

Grounds To Grow

Priebežná výročná správa

Rok: 2023/2024

Učiteľka: Mgr. Mária Podubinská



Evanjelické gymnázium J. A. Komenského, Košice
John Amos Comenius Lutheran Grammar School

Obsah

1. Zhrnutie
2. Problém a riešenie
3. Produkt a výroba
4. Prieskum trhu
5. Predaj
6. Marketing
8. Financie
9. Výzvy
10. My ako tím
11. Budúcnosť

Zhrnutie

Naša firma je zložená z viacerých študentov rôznych tried fungujúcich ako skupina ľudí zapálených pre učenie sa novým skúsenostiam praxou. Do programu Aplikovaná ekonómia sme sa prihlásili dobrovoľne, s úmyslom investovať svoj voľný čas do budovania študentskej firmy. Vymysleli sme nový inovatívny produkt – organické hnojivo Grounds To Grow.

Náš produkt využíva kombináciu kávového odpadu, emu trusu a kadernického bioodpadu na tvorbu efektívneho hnojiva pre rôzne druhy rastlín. Sme presvedčení, že naša inovácia je posunom k udržateľnejšej budúcnosti a prispieva k ochrane našej planéty pre ďalšie generácie.

Počas cesty sme čelili mnohým prekážkam, ale vďaka tímovému duchu, ktorý v našej študentskej firme pretrváva, sme ich zvládli. Vďaka skúsenosti s budovaním našej firmy, sme sa naučili tímovej kooperácii, efektívnejšej komunikácii, no najmä tomu, že i my sme schopní meniť naše okolie a svet realizáciou našich nápadov.

A preto veríme, že práve vďaka produktu Grounds To Grow sme i my prispeli k pomoci životnému prostrediu.

Problém

Kávového gruntu sa ročne vyprodukuje okolo 60 miliónov ton na celom svete. Výrobou nášho hnojiva recyklujeme kávový grunt a iné zložky bioodpadu, ktorého 30% na Slovensku končí v komunálnom odpade. Odpad z kávy a kadernický bioodpad má výrazný environmentálny vplyv, vrátane zvyšovania emisií skleníkových plynov a znečistenia pôdy. Tieto druhy odpadu majú potenciál byť využité ako cenné zdroje pre ďalšie aplikácie, ako je výroba hnojiva. Ich nevyžitie predstavuje stratu príležitosti na zníženie množstva odpadu a podporu udržateľnejších praktík. Okrem kávového gruntu na skládkach zväčša končia aj vaječné škrupiny a kadernický bioodpad.

Riešenie

Naším produktom využívame odpad z kávy, kadernický bioodpad a emu exkrementy na výrobu prírodného organického hnojiva. Ako členov firmu nás nadchla myšlienka, že práve naším produktom dokážeme vyrobiť z "odpadových" surovín novú hodnotu. Vďaka nej prispievame k obohacovaniu pôdy o prospešné mikroorganizmy, a tým prispievame k rozvoju mikroflóry živnej pôdy.

Okrem toho celý proces výroby a samotný produkt prispieva k zníženiu uhlíkovej stopy, a to minimalizáciou obsahu mikroplastov pre spracovanie materiálu v malých objemoch a k celkovej udržateľnosti v poľnohospodárstve.



Produkt

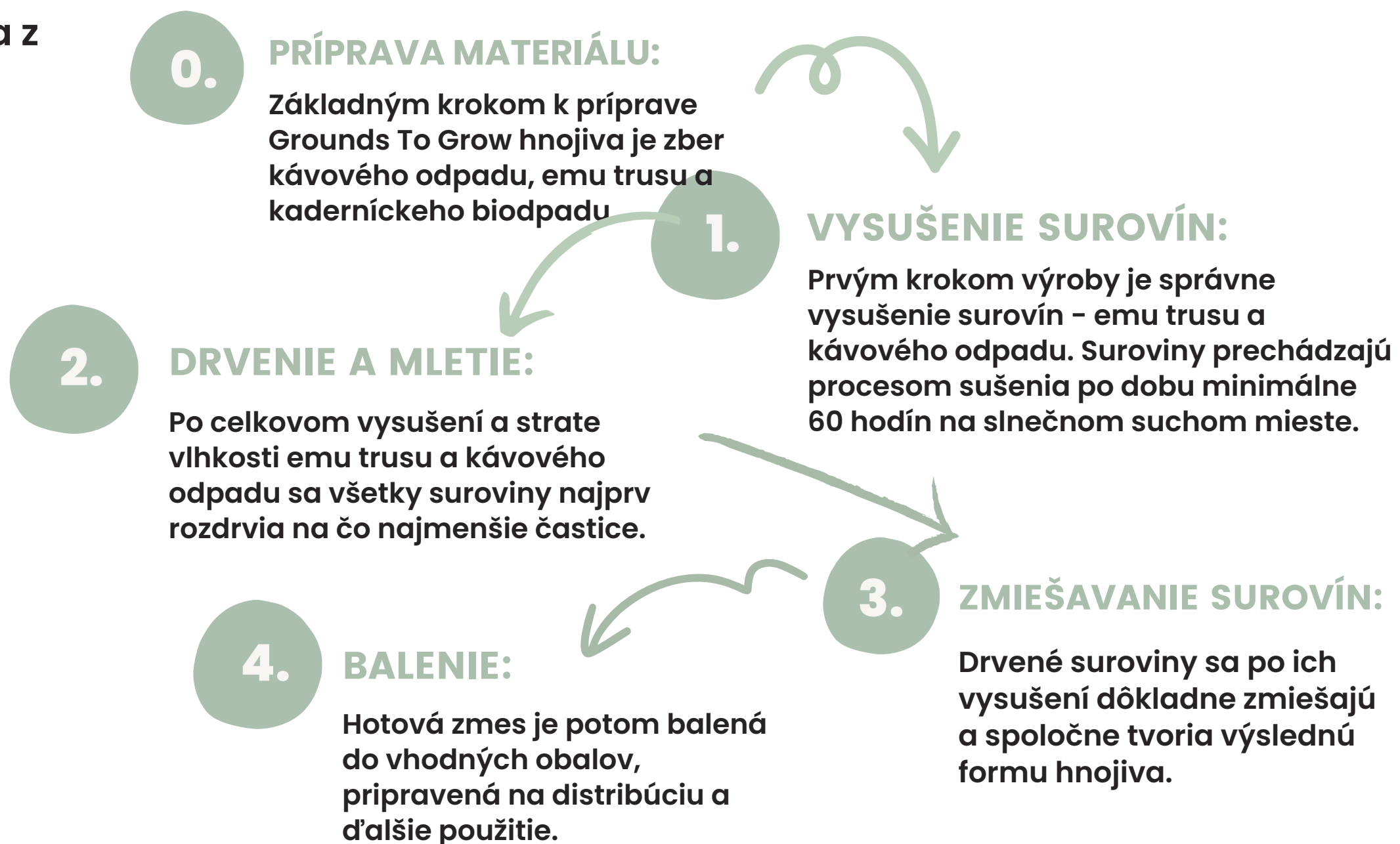
Naše revolučné a inovatívne organické hnojivo Grounds To Grow je výsledkom spojenia kávového odpadu, emu trusu a kadernického bioodpadu.

Kávu získavame z kaviarní a domácností, spolupracujeme s lokálnymi podnikmi. Trus pochádza z domáceho chovu, zatiaľ čo kadernické zvyšky sú produkty z kozmetických salónov. Takto využívame odpad, aby sme vytvorili udržateľné a účinné hnojivo pre rôzne druhy rastlín.



Výroba

Oddelenie výroby je srdcom nášho podniku a zabezpečuje, že každá fáza procesu je riadená a optimalizovaná s cieľom dosiahnuť maximálnu účinnosť a kvalitu výsledného produktu. Postup výroby nášho hnojiva je nasledovný:



Konkurencia

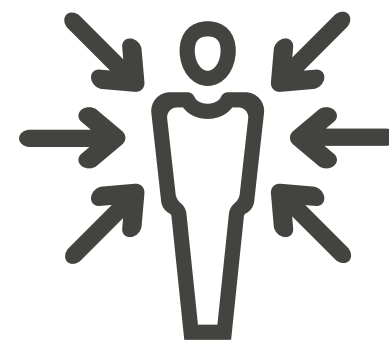
Na trhu s hnojivami sme identifikovali niekoľko konkurenčných spoločností. Príkladom sú tradiční výrobcovia chemických hnojív a ekologické farmy, malé podniky, ktoré vyrábajú či predávajú ekologické hnojivá a organické hnojivá.

Prieskum trhu

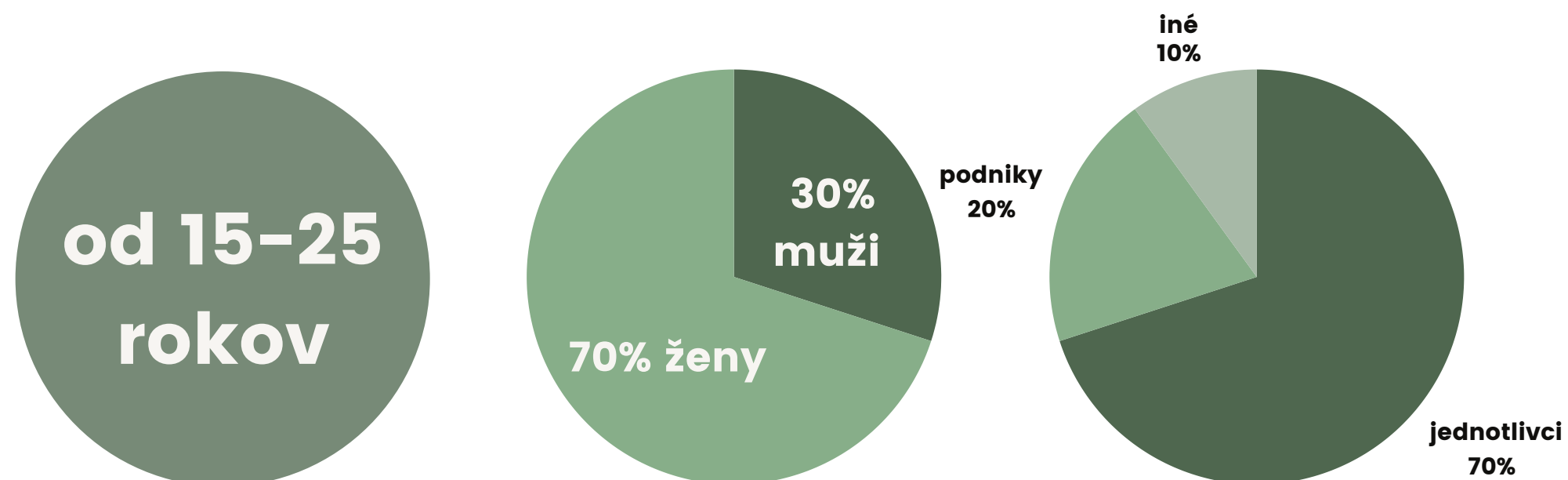
Kávové hnojivá sú celkovo zriedkavé a s pridanými emu exkrementmi a kaderníckym biodpadom je naše hnojivo svojím zložením jediné svojho druhu na celosvetovom trhu. Vynikáme zodpovednosťou voči životnému prostrediu spracovaním hnojiva v malých objemoch, čím minimalizujeme objem mikroplastov pridávaných do pôdy, na rozdiel od priemyselnej výroby.

Ciel'ová skupina

Zákazníkov, ktorých sa snažíme zaujať sú predovšetkým profesionálni aj amatérski poľnohospodári, záhradníci a pestovatelia či ekologicky zameraní spotrebitelia. Špeciálnou cieľovou skupinou sú aj podniky, od ktorých kávový odpad odoberáme.



Na základe dotazníka, do ktorého sa zapojilo 110 respondentov sme zistili, že našu cieľovú skupinu tvoria najmä ľudia:



Predaj

Zákazka pre školu

Zvýšením povedomia na DOD sme prilákali nových zákazníkov. Tým najväčším bola naša škola. S vedením školy sme sa dohodli na objednávke ku dnu učiteľov. Pri tejto príležitosti sme predali 60 kusov hnojiv v polovičných dávkach po 2,75€.



Deň otvorených dverí

Rozhodli sme sa uskutočniť náš prvý predaj počas dňa otvorených dverí na našom gymnáziu, kde sme propagovali a predávali naše hnojivo. Túto príležitosť sme využili s cieľom zvýšiť povedomie o našej firme nielen medzi študentmi a zamestnancami našej školy, ale aj medzi širokou verejnosťou. Bola to možnosť pre nás stretnúť sa s našimi zákazníkmi osobne a v priamom kontakte ich presvedčiť o kvalite nášho produktu. Podarilo sa nám, získať ich nadšenie nie len pre recykláciu kávového gruntu lokálnych kaviarní a kadernického bioodpadu, ale aj pre inovatívne využitie emu trusu. Predali sme všetky vyrobené hnojivá a zároveň zvýšili povedomie o našej firme.

E-shop

Pre veľký záujem zákazníkov a našu snahu o navýšenie predaja sme sa rozhodli spustiť e-shop skrz našu webovú stránku. Vďaka tomu sme dokázali rozšíriť našu zákaznícku základňu o nových spotrebiteľov, ktorí pochádzajú nie len z nášho mesta.

3 dôvody, prečo si zákazníci vybrali naše hnojivo

1. Organické zloženie
2. Jednoduchosť použitia
3. Nízka enviromentálna stopa

Marketing

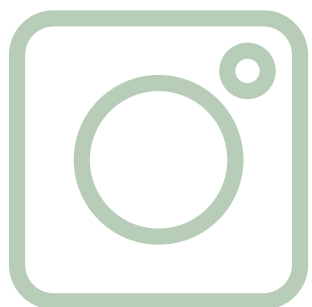
Naša marketingová stratégia na podporu predaja hnojiva zahŕňa viacero kanálov a aktivít, ktoré oslovujú rôzne cieľové skupiny a snažia sa zvýšiť povedomie o našom produkte:

1.

Sociálne siete

Využívame silu sociálnych médií (Instagram a Facebook) na zdieľanie príbehov o našom hnojive, príspevkov a videí s návodmi na použitie.

Sledujeme aktuálne trendy, tvoríme súťaže a robíme iné aktivity, ktorými sa snažíme osloviť potencionálnych zákazníkov, či spríjemniť deň stálych zákazníkov.

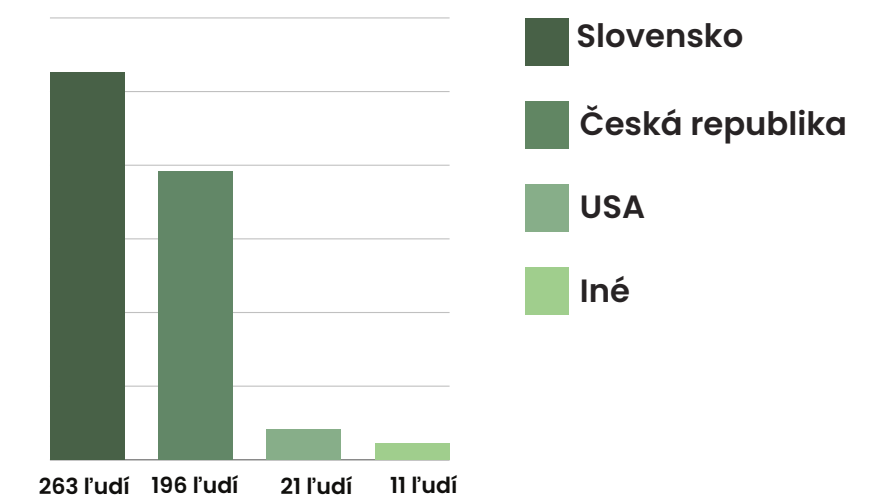


2.

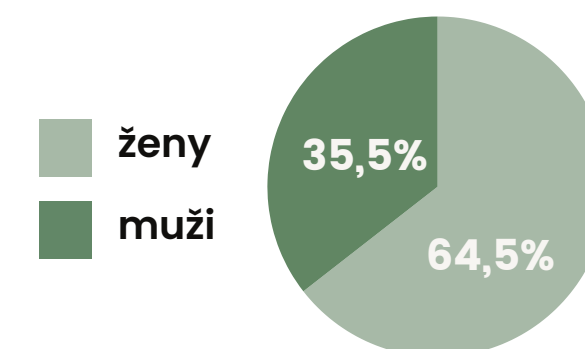
Webová stránka

Naša webová stránka slúži ako centrálny bod informácií o našom produkte. Poskytujeme detailné informácie o výhodách a použití nášho hnojiva, ako aj možnostiach nákupu a kontaktu.

PREHĽAD PREZRETÍ WEBOVEJ STRÁNKY PODĽA KRAJINY:



PREHĽAD O NAŠICH SLEDOVATEĽOCH PODĽA POHLAVIA:

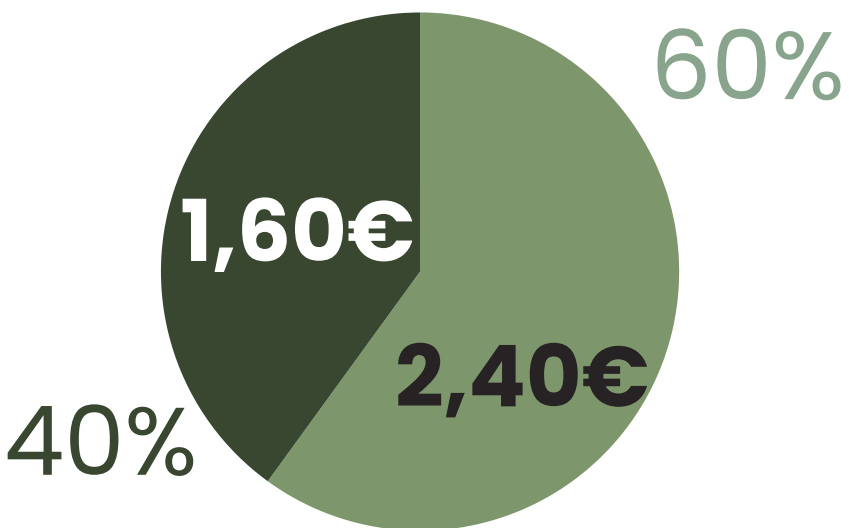


Financie

Cena produktu



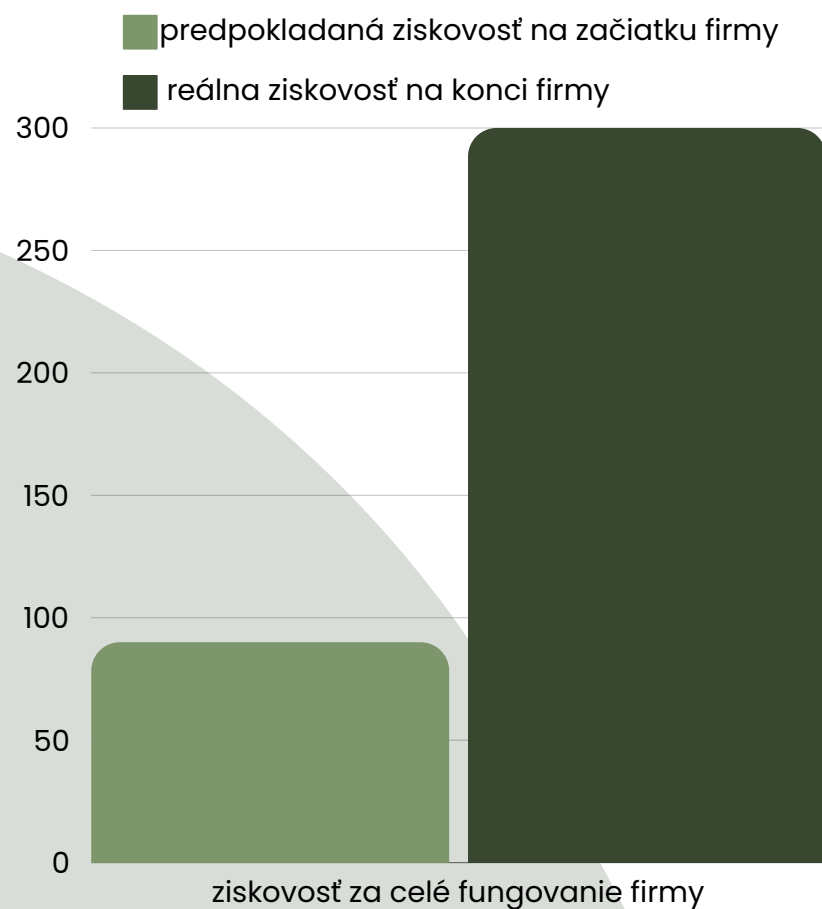
- marža
- náklady (1ks-400g)



Výpočet ceny sme začali spočítaním celkových nákladov na výrobu 1ks-400g hnojiva. Keďže je naše hnojivo podľa analýzy na slovenskom trhu jediné svojho druhu zložením, maržu sme nastavili na prijateľných 40%. Celková cena za 400g hnojiva je 4€.

Ziskovosť

Vzhľadom na vysoký dopyt a trhové stanovenie ceny sme už počas prvých dvoch mesiacoch predaja tržbami pokryli naše náklady.



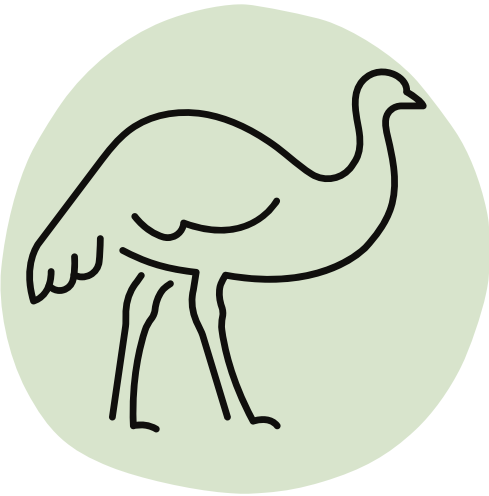
PRÍJMY Z PODNIKATEĽSKEJ ČINNOSTI (TRŽBY)	Č.r.	Suma
Príjmy z predaja tovaru	01	0,00
Príjmy z predaja výrobkov	02	269,00
Príjmy z predaja služieb	03	0,00
Iné príjmy	04	0,00
Príjmy SPOLU	05	269,00
VÝDAVKY NA PODNIKATEĽSKÚ ČINNOSŤ	Č.r.	Suma
Výdavky na materiál	06	0,00
Výdavky na nákup tovaru	07	216,06
Mzdy	08	14,00
Iné výdavky	09	33,65
Výdavky SPOLU	10	263,71
VÝSLEDOK HOSPODÁRENIA	Č.r.	Suma
Príjmy spolu	11	269,00
Výdavky spolu	12	263,71
Výsledok hospodárenia	13	5,29
Daň z príjmu študentskej firmy	14	0,00
Daň z príjmu študentskej firmy splatná do JA Slovensko	15	0,00
Čistý zisk / Strata	16	5,29

POMOCNÉ VÝPOČTY	Č.r.	Suma
Počet ks emitovaných akcií	001	71
Nominálna hodnota jednej akcie	002	5,50
Celková hodnota upísaných akcií	003	390,50
Dividenda na akciu	004	0,00
Celkovo vyplatené dividendy	005	0,00
ZOSTATOK PEŇAZÍ NA ROZDELENIE	Č.r.	Suma
Zostatok peňazí v pokladni	006	395,79
Zaplatená daň z príjmu	007	0,00
Vrátenie vkladu akcionárom	008	390,50
Zostatok peňazí na rozdelenie	009	5,29
ROZDELENIE ČISTÉHO ZISKU	Č.r.	Suma
- dividendy	010	0,00
- výdavky na likvidáciu firmy	011	0
- iné	012	0
Zostatok po rozdelení	013	5,29

Po zvážení potrebných nákladov na výrobu a chod firmy, sme vyhodnotili, že nominálna cena akcie bude 5,50 €, aby sme dosiahli prijateľný kapitál. Úspešným upísaním 71 akcií sme nadobudli počiatočný kapitál v hodnote 390,50 €.

Získaný kapitál sme v priebehu firmy investovali predovšetkým do kúpy potrebných prostriedkov na výrobu. Výdavky na samotné hnojivo boli minimálne, keďže sme suroviny na jeho výrobu čerpali primárne z bioodpadu domácností a kaviarní.

Najväčší podiel zisku tvorila objednávka 60 kusov 200g hnojív, v hodnote 165€. Predaj hnojiva v predajnom stánku nám tiež priniesol nemalý príjem v hodnote 104€.



Predsudky

Bojovali sme s predsudkami voči zložkám hnojiva ako kadernický bioodpad a emu trus. Aby sme zvýšili dôveru spotrebiteľov, informovali sme ich o výhodách a udržateľnosti nášho produktu. A čo viac, so zapálením sme pracovali na textúre hnojiva, ktorá by bola čo najpriateľnejšia pre každého.

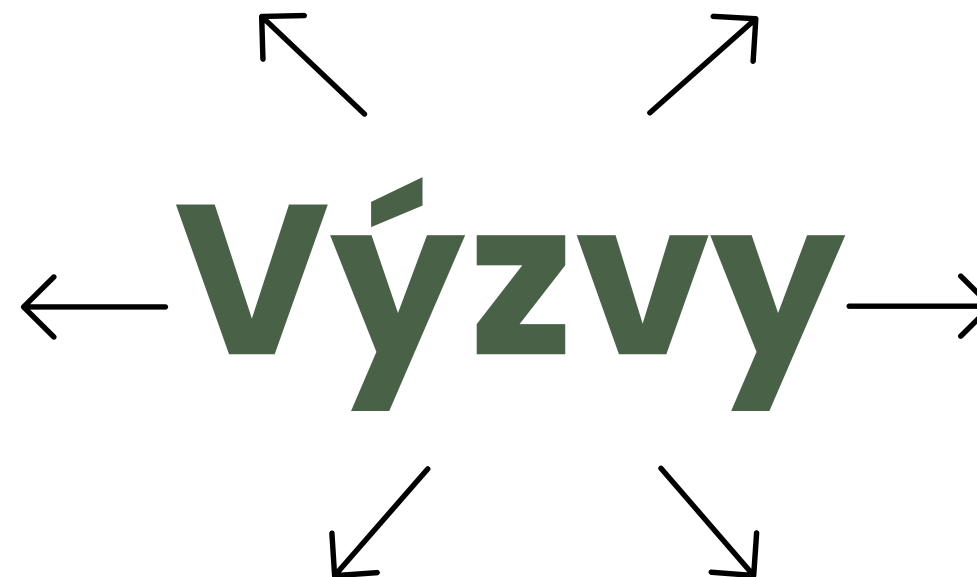
Zápach

Ďalšou výzvou bolo eliminovať nepríjemný zápach hnojiva. Na tento účel sme zlepšili proces sušenia a pridali sme levanduľové kvety, čo pomohlo neutralizovať zápach a prispelo k príjemnejšiemu zážitku pre zákazníkov.



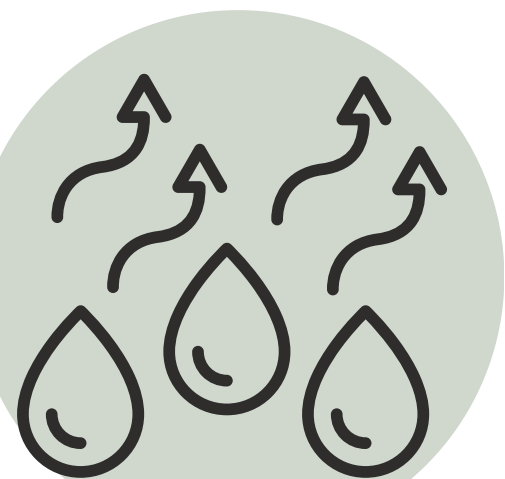
Zdrojové obmedzenia

Jednou z výziev bolo zabezpečiť dostatočné množstvo surovín pre výrobu hnojiva. Získanie dostatočného množstva kávového odpadu a kadernického bioodpadu bolo niekedy komplikované, pretože sme museli nadviazať spoľahlivé partnerstvá so spracovateľmi týchto odpadových materiálov.



Výroba

Kvôli potrebe zlepšenia kvality a účinnosti nášho hnojiva sme museli vymyslieť nový proces výroby. Tento proces sme testovali a overili na potravinárskom a veterinárskom úrade a konzultovali sme s odborníkom, aby sme zabezpečili, že je v súlade s príslušnými normami a predpismi.

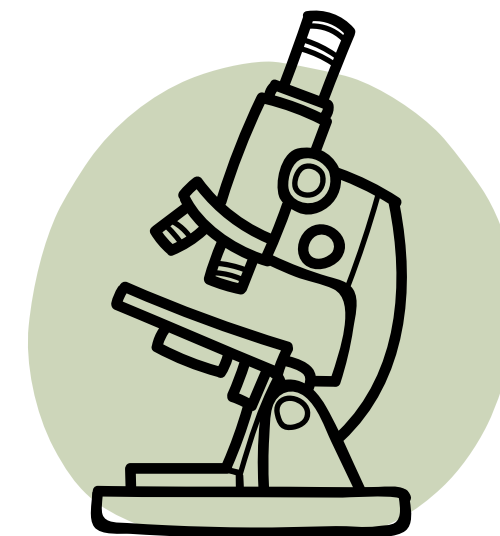


Sušenie

Počas obdobia zvýšeného dopytu sme čelili problému so sušením surovín, keďže bežné metódy, ako je sušenie na vzduchu a slnku, neboli dostatočne rýchle. Aby sme tento problém vyriešili, začali sme používať obaly s menším objemom, a tak sa mohli sústrediť na celkové menšie množstvo, čo malo priaznivý dopad na kvalitu produktov.

Pleseň

V dôsledku zlého skladovania a sušenia sa na povrchu niektorých obalov tvorila pleseň. Aby sme predišli tomuto problému, zlepšili sme naše skladovacie procesy a investovali do kvalitnejšieho balenia, čo nám pomohlo minimalizovať riziko vzniku plesní.



My ako tím

Aj keď sme študenti z rôznych tried, spája nás radosť z učenia sa cez skúsenosti. Všetky naše oddelenia na čele s prezidentom firmy si svoju prácu robili poctivo. No aj napriek tomu, že každý mal pridelené úlohy, v prípade núdze jedného oddelenia sa ochotne pripojili aj ľudia z iných oddelení na pomoc.

Všetci členovia sa počas firmy naučili mnohým novým skúsenostiam ako je organizácia, spolupráca, umenie predaja, ale aj práca s už fungujúcimi podnikmi.

Okrem sústredenia sa naše stretnutia niesli v pozitívnom duchu a s humorom sme sa preniesli aj cez ťažšie časy. Spolu sme prekonal množstvo prekážok od vyhľadávania ideálnych surovín až po detailný rozbor už finálneho produktu a jeho testovanie. No zároveň sme spolu oslavovali aj úspechy našej firmy tak isto ako aj jej jednotlivých členov.

Naše vzťahy sme posilňovali aj cez teambuildingy organizované oddelením Ľudských Zdrojov.

Konzultant

Počas fungovania sme potrebovali konzultanta, ktorý by nám poradil s výrobou. Naskytla sa nám príležitosť spolupracovať s **Ing. Marekom Slovíkom**, ktorý sa špecializuje na výživu rastlín. Jeho cenné rady, ktoré nám odovzdal na osobnom stretnutí nám pomohli v riešení nedostatkov vo výrobe. Týmto mu nesmierne ďakujeme.



Budúcnosť

1. Spolupráce – dvojakého typu

Naším cieľom do budúcnosti je nadviazanie spolupráce s influencermi ako Natália Pažická, Michal Sabo či Barbara Jagušák a s inými. Tiež chceme rozšíriť sieť kaviarní, z ktorých odoberáme kávový odpad a vytvoriť tak vzájomné spolupráce, kde sa oni sami stanú odoberateľmi hnojiva s výhodou nižšej sumy.

2. Workshopy

V budúcnosti by sme chceli zvýšiť povedomie nielen o našom produkte, ale aj o problematike nadbytočného odpadu a jeho vplyvu na životné prostredie. Rozhodli sme sa pre cestu vzdelávania prostredníctvom workshopov, ktoré by sme chceli viesť najmä na základných a stredných školách, no plánujeme workshopy aj pre starých ľudí v domoch dôchodcov.



3. Certifikácia a začiatok skutočného podnikania

Naše hnojivo máme v pláne certifikovať, a tým aj skompletizovať jeho pridanú hodnotu. Po certifikácii by sa naša firma mohla stať reálnym podnikom na trhu.

4. Granty a nadačné fondy

Ako firma sa máme v pláne uchádzať o finančné dotácie skrz rôzne nadácie, či granty. Jedným z grantov, do ktorého sa máme v blízkej budúcnosti cieľ zapojiť, je grant Swiss Re Foundation, ktorý siaha do výšky 25 000 eur a ponúka tiež mentoring od biznis koučov.



Špeciálne pod'akovanie

MGR. MÁRIA PODUBINSKA

MGR. JANA ŠRENKELOVÁ

JA SLOVENSKO

EVANJELICKÉ GYMNÁZIUM JANA AMOSA KOMENSKÉHO

ING. MAREK SLOVÍK

HOWK STUDIO

RENÁTA FORGÁCISOVÁ

KAVIARNE: BLUE BELL, CAFÉ RACINE, ŠÁLKA KÁVY

NAŠE PŠTOSY – EMIL A EMILA

