

Priebežná Výročná Správa



Evanjelické gymnázium Tisovec, Jesenského 836, 980 61 Tisovec

2016/2017





Obsah

Úvodné slovo prezidentky G.E.T, JA firmy.....	3
Ľudské zdroje.....	4
Výroba.....	5
Financie.....	7
Marketing.....	9
Enterprise Without Borders.....	10
Kontaktné údaje.....	10





Úvodné slovo prezidentky

JA firmy G.E.T

Naša JA firma Gaining Everything Together (G.E.T), napovedá už svojím názvom o súdržnosti no i cieľavedomosti firemného kolektívu. Tento tím si už na začiatku vytýčil jasné ciele, ktoré poctivo zapísal do podnikateľského plánu. Pre naplnenie daných cieľov, tak aby spĺňali naše očakávania a boli čo najlepším ponúknutým výsledkom pre našich zákazníkov, sme sa snažili ich pravidelne spoločne kontrolovať, vylepšovať a aktualizovať.

Na spoločných firemných stretnutiach každý člen dostal svoju úlohu, takisto termín jej dokončenia a keďže nie vždy išlo všetko ľahko, vyskytli sa aj nejaké komplikácie. No vďaka súdržnosti a vytrvalosti sme dokázali spoločne tieto komplikácie hravo zvládnuť a vyriešiť s čím nám pomáhalo aj naše dôkladné zaznamenávanie všetkých podniknutých či pripravovaných krokov, či už spisovaním na firemných stretnutiach, prostredníctvom FB skupiny alebo osobnými konzultáciami.

Priebežná výročná správa JA Firmy G.E.T je stručným no výstižným dokumentom, ktorý zhŕňa všetky dôležité informácie z každej oblasti výkonu firmy.

Oddelenie ľudských zdrojov v úvode približuje čitateľovi fungovanie JA firmy, jej členov či samotný výkon daného oddelenia. Ďalej oddelenie výroby opisuje zloženie a postup výroby našich produktov, fotografiou sprostredkúva nahliadnutie na vonkajšiu formu produktov a samozrejme opisuje prečo sme sa vydali práve takouto cestou a prečo je to tá správna cesta! Dôležitou časťou, je samozrejme časť oddelenia financií, ktorá dáva do pozornosti hospodárenie firmy, predaje našich produktov či presnú a správnu evidenciu výdavkov a príjmov. V neposlednom rade marketingová časť sumarizuje propagáciu, viditeľnosť a úspešnosť našej firmy, no a časť Enterprise Without Borders nám približuje prebiehajúcu spoluprácu so zahraničnou firmou Magic Touch.

Okrem rukolapných faktov je v každej časti aj niečo navyše, čo osloví a obohatí čitateľa a taktiež poukazuje na to, že každý z členov rozumie firemnej výkonnosti, jej ziskom a stratám a samozrejme budúcemu potenciálu, ktorý je bezpochyby veľmi veľký!

Aneta Vetráková

Prezidentka JA firmy G.E.T





L'udské zdroje

Dobré výsledky firmy vychádzajú z vnútra našej JA firmy, z iniciatívy a nadšenia každého jedného člena.

Oddelenie ľudských zdrojov preto zodpovedá za vytvorenie kvalitného interného prostredia, ktoré podporuje kreativitu a lepšie pracovné výkony .

Jeho účelom je stotožniť ciele zamestnancov s hlavnými úlohami v súlade s prijatým podnikateľským plánom .

Slúži tiež na komunikáciu rovnako medzi členmi a ostatnými oddeleniami a utužuje pracovnú morálku, vedie evidenciu dochádzky a odpracovaných hodín . Na príprave akcií sme odpracovali viac ako 600 hodín nad rámec počtu hodín Aplikovanej ekonómie.

Nebolo jednoduché vždy a stále motivovať celý tím G.E.T.. Mali sme aj vlastné , vnútorné problémy , ktoré sa nám nakoniec podarilo vždy vyriešiť .

S motiváciou v našej práci nemáme problém, máme jasne vytýčený cieľ . Chceme úspešne reprezentovať Evanjelické gymnázium v Tisovci, získať certifikáty z predmetu aplikovanej ekonómie, naučiť sa pracovať v tíme a v strese a čo najviac si odniesť do reálneho života podnikania. Druhým pozitívne motivujúcim faktorom je mzda 0,50€/ hod, ktorá bola schválená akcionármi na ustanovujúcom valnom zhromaždení. Prvá mzda bola vyplatená na konci kalendárneho roka 2016, druhá mzda bola vyplatená za mesiace január a február 2017 v mesiaci marec . Ďalšie plánujeme vyplácať v prvej polovici mája 2017.

Oddelenie ľudských zdrojov tiež prispelo k organizácii spoločenských akcií firmy, ktoré sú v našej škole obľúbené a žiadané.

Martin Hudák

Viceprezident pre ľudské zdroje





Výroba

Inovativnosť nášho produktu spočíva v hlavne jeho drevenom prevedení. Ako je všeobecne známe, a v dnešnej dobe to platí dvojnásobne, obal predáva.

Hlavnou výhodou, ktorá tvorí úspešnosť nášho predaja je, že všetci študenti v našej firme vieme čo predávame a hlavne akú hodnotu náš produkt poskytuje našim zákazníkom. Jednou z najpodstatnejších myšlienok, ktoré sa snažíme sprostredkovať je fakt, že zákazníci sa môžu sami presvedčiť o dôveryhodnosti produktu keďže jeho zloženie môžu nájsť na spodnej strane v minimálnom počte ingrediencií. Táto myšlienka je však hlbšia ako sa môže zdať. Touto cestou chceme poukázať na to, že aj z prírodných zložiek dokáže vzniknúť každodenne využiteľná kozmetika, keďže dnes už na drvivej väčšine kozmetických produktov nájdete zloženie písané v dlhých riadkoch, prevažne v latinských názvoch, ktorým bežný kupujúci častokrát nerozumie, a tak pod svojim významom ukrývajú rôzne dofarbovacie či parfumované látky a mnohé iné, a preto mnohokrát nevieme čo si napríklad každodenne vlastne aplikujeme na pokožku a s čím prichádzame do tak blízkeho kontaktu.

Veľmi rýchlo sme si túto myšlienku osvojili v našej študentskej firme a začali sme nadobúdať nové informácie buď priamo od našich dodávateľov, alebo aj od študentov farmaceutiky pre čo najlepší výsledok našich produktov, keďže ide o niečo čo používame každý deň. Tak prečo na to neísť zdravo?

Vo fáze rozhodovania sa nad výrobou sme teda zaumienili postoj vytvorenia BeeLip prieskumu a prišli sme na povrch s anketou, ktorá sa podala našej hlavnej cieľovej skupine - našim spolužiakom a učiteľom. Osobitne takto mali možnosť anonymne zahlasovať vo vybranej škále farieb, za tie, ktoré preferujú najviac a takisto o cene. Z tejto ankety sme následne vybrali 4 najžiadanejšie farby a teda sme reagovali na základe priamych informácií. Na naše prekvapenie opýtaní nesklamali a pustili sa aj do odvážnejších farieb a tak sme na trh následne prišli s čiernym či modrým rúžom BeeLip. Popri našom rúži vyrábame aj malé drevené aplikátory, ktoré k nášmu produktu rozdávanie bez ohľadu na cenu. Takisto sme veľmi zhovievaví ak náhodou vznikne aj poškodenie, ktoré následne opravíme za cenu vernosti našich zákazníkov.

Naše predaje boli úspešné hlavne kvôli skvelej práci marketingového oddelenia najmä prostredníctvom školského rozhlasu, ale takisto aj cez osobitný kontakt priamo so žiakmi kedy sme propagovali predaj v každej jednej triede. Keďže sme si však vedomí, že väčšinu potencionalných zákazníkov upútame aj online, propagovali sme predaj prostredníctvom cez Facebook a Instagram. Každý jeden predaný kus či už je to BeeLip alebo BeePaste sme stále viac a viac hrdí. Čo nás ale potešilo najviac bola objednávka prostredníctvom Facebook-u, ktorá putovala ďaleké kilometre aby dorazila k zákazníkovi, ktorý si nás sám vyhľadal prostredníctvom internetu.



Našou podstatou teda je zaujať predovšetkým postoj k sociálnym aj environmentálnym otázkam, keďže ľudia sa chcú páčiť a chcú mať doma prírodné produkty našej matky Zeme. Je pre nás česť, že sme našu pastu aj rúž mohli zaodieť do krásneho dreva, ktoré je nie len atraktívne pre oko, ale hlavne aj príjemné na dotyk!



Andrea Karabová

viceprezidentka pre výrobu





Financie

JA firma upísala všetky akcie (100 ks) v maximálnej cene 5 € . Vývoj hospodárenia je v súlade s prijatým podnikateľským plánom. Okrem výroby a predaja hlavného produktu je zameraný aj na poskytovanie služieb, ktoré sú na našej škole žiadané a majú veľkú tradíciu.

Čerpanie výdavkov je v súlade s rozpočtom. Každá predajná akcia je podporená samostatným rozpočtom príjmov a výdavkov. Plnenie rozpočtu je analyzované na hodinách vyučovania, kde sú sledované vzniknuté odchýlky. Tieto informácie sú dôležitým zdrojom informácií pri plánovaní ďalších akcií. Myslíme si, že poznať všetky súvislosti tvorby zisku , vplyvu príjmov a výdavkom, peňažného toku na fungovanie firmy je mimoriadne dôležité a preto na to kladieme mimoriadny dôraz. Môžeme spokojne povedať, že v tom máme celkom jasne a máme to zvládnuté. Finančná kontrola je zabezpečovaná našim učiteľom, ktorý pravidelne kontroluje peňažný denník, doklady, hotovosť a tiež bankový účet. Vedenie agendy je plne v kompetencii viceprezidenta pre financie.

Vývoj, testovanie, prieskum požiadaviek zákazníkov a samotná výroba našich hlavných produktov BeeLip a BeePaste bola ukončená v priebehu mesiaca november 2016.

Naše unikátne produkty boli oficiálne predstavené dňa 1.12.2016 na celoškolskej akcii, ktorú organizovala naša JA firma s názvom Multi-culti food fest. Aktívne sme s predajom pokračovali aj na Veľtrhu JA firiem ČR v Hradci Králové začiatkom decembra 2016 a 19.12.2016, na vianočných trhoch v našej škole.

Náš produkt stopercentne prírodný rúž BeeLip v piatich odtieňoch (modrá, ružová, čierna, červená a hnedá) sme predávali v uvádzacích cenách 7€/ks a bezfarebný hojivý balzam BeeLip" v cene 5€/ks. Zubnú pastu BeePaste sme predávali za cenu len 5,50€/ks.

Príjmy z predaja mali pozitívny vývoj, ktorý gradoval valentínskym predajom 14.2.2017.

Doteraz sme predali 80 kusov našich produktov. Priemerná ziskovosť sa pohybovala na úrovni 90%. Myslíme si, že táto ziskovosť je odpoveďou na naše pracovné jednania s dodávateľmi základných materiálov pre výrobu (propolis, včelia kašička) a drevených obalov. Vytvorený zisk vraciame do firmy a je požívaný na nákup potrebných surovín, obalového materiálu a na mzdové výdavky, ktoré boli k uvedenému termínu vyplatené vo výške 295€.



Analýza hospodárenia k 15.3.2017 :

Príjem z predaja tovaru : 0,00 €	Výdavky na materiál : 616,49 €
Príjem z predaja výrobkov : 444,50 €	Iné výdavky : 3 347,65 €
Príjem z predaja služieb : 4 816,35 €	Mzdové výdavky : 295,00 €
Iné príjmy/ vklad členov : 16,00 €	
Príjmy celkom k 15.3.2017 : 5 276,85 €	Výdavky spolu k 15.3.2017: 4 259,14 €
Výsledok hospodárenia : 1 017,71€	Daň z príjmu JA firmy : 213,70€
<u>Čistý zisk : 804,01€</u>	

Stanislav Špaldá
viceprezident pre financie





Marketing

Produkty firmy G.E.T. hodnotíme ako vysoko kvalitatívny nápad, ktorý spĺňa naše prioritné postavenie: podporiť drevársky a včelársky priemysel v regióne Gemer- Malohont.

Môžeme povedať, že vďaka prírodnej báze, na ktorej naše produkty fungujú, zaujmú na trhu práve v tomto období, keďže BIO a natural predmety sú momentálne podporované zo všetkých strán a ľuďmi tak veľmi zbožňované.

Túha ľudí mať žiarivo biely úsmev či plné, farebne zvýraznené pery je ďalším dôvodom prečo sme sa vydali práve touto cestou. Navyše s podporovateľmi prírody a hipstermi sa najnovšie roztrhlo vreco, čo nám padlo vhod a práve ľudí s takýmito zameraniami sme si úspešne podchytili.

Samozrejme ešte pred samotnou výrobou, propagáciou a predajom našich produktov sme vykonali prieskum v škole, ktorú navštevujeme. Anketa slúžila na zistenie, či má zmysel pustiť sa do tzv. kozmetického odvetvia. Vďaka pozitívnym ohlasom sme neváhali a pustili sa do výroby.

Následne začala propagácia, pri ktorej sme zvažili najideálnejšie spôsoby. Zo začiatku sme sa zamerali na predstavenie produktov v našej škole prostredníctvom školského rozhlasu a osobného kontaktu so študentmi. Postupne sme výrobky zobrazili aj vo virtuálnom svete a to skrz Facebook a Instagram.

Z hľadiska strhujúcich marketingových trikov sme využili najmä dva najväčšie sviatky - Vianoce a Valentín, kedy sme poľavili zo stanovenej ceny na akciovú vianočnú resp. „valentínsku“ cenu, čo nám prinieslo nie len pekný zisk, ale aj potešenie mnohých.

Propagácia produktov cez Facebook mala takisto dobrý dopad. Dozvedeli sa o nás aj ľudia mimo nášho okolia a napísali nám elektronickú objednávku na produkty, čo považujeme za nie malý pokrok!

Voči zákazníkom sme zhovievaví a ponúkame im rôzne možnosti nakontaktovať nás, no najčastejšie preferujú osobné stretnutia. Ich názory a spätné väzby ohľadom produktov prijímame v plnej miere a v prípade nespokojnosti z ich strany sa snažíme problém vyriešiť a preukázať dostačujúcu kvalitu a ochotu z našej strany.

Náš produkt si trúfame označiť ako produkt stvorený pre ľudí v tejto dobe - konzistenčne a aj vizuálne, čo nám prinieslo a prinesie slušný úspech!

Viktória Alexandra Hrivnaková

Viceprezidentka pre marketing





Enterprise Without Borders

Naša firma sa zapojila do programu Enterprise Without Borders (alebo Podnikanie bez hraníc) hneď po jej zahájení. Komunikovali sme s rôznymi firmami v Česku, Nórsku, Francúzsku a Rusku, zatiaľ čo sme hľadali takú, ktorá by bola nejakým spôsobom prepojená s našimi produktmi.

V januári sme nadviazali partnerstvo s Ruskou JA firmou Magic Touch, ktorá vyrába šumivé gule do kúpeľa. Momentálne s nimi rozbiehame bártrový obchod, ktorý bude tematicky prispôbený našim produktom – šumivé gule v tvare včielky a kvetov. Hneď po výmene plánujeme zorganizovať predaj na oboch školách a dať do pozornosti čosi viac o našej spolupráci.

EWB je v mnohom prinášajúce – učí nás komunikovať s druhými firmami, cenovo vyjednávať, čo to o exporte a importe z našej do cudzej krajiny. Dúfame, že spolupráca s Magic Touch nás nielenže ešte veľa naučí, ale prinesie nám aj kontakty, ktoré budú využiteľné aj v budúcnosti.

Kontaktné údaje

FB stránka :

<https://www.facebook.com/getfirma/>

Email: getfirma@gmail.com

Ester Magyarová

Koordinátorka programu EWB

