

Správa o činnosti

Sídlo: SOŠ Hotelových služieb a obchodu, Nové Zámky
Učiteľ: Ing. Henrieta Takácsová

Profil firmy

Obchodné meno: Tomuver, š. f.

Sídlo:  SOŠ hotelových služieb a obchodu, Zdravotnícka 3, Nové Zámky

Kontakt:  Facebook – Tomuver

 Instagram - @tomuver.firma

 Email – tomuver.firma@gmail.com

Produkt: Čokobal - Chococoat



Kto sme

Za nami je už vyše 5 mesiacov, čo Tomuver, š. f. funguje. Napriek ťažkým začiatkom sme sa dali dokopy a vytvorili ohromujúci a jedinečný produkt. Za ten krátky čas, čo fungujeme na našej škole, sa nám podarilo zviditeľniť a taktiež do istej miery uspokojiť požiadavky našich zákazníkov. Máme za sebou Ustanovujúce valné zhromaždenie, na ktorom sme sa predstavili ako firma. Okrem predstavenia celého vedenia sme študentom a učiteľom predložili prototypy produktov, ktoré sme v nasledujúcich mesiacoch zdokonaľovali a následne predávali. Vďaka zakúpeným akciám sme sa mohli ďalej realizovať v nápadoch.

A prečo práve Tomuver? Lebo nám v mnohom pripomína práve nás samotných alebo aspoň takých, akými by sme chceli byť. Tomuver, je niečo, čo v hovorovej reči študentov vyjadruje hlboký znak súhlasu. Tejto hláške snád' rozumie nielen študent na strednej škole, ale aj široká verejnosť, ktorá sa dokáže vo svojom živote stotožniť aj cez tento slovný výraz so študentmi a ich životom. To bol jasný zámer. Ukázať aj cez názov firmy podstatu fungovania našej študentskej firmy. My veríme. Veríme nielen v naše produkty a v ich jedinečnosť, ale veríme, aj sami sebe, že niečo dokážeme. Viera v seba je niečo, čo by sme mali nosiť neustále so sebou. Je to niečo, čo by malo byť pre nás mladých, ale nielen pre nás samozrejmosťou. Je to niečo, čo nič nestojí, ale môže dať nám, ale aj druhému veľa. A to je aj filozofia našej študentskej spoločnosti. Tvoriť a vyrábať produkty pre tých, ktorí si veria, alebo potrebujú veriť. Študentská spoločnosť nám dáva príležitosť rozhybať sa a nadýchnuť sa čerstvého vzduchu. Vážime si našich akcionárov za dôveru, ktorú do nás vložili a veríme, že nesklameme ich dôveru. Tak ako je sloganom našej študentskej firmy „Tomuver“, tak je to aj krédo nášho skutočného života.

Naše ciele

Študentská firma Tomuver verí, že inovácia a zdokonaľovanie produktov v rámci sociálnej inovácie je nevyhnutnou súčasťou podnikania všade vo svete

- Vyrobiť jedinečný produkt, ktorý ešte nie je na trhu
- Vyrobiť produkt v súlade s ekológiou
- Vyrobiť produkt, ktorý ocení cieľová skupina svojou jedinečnosťou a nenahraditeľnosťou
- Hľadať nové trhy a využitie pre produkt
- Konkurovať podobným produktom na trhu

Účelom našej firmy je :

1. Uspokojiť cieľovú skupinu takým spôsobom, aby bola v maximálnej miere spokojná a zároveň, aby JA firma dosahovala zisk
2. Naučiť sa počas trvania existencie firmy tímovej spolupráci a podnikaniu v školských podmienkach
3. Následne vedieť tieto znalosti preniesť do praxe

Pôvodná vízia našej firmy:

- Aby už nikto nebol sklamaný, keď si chce dať svoj kúsok čokolády

Nová vízia

- Aby už nikto nebol sklamaný, keď chce žiť život naplno

Cieľová skupina pre prvotné využitie produktu

- Ľudia, ktorí majú radi čokoládu, ale už nikdy nechcú byť sklamaní, keď čokoláda pri zmene počasia stráca kvalitatívne vlastnosti

Ďalšie využitie a popis Čokobalu

Po vyskúšaní vlastností termoizolačného obalu sme prišli k záverom, že je pre náš produkt oveľa širšie využitie ako len pekný obal na obľúbenú čokoládu. Zistili sme pomocou experimentu, že termoizolačná fólia, ktorá je súčasťou produktu chráni akúkoľvek vec, ktorá je v ňom uložená. Tak sme našli nové využitie pre produkt a súčasne aj nové cieľové skupiny:

- Ľudia, ktorí si chcú chrániť svoj mobil pred chladom, alebo teplom
- Diabetici, ktorí si potrebujú krátkodobo chrániť svoj liek- inzulín

Ako sme postupovali?

- Založenie našej spoločnosti / október /
- Počas prvých mesiacov sme pracovali na vývoji nášho produktu – Čokobalu. / október, november /
- Výroba prototypu a predstavenie na valnom zhromaždení / december /
- Spustenie predaja produktu cez portál Edupage na našej škole / december /
- Spustenie online predaja / január, február /
- Nájdenie novej cieľovej skupiny – ľudia používajúci mobilné telefóny, diabetici / marec /
- Uskutočnenie experimentu s inzulínom a mobilným telefónom / marec /
- Propagácia a uvedenie produktu cez facebookový portál Dia mamičky / apríl /



Financie

Oddelenie financií je zodpovedné za vytvorenie a optimálne udržanie strategického, ale aj taktického finančného plánu. Neustále kontroluje vynaložené náklady a príjmy študentskej firmy Tomuver a následne tieto informácie odovzdáva ostatným členom firmy a vedeniu spoločnosti. V rámci svojich činností má na starosti aj vedenie účtu študentskej firmy, vedenie jednoduchého účtovníctva, vyplácanie miezd pracovníkom a vyhotovenie podkladov pre ďalší predaj.

- Počet predaných akcií 100ks
- Cena jednej akcie 2,50€
- Spolu za akcie 250€
- Bezúročná pôžička od učiteľa 5€
- Spolu 255€

Príjmy z podnikateľskej činnosti (Tržby)		
	Č. r.	Suma
Príjmy z predaja výrobkov /čokobal/	01	160, 00 €
Príjmy z predaja tovaru /čokoláda/	02	40, 00 €
Príjmy SPOLU	03	200, 00 €

Výdavky na podnikateľskú činnosť		
	Č. r.	Suma
Výdavky na materiál	04	49. 09 €
Výdavky na nákup tovaru	05	40, 00 €
Mzdy	06	30, 00 €
Iné výdavky	07	56, 50 €
Výdavky spolu	08	175, 59 €

Výsledok hospodárenia		
	Č. r.	Suma
Príjmy spolu	09	200, 00€
Výdavky spolu	10	175, 59€
Zisk pred zdanením/strata	11	24, 42 €

Výroba

Náš produkt má za sebou históriu viacerých prototypov a vyladňovali sme ho až k dokonalosti. V prvých typoch sme používali slabšie bavlnené látky ktoré sa nám neosvedčili kvôli nepevnosti obalu. Tak sme zainvestovali do kvalitnejšej látky. Termoizolačnú fóliu sme zo začiatku riešili chladiacou taškou ktoré sme zakúpili v supermarketoch.

Viceprezident výroby sleduje pokrok vo výrobe, priebežne sa snaží sa napraviť vzniknuté chyby a na základe svojich motivačných schopností sa snaží o zlepšenie produktivity a kvality. Pracovníci výroby sledujú zásoby a určujú obsah nákupu, realizáciu nákupu a starajú sa o včasný a správny nákup.

Postup pri výrobe:

1. Nákup materiálu- látky, nite, suchý zips, stuha, nožnice, podložka na strihanie
2. Na základe zvolených rozmerov strihanie látky
3. Následne podľa zvolených rozmerov vystrihnutie časi termoizolačnej fólie
4. Zanesenie polotovaru vybraným krajčírom
5. Komunikácia o parametroch produktu s krajčírom
6. Vyzdvihnutie hotových výrobkov od krajčíra
7. Vyhotovenie personalizovaných odkazov na produkt / personalizovaný odkaz vytlačený na papieriku, namaľovaný personalizovaný odkaz priamo na čokobal.

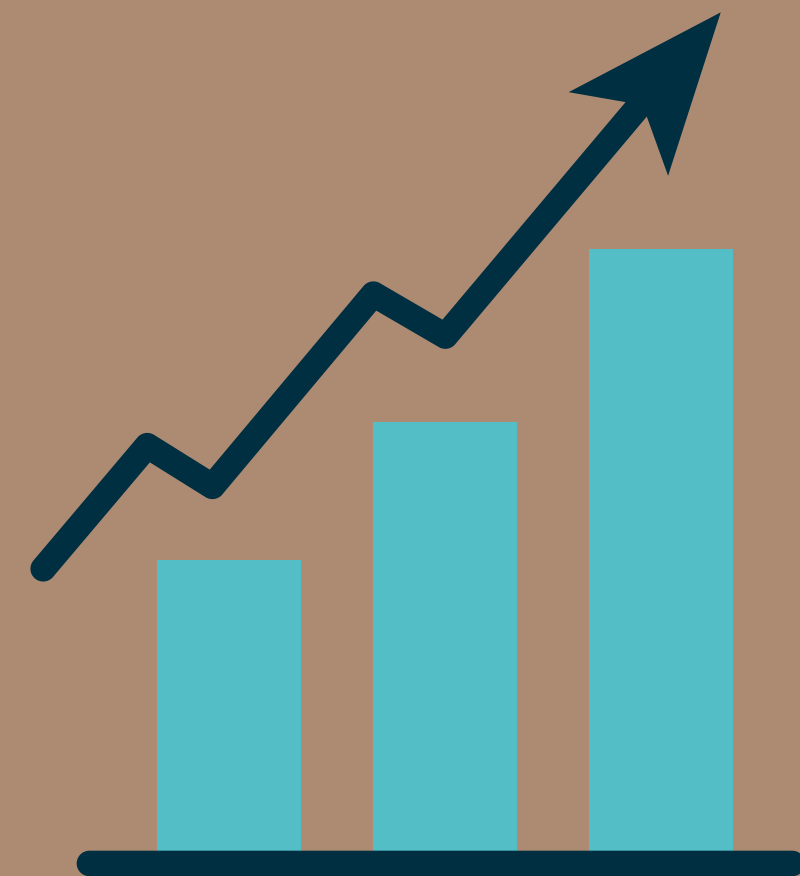


Marketing

Marketing našej firmy je založený na produktovej stratégii a na stratégii vyhľadávania nových odbytových možností. Produktová stratégia - je založená na pochopení zákazníka, pričom sme sa zamerali na 4C, a nie na 4P marketing. Princíp 4 C uprednostňuje pochopenie vcítania sa do role samotného zákazníka, pochopenie jeho požiadaviek a správne pochopenie hodnoty produktu pre konkrétnu cieľovú skupinu, na ktorú sa zaciľujeme. Je to nový prístup k marketingu, ktorý presúva pozornosť od výrobcu k spotrebiteľom a ich potrebám. 4C nám umožňuje myslieť viac na záujmy našich zákazníkov ako na vlastné záujmy. Zisťuje, čo zákazníci presne chcú a čo sú ochotní za to aj zaplatiť. Tento model je efektívnejší, lebo nám môže zvýšiť spokojnosť zákazníka, ako aj jeho povedomie o produkte a následne zvýšiť obrat a zisk.

4C marketingový model:

1. Customer solution - zákaznícke riešenie
2. Customer cost - náklady na zákazníka
3. Convenience - pohodlie
4. Communications – komunikácia



Zákaznícke riešenie - Samotný produkt má určitú hodnotu, ktorú vníma každý zákazník inak. Cieľom je vytvoriť v mysli zákazníka trvalú hodnotu nášho produktu. Relizujeme to pomocou prieskumu a experimentu, pri ktorých zisťujeme potreby a prania zákazníka.

Náklady na zákazníka - Cena produktu je len časťou nákladov na nákup produktu. Náklady na zákazníka zahŕňajú nielen peňažné, ale aj nepeňažné náklady. Napríklad pri stanovení konečnej ceny produktu berieme do úvahy aj čas, ktorý je potrebný na nákup produktu, alebo náklady spojené s jeho výhodami, prípadne nevýhodami.

Pohodlie - Pri pohodlí máme na mysli 24 hodinový predajný čas, ktorý nám online nákup umožňuje.

Komunikácia - Ide hlavne o obojstrannú komunikáciu so zákazníkom, teda aj spracovávanie spätnej väzby, ako je zákazník s produktom spokojný, alebo nespokojný. Na základe spätnej väzby sme si uvedomili určité nedostatky v šití produktu a následne sme tento problém vyriešili.

Medzi naše hlavné kanály propagácie patria:

- Facebook
- Instagram
- Edupage našej školy / plánujeme spolupracovať pomocou edupage na Strednej odbornej škole Jedlíka v Nových Zámkoch, Strednej zdravotníckej školy v Nových Zámkoch a na Gymnáziu v Nových Zámkoch /
- Portál Diamamičky
- Osobný predaj a propagácia produktu priamou komunikáciou žiakov na škole



L'UDSKÉ ZDROJE

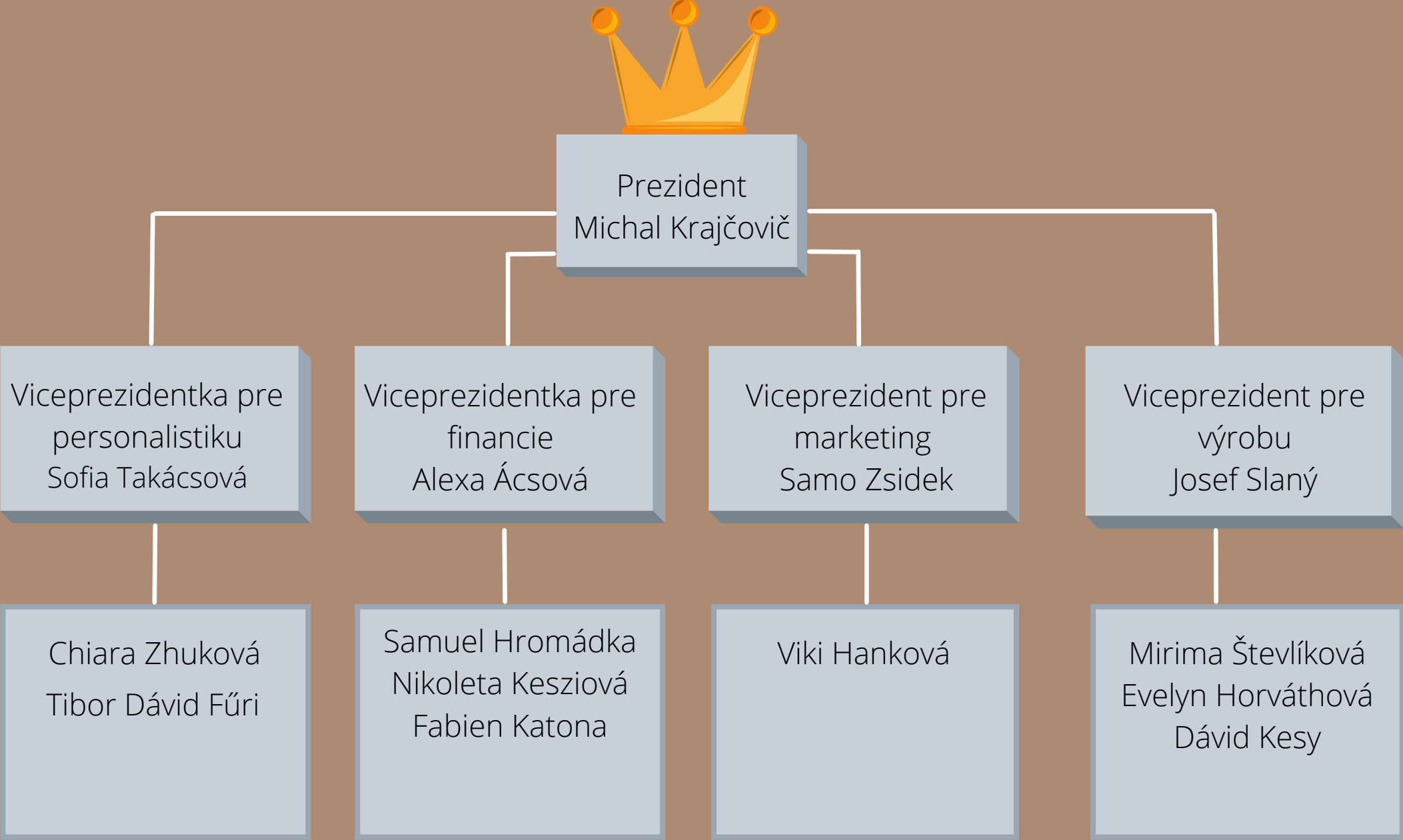
Povinnosťou členov oddelenia ľudských zdrojov je:

1. Vedenie dochádzky a záznamov o akcionároch
2. Následné konzultovanie s nimi a riešenie problémov a vzťahov medzi zamestnancami
3. Vedenie spoločnosti k úspechu v spolupráci s ostatnými oddeleniami
4. Organizovanie pravidelných team-buildingov nielen na hodinách aplikovanej ekonómie
5. Komunikácia s konzultantom

V našej firme Tomuver, š.f. je zamestnaných 14 pracovníkov.

Naším prezidentom je Michal Krajčovič a pomocou hlasovania boli zvolení štyria viceprezidenti. Ostatní zamestnanci zaujali svoje miesta vo firme podľa vlastných záujmov, daností a schopností.

Organizačná štruktúra firmy



Náš súťažný tím



BUDÚCNOSŤ

Spolupráca s konzultantkou a pani profesorkou

Pani učiteľka Takácsová bola od začiatku veľmi zapálená pre úspešnosť nášho projektu a tým pádom aj striktná, ale v konečnom dôsledku efektívna a úspešná pri finalizácii našej činnosti. Pani konzultantka Nagyová bola nemenej veľkým prínosom našej firme. Zaviedla nás do tajov marketingu, asistovala nám takmer pri každej činnosti, bola súčasťou našich online hodín, ale mnohokrát aj na prezenčnom vyučovaní. Pri indispozícii učiteľa plne suplovala jeho úlohu a bola veľmi nápomocná s prípravou na Veľtrh podnikateľských talentov.

Naše plány

Naša firma má veľké plány do budúcnosti. Na základe predchádzajúcich skúseností sa chceme ponoriť do podnikania oveľa viac. Vidíme v našom produkte potenciál a už sme naučili medzi sebou komunikovať a odovzdávať dôležité informácie. Chceme sa venovať podnikaniu a chodu našej firmy. Náš tím je plný mladých potenciálnych podnikateľov, ktorí sa učia obetovať svoj voľný čas a energiu. V budúcnosti by sme sa chceli viac venovať novému využitiu nášho produktu pre diabetikov, prispôbiť tomu marketingovú stratégiu a posilniť sociálne siete pomocou tvorenia reklamných spotov zacielených na konkrétnu skupinu zákazníkov a tak propagovať náš produkt. Plánujeme osloviť obchodný reťazec COOP Jednota s.d., ktorý je zainteresovaný do duálneho vzdelávania našich študentov. Rovnako sa budeme snažiť zlepšiť našu edukačnú činnosť v oblasti vzdelávania ľudí trpiacich ochorením na diabetes s ohľadom na využitie nášho produktu, ale nemenej dôležitá bude aj edukačná činnosť o tejto chorobe ľuďom, ktorí s týmto ochorením nijako neprišli do styku.