo pri udržaní motivácie každého zamestnanca. Oddelenie výroby zabezpečovalo všetky potrebné materiály na akcie a vyrábali Herbalgy. Oddelenie financií viedlo účtovníctvo a kontrolovalo rozpočet na každú jednu akciu, plnenie plánu a toky hotovosti.

Ako najväčšiu výzvu sme ale považovali niečo, čo si vyžadovalo nápady každého jedného zamestnanca. Išlo o vytvorenie ťažiskového produktu s veľkou perspektívou do budúcnosti. Pri dnešnom preplnenom trhu je to pre mnohých nespĺniteľná úloha. Pre tím mladých študentov, ktorí sú plní motivácie a energie zvládnuť ďalšiu výzvu je to úloha, ktorá sa nemôže skončiť neúspechom. Preto Vám predstavujeme náš výrobok Herbalgy - energia z bylín. Je to nápoj, ktorého ťažiskovými charakteristikami sú zdravie, chuť, energia a vitalita. Každý z nás sa stretol s nezdravými energetickými nápojmi, ktoré sú prehnane sladené, nezdravé a zvyšujú tep srdca, nie energiu. Naš nápoj je ideálnym riešením. Okrem toho, že je z bylín a chuťou výrazne dobieha ostatné energetické nápoje, bylinné zloženie poskytuje naozajstnú energiu.

A tak by som sa chcel na záver poďakovať predovšetkým Súkromnej strednej odbornej škole, že nám poskytla prostredie a podmienky na realizáciu našej podnikateľskej činnosti. Rovnako ďakujeme aj pani Ing. Marcinovej za trpezlivosť a snahu nám pomôcť na tejto podnikateľskej ceste, kde sme sa stali ľuďmi schopnými realizácie správneho podnikania na trhu.

**Damián Duda**

Prezident JA Firmy VENIT



# HERBALGY

## ENERGETICKÝ NÁPOJ

### Energia z bylín pre deň plný sily

Prvotnou myšlienkou pri hľadaní vhodného produktu, ktorý by naša firma dokázala vyrábať a predávať, bolo náhradiť niečo, čo mladí ľudia obľubujú, ale nie je to ich zdraviu prospešné. Keď sme si začali všimnúť našich spolužiakov a rovesníkov, zistili sme, že radi konzumujú energetické nápoje.

Na základe týchto zistení sme vytvorili dotazník, ktorého cieľom bolo zistiť, či by svoj obľúbený nápoj, chemicky modifikovaný, dokázali vymeniť za prírodný nápoj, ktorý poskytuje rovnaké množstvo energie, no neškodí ich zdraviu. Zistili sme, že až 73 % by nemalo problém vymeniť chémiu za bylinky. Toto nám slúžilo ako potvrdenie, že naše rozhodnutie vybrať ako cieľovú skupinu mladých ľudí bolo správne.

Jednou z prekážok je silná konkurencia vo forme známych značiek energetických nápojov, ktoré na trhu pôsobia už niekoľko rokov. Majú veľmi dobre vytvorené marketingové kampane a podporu predaja a sú celosvetovo známe. Všetky tieto firmy ale ponúkajú nezdravú variantu energetických nápojov.

Našou výhodou oproti konkurencii je to, že náš produkt neobsahuje žiadne chemické, zdraviu škodlivé zložky. Výnimočnosťou nášho nápoja je taktiež jeho jedinečná receptúra získaná od dlhoročnej bylinkárky. Pôvodnú receptúru a technologický postup sme vylepšili pridaním vitamínu C.

Základnou zložkou nápoja je macerát skorocelu, drievka škorice a pomarančov. Nápoj je dochutený prírodným skorocelovým sirupom, a preto je vhodný aj pre diabetikov, tehotné ženy, vegetariánov a taktiež pre vegánov. Neobsahuje žiadne umelé látky ani E-čka. Jeho trvanlivosť je zabezpečená sterilizáciou pri 100 stupňoch celzia.

Správny pomer týchto ingrediencií vytvorí v tele konzumenta energetický efekt. Po vypití tohto nápoja máte istotu, že vás osvieži. Nápoj je vhodné piť doobeda a v čase, kedy potrebujete vydať zo seba veľké množstvo energie. Je plnený v recyklovateľných sklenených fľašiach.

Pri návrhu loga tohto výrobku, sme sa inšpirovali tým, z čoho je vytvorený - skorocel, pomaranč a škorica. Návrh etikety vytvorilo marketingové oddelenie. Predajnú cenu výrobku stanovilo finančné oddelenie.

Hneď po prvom predaji v škole sme zistili, že o náš produkt je záujem, preto predpokladáme, že zisk bude stúpať a povest produktu sa bude rýchlo šíriť. Naším cieľom je veľkopredaj nie len v tuzemsku ale tiež aj do zahraničných krajín. Veríme, že naše know-how je revolučné a jedinečné, dbá na problémy súčasnosti v spoločnosti, a tým je ekológia a zdravie ľudí. Cieľom je zabrániť propagovanie škodlivých energy drinkov s obsahom chemických látok a posunúť do popredia energetické nápoje s prírodným zložením.





# SPRÁVA

## ĽUDSKÉ ZDROJE

Hlavnou povinnosťou nášho oddelenia bolo klásť dôraz na individuálnu prácu každého zamestnanca a na základe týchto zistení rozhodnúť o vyplácaní miezd.

Pri výrobe nášho produktu sme dbali hlavne na to, aby sa jednotlivé úlohy rozdelené prezidentom zhodovali so schopnosťami jednotlivcov. Ako oddelenie ľudských zdrojov poznáme našich zamestnancov najlepšie a vieme posúdiť ich kompetenciu vykonávať úlohy. Hlavne vďaka nášmu posudzovaniu bola JA firma VENIT schopná fungovať plynulo a výroba energetického nápoja Herbalgy prebiehala bez problémov.

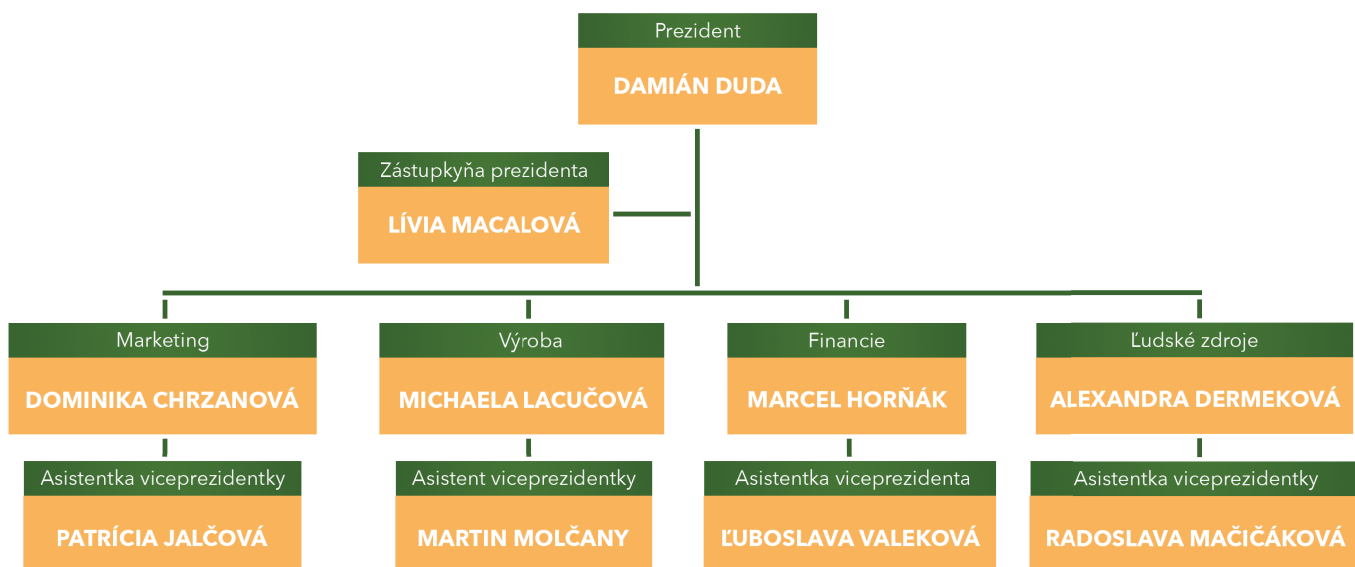
Proces sme kontrolovali a prípadné chyby a zmeny sme spoločne konzultovali. Keďže nemáme veľa skúseností v oblasti bylinkárstva, bolo veľmi dôležité, aby sa všetci členovia spoločnosti zapojili a spolu s pomocou bylinkárky zistili najefektívnejšiu zmes na podporu energie. Spolu sme riešili taktiež aj chuť, aby bola univerzálna a vhodná pre každého. Snažili sme sa o príjemnú atmosféru vo firme a udržiavanie priateľských

vzťahov medzi zamestnancami, čo sa nám aj darilo. Konflikty sme riešili pomocou rozhovorov, kde každý zamestnanec mohol vyjadriť svoj názor, a tak aj prispieť svojím uhlom pohľadu.

### Úlohami nášho oddelenia bolo:

- viesť evidenciu o dochádzke zamestnancov
- viesť záznamy o práci každého člena firmy, ktoré slúžili hlavne ako podklad pre mzdy zamestnancov
- viesť záznamy o akcionároch
- spracovávali sme prezenčné listiny, zápisnice z valných zhromaždení
- udržiavali dobré vzťahy vo firme
- vytvárali vhodné pracovné prostredie

Tieto úlohy sa nám vo firme podarilo plniť, a taktiež sme úspešne udržiavali dobré vzájomné vzťahy medzi zamestnancami.



# SPRÁVA

## MARKETINGOVÉ ODDELENIE

Žijeme v uponáhľanej dobe, kedy práca, škola a úspech sú našimi prioritami. Častokrát sa stáva, že pri takomto štýle života máme problém sa na chvíľu zastaviť a zrelaxovať. Výsledkom takejto životosprávy je únava a vyčerpanosť, ktorá nás núti siahať po energetických nápojoch, ktoré nie sú práve šťastnou voľbou pre naše zdravie. Práve preto prichádzame s našim prírodným energetickým nápojom Herbalgy.

Počas fungovania JA firmy sme sa držali zásady, že dobrý marketing je základ pre úspech firmy. Preto sme kládli veľký dôraz na to, aby propagácia nášho výrobku a organizovaných akcií bola zaujímavá, kreatívna a aby našich potenciálnych zákazníkov zaujala na prvý pohľad. Pri propagovaní Herbalgy sme sa riadili pravidlom 4P - product, place, promotion, prize.

### 1 - PRODUCT

Pri propagácii nášho produktu kladieme dôraz najmä na receptúru nášho výrobku, ktorú sme získali od dlhoročnej bylinkárky. Túto receptúru tvorí skorocelový sirup a macerát zo skorocelu, pomaranča a škorice. Kombináciou týchto ingrediencií sme získali nápoj s výbornou chuťou, vďaka ktorému budú mať naši zákazníci energiu na celý deň. Herbalgy ponúka okrem energie aj veľké množstvo vitamínov, ktoré okrem iných efektov zlepšujú imunitu ľudského tela. Keďže medzi hlavné zložky nášho produktu patrí skorocel zvolili sme názov nášho produktu Herbalgy, čiže energia z bylín.

Pri balení nápoja sme rozmýšľali najmä ekologicky, práve preto sme namiesto plastových fliaš zvolili sklenené. Veľkou výhodou skla je jeho ľahká recyklácia. Na hrdlo fľaše sme umiestnili špagát, ktorý pekne dotvára dizajn a má aj praktické využitie na uchytenie etikety s cenou. Na prednú stranu fľaše sme

nalepili etiketu nášho produktu, ktorú vytvorilo naše oddelenie. Pri tvorbe tohto loga sme sa inšpirovali zložením nášho výrobku. Taktiež sme dbali aby celý výrobok pôsobil na spotrebiteľa sviežo a energicky. Na zadnej strane produktu je uvedené zloženie, dátum spotreby a množstvo produktu. Nápoj je sladený prírodným skorocelovým sirupom a preto je vhodný pre diabetikov.

### 2 - PLACE

Základnou cieľovou skupinou nášho produktu sú mladí ľudia od 15 do 30 rokov, ktorí majú z času na čas málo energie a potrebujú ju dobiť. Preto sme Herbalgy najskôr ponúkli spolužiakom na škole. Títo náš produkt ocenili a preto sme sa rozhodli osloviť zákazníkov aj prostredníctvom sociálnych sietí a rôznych internetových portálov, vďaka ktorým sa náš produkt podarilo predať do rôznych častí Slovenska. Veríme, že naše úsilie prinesie pozitívne výsledky. Náš nápoj sme ponúkli aj ľuďom vyššej vekovej kategórie a tiež sa o ňom vyjadrili kladne.



# SPRÁVA

## MARKETINGOVÉ ODDELENIE

### 3 - PROMOTION

Kľúčom nášho úspechu bolo získanie si zákazníkov, preto bolo naším hlavným cieľom uspokojiť potreby našich spolužiakov. Zorganizovali sme rôzne akcie. O týchto akciách sme informovali našich študentov predovšetkým prostredníctvom plagátov, ktoré sme sami navrhli. Plagáty sme umiestňovali na miesta, okolo ktorých denne prejde množstvo študentov, čiže vstupná hala, bufet a šatne. Hlavnou formou reklamy boli sociálne siete, ktoré slúžili na informovanie študentov o spomínaných akciách JA firmy VENIT. Sociálne siete sme použili aj na propagáciu nášho výrobku. Vďaka sociálnym sieťam sme mohli komunikovať so zákazníkmi, ktorí nepochádzali z nášho okolia a mali o Herbalgy záujem. Veríme, že aj úspešnosť organizovaných akcií nám pomohlo získať si zákazníkov pri predávaní Herbalgy.

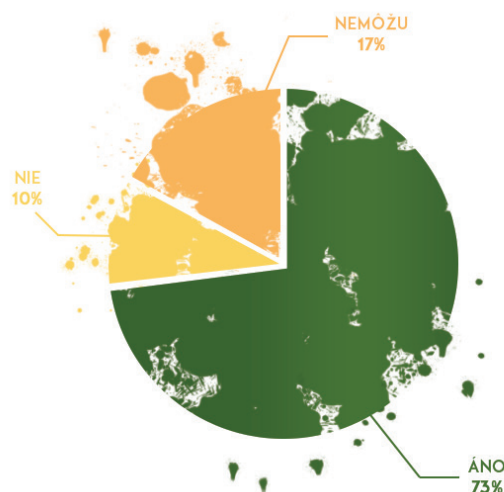
### 4 - PRICE

Pri stanovení ceny sme brali ohľad na výšku nákladov, ktoré súviseli s výrobou výrobku a taktiež sme sa zamerali na ceny konkurencie. Predajnú cenu nášho výrobku stanovilo finančné oddelenie podľa vynaložených nákladov na výrobu 50 ks Herbalgy. Cenu nášho produktu sme stanovili na 1,40 € za 200 ml.

Tabuľka nákladovosti Herbalgy na 50ks	
Nákladové položky	Cena
FLAŠE	24,56€
ETIKETY	10,00€
POMARANČE	1,56€
SKOROCEL	5,24€
ŠKORICA	3,20€
DOMÁCI SKOROCELOVÝ SIRUP	7,28€
<b>SPOLU</b>	<b>51,86€</b>

### MARKETINGOVÝ PRIESKUM

Jednou z úloh nášho oddelenia bolo vytvoriť dotazník, prostredníctvom ktorého sme zisťovali záujem o náš produkt. Dotazník vyplnilo 400 respondentov, ktorí boli vo veku od 15 do 30 rokov. Dotazník bol vyplnený žiakmi našej školy, ale taktiež aj respondentmi, ktorí nenavštevujú našu školu. Dotazník mal tlačенú a digitálnu formu. Tvorilo ho 7 otázok, ktoré sa týkali energetických nápojov a záujmu mladých ľudí o tieto nápoje. Prioritou nášho prieskumu bolo zistiť, koľko percent opýtaných by dalo prednosť čisto prírodnej verzii energetického nápoja. Zistili sme, že až 73 % opýtaných by vymenilo chémiu za bylinky, 10% by sa nevzdali svojho obľúbeného nápoja a 17% sa vyjadrilo, že takéto nápoje neoblubuje, alebo nemôže ich piť pre vysoký obsah cukru.



Cenová kalkulácia	
NÁKLADLADY NA VÝROBU 50KS HERBALGY	51,84€
NÁKLADY NA 1KS HERBALGY	1,03€
MARŽA	36%
<b>PREDAJNÁ CENA ZA KUS</b>	<b>1,40€</b>



# SPRÁVA

## MARKETINGOVÉ ODDELENIE

Úlohou nášho oddelenia bolo tiež informovať študentov a pracovníkov našej školy o pripravovaných akciách.

Pri propagácii bol pre nás veľmi dôležitým bodom aj osobný kontakt a komunikácia. Pred plánovanými akciami sme osobne chodili pozývať na naše akcie študentov aj učiteľov, a sledovali sme ich priame reakcie počas sprostredkovania informácií. Naše akcie a Herbalgy sme propagovali aj na Facebooku a Instagram, kde máme veľa sledovateľov. Na tvorbe potrebných materiálov použitých na propagáciu akcií a nášho výrobku sa podieľalo celé marketingové oddelenie. Myslíme si, že sme naše stanovené ciele splnili a podarilo sa nám dobre propagovať nielen výrobok a akcie, ale aj samotnú firmu. Veríme, že sme našou činnosťou prispeli k dobrému menu našej JA firmy VENIT, a že na nás budú študenti a učitelia ešte dlho v dobrom spomínať.



# SPRÁVA

## VÝROBNÉ ODDELENIE

Výrobné oddelenie bolo zamerané na jednu z najdôležitejších činností. Praktické zhotovenie a realizácia všetkých nápadov, ktorými sme počas roka chceli osloviť našich potenciálnych zákazníkov. Výrobné oddelenie si stanovilo jasné ciele. Hlavnou náplňou práce výrobného oddelenia bola pomoc pri návrhu a finálnom zhotovení produktu Herbalgy. Neľahká úloha si vyžadovala naozajstné riešenie problematiky energetických nápojov, ktorých alternatíva musela byť nielen zdravá ale aj chutná.

### ZLOŽENIE HERBALGY

#### SKOROCEL

ľahko prístupná bylina, ale vzhľadom na vývoj produktu, ktorý začal v jeseni musel výrobný tím prísť s riešením ako túto rastlinnú zložku získať. Z externých zdrojov sme vďaka dlhoročnej bylinkárke výhodne získali túto základnú zložku nášho produktu. Okrem zlepšovania trávenia a dýchacích systémov má aj vedľajšie antibakteriálne a protizápalové účinky. Bol použitý najmä na zdravý základ nápoja a bylinnú chuťovú zložku. Herbalgy tak neposkytuje len energiu a skvelú chuť, ale je vhodný aj na zlepšovanie zdravotného stavu, posilnenie imunity a pre diabetikov.

#### POMARANČ

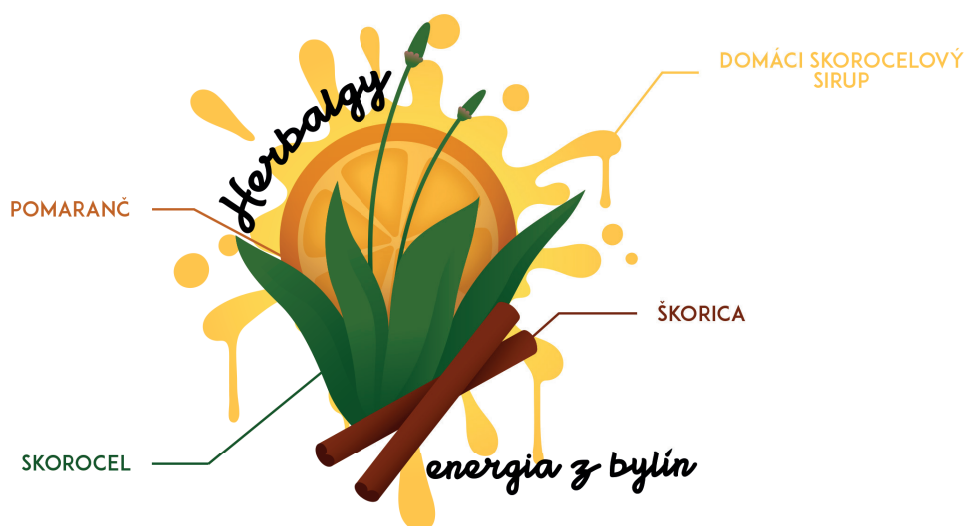
je známy obsahom vitamínu C, ale dôvodov prečo výroba uskutočnila jeho integráciu bolo omnoho viac. Táto vitamínovo-chuťová zložka obsahuje vysoký pomer vlákniny, vápnika a draslíka. Jeho chuťová zložka dokonalo dopĺňa nápoj aby bol nielen zdravý a poskytoval energiu, ale aj konzumentom výborne chutil. Podporuje každú telesnú funkciu a v kombinácií so skorocelom vytvára vysoko energetickú zložku produktu.

#### ŠKORICA

je prírodný prostriedok, ktorý má hypoglykemický účinok, t.j. reguluje hladinu cukru v krvi. Má však aj antioxidantný, antibakteriálny a fungicídny účinok. Už v stredoveku to bolo po čiernom korení najpopulárnejšie korenie na svete.

#### DOMÁCI SKOROCELOVÝ SIRUP

Tento sirup dokonalo dopĺňa predošlé zložky nápoja chuťovo a takisto je v neposlednom rade pozitívne účinný pre zdravie človeka. Takisto má povzbudzujúce účinky v kombinácii s pomarančami a dodáva energiu v zdravej forme.





# SPRÁVA

## VÝROBNÉ ODDELENIE

Okrem zabezpečenia výroby Herbalgy sa výrobné oddelenie postaralo o výrobný proces aj počas našich akcií, ktoré sme usporiadali pre žiakov a zamestnancov školy.

### ČOKOLÁDOVÁ JESEŇ

Počas tejto akcie sme žiakom ponúkali výrobky z čokolády, pripravené zamestnancami výrobného oddelenia. Zákazníci si pochvalovali piškóty plnené banánom obalované čokoládou, cookies a najväčší úspech mala domáca horúca čokoláda.

### MIKULÁŠ NA SSOSTE

Úlohou výrobného oddelenia bolo zakúpiť sladkosti a vytvoriť mikulášske balíčky, ktorými potom Mikuláš obdaroval vybraných žiakov. Zamestnanci tiež piekli medovníky, ktoré potom ozdobovali. Každý žiak v škole, ktorý sa zúčastnil programu dostal v cene vstupenky aj tento medovník.

### VIANOCE S VENIT

Pred Vianocami je už v našej škole tradícia, že vďaka JA firme to všade rozvoniava. Aj tento školský rok firma VENIT tradíciu zachovala a predávala kapustnicu, grilovala klobásu a vyprážala kuracie rezne. Školou voňal aj vianočný punč.

### 9. ŠTUDENTSKÝ PLES

Najvýznamnejšia akcia tohto roku bola výrobným oddelením zlepšená o bohatú tombolu. Ceny, ktoré zabezpečili všetci zamestnanci firmy mali široké spektrum od kalendárov a ovocia až po zájazd do Chorvátska či výstup na Lomnický štít. Príjemná atmosféra, bohatý program a kvalitná hudba bola celá v réžii výrobného oddelenia.





# SPRÁVA

## FINANČNÉ ODDELENIE

Počas fungovania JA firmy VENIT naše oddelenie zodpovedalo za všetky finančné prostriedky, ktorými firma disponovala. Taktiež viedlo a kontrolovalo jednoduché účtovníctvo, v ktorom sme evidovali príjmy a výdavky. Na základe podkladov z personálneho oddelenia sme vyplácali zamestnancom mzdy a to vo výške 0,30€/hod. Pravdivo sme informovali vedenie firmy o stave financií a plánovaných príjmoch a výdavkoch.

Na začiatku činnosti našej firmy sme získali vstupný kapitál, ktorý bol vo výške 210€. Tento kapitál bol tvorený upísaním 70 akcií po 3 €.

Počas fungovania našej firmy bol zisk vždy v kladných číslach. Väčšinu príjmov predstavovali príjmy z organizovaných akcií a z predaja výrobku. Výdavky súviseli najmä s poskytovaním služieb, výrobou výrobku a taktiež s mzdovými nákladmi. Podrobný prehľad príjmov a výdavkov sa nachádza v tabuľke nižšie.

Spolu s marketingovým oddelením sme pracovali na určení ceny výrobku. Pri stanovení ceny sme vzali do úvahy dva hlavné faktory - spokojnosť spotrebiteľov a zisk z predaja výrobku.

Tabuľka ziskovosti jednotlivých akcií a predaj výrobku

Akcia	Príjmy	Výdavky	Mzdy	Zisk
ČOKOLÁDOVÁ JESEŇ	118,00€	45,85€	3,00€	69,15€
MIKULÁŠ	390,00€	133,47€	5,10€	251,43€
VIANOCE S VENIT	227,21€	176,53€	6,60€	44,08€
PLES	3204,00€	2 821,98€	3,90€	378,12€
PREDAJ VÝROBKU HERBALGY	112,00€	82,40€	4,00€	25,60€
REŽIJNÉ NÁKLADY		80,00€		-80,00€
MZDY MANAŽMENTU			10,00€	-10,00€
<b>SPOLU</b>	<b>4051,21€</b>	<b>3 340,23€</b>	<b>32,60€</b>	<b>678,38€</b>

Tabuľka percentuálneho naplnenia plánovaných ziskov z akcií

Akcia	Reálny zisk	Predpokladaný zisk	Naplnenie predpokladu
ČOKOLÁDOVÁ JESEŇ	69,15€	25,00€	276,60%
MIKULÁŠ	251,43€	250,00€	101,57%
VIANOCE S VENIT	44,08€	23,00€	191,65%
PLES	378,12€	350,00€	108,03%
<b>SPOLU</b>	<b>742,78€</b>	<b>648,00€</b>	<b>114,62%</b>

# SPRÁVA

## FINANČNÉ ODDELENIE

Príjmy z podnikateľskej činnosti				
	č. r.	Plán	Skutočnosť	Naplnenie plánu
PRÍJMY Z PREDAJA VÝROBKOV	1	175,00€	345,21€	197,26%
PRÍJMY Z PREDAJA SLUŽIEB	2	2 615,00€	3 594,00€	137,44%
PRÍJMY Z PREDAJA HERBALGY	3	100,00€	112,00€	112%
<b>PRÍJMY SPOLU</b>	<b>4</b>	<b>2 890,00€</b>	<b>4 051,21€</b>	<b>140,18%</b>
Výdavky na podnikateľskú činnosť				
	č. r.	Plán	Skutočnosť	Naplnenie plánu
VÝDAVKY NA MATERIÁL	5	380,00€	450,79€	118,63%
VÝDAVKY NA POSKYTOVANIE SLUŽIEB	6	2 850,00€	2 807,04€	98,84%
VÝDAVKY NA VÝROBU HERBALGY	7	70,00€	86,40€	123%
MZDY	8	20,00€	32,60€	163%
<b>VÝDAVKY SPOLU</b>	<b>9</b>	<b>3 320,00€</b>	<b>3 372,83€</b>	<b>101,59%</b>
Výsledok hospodárenia				
	č. r.	Plán	Skutočnosť	Naplnenie plánu
PRÍJMY SPOLU	10	2 890,00€	4 051,21€	140,18%
VÝDAVKY SPOLU	11	2457,50€	3 372,80€	101,59%
VÝSLEDOK HOSPODÁRENIA	12	432,50€	678,38€	156,85%
DAŇ Z PRÍJMU 21%	13	90,82€	142,45€	156,84%
<b>ČISTÝ ZISK</b>	<b>14</b>	<b>341,68€</b>	<b>535,93€</b>	<b>156,85%</b>
Pomocné výpočty				
	č. r.	Plán	Skutočnosť	Naplnenie plánu
POČET KS EMITOVANÝCH AKCIÍ	1	70,00€	70,00€	100,00%
NOMINÁLNA HODNOTA JEDNEJ AKCIE	2	3,00€	3,00€	100,00%
CELKOVÁ HODNOTA UPÍSANÝCH AKCIÍ	3	210,00€	210,00€	100,00%
DIVIDENTA NA AKCIU	4	3,50€	5,00	142,86%
CELKOVO VYPLATENÉ DIVIDENDY	5	245,00€	350,00	142,86%
Zostatok peňazí na rozdelenie				
	č. r.	Plán	Skutočnosť	Naplnenie plánu
ZOSTATOK PEŇAZÍ V POKLADNI	6	642,50€	888,38€	138,26%
ZAPLATENÁ DAŇ Z PRÍJMU	7	90,82€	142,45€	156,85%
VRÁTENIE VKLADU AKCIONÁROM	8	210,00€	210,00€	100,00%
ZOSTATOK PEŇAZÍ NA ROZDELENIE	9	341,68€	535,93€	156,85%
Rozdelenie čistého zisku				
	č. r.	Plán	Skutočnosť	Naplnenie plánu
DIVIDENDY	10	245,00€	350,00€	142,86%
VÝDAVKY NA LIKVIDÁCIU	11	28,43€	30,93€	108,79%
TANTIÉMY	12	68,34€	105,00€	153,64%
PRÍSPEVOK NA CHARITU	13	35,00€	50,00€	142,85%
ZOSTATOK PEŇAZÍ PO ROZDELENÍ	14	0,00€	0,00€	0,00%