

# Výročná správa firmy OCCASIO

Obchodná akadémia  
Malinovského 1  
977 01 Brezno

# Obsah

Zhrnutie .....	3
Analýza problému, riešenie, cieľový trh a príležitosti .....	4
Konkurencia, trhový prístup a predaj .....	5
Manažérsky tím .....	6
Podnikateľská výkonnosť a ziskovosť .....	8
Finančná analýza .....	9
Plány do budúcnosti .....	11

# Zhrnutie

Vážení čitatelia!

Naša študentská firma Occasio, š. f. začala pôsobiť na našej škole z dôvodu nedostatku akcií určených pre študentov. Cieľom našej činnosti bolo uľahčiť príbeh školského roka a naša špecifikácia sa z počiatku zaoberala akciami a podujatiami. Plány našich činností boli stanovené takmer hneď a tak sme sa rozhodli premýšľať nad výrobkom, ktorý nás osloví.

Na prvých stretnutiach sa rodili mnohé nápady, ktoré sme postupne vylučovali až kým sme nezakotvili pri sensorickej knihe určenej pre deti. V rámci našej firmy máme mnoho členov s mladšími súrodencami alebo neterami či synovcami. Všetci sme zasvätení do problematiky získania kvalitného produktu pre deti za rozumnú cenu.

Senzorické knihy na trhu už existujú avšak pohybujú sa vo vyšších cenových reláciách. Mnohé z nich sú robené v hromadnej výrobe, kde sa pri takom množstve nedá až tak dbať na kvalitu jednotlivých kusov. Našu knihu sme chceli vyrobiť z prebytočných materiálov, čím by sme znížili náklady a mohli by sme znížiť aj cenu.

Prebytočné materiály nám sú poskytnuté zo zákazkového krajčírstva Lucii Grisnikovej, ktorá ich tam viac nevyužije. Knihy sú šité ručne a každému kusu je venovaná osobitná pozornosť.

Ako doplnkové výrobky sme sa rozhodli ponúkať náramky, náhrdelníky a prívesky na telefón, ktoré sú ručne robené a v dnešnej dobe veľmi moderné.

## ANALÝZA PROBLÉMU:

Ako problém alebo nedostatok na trhu sme vnímali edukáciu mladších detí vo veku 3 až 5 rokov a to predovšetkým ich základné motorické zručnosti.

Našou výhodou je, že väčšina z nás má doma dieťa vo veku do 5 rokov. Preto sme sa rozhodli venovať našu pozornosť práve im a zvolili si ich ako našu cieľovú skupinu.

Pomocou prieskumu trhu sme zistili, že o senzorickú knihu by bol záujem. Je určená deťom, aby si zdokonalili motorické zručnosti a rozvoj ich vnímania prostredníctvom rôznych materiálov.

Takéto knihy sa síce už objavujú na trhu, ale pohybujú sa vo vysokých cenových reláciách.

## CIEĽOVÝ TRH A PRÍLEŽITOSTI

Naším cieľom bolo dostať výrobok – senzorickú knihu do povedomia potencionálnych záujemcov.

Chceli sme osloviť rodičov, starých rodičov, ujav a tety alebo len ľudí ktorí majú vo svojom okolí deti vo veku od 3 do 5 rokov.

Do našej cieľovej skupiny spadajú aj vyučujúce materských, pomocných či špeciálnych školách.

## RIEŠENIE:

Na základe toho sme sa rozhodli priniesť na trh lacnejšiu verziu, ktorá nielen že bude cenovo dostupnejšia aj pre deti zo znevýhodnených rodín, ale taktiež bude klásť dôraz na životné prostredie.

Naše senzorické knihy preto vyrábame zo zvyškov látok, pri čom úzko spolupracujeme s miestnym krajčírstvom. Tým pádom sú náklady na materiál a výrobu nízke a mohli sme si dovoliť cenu prispôbiť všetkým. Každá strana knihy má jednotlivé úlohy, ktoré sú určené pre rozvoj detí.

Použitím rôznych materiálov sa trénuje hmatové vnímanie, jemné motorické zručnosti dieťaťa a postupom času sa dieťa naučí ľahko a zábavne rozlíšiť farby, tvary a čísla, ako aj mnoho iného.

Naša kniha obsahuje hlavne praktické úlohy, ktoré sa zídu každému predškólakovi (ale aj deťom v inom skoršom veku). Kniha je vyrobená z ľahkých, mäkkých a bezpečných materiálov, čiže nepredstavuje pre deti žiadne riziko. Tým, že je množstvo detí s rôznymi problémami, naša kniha im pomáha vnímať svet trošku jednoduchšie.

Jedným z našich zákazníkov sa stala aj pani, ktorá je učiteľkou v špeciálnej škole, kde sme aspoň takýmto spôsobom mohli prispieť k zlepšeniu vzdelávania. Tešilo by nás, keby aj naďalej udržiavame takúto spoluprácu.

## KONKURENCIA:

Naša senzorická kniha je oproti konkurencii ekologickejšia, látky dostávajú druhú šancu, keďže naša senzorická kniha je vyrobená z prebytočných látok v krajčírstve, ktoré by boli inak vyhodené.

To sa odzrkadlilo na našej cene, ktorá je výhodnejšia oproti konkurencii. Ďalší bonus pre našu senzorickú knihu, je že každej knihe je venovaná osobitná pozornosť a doplnky sú našívané ručne.

Nakoľko sme začínajúca školská firma, náš dosah k zákazníkom je oveľa menší oproti väčším firmám.

## TRHOVÝ PRÍSTUP A PREDAJ

Naše marketingové a predajné aktivity zahŕňajú intagram, na ktorom pravidelne zverejňujeme príspevky prostredníctvom stories, ktoré propagujú našu firmu, vytvárame rôzne dotazníky, ktorými zisťujeme záujem akcionárov a zákazníkov o nové aktivity alebo výrobky. Taktiež ich vyživme na overovanie spokojnosti našich zákazníkov. Vytvárame atraktívny obsah vrátane fotografií, videí a grafiky, ktorá zaujme našu cieľovú skupinu a zvýši zapojenie.

Ďalšou formou nášho marketingu je vytvorenie atraktívnych a informatívnych plagátov a letákov, z dôrazom na nadchádzajúce akcie, nové produkty a špeciálne ponuky. Naším plagátom a letákom pravidelne aktualizujeme dizajn a obsah podľa potrieb aktuálnych marketingových kampaní.

Aby sa náš hlavný produkt dostal do rúk aj najmenším, navštívili sme lokálne materské školy, kde sme deťom odprezentovali našu senzorickú knihu.

# Manažérsky tím

## Klaudia Danišová - Prezidentka



Naša milovaná prezidentka, zodpovedá za chod našej spoločnosti. Je zodpovedná, komunikatívna a má prirodzenú autoritu. Rada sa zapája do všetkých aktivít a všetko robí s precíznosťou. Prezidentkou ju robí predovšetkým jej cieľavedomosť a odhodlanie dotiahnuť veci do konca.

## Sofia Longauerová - Viceprezidentka marketingu

Je to spoľahlivá a kreatívna osoba s množstvom nápadov, ktorá sa chce neustále zlepšovať a dávať zo seba maximum. Vyniká svojou komunikatívnosťou a prirodzeným prejavom pred ľuďmi.



## Veronika Nguyenová - Viceprezidentka výroby

Veronika je naša kreatívna manažérka výroby. Jej otvorená myseľ, plná nápadov spestruje nie len našu výrobu ale aj firmu ako takú. Je cieľavedomá a veľmi húževnatá. Dbá aj na tie najmenšie detaily a to ju robí ideálnou viceprezidentkou výroby.



# Manažérsky tím



## Dárius Ondrej Račák - Viceprezident ľudských zdrojov

Je to mladý, pracovitý, zároveň múdry chlapec, ktorý prekypuje šarmom. Každému rád pomôže. Je cieľavedomý a v rýchlosti písania sa mu nikto nevyrovná. Je tiež veľmi kamarátsky a milý človek.

## Dávid Krajči Farský - Viceprezident finančných zdrojov

Je zodpovedný za každú jednu finančnú transakciu. Je veľmi precízny a zakladá sa na dôslednom vedení financií našej firmy. Snaží sa mať všetko pod kontrolou a je perfekcionista, čo ho robí vhodným manažérom financií.



# Podnikateľská výkonnosť a ziskovosť

Finančné oddelenie počas celého fungovania študentskej firmy viedlo účtovníctvo a sledovalo tok financií. Finančné oddelenie taktiež zabezpečovalo mzdy zamestnancov a staralo sa o to, aby študentská firma neprišla k ani jednému manku a taktiež, aby sa firma nedostala do stratovej pozície.

Ako nám ukazujú aj tabuľky, plánovaný zisk sme presiahli takmer dvojnásobne. Keby firma pokračovala ďalej, zisk by bol ešte vyšší a náklady by nerástli takou rýchlosťou, nakoľko sme sa poučili a s predajom bchodného tovaru na našich podujatiach by sme ďalej nepokračovali, keďže je pre nás stratový.

Ziskovosť našej študentskej firmy je po približne 6 mesiacoch viac než 100%-tná oproti nášmu základnému imaniu získaného z predaných akcií, čo predstavuje viac než 200,- €.

Naše príjmy pochádzajú z predaja nášho hlavného výrobku – senzorickej knihy, predaja vlastných služieb a vlastných výrobkov ako napríklad náramky, náhrdelníky alebo retiazky na mobil.

V prípade expanzie by sa zvýšili naše náklady, no samozrejme aj výnosy, ktoré by ešte viac prevyšovali náklady, zisk by bol teda oveľa vyšší, nakoľko náklady na výrobu nášho hlavného výrobku nie sú vysoké, keďže je vyrobený z recyklovaných materiálov.



# FINANČNÁ ANALÝZA

## VÝDAVKY NA PODNIKATEĽSKÚ ČINNOSŤ

K 04. 04. 2024

	plán	skutočnosť
Výdavky na materiál	78,60 €	56,35 €
Výdavky na nákup tovaru	0,00 €	75,05 €
Mzdy	49,40 €	75,00 €
Iné výdavky	20,00 €	20,00 €
<b>Výdavky SPOLU</b>	<b>148,00 €</b>	<b>226,40 €</b>

## PRÍJMY Z PODNIKATEĽSKEJ ČINNOSTI

(TRŽBY) K 04. 04. 2024

	plán	skutočnosť
Prijmy z predaja tovaru	0,00 €	5,10 €
Prijmy z predaja výrobkov	250,00 €	202,90 €
Prijmy z predaja služieb	0,00 €	156,00 €
Iné príjmy	0,00 €	58,30 €
<b>Príjmy SPOLU</b>	<b>250,00 €</b>	<b>422,30 €</b>

## VÝSLEDOK HOSPODÁRENIA K 04. 04. 2024

	plán	skutočnosť
Prijmy spolu	250,00 €	422,30 €
Výdavky spolu	148,00 €	226,40 €
Výsledok hospodárenia	102,00 €	195,90 €
Daň z príjmu š. f.	15,30 €	29,39 €
Daň z príjmu splatná	15,00 €	29,00 €
<b>Čistý zisk</b>	<b>87,00 €</b>	<b>165,90 €</b>

# FINANČNÁ ANALÝZA

## ZOSTATOK PEŇAZÍ NA ROZDELENIE K 04. 04. 2024

Zostatok peňazí v pokladni	395,90 €
Zaplatená daň z príjmu	29,00 €
Vrátenie vkladu akcionárom	200,00 €
Zostatok na rozdelenie	165,90 €

## POMOCNÉ VÝPOČTY K 04. 04. 2024

Počet ks emitovaných akcií	100
Nominálna hodnota jednej akcie	2,00 €
Celková hodnota upísaných akcií	200,00 €
Dividenda na akciu	1,50 €
Celkovo vyplatené dividendy	150,00 €

Dividendy	149,90 €
Výdavky na likvidáciu firmy	16,60 €
Iné	0,00 €
Zostatok po rozdelení	0,00 €

Pri založení našej študentskej firmy sme predali 100 ks akcií v nominálnej hodnote 2,00 €/ks, spolu sme teda získali 200,00 €. Zostatok na rozdelenie predstavoval hodnotu 150,00 € po odpočítaní nákladov na likvidáciu. Vyplatené dividendy majú teda hodnotu 1,50€ na akciu, čo predstavuje zisk 75%.

# Plány do budúcnosti

Dôležitou súčasťou pôsobenia našej firmy bolo predstaviť senzorickú knihu, ktorá by bola cenovo dostupnejšia ako podobné produkty na trhu. Pri tejto problematike a väčšom počte kusov výrobkov je náročné do budúcnosti udržať nižšiu cenu, bez toho aby to bolo na úkor kvality knihy.

Našou najväčšou víziou do budúcnosti je predstavenie projektu širšej verejnosti, nakoľko vieme, že za celý rok našej pôsobnosti sme výrobok rozšírili len medzi zlomok ľudí, ktorí by o neho mohli prejavíť záujem. Vďaka nášmu využitiu prebytočných materiálov na výrobu knihy, by sme mohli pracovať s viacerými krajčírstvami a tým ich zbaviť odpadu, ktorý už nevyužijú a museli by ho vyhodiť.

Aby sme náš produkt prispôbili veku dieťaťa, ponúkali by sme knihy, ktoré by boli rozdelené do viac úrovní. Napríklad senzorické knihy pre najmenšie deti by boli zamerané viac na motoriku, pre staršie, by kniha obsahovala aj základnú matematiku, rozoznávanie farieb alebo zaväzovanie šnúrok.

Aby sme rozšírili klientelu, rozbehli by sme väčšiu reklamnú kampaň. Naše knihy by sme chodili prezentovať do materských škôl, zúčastňovali by sme sa besied, o našej ponuke by sme informovali aj prostredníctvom kaviarní, knižníc, kníhkupectiev a hračkárstiev. Zaplatili by sme reklamu v novinách a samozrejme, tak ako aj doteraz, propagovali naše výrobky na sociálnych sieťach.

Takýmto spôsobom by sme z nášho výrobku spravili produkt, o ktorom by každý minimálne počul a prekročil by hranice nášho regiónu a možno raz aj našej krajiny. Naďalej by sme však stáli na tom, že naše výrobky dostanú individuálnu starostlivosť a budú vyrábané s precíznosťou a láskou.