

VÝROČNÁ | JA  
SPRÁVA | FIRMA  
2020-21 | RÉVER

ING. JANA MARCINOVÁ

# VÝKONNÉ ZHRNUTIE

Produkt

2

Príhovor  
prezidenta

3

5

Ľudské  
zdroje

Marketing

7

9

Financie

## Naša filozofia

Základom dobrej firmy je dopomáhať spotrebiteľom riešiť ich každodenné problémy, alebo ich aspoň zlahčovať. Naším cieľom je vytvoriť sadu produktov, ktoré mladým študentom pomôžu s úsmevom vstávať do školy a pokojne s klúdom zaspávať doma po ťažkom a náročnom dni.

Vytvorenie zdravej receptúry, ktorá bude založená na organickej báze.

Zásobovať a poskytnúť dostatok informácií pre všetkých, čo by chceli ochutnať náš produkt.

Byť v priamom styku so spotrebiteľmi pomocou e-mailu a sociálnych sietí.

Priamo zapájať širokú verejnosť v možnom zlepšovaní nášho produktu.

## Problém

Nedostatok energie, vitamínov a koncentrácie na začatie produktívneho dňa.

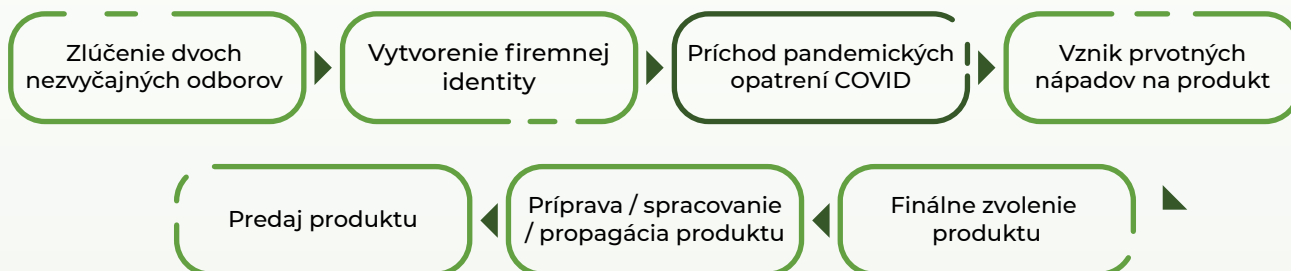
Nedostatok plnohodnotného spánku a nepravidelnosť spánku. Problematika spracovania nadbytočného odpadu pochádzajúceho z výroby produktov.

## Riešenie

Doplnenie potrebnej energetickej zložky založené na prírodnej báze. Vytvorenie kvalitného základu na plnohodnotný a výživný spánok pomocou bylín.

Využitie prebytočných surovín, ktoré vznikli počas výroby a ich následné použitie pri novom produkte.

## Vývoj našej firmy



# PRÍHOVOR PREZIDENTA

Mark Zuckerberg raz povedal „Je lepšie niečo vyskúšať a keď to nepôjde, tak sa z toho poučiť, než celý čas nerobiť nič.“ Práve my, študenti tretieho ročníka odboru právo a podnikanie sme sa rozhodli využiť našu príležitosť naučiť sa ako podnikáť a privlastniť si znalosti potrebné pre podnikanie. Začiatok školského roka bol pre nás niečo nové, niečo na čo sme sa tešili, ale mali sme aj rešpekt. Spojili sme sa študenti ekonomického odboru a študenti odboru informačné a digitálne technológie, aby sme vytvorili jeden tím.

Pod vedením našej pani učiteľky Ing. Jany Marcinovej a konzultácií s Petrou Imrichovou z AT&T sme sa pustili do práce. Prvým krokom bola voľba prezidenta prostredníctvom konkurzu. Zvolený prezident následne zvolil viceprezidentov jednotlivých oddelení. Začiatky boli zložité pre všetkých. Keďže skôr ako sme sa stihli spamätať zo začiatku nového školského roka, nás zastihla pandémia a naša škola sa musela zatvoriť.

Prinútilo nás to fungovať ONLINE. Na hodinách aplikovanej ekonómie sme sa každý týždeň stretávali a pracovali na našom nápade. Mali sme problém s hľadaním správneho nápadu. To nás prinútilo pracovať častejšie a tvrdšie, tak sme si začali vytvárať online stretnutia, kde sa vyprofilovala úzka skupina ľudí, ktorí na našom nápade pracovali ešte tvrdšie pre najlepší výsledok.

Zamerali sme sa na vytvorenie úžitkového produktu. Pôvodne sme hľadali produkt, ktorý by riešil problémy spôsobené so súčasnou pandémiou. Avšak nakoniec sme náš názor prehodnotili a zamerali sme sa na vytvorenie trvalejšieho produktu, ktorý má slúžiť ľuďom aj počas pandémie ale zároveň sa dá využívať stále, práve kvôli jeho širokospektrálnemu zameraniu.

Vznikol produkt Dobré ráno, Dobrú chuť a Dobrú noc. Všetky tieto produkty sú zamerané na správne fungovanie organizmu. Pri tvorbe produktu sa oddelenie výroby postaralo o celý proces výroby a oddelenie marketingu odhodlane vytvorilo našej firme reklamnú stratégiu, ako presadiť náš produkt, oddelenie ľudských zdrojov sa staralo o pracovnú atmosféru a finančné oddelenie dohliadalo na to, aby sa neprekračoval stanovený finančný rozpočet.

Na záver sa chcem poďakovať predovšetkým Súkromnej strednej odbornej škole za to, že nám poskytla prostredie a podmienky na realizáciu našej podnikateľskej činnosti. Rovnako ďakujeme pani učiteľke Ing. Jane Marcinovej a Petre Imrichovej za ich pomoc pri našom podnikaní, obzvlášť veľká vďaka patrí všetkým členom firmy Réver, ktorí sa podieľali na realizovaní nášho nápadu.



Oliver Cupra  
Prezident spoločnosti Réver

# PRODUKT

Pri hľadaní produktu, ktorý naša firma bude vyrábať, sme sa zamerali na riešenie problémov ľudí v našom veku – študentov. Uvedomovali sme si, že existuje veľké množstvo problémov, ktorým každý deň študenti čelia a tieto problémy majú spoločný základ a to zlý spánkový režim. Ten spôsobuje nielen problémy s ranným vstávaním ale aj následné zaspávanie v rozumný čas a naruší celý režim dňa. Študenti tým pádom často vynechávajú raňajky, nemajú dost vitamínov, sú chorí a unavení. Práve tieto problémy sme sa rozhodli riešiť a priniesť na trh tri produkty: Dobré ráno, Dobrú noc a Dobrú chuť. Všetko pre Dobrý deň!

## Dobré ráno

Každý deň sa začína lepšie s nápojom Dobré ráno, ktorý sa skladá primárne z pomarančovej a citrónovej šťavy, ktoré sme zvolili nielen kvôli ich sviežej chuti ale hlavne kvôli obsahu vitamínu C, ktorý prospieva imunite. Hlavný faktor, ktorý prispieva k nabudeniu je teín, látka podobná kofeínu, ktorá sa vyskytuje v čiernom čaji. Naš nápoj dopĺňa ženšenový extrakt, skvelý na podporu myslenia a sušený zázvor, ktorý má protizápalové účinky Xylitol, tiež zvaný brezový cukor, sme použili v oboch nápojoch ako náhradu klasického cukru, aby si náš nápoj mohli užiť aj ľudia trpiaci cukrovkou.



## Dobrú noc

Na hlboký a nerušený spánok vznikol nápoj Dobru noc, ktorý dopraje zaslúžený odpočinok vďaka sile hlavnej zložky, ktorou je makové mlieko, vytvorené rozmixovaním maku s vodou. Mak, okrem jeho vysokého obsahu vápnika a železa, je známy svojimi upokojujúcimi účinkami a pomáha dosiahnuť hlboký a nerušený spánok. Tento efekt dodáva aj vývar zo sušenej levandule. Nápoj sme doplnili aj bylinnými extraktmi zo srdcovníka, medovky, ľubovníka a chmeľu, ktoré majú priaznivý vplyv na nervovú sústavu a tým dopomôžu ku relaxu a spánku. Aj tento nápoj bol sladený brezovým cukrom.



## Dobrá chuť

Naša firma si uvedomuje dôležitosť ekologického myslenia a nepovažujeme za správne vytvárať zbytočne veľké množstvo odpadu. Z toho dôvodu sme pretransformovali zvyškové ingrediencie z výroby nápojov do výborných sušienok Dobrá chuť. Kôra z vyštvavených pomarančov a citrónov dodáva lahodnú citrusovú chuť a zvyškový mak je plný vitamínov a minerálov. Tieto ingrediencie sme doplnili škoricou, ktorá znižuje hladinu cukru v krvi a má antioxidačné účinky a jablkom, ktoré podporuje trávenie. Zároveň obsahujú ovsené vločky, ktoré znižujú cholesterol a trstinový cukor, ktorý sme zvolili ako alternatívu obyčajného cukru lebo je zdravší a ekologickejší.



## Výrobný proces



Zvolenie správnych produktov



Vytvorenie chutnej a výživnej receptúry



Nákup potrebných informácií



Príprava zložiek a ich spracovanie



Balenie a distribúcia výrobkov



Spracovanie zostatkových ingrediencií do produktu Dobrá chuť

**ZERO WASTE PRODUCTION**

# ĽUDSKÉ ZDROJE

Hlavnou povinnosťou oddelenia ľudských zdrojov bolo klásť dôraz na udržanie dobrých vzájomných vzťahov medzi pracovníkmi a následné vyplácanie miezd zamestnancov. Počas celého obdobia sme viedli evidenciu o všetkých akcionároch, to znamená ich meno, priezvisko a adresu bydliska pre prípadné kontaktovanie. Oddelenie ľudských zdrojov malo za úlohu viesť prezenčnú listinu a taktiež aj spracovať zápisnicu z valného zhromaždenia. V priebehu fungovania školskej firmy Réver sme sa ako oddelenie ľudských zdrojov snažili o udržanie a zlepšovanie vzájomných vzťahov ako na pracovisku tak aj mimo neho.

## Motivácia

Nemalou úlohou nášho oddelenia je zachovať družnosť všetkých našich kolegov vo všetkých oddeleniach. Je dobré známe, že skupina je len tak silná, ako je jej najslabší člen. Preto sme sa rozhodli upevniť tímového ducha tak, ako to len šlo. Organizovali sme viacero digitálnych herných večerov, kde sme spoločne hrali online hry ako napr. scribble.io – boli na to veľmi príjemné ohlasy a spoznali sme sa oveľa osobnejšie.

Taktiež dobrého slova nie je nikdy dost, preto sme každú hodinu všetkých informovali o kladnom postupe v každom jednom z oddelení. Milé slovo každému padlo vhod a bolo cítiť, že aj v ťažkých časoch všetci verili v našu víziu. Nazvali sme to spoločne „Progress-time“.

## Ciele

- Rozvíjať plán miezd a zaznamenávať údaje týkajúce a miezd
- Viesť záznamy o akcionároch
- Spracovať prezenčné listiny a zápisnice z valných zhromaždení
- Viesť evidenciu dokladov potrebných pre bezproblémový chod spoločnosti
- Zabezpečovať komunikáciu s akcionármi
- Udržiavať dobré vzťahy vo firme, pomáhať členom firmy a podporovať ich v práci v tíme

## Naša vízia

Aby sme nikoho v našej firme nevedli do neznáma, museli sme sa pozerieť aj do budúcnosti. Naša firma mala jasné vytýčené ciele, chceli sme všetkým študentom dopomôcť mať čo najviac efektívny študentský život, či už cez tie najťažšie dni, alebo preštudované neskoré večery.



Reťazce BIO obchodov,  
služby chladených automatov



Zväčšenie geografickej  
cieľovej skupiny



# Profesijný rast

Jednou s našich funkcií bolo monitorovať čo všetko nám do nášho budúceho profesijného života prinieslo. Nespočetne veľa nových skúseností, ťažkostí, ale aj víťazstiev. Firma nás naučila ako komunikovať so zákazníkmi, taktiež ako udržať výstižnú a cieľavedomú komunikáciu s rôznymi poskytovateľmi služieb. Zdalo sa, že najväčšou prekážkou pre nás bude pandemická situácia, avšak časom sme zistili, že najväčší nepriateľ boli priveľké rozdiely medzi všetkými zamestnancami – hlavne kvôli tomu, že sme firma založená na dvoch veľmi rozdielnych odboroch. Napriek tomuto faktoru sa nám podarilo pomocou



komunikácie, team-buildingov a rôznych spoločných projektov prekonať aj tie najväčšie rozdiely. Podarilo sa nám z obrovskej rieky, ktorá nás rozdeľovala spraviť len malú kvapku – naučili sme sa ako spolupracovať aj v kritických situáciách kedy išlo do tuhého a tímový duch bol nepominuteľný.

## Štruktúra zamestnancov

Naša firma sa skladá z 26 zamestnancov, ktorí sú následne rozdelení do 4 oddelení (marketingové oddelenie, oddelenie výroby, oddelenie ľudských zdrojov, finančné oddelenie) – každá skupina sa stará o určitú časť firmy.



# MARKETING

Už pri zostavovaní oddelení sme vedeli, že internetový marketing bude hrať kľúčovú rolu k úspechu, nakoľko bol ľudský kontakt počas nášho pôsobenia obmedzený na minimum. Vytvorili sme tím šikovných ľudí a spolu sme vypracovali marketingovú stratégiu, ktorá by nás mohla posunúť ďalej. Pri jej zostavovaní sme dbali na 4P, ktoré nám dopomohli k takmer bezchybnému fungovaniu- Produkt (Product), Place (trh), Promotion (Propagácia), Price (Cena).

## Product (Produkt)

Správne poznať produkt znamená aj správne spropagovať produkt. Naše produkty sú založené na čisto prírodnej báze a sú vhodné pre diabetikov, vegánov a aj pre intolerantných na laktózu.

Ošatenie bolo jasné, cieľom je potešiť oko a zároveň neuškodiť mamičke Zemi. Vybrali sme im elegantnú formu sklenených fľaštičiek s parádnym plechovým klobúkom. Nadovšetko sme si chceli byť istí, že náš produkt bude recyklovaný – preto sme vymysleli možnosť vrátenia prázdnej fľaštičky za malý finančný obnos. Nepozabudli sme ani na naše sušienky Dobrú chuť, ktorým sme ustlali v recyklovateľných obaloch, zalepených našou etiketou.

V neposlednom rade sme im navrhli etikety s moderným dizajnom a farbami. Taktiež v ponímaní modernosti, sme etikety obohatili o QR-kódy, ktoré zákazníkom po naskenovaní predstavujú naše produkty pomocou webu podrobnejšie.



## Place (trh)

Aby sme sa vyhli roli princa v Popoluške a neponúkali našu pomyslenú sklenenú črievičku každému bez premyslenia, vytýčili sme si cieľovú skupinu, na ktorú budeme náš marketing zameriavať. Po dlhom premýšľaní sme dospeli k prvotnému záveru, že sa najťažšie vstáva a zároveň pokojne zaspáva nám, študentom. Teda naša primárna skupina potencionalných zákazníkov sú osoby od 15 do 25 rokov. Avšak hneď ako sa naši blízky dopyčuli o našom produkte sa nám začali objednávky kopíť. Teda sme vedeli, že bude nutné osloviť oveľa variabilnejšiu skupinu ľudí.



## Promotion (Propagácia)

V dnešnej situácii boli digitálne miesta jediné, kde sme mohli niečo organizovať. Preto sme to využili naplno a pomocou našej webstránky a profile na Instagrame sme vyvinuli snahu o oboznámenie verejnosti, že na trh prichádza nová firma. **Instagramový profil (@rever.ssosta)**

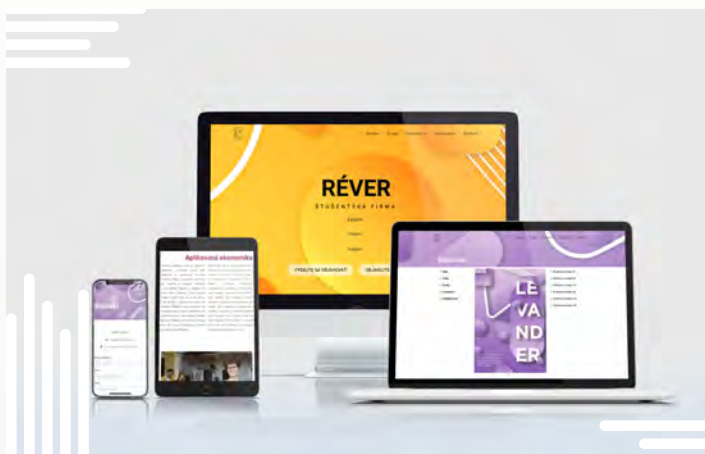
Túto formu propagácie sme si zvolili z dôvodu veľkej návštevnosti mladých ľudí a jednoduchšej komunikácie s našimi spotrebiteľmi. Cieľom tohto profilu je oboznámiť našich zákazníkov o pôsobení a zameraní našej firmy a hlavne predstaviť naše produkty a rôzne digitálne akcie, ktoré pre nich pripravujeme. Pre zefektívnenie profilu sme tu pridali aj naše firemné video, ktoré bližšie konkretizuje našu firmu, nás ako zamestnancov a jej fungovanie na trhu a na škole.

### **Webstránka (rever.designquest.eu)**

Základným prvkom každého úspešného marketingového plánu je pekná a prehľadná webová stránka. Jej úlohou je zákazníka prilákať a oboznámiť o danom produkte. Okrem toho, že na našej stránke zákazníkovi predstavujeme samotné produkty a ponúkame pohľad aj na ľudí, ktorí stoja za týmto projektom, slúži náš web aj ako cieľová adresa, na ktorú zákazníka privedie QR kód, ktorý je možné naskenovať z obalu nášho produktu. Nechýba ani stránka, kde nás môžu zákazníci kontaktovať, či už z dôvodu otázok, pripomienok alebo vrátenia fliaš.

## Price (Cena)

Skupina je len taká silná, ako je silný ten najslabší člen – s touto myšlienkou sme si uvedomovali, že aj napriek faktu, že veľa zákazníkov, ktorí kupovali náš produkt, už boli zamestnaní, naša primárna cieľová skupina boli študenti. Po dlhom zvážení sme sa rozhodli, že nastavíme cenu, ktorá nebude veľmi vysoká a rovnako nám prinesie zisk – výsledná cena je 1,50€. Pre zákazníkov sme si prichystali aj symbolickú akciu v hodnote 0,10€ pri vrátení nepoškodenej, umytej a prázdnej fľaštičky.



# FINANCIE

Počas fungovania študentskej firmy Réver 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, ktoré nám boli poskytnuté personálnym oddelením sme vyplácali zamestnancom mzdy a to vo výške 0,30 €/hod.

Na začiatku činnosti našej firmy sme získali vstupný kapitál, ktorý bol vo výške 225 €. Tento kapitál bol tvorený upísaním 75 akcií po 3 €. Väčšinu príjmov predstavovali príjmy z predaja našich výrobkov. Výdavky súviseli najmä s výrobou našich výrobkov a mzdovými nákladmi zamestnancov.

Spolu s marketingovým oddelením sme pracovali na určení ceny výrobkov. Pri stanovovaní ceny sme vzali do úvahy dva hlavné faktory – spokojnosť spotrebiteľa a zisk z predaja výrobkov. Cenu za nápoj sme stanovili nákladovo na 1,50€. Sušienky sme predávali v balení po 2 ks za 0,50€, alebo 0,30 za kus.

Akcia	Cena	Výdavky	Mzdy	Zisk
Predaj nápojov (158ks)	237€	142€	3€	92€
Predaj sušienok (73ks)	36,50€	10,85€	3€	22,65€
Imunitky (250ks)	375€	37,50€	1,5€	336€
Režijne náklady		5€		-5€
Mzdy manažmentu			10€	-10€
<b>Spolu</b>	<b>648,50€</b>	<b>195,35€</b>	<b>17,50€</b>	<b>436,65€</b>

	č.r	Plán	Skutočnosť	Naplnenie plánu
Príjmy z podnikateľskej činnosti	1	200€	237€	118,5%
	2	30,50€	36,50€	119,67%
	3	350€	375€	107,14%
	4	580,50€	648,50€	111,71%
Výdavky na podnikateľskú činnosť	5	30€	37,50€	125%
	6	150€	142€	94,67%
	7	15,50€	10,85€	70%
	8	13€	17,50€	134,62%
	9	208,50€	207,85€	99,69%

	č.r	Plán	Skutočnosť	Naplnenie plánu	
Výsledok hospodárenia	Príjmy spolu	10	580,50€	648,50€	111,71%
	Výdavky spolu	11	208,50€	207,85€	99,69%
	Výsledok hospodárenia	12	372€	435,65€	117,11%
	Daň z príjmu 15 %	13	55,80€	65,34€	117,11%
	Čistý zisk	14	316,20€	370,31€	117,11%
Pomocné výpočty	Počet ks emitovaných akcií	15	75€	75€	100%
	Nominálna hodnota jednej akcií	16	3€	3€	100%
	Celková hodnota upísaných akcií	17	225€	225€	100%
	Dividenda na akciu	18	3€	3,50€	116,66%
	Celkové vyplatenie dividendy	19	225€	265,50€	116,66%
Zostatok peňazí na rozdelenie	Zostatok peňazí v pokladni	20	597€	660,65€	110,66%
	Zaplatená daň z príjmu	21	55,80€	65,34€	117,11%
	Vrátenie vkladu akcionárom	22	225€	225€	100%
	Zostatok peňazí na rozdelenie	23	316,20€	370,31€	117,11%
Rozdelenie čistého zisku	Dividendy	24	240€	262,50€	109,38%
	Výdavky na likvidáciu	25	2,96€	13,81€	466,55%
	Tantiémy	26	63,24€	74€	117,01%
	Príspevok na charitu	27	10€	20€	200%
	Zostatok peňazí po rozdelení	28	0€	0€	0%

V MENE  
FIRMY  
RÉVER

ĎAKUJEME

VÝROČNÁ SPRÁVA JE DOSTUPNÁ  
V ELEKTRONICKEJ VERZII NA  
[REVER.DESIGNQUEST.EU](http://REVER.DESIGNQUEST.EU)