



PRIEBEŽNÁ SPRÁVA

VÍZIA

- úlohou študentskej firmy je pomáhať ľuďom mať produktívnejší životný štýl vďaka kvalitnej strave, ktorú dopĺňa náš hlavný produkt - proteínový snack;
- je to praktický a jednoduchý spôsob, ako doplniť bielkoviny a ostatné potrebné makroživiny potrebné na udržanie energie a stavu nasýtenia počas dňa;
- tak ako naša študentská firma prináša hodnotu našim zákazníkom, tak prináša hodnotu aj nám, členom tímu MIN-DOG v podobe učenia sa prostredníctvom výziev, ktoré nám prináša možnosť realizovať sa vďaka neziskovej organizácii JA Slovensko.

PRODUKT

- rozbeh činnosti našej študentskej firmy sme začali s predajom našich produktov, ktorými boli hot-dogy a proteínové snacky;
- vo februári 2024 sme pridali do nášho sortimentu aj zapekané toasty so syrom, šunkou a kečupom;
- spolu s hot-dogmi sme predávali ako hlavný produkt proteínové snacky s arašidovým maslom, ovsenými vločkami, srvátkovým proteínom a dochutili sme to medom;



PRODUKT

- po určitej dobe sme začali inovovať proteínové snacky s novou receptúrou s použitím sušienok Lotus, ovsenými vločkami, srvátkovým proteínom a obalované čokoládou a podrvenými sušienkami Lotus. Na druhé inovované proteínové snacky sme použili grécky proteínový jogurt, citrónovú šťavu a kôru, chia semienka a ovsené vločky, taktiež sme ich dochutili včelím medom;
- tieto produkty sme predávali aj počas školských akcií v balení po 1 ks, 2 ks a 4 ks. Počas našej Valentínskej akcie sme odkúpili donuty od firmy zo Spišskej Novej Vsi s rôznymi príchuťami napr. malinové, jahodové alebo biela čokoláda;
- začali sme taktiež inovovať aj hot-dogy. Použili sme kvalitnejšie pečivo a pridali smaženú cibuľu a kyslé uhorky



L'UDSKÉ ZROJE

- ľudské zdroje vo firme MIN-DOG, š. f. plnia veľmi dôležitú úlohu, našu firmu tvorí 19 členov;
- vedenie v oblasti ľudských zdrojov sa zameralo najmä na evidenciu členov firmy, ich činnosti pri organizovaní rôznych aktivít vo výrobnom procese a v neposlednom rade vedenie evidencie akcionárov MIN-DOG, š. f.;
- každý týždeň vyhotovujeme rozpis predaja, kde uvedieme na každý deň troch spolužiakov, ktorí naše produkty predávajú, vedú evidenciu predaja a udržiavajú v miestnosti poriadok;
- spoločné začiatky boli pre nás veľmi náročné, pretože sme sa nikdy na ničom nezhodli; po určitej dobe sme našli spoločné záujmy, ktoré nás ako tím zjednotili;
- predpokladom úspešného fungovania MIN-DOG, š. f. je dobre zostavená organizačná štruktúra.

L'UDSKÉ ZROJE

Pri zakladaní firmy:

- rozdelenie pracovných pozícií,
- spracovanie pracovných zmlúv od zamestnancov,
- predaj akcií,
- spisovanie akcionárov v elektronickej podobe.

Počas fungovania firmy:

- vedenie evidencie zamestnancov,
- príprava rozpisu služieb na každý týždeň,
- zostavovanie databáz (výpočet zisku alebo kúpa nového materiálu),
- preferovali sme hodnotenia od zákazníkov.



ODDELENIE MARKETINGU

Už na začiatku sme vedeli, že marketing bude kľúčovou úlohou k úspešnému podnikaniu.

- s našou firmou sme zoznámili študentov a učiteľov v škole prostredníctvom plagátov, ale aj prostredníctvom sociálnych sietí, oznamami na školskej web stránke a fotografiami našich výrobkov na instagrame našej firmy;
- v oblasti marketingu sme sa zameriavali na skúmanie záujmov zákazníkov (študentov, učiteľov, rodičov...) a najmä na uspokojovanie ich potrieb;
- jedným z cieľov bolo dosiahnutie záležitostí, o ktoré mali záujem naši spotrebitelia;
- tým, že sme spotrebiteľom poskytli to, čo chcú, tak sme získali spokojných zákazníkov a všetci vieme, že spokojní zákazníci – dobrá reklama. Naša firma si chcela vytvoriť dobré meno, takže nám nikdy nechýbala dobrá cena a kvalita našich výrobkov.



ODDELENIE MARKETIN

Logo našej firmy

- naše logo firmy obsahuje názov, malý obrázok, ktorý charakterizuje predmet podnikania;
- vytvorili sme dizajn produktov, nálepky obsahujúce logo, etikety a darčekové poukážky.
- dizajnovane sme spracovali podnikateľský plán, ktorý nám slúžil ako podklad pri valnom zhromaždení.



Sociálne siete

- Instagram sme si vybrali, pretože je medzi mladými ľuďmi najozšírenejší, tým pádom je komunikácia s našimi zákazníkmi jednoduchá;
- cieľom nášho profilu je oboznámiť zákazníkov s pôsobením firmy a predstaviť naše výrobky;
- ďalšou voľbou boli sociálne siete našej školy, pretože ich navštevuje veľa ľudí zo školy a okolia, ktorých by mohli naše produkty zaujať.

SWOT ANALÝZA

Silné stránky:

- spoľahlivosť a pracovitosť kolektívu,
- prostredie, v ktorom predávame naše produkty,
- predaj produktov počas prestávok,
- čerstvé potraviny.

Príležitosti:

- komunikácia s trhom prostredníctvom sociálnych sietí,
- vedenie pod záštitou JA Slovensko,
- rozširovanie sortimentu produktov,
- predaj počas školských akcií.

Slabé stránky:

- časová náročnosť výroby produktov,
- konkurencia na pôde školy,
- nevyhovujúca pozícia priestorov predaja.

Hrozby:

- nedostatok času na výrobu produktov,
- riziko nasýtenia trhu,
- riziko preferencie konkurenčných produktov.

4P

Product:

- našim produktom sú snacky určené na doplnenie energie, sú vyrobené zo zdravých plnohodnotných, surovín;
- snacky obsahujú veľa bielkovín a vlákniny, ktoré dostatočne nasýtia.

Place:

- naše výrobky sme predávali na pôde našej školy,
- zaznamenali sme pomerne veľký záujem zo strany žiakov a učiteľov.

Price:

- cenu výrobkov sme tvorili na základe dvoch faktorov: spodnú hranicu tvorili náklady a vrchnú finančné možnosti našich zákazníkov;
- zistili sme, že nastaviť správnu výšku ceny je z pohľadu úspešnosti firmy kľúčové (veľmi nám pri tom pomohol náš konzultant, ktorý má dlhodobé skúsenosti.)

Promotion:

- na komunikáciu s našimi zákazníkmi sme zvolili školský rozhlas a sociálne siete,
- naše výrobky a akcie sme propagovali hlavne prostredníctvom instagramu.

ODDELENIE FINANCIÍ

- v portfóliu našej študentskej firmy ponúkame 3 produkty: toast, hot dog a náš originálny proteínový snack;
- hotdog bol náš prvotný nápad, ktorý sa neskôr premenil na nápad s proteínovým snackom, ktorý je našim hlavným predmetom činnosti;
- toast bol našim ďalším nápadom, ktorý je substitúcia za hot dog v prípade presýtenia trhu; náklady na jeho výrobu sú 0,80 €;
- snacky sú naša priorita, naša receptúra bola viackrát inovovaná a upravená do dokonalosti; cena našich snackov sa odvíja od našich nákladov; náklady na snack sú 0,70 € a od toho sme sa odvíjali a stanovili sme cenu 1 €;
- snacky taktiež predávame v krabičke po dvoch alebo po štyroch.

Mesiac	Počet predaných výrobkov (ks)			Príjmy za mesiac (€)			Výdavky za mesiac (€)	Príjem za celé obdobie (€)
	SNACK	HOT-DOG	TOAST	SNACK	HOT-DOG	TOAST	SNACK, HOT-DOG, TOAST	
Decmeber	114	155	0	106,2	293	0	136,89	559,32
Január	97	67	0	126,4	173,5	0	66,41	
Február	7	19	42	10,6	35	64,6	49,87	
Marec	0	0	17	0	0	12	12,2	
Apríl								

Mesačné príjmy celkom (€)	Mesačné výdavky celkom (€)	Celkový zisk (€)
339,2	136,89	287,11
299,9	59,02	171,98
110,2	19,66	88,34
12	12,2	13,3

ODDELENIE FINANCIÍ

Mesiac	Príjmy za mesiac (€)			SPOLU
	SNACK	HOT-DOG	TOAST	
Decmeber	106,2	236	0	342,2
Január	126,4	173,5	0	299,9
Február	10,6	35	64,6	110,2
Marec	0	26	25,5	51,5
Spolu	243,2	470,5	90,1	803,8

Plánované príjmy za snacky boli 350 eur. Príjem za prvé 4 mesiace z predaja tohto produktu bol 243,20 €. Na základe toho predpokladáme, že plánované príjmy budú splnené.

Mesiac	Výdavky za mesiac (€)
	SNACK, HOT-DOG, TOAST
Decmeber	136,89
Január	66,41
Február	49,87
Marec	21,5
Spolu	274,67

Mesiac	Počet predaných výrobkov (ks)		
	SNACK	HOT-DOG	TOAST
Decmeber	114	152	0
Január	97	67	0
Február	7	19	42
Marec	0	14	17
Spolu	218	252	59

ODDELENIE FINANCIÍ

Mesiac	Prijmy za mesiac (€)	Výdavky za mesiac (€)
	SNACK, HOT-DOG, TOAST	SNACK, HOT-DOG, TOAST
Decmeber	342,2	136,89
Január	299,9	66,41
Február	110,2	49,87
Marec	51,5	21,5
Spolu	803,8	274,67

Počet predaných kusov všetkých výrobkov za 4 mesiace bol 529 ks a celkové príjmy boli 803,80 €.

Zisk za celé obdobie predaja je 529,13 €, pretože príjmy za všetky mesiace boli 803,80 € a výdavky 274,67 €

Príjmy celkom	803,8
Výdavky celkom	274,67
Výsledok hospodárenia	529,13

ČO ĎALEJ?

- naše podnikanie by sme chceli rozšíriť mimo priestorov školy a dať možnosť zákazníkom nakupovať naše produkty pomocou e-shopu;
- naším ďalším cieľom je rozširovať myšlienku o jednoduchých a zdravých stravovacích návykoch a ich vplyve na každodenný život, čo bude mať za následok väčší záujem o naše produkty
- .

