

Piar **Point** š.f.

**Piaristické gymnázium
Jozefa Braneckého, Trenčín**

2025 - 2026

Učiteľ: Ing. Zuzana Murínová





ZHRNUTIE

Sme tím gastronadšencov, ktorých už nebavilo jesť studené bagety z automatu, a rozhodli sa, že s tým niečo spravia. Preto sme založili v priestoroch našej školy **naš vlastný bufet**, kde si študenti môžu kúpiť **rýchle, teplé** a hlavne **čerstvé jedlo**. Prieskum trhu a testovanie nás následne priviedli k tomu, aby sme sa naplno venovali príprave hotdogov.

Po zdokonalení ich prípravy sme sa však chceli neustále **zlepšovať**. Nebavili nás obyčajné omáčky ako kečup a horčica, preto sme sa rozhodli vytvoriť niečo vlastné. Vyvinuli sme tak vlastnú omáčku **Dajdip**, ktorá v kombinácii s hotdogom vytvára nezabudnuteľný gastronomický zážitok, po ktorý sa zákazníci budú chcieť vracieť. Vďaka veľkej popularite tejto omáčky sa nám aj podarilo úplne vypredať jej prvú várku.

Na základe dopytu sme následne vyvinuli aj **spicy verziu**. Vďaka týmto inováciám dokážeme ponúknuť zážitok, ktorý zákazníci nikde inde nenájdu.

studené bagety?
to fakt nie



PROBLÉM

Počas školského dňa majú študenti **obmedzený prístup** k rýchlemu a kvalitnému občerstveniu. Na škole sa nachádza **iba jeden automat**, ktorý nemusí byť vždy spoľahlivý alebo dostatočne zásobený a zároveň neponúka čerstvé ani teplé jedlo. Školská jedáleň síce poskytuje obedy, no ponuka jedál **nemusí vždy vyhovovať chutiam všetkých študentov**.

RIEŠENIE



Na tento problém reagujeme vytvorením **školského bufetu**, ktorý ponúka rýchle, čerstvé a teplé občerstvenie počas školského dňa. Našou hlavnou špecialitou sú **hotdogy**, ktoré sú čerstvo pripravované priamo na mieste.

Okrem nich ponúkame snacky, sladké a slané produkty či nápoje. Zároveň sme vyvinuli **vlastnú omáčku**, ktorá dodáva našim hotdogom jedinečnú chuť.

Bufet zároveň vytvára **príjemné miesto** na stretnutia a oddych počas prestávok.



CIEĽOVÝ TRH A PRÍLEŽITOSTI

KONKURENCIA

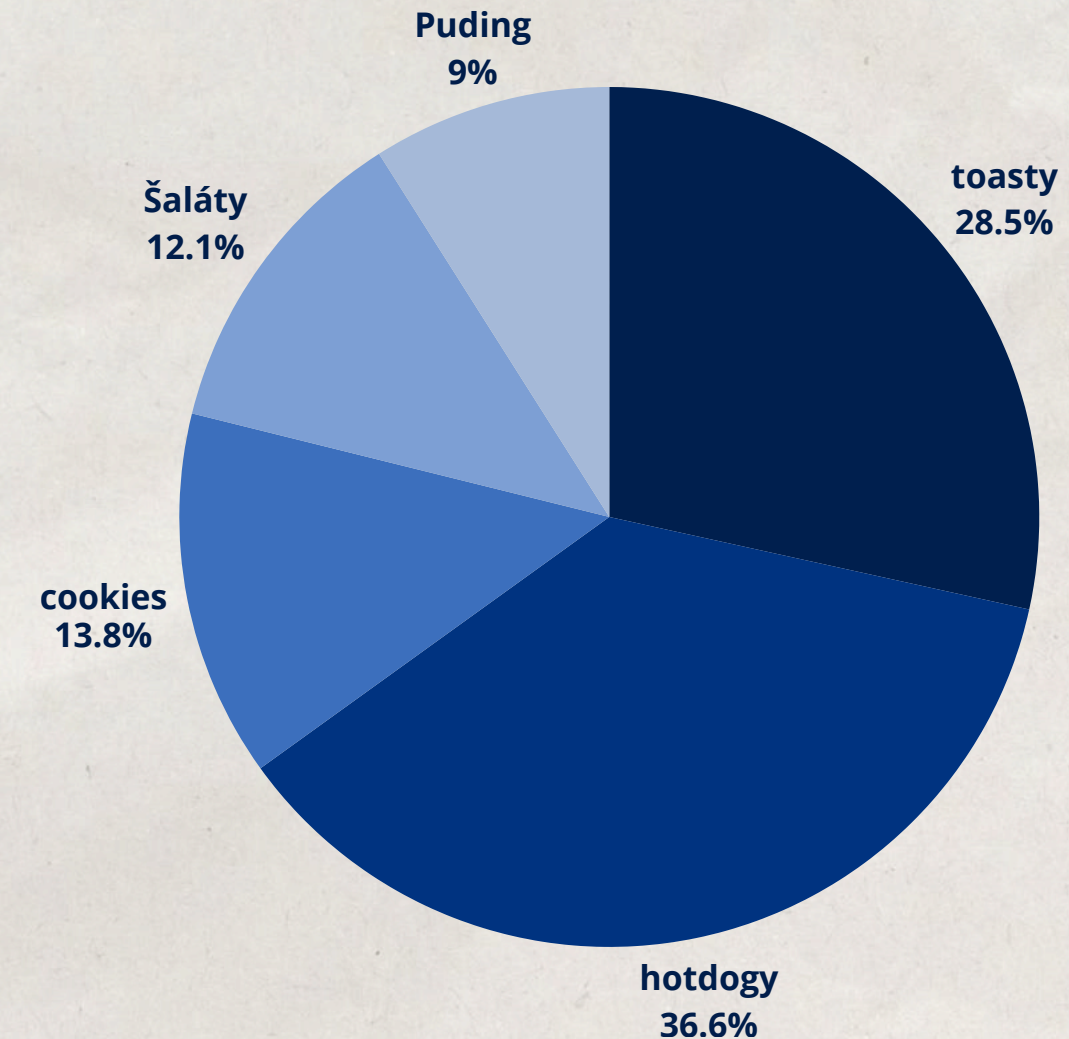
Hlavnú konkurenciu predstavuje školský automat, ktorý ponúka najmä balené alebo polotovarové produkty a školská jedáleň s pevne stanovenou dennou ponukou. Našou výhodou je **flexibilita** – dokážeme sa prispôbiť aktuálnemu dopytu študentov, ponúkame **výhodnejšie ceny** a zároveň aj **teplé jedlá**. Chuťovú rozmanitosť umožňujú aj **naše omáčky**.

	Automat	Jedáleň	Bufet
Cenová dostupnosť	nie	áno	áno
Prispôsobenie ponuky	nie	nie	áno
Čerstvé jedlá	nie	áno	áno
Široký výber	áno	nie	áno

CIEĽOVÉ SKUPINY

Po analýze trhu sme identifikovali najväčší dopyt po rýchlom a cenovo dostupnom občerstvení počas školského dňa. Na základe toho sme nastavili frekvenciu predaja počas prestávok a prispôbili sortiment aj cenovú stratégiu potrebám študentov. Našou hlavnou cieľovou skupinou sú **študenti školy**, pričom sekundárnych zákazníkov tvoria **učitelia** a **návštevníci školských podujatí**.

preferencie jedál respondentov





Oddelenie financií

Príjmy z podnikateľskej činnosti (Tržby)	
	Suma
Príjmy z predaja tovaru	1167,60
Príjmy z predaja výrobkov	1139,35
Príjmy z predaja služieb	0,00
Iné príjmy	0,00
Príjmy SPOLU	2306,95

Výdavky na podnikateľskú činnosť	
	Suma
Výdavky na materiál	529,81
Výdavky na nákup tovaru	543,20
Mzdy	296,10
Iné výdavky	329,84
Výdavky SPOLU	1698,95

Výsledok hospodárenia	
	Suma
Príjmy spolu	2306,95
Výdavky spolu	1698,95
Výsledok hospodárenia	608,00
Daň z príjmu študentskej firmy (10 %)	60,00
Daň z príjmu študentskej firmy splatná do JA Slovensko	60,00
Čistý zisk	548,00

Hospodárenie

Získaný kapitál bol využitý na **nákup tovaru, materiálu** a technologického vybavenia potrebného na zabezpečenie prevádzky. V priebehu fungovania bufetu dochádzalo k jeho postupnému zhodnocovaniu prostredníctvom každodenných predajných aktivít.

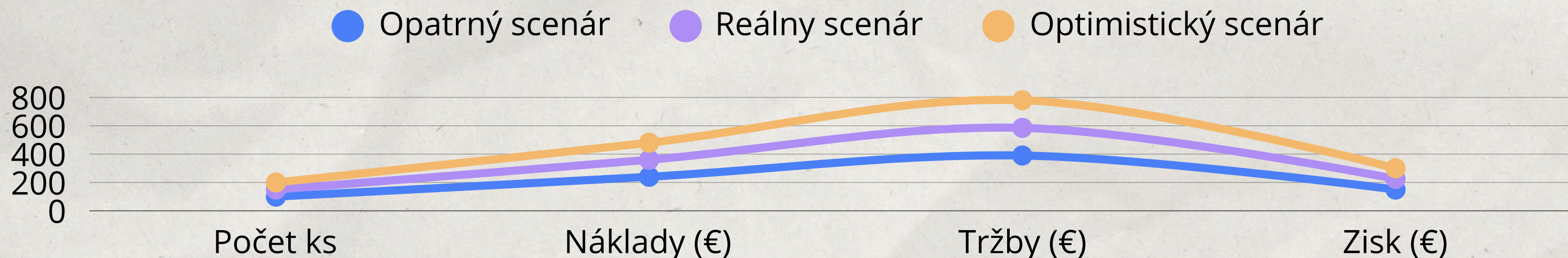
Cenotvorba bola stanovená s ohľadom na **maloobchodné siete, konkurenciu** a **podobné prevádzky**. Dôraz sme kládli najmä na **vyváženie ceny a kvality**, ako aj na ponuku produktov, ktoré sú medzi zákazníkmi dlhodobo obľúbené.

Doterajšie výsledky potvrdzujú, že zodpovedné finančné riadenie a premyslené strategické rozhodovanie majú pozitívny vplyv na stabilitu a rast firmy.

Predikcia predaja a ziskovosť produktu

V súčasnosti pripravujeme rozšírenie sortimentu o **vlastné omáčky**, pričom v úvodnej fáze plánujeme výrobu približne 100 kusov. Tento krok predstavuje významný posun smerom k **diverzifikácii ponuky** a **posilneniu našej pozície na trhu**.

Z finančnej analýzy vyplýva, že zisk z predaja jednej omáčky predstavuje 1,50 €, čo pri konzervatívnom odhade predaja 100 kusov znamená čistý zisk 150 € výhradne z tohto produktu. Produkt je vďaka priaznivému pomeru nákladov a predajnej ceny ekonomicky udržateľný a pri zvýšení objemu výroby vykazuje potenciál ďalšieho rastu.



Uvedený výpočet predstavuje opatrný scenár, ktorý počíta s predajom 100 kusov omáčok a už v tomto prípade je produkt ziskový. Reálny scenár, vychádzajúci z plánovanej výroby približne 130 kusov, prináša vyšší celkový zisk pri rovnakých jednotkových nákladoch. Optimistický scenár predpokladá zvýšený dopyt a predaj do 200 kusov, čo výrazne zvyšuje zisk a vytvára priestor na ďalší rozvoj produktu. Výroba je organizačne aj kapacitne nastavená tak, aby bola schopná zvládnuť reálny aj optimistický scenár bez vplyvu na kvalitu.

Na základe dosiahnutých výsledkov plánujeme pokračovať v rozvoji podnikateľských aktivít a pružne reagovať na nové trhové príležitosti.

MARKETING

61k+ 
zhliadnutí

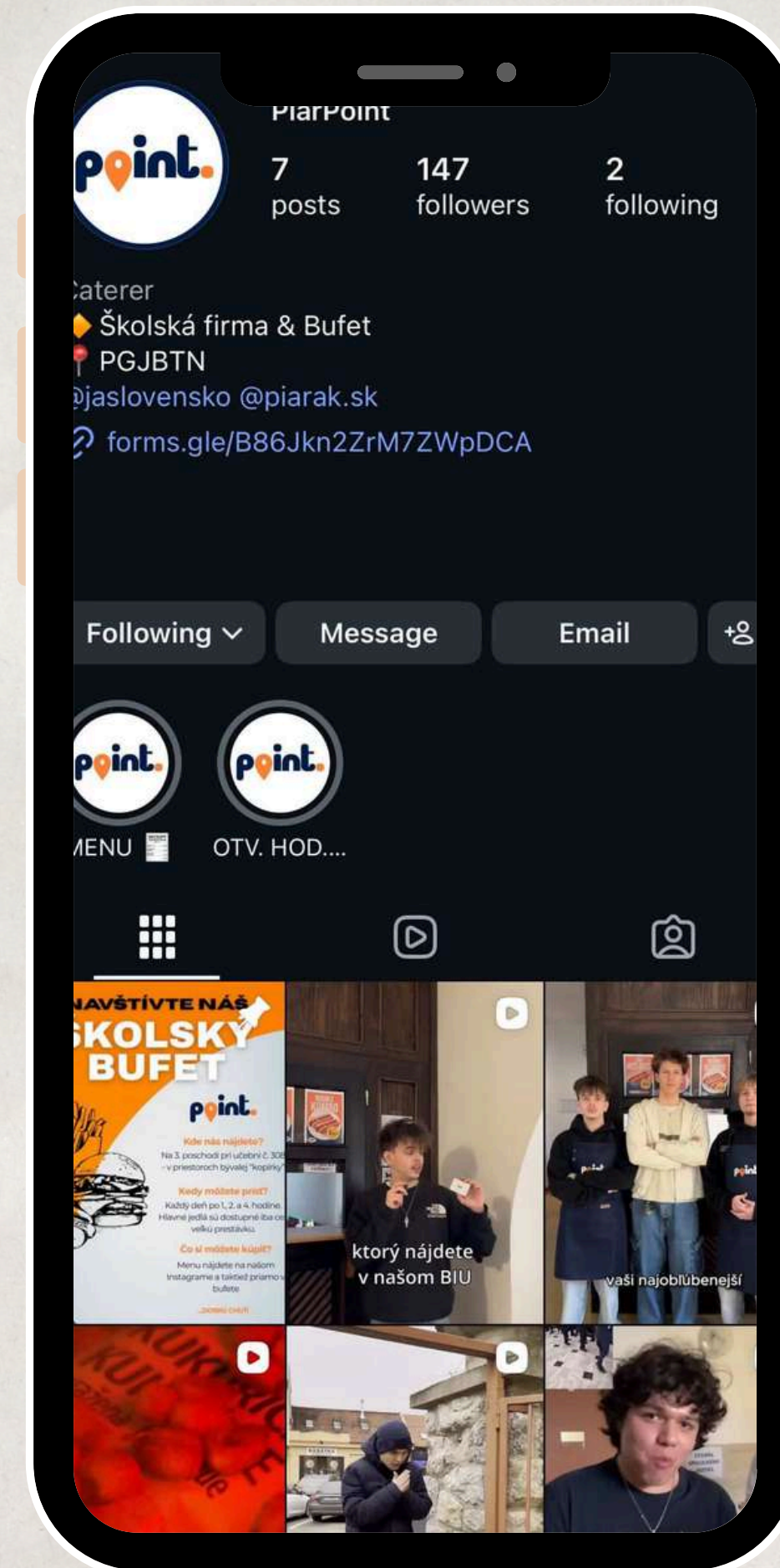
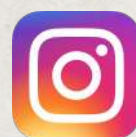
150+ 
sledovateľov

Zamerali sme sa na kombináciu **digitálneho marketingu** a **lokálnej propagácie** v školskom prostredí, vďaka čomu sme efektívne oslovili našu cieľovú skupinu – študentov.

Hlavnými online kanálmi boli **Instagram, TikTok a web**, pričom na Instagrame sme organickým obsahom dosiahli viac ako **61 000 pozretí** a vybudovali komunitu **150+ sledovateľov**.

Marketing sme podporili aj offline aktivitami – **školský rozhlas, plagáty a osobná prezentácia na podujatiach** (napr. Akadémia s návštevnosťou 1200+ ľudí).

Záujem sme zvyšovali cez sezónne kampane, akcie a súťaže, ktoré motivovali zákazníkov k opakovaným nákupom.



VÝROBA

Výrobe **hotdogov** sa plne venujeme už niekoľko mesiacov. Hoci sa môže zdať, že hotdog je len všedné jedlo, tvoriace sa z rožku a párku, jeho správna príprava si vyžaduje **správny pomer surovín** a **vhodné zohriatie**. Preto naše hotdogy nakoniec krátko zapečieme v toastovači, aby boli vždy teplé a chrumkavé. Za našu dobu pôsobenia sa nám úspešne podarilo tento tento proces **zdokonaľiť** a vychytať všetky chyby.

Zamerať sa na hot dogy sme sa rozhodli po analýze trhu. A tie sme následne vďaka našej omáčke **DajDip** preniesli na **neporovnateľnú gastronomickú úroveň**.

Homemade omáčku DajDip tvorí paradajkový základ a zmes starostlivo vybratých bylín, ktoré svojou príjemnou chuťou vytvárajú perfektný dodatok ku každému jedlu.

Vďaka úspechu DajDip omáčky sme sa taktiež rozhodli vytvoriť aj **spicy edíciu**, štiplavú alternatívu našej pôvodnej omáčky. Vo výrobe sú aj ďalšie príchute.



L'UDSKÉ ZDROJE



Efektívna komunikácia a spolupráca sú základom fungovania našej študentskej firmy. Každý člen tímu má jasne definovanú úlohu a **zodpovednosť** v rámci svojho oddelenia, no zároveň je zaškolený aj na prevádzku bufetu počas prestávok.

Vďaka tomu vieme zabezpečiť **plynulú prevádzku** a v prípade potreby sa vieme navzájom zastúpiť. Pri rozdeľovaní povinností sme vytvorili aj špecifické pozície, ako napríklad **skladník a nákupca**, ktoré sa starajú o dostatok surovín a tovaru.

Tieto úlohy pomáhajú predchádzať výpadkom zásob a zabezpečujú, že prevádzka bufetu je **stabilná** a vždy pripravená obslúžiť zákazníkov.

16 
členov

4 
oddelenia

NÁŠ TÍM



**Vít - viceprezident
financií**



**Adela - viceprezidentka
výroby**



Lenka - prezidentka



**Matej - viceprezident
marketingu**



**Martin - viceprezident
ľudských zdrojov**

VÝZVY

PLATBA KARTOU

Na začiatku sme čelili problému, že sme nemohli prijímať platby kartou, čo obmedzovalo časť zákazníkov. Riešením bolo zavedenie **kreditového systému**, podobného tomu používanom v MHD. Zákazníci si mohli nabiť kredit na kartu a následne ním jednoducho platiť pri nákupe.

náročnosť
riešenia

2/5

PREVÁDZKOVÉ CHYBY

V úvodnej fáze sa stávalo, že členovia tímu pri zatváraní bufetu zabudli skontrolovať niektoré zariadenia alebo vypnúť stroje. Tento problém sme vyriešili vytvorením **zatváracieho protokolu**, ktorý obsahoval presný zoznam krokov potrebných na bezpečné ukončenie prevádzky.

PREDIKCIA DOPYTU

Pri niektorých produktoch sme na začiatku nesprávne odhadli dopyt, čo viedlo k pomalšiemu predaju. Situáciu sme riešili zavedením **akcií** a **kombinovaných ponúk (combo)**, vďaka ktorým sme dokázali efektívne zvýšiť predaj týchto produktov.

náročnosť
riešenia

3/5

VÍZIA DO BUDÚCNOSTI

Našou hlavnou ambíciou je vybudovať silnú značku zastrešujúcu nielen reťazec **food-truckov** a **kamenných prevádzok** s našim občerstvením, ale aj svoju **vlastnú líniu produktov**, počínajúc s našou **signature omáčkou DajDip**. Tieto produkty plánujeme implementovať do našich prevádzok a neskôr **rozšíriť do už existujúcich veľkých obchodných reťazcov**, čo nám umožní zvýšiť dosah a samotný zisk.



Náš reťazec food-truckov plánujeme prevádzkovať primárne na **veľkých akciách** a **festivaloch** (napr. Pohoda, Grape, Lovestream...), ktorých popularita a počet v posledných rokoch signifikantne rastie, čím chceme osloviť **čo najväčší počet zákazníkov**.

Po boku našich prevádzok občerstvenia a produktov je našim najhlavnejším cieľom **vybudovať silné meno**, ktoré zaručuje **vysokú kvalitu** a **vždy skvelú chuť**, ako aj veľkú komunitu **lojálnych zákazníkov**, ktorí sa vždy radi vrátia.

point.



@PIARPOINT.SF
@PIARAK.SK

