



Podnikateľský plán

Mačka vo vreći, š. f.

Platný od: 29. 11. 2023

OBSAH

ZHRNUTIE.....	3
ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE O FIRME	4
ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA SPOLOČNOSTI	5
FINANCIE.....	6
VÝROBA	9
MARKETING	11
ĽUDSKÉ ZDROJE	15
S.W.O.T. ANALÝZA	16

ZHRNUTIE

Vážení akcionári, investori a spotrebitelia firmy Mačka vo vreci,

naša firma bola založená ako súčasť projektu JA Slovensko, ktorý poskytuje študentom stredných škôl jedinečnú príležitosť rozvíjať svoje ekonomické a podnikateľské zručnosti prostredníctvom reálneho riadenia firmy a práce s financiami. Naša spoločnosť však nechce byť len miestom na získavanie skúseností pre svojich členov. Máme ambície a plány, ako využiť nízku konkurenciu na našej škole a ponúknuť našim zákazníkom nielen tradičné produkty, ale aj niečo originálne a zaujímavé. Chceme tiež prispieť k budovaniu komunity Bilingválneho gymnázia Miliana Hodžu a organizovať rôzne podujatia a aktivity pre študentov a zamestnancov.

Veríme, že meno Mačka vo vreci má potenciál na vytvorenie silnej značky. Meno je založené na rôznorodosti sortimentu, ktorý budeme predávať. Chceme, aby naši zákazníci boli príjemne prekvapení tým, čo im ponúkame. Naše služby budú zamerané na zábavu, relaxáciu vzdelávanie a prezentáciu školy. Plánujeme usporiadať valentínsky ples, workshopy na vianočnej škole, či podať pomocnú ruku pri sponzorovaní Hodžafestu. Naša činnosť sa bude prispôsobovať dopytu a potrebám našich zákazníkov a externým podmienkam, v ktorých budeme pracovať.

Našou cieľovou skupinou sú predovšetkým študenti Bilingválneho gymnázia Miliana Hodžu, pedagogickí a nepedagogickí zamestnanci. V prípade dostatočných kapacít, radi oslovíme aj ďalšie skupiny, ako sú rodičia, absolventi, alebo externí hostia, ktorí by mali záujem o naše produkty a služby. Sme presvedčení, že kvalita našej ponuky spolu s inovatívnym a efektívnym marketingom, ktorý bude zohľadňovať aj silný aspekt komunity na škole, nám umožní nielen prekonať konkurenciu, ale aj získať dôveru zákazníkov.

V mene našej spoločnosti by som sa chcel poďakovať všetkým akcionárom a budúcim spotrebiteľom našej firmy za prejavenú dôveru. Ako prezident Mačky vo vreci budem dohliadať na efektívnu komunikáciu vo vnútri tímu. Urobím všetko pre zabezpečenie čo najlepších podmienok s vedením školy a za splnenie očakávaní akcionárov. Budem sa snažiť, aby sme dosiahli zisk a zároveň zlepšili atmosféru na našej škole.

Branislav Juhás, prezident spoločnosti Mačka vo Vreci

ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE O FIRME

Obchodné meno

Mačka vo vreci, š. f.

Sídlo a miesto podnikania

Bilingválne gymnázium Milana Hodžu
Komenského 215
038 52 Sučany

Ciele spoločnosti

1. Naplniť požiadavky akcionárov a dodať spotrebiteľom produkty a služby
2. Ponúknuť spotrebiteľom produkty, ktoré na pôde našej školy nemajú konkurenciu
3. Pracovať na posilnení GBAS komunity a zlepšiť život na škole
4. Presadiť sa v konkurenčnom prostredí a byť ziskový
5. Priniesť zisk akcionárom, ktorí do firmy investovali

Manažment spoločnosti

Prezident:	Branislav Juhás
Viceprezidentka pre financie:	Barbora Svitková
Viceprezidentka pre výrobu:	Tereza Komačková
Viceprezidentka pre marketing:	Ema Korbašová
Viceprezidentka pre ľudské zdroje:	Sára Hana Slaninová

Dozorná rada

Mgr. Ivetta Bieliková:	predsedníčka
Mgr. Daniela Pavlásková:	členka
Mgr. Jaroslava Lamošová:	členka

Počet akcionárov

62

ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA SPOLOČNOSTI

Branislav Juhás
Prezident

Barbora Svitková
*Viceprezidentka pre
financie*

Sára Hana Slaninová
*Viceprezidentka pre
ľudské zdroje*

Tereza Komačková
*Viceprezidentka pre
výrobu*

Ema Korbašová
*Viceprezidentka pre
marketing*

Rebeka Kováčová
Pokladníčka

Nad'a Bellová
*Asistentka
viceprezidentky*

Zuzana Bačovčínová
Výrobkyňa

Petra Čanigová
*Správkyňa sociálnych
sietí*

Nina Petříková
Vedúca predaja

Samuel Valiašek
Pracovný psychológ

Agáta Lukáčová
Manažérka estetiky

Linda Mičicová
Tvorkyňa obsahu

Marek Serva
Finančný kontrolór

Sofia Voštinárová
*Vedúca pre medzilľudské
vzťahy*

Matúš Píš
Kontrolór kvality

Simona Tekelová
*Správkyňa sociálnych
sietí*

Sarrah Svatoňová
Finančná poradkyňa

Karin Podobová
Grafická dizajnérka

Adam Verčík
Grafický dizajnér

FINANCIE

Som Barbora Svitková a v školskej firme budem plniť funkciu viceprezidentky financií. Mojou úlohou bude teda dozerať, aby sa s kapitálom, ktorý máme, manipulovalo čo najefektívnejšie, no zároveň budem dozerať na zaznamenávanie príjmov, výdajov, ceny a platy zamestnancov. Túto pozíciu som si vybrala, lebo verím, že vyžaduje veľkú mieru zodpovednosti, no zároveň ľudskosti pri robení kompromisov, preto verím, že firmu Mačka vo vreci podržím v ľahkých i ťažkých časoch. Obdivujem ľudskú schopnosť prispôsobivosti a učenia, preto nepochybujem, že nedostatok skúseností akokoľvek ovplyvní chod firmy, a preto sa teším na spoluprácu s mojimi kolegami na tomto zaujímavom projekte. Verím, že vám prinesieme produkty a služby za rozumné ceny, ktoré vám budú robiť radosť po celý školský rok.

Barbora Svitková, viceprezidentka pre financie

Vstupný kapitál

Počet akcionárov	Cena akcie	Počet akcií	Celk. vstupný kapitál
62	4,50€	100	450€

Prehľad výrobných nákladov

Položka	Náklady za 1ks	Počet kusov	Celkové náklady
Ponožky	12€	40	480€
Mikiny	25€	70	1750€
Tričká	12€	30	360€
Tašky	2€	90	180€
Egg Hunt	-	-	80€
Zdobenie medovníkov	-	-	30€
Výroba sviečok	-	-	20€
Koncert kapiel	-	-	40€

Valentínsky ples	-	-	1000€
Nálepky	0,3€	100	30€
Odznaky	0,9€	30	27€
Kakao	1€	50	50€
Hotdogy	1,2€	100	120€
Spolu			4167€

Prehľad ziskov

Položka	Cena za 1ks	Počet kusov	Celkový zisk
Premium	5€	30	150€
Ponožky	15€	40	600€
Mikiny	30€	70	2100€
Tričká	20€	30	600€
Tašky	7€	90	630€
Egg Hunt	3€	70	210€
Zdobenie medovníkov	2€	25	50€
Výroba sviečok	2€	15	30€
Koncert kapiel	4€	70	280€
Valentínsky ples	10€	120	1200€
Nálepky	1€	100	100€
Odznaky	1,5€	30	45€

Kakao	1,5€	50	75€
Hotdogy	2€	100	200€
Spolu			6270€

Prehľad plánovaných celkových ziskov

Náklady	Príjmy	Zisk v hrubom	Zisk v čistom
4167€	6270€	2103€	1787,55€

Plán prerozdelenia ziskov

Vyplatenie zamestnancov	30%	536€
Akcionári	60%	1072,53€
Likvidácia firmy	10%	178,75€

Finančná analýza

Firma Mačka vo vreci sa zo začiatku zameria na predaj občerstvenia a workshopov na vianočných podujatiach, nakoľko nám to kapitál povoľuje. Ďalej sa kapitál chystáme rozšíriť vďaka službe Premium a koncertu kapiel, čo sú takmer beznákladové záležitosti. Po rozšírení kapitálu sa tak budeme môcť zamerať na najžiadanejšiu časť nášho plánu, a to najmä merch našej školy.

VÝROBA

Volám sa Tereza Komačková a tento rok zastávam v školskej firme pozíciu viceprezidentky pre výrobu. S mojou organizačnou schopnosťou, dôslednosťou a efektívnou komunikáciou si dávam za cieľ zabezpečiť plynulý chod výroby a organizáciu podujatí, aby sme dosiahli maximálnu spokojnosť našich zákazníkov. Vždy sa usilujem o dosiahnutie vzájomne výhodných riešení a nebojím sa výziev, ktoré nastanú počas výrobného procesu. S trvalým úsilím budem aj naďalej presadzovať vysoké štandardy kvality a originalnosť výrobkov. Dúfam, že moje schopnosti prispievajú k úspešnému pôsobeniu školskej firmy a udržia vysokú úroveň v oblasti výroby.

Tereza Komačková, Viceprezidentka pre výrobu

GBAS merchandise

Aj v priebehu tohto školského roka zákazníci budú mať možnosť zakúpiť si GBAS merchandise. V ponuke budú tradičné predmety ako mikiny, tričká, plátenné tašky, nálepky či odznačiky s originálnym dizajnom a vo výbornej kvalite. Navyše uvádzame do výroby netradičné mikiny s dizajnom inšpirovaným školskými predmetmi, vrátane Matfyzu alebo Human sciences. Dizajn vyučovacích predmetov bude tiež dostupný na plátenných taškách, čím študenti a aj vyučujúci budú môcť prejsť svoju oddanosť škole aj vo svojom štýle. Pre obdobie zimy a jari uvidíme do ponuky nielen vysoké ponožky s unikátnymi vzormi, ale aj mikulášske čiapky s logom školy a čiapky typu „Beanies.“ Jednou z hlavných novinek tohto roka sú tzv. "mačky vo vreci". Ide o tajné balíčky obsahujúce prekvapenia v podobe nálepiek, odznačikov, ponožiek a ďalších produktov, ktoré budú počas roka uvedené do výroby. Týmto spôsobom chceme umožniť našim zákazníkom moment prekvapenia a ponúknuť produkty v zábavnejšej forme.

Podujatia

Úlohou školskej firmy je nielen výroba produktov, ale aj organizácia podujatí. Ako býva zvykom, aj tento rok budeme organizovať tradičný Valentínky ples. Taktiež by sme pre zákazníkov chceli zorganizovať koncert školských kapiel. Cieľom je vytvoriť priestor pre hudobné talenty na prezentáciu ich umeleckej tvorby a zároveň spríjemniť študentom ich poobedie. Súčasne uvažujeme o zavedení nových podujatí, medzi ktoré patrí aj myšlienka usporiadať akciu „Egg Hunt,“ ktorá by poskytla študentom príležitosť na zábavu a získanie zaujímavých cien. Realizácia tejto akcie však závisí od záujmu a rozhodnutia vedenia našej školy, keďže by sa konala v školských priestoroch. Ďalej by sme chceli byť súčasťou vianočnej školy a usporiadať workshopy, ako napríklad zdobenie medovníkov či výrobu voskových sviečok.

Jedlo a nápoje

Jedlo a nápoje tvoria významnú časť príjmov školskej firmy a zároveň sú vyhľadávaným tovarom medzi študentami. Práve preto plánujeme ponúkať rôznorodý sortiment, aby sme

vyhoveli rôznym preferenciám a príležitostiam. Počas školských podujatí a veľkých prestávok v priebehu školského roka si žiaci budú môcť kúpiť napríklad hot-dogy, pizzu a ďalšie cenovo prístupné jedlá. Chceme tiež prispieť k príjemnému priebehu udalostí, ako sú Deň otvorených dverí alebo pretestovanie. Počas týchto príležitostí budeme ponúkať čaj a kávu, aby sme spríjemnili rodičom a študentom z iných škôl ich návštevu. Súčasťou nášho plánu je tiež sezónny sortiment, ktorý prinesie do našich priestorov vianočnú atmosféru prostredníctvom nealkoholického punču a špeciálnych lahôdok ponúkaných počas Vianočnej školy a medzi sviatkami.

Dodávatelia

1. Vlastní – do tejto kategórie patria študenti, ktorí sú ochotní poskytnúť prostriedky na výrobu produktov.
2. Externí – do tejto kategórie spadajú firmy, s ktorými budeme spolupracovať pri výrobe produktov a organizácií podujatí.

MARKETING

Moje meno je Ema Korbašová a keďže sa zaujímam o umenie, dizajn a rada plánujem rôzne podujatia a riešim organizačné záležitosti, tak budem v študentskej firme Mačka vo vreci zastupovať post viceprezidentky pre marketing.

Dobrá reklama a marketingový plán sú nevyhnutné pre správny chod každej firmy. Tu patrí napríklad reprezentácia na sociálnych sieťach, dôkladný prehľad trhu, konkurencie, odberateľov alebo aj samotných marketingových cieľov firmy. Pri tvorbe dobrého marketingového plánu je dôležité zodpovedať dve z troch základných ekonomických otázok: čo vyrábať a pre koho vyrábať. Správna odpoveď na tieto otázky nám dokáže zabezpečiť čo najvyšší zisk pre náležitý chod firmy, no samozrejme nemôžeme zabudnúť aj na dlhodobú spokojnosť našich zákazníkov.

Ema Korbašová, viceprezidentka pre marketing

Popis celkového trhu a vymedzenie cieľového trhu

Základným cieľom našej firmy je dosiahnuť čo najväčší zisk a zároveň uchovať stálu spokojnosť našich zákazníkov. Pre dosiahnutie tohoto cieľa je dôležitý správny výber ponúkaných produktov, ich cien a komunikácie so spotrebiteľmi. Keďže ideálne chceme dosiahnuť maximálnu spokojnosť a dôveru zákazníkov, uskutočníme náležitý prieskum potrieb a záujmu zákazníkov o ponúkané produkty a podujatia. Naším cieľovým trhom sú študenti, učitelia či sympatizanti Bilingválneho gymnázia Milana Hodžu v Sučanoch.

Firma Mačka vo vreci kladie veľký dôraz na reklamu, a pretože do našej cieľovej skupiny patria nielen študenti a učitelia GBASu, ale aj iné zainteresované osoby, rozhodli sme sa vytvoriť aj náš vlastný e-shop, ktorý zaručí lepšiu a jednoduchšiu prehľad ponúkaných produktov. Taktiež budeme ponúkať aj službu v podobe prémiového členstva, ktoré poskytne vybraným zákazníkom určité výhody po zaplatení vstupného poplatku. Na reklamu budeme samozrejme využívať aj rôzne sociálne siete, medzi ktoré patrí napríklad Instagram či Facebook.

Rozdelenie hlavných typov produktov

Na základe predbežného prieskumu sme boli schopní vybrať a identifikovať niekoľko možných segmentov pôsobenia firmy, po ktorých evidujeme najvyšší dopyt.

1. GBAS merchandise a iné hmotné produkty

Ako to už každým rokom býva, GBAS merchandise je neoddeliteľným produktom každej školskej firmy. Je to jeden z kľúčových foriem nášho zisku, ktorý umožňuje našim zákazníkom reprezentovať GBAS aj mimo školy zakúpením hmotných produktov so značkou GBAS. Okrem produktov, ktoré sa na trhu objavujú každý rok, naša firma plánuje zaradiť do predaja aj takzvaný predmetový merchandise, čiže hmotné produkty s názvami predmetov alebo s maturitným zameraním (matfyz, biochem...).

2. Predaj jedla a nápojov

Firma Mačka vo vreci plánuje spolupracovať s prefektmi a počas predvianočného obdobia predávať kakao a čaj počas špeciálnych dní. Ďalej plánujeme predaj hotdogov, rôznych nápojov a aj balených produktov. Ako firma sa objavíme aj na Christmas Assembly Hodžafeste a ďalších školských akciách, kde sa nám naskytne ďalšia príležitosť na predaj jedla a nápojov.

3. Spoločenské podujatia

Spoločenské podujatia sú pre našu firmu veľmi dôležité, či už kvôli ich popularite alebo kvôli pridaných príležitostiam na predaj jedla, pitia alebo merchu. Preto pripravujeme už známe a overené podujatia ako Valentínsky ples, Vianočnú školu a Garden party, ale aj novinky, medzi ktoré patrí napríklad aj egg hunt. Veríme, že študenti potrebujú aj mimoškolské aktivity, slúžiace na zábavu, spoločenské vyžitie a socializáciu. Preto sa budeme ako firma snažiť poskytnúť študentom priestor na oddych od každodenných povinností a starostí.

Analýza konkurencie a odberateľov

Konkurencia

Školský automat a študentský bufet pre nás z hľadiska návštevnosti a popularity predstavujú najväčších konkurentov. Tieto prevádzky majú stálych zákazníkov a nachádzajú sa priamo na pôde školy, avšak majú aj mnoho nevýhod. Jednou z nich je napríklad ich vyťaženosť (dlhé rady), nemenný sortiment a absencia čerstvých či teplých produktov. Práve tieto nevýhody vie naša firma využiť v svoj prospech. Vieme napríklad vyhovieť zákazníkom s dietickými požiadavkami, a s rôznymi spôsobmi stravovania (vegetariánstvo a vegánstvo). Taktiež vieme predávať čerstvé aj teplé produkty, ktoré budú atraktívne pre zákazníkov.

Odberatelia

1. Študenti

Študenti GBASu sú cieľovou skupinou konzumentov, ktorý sa pohybujú vo vekovom rozmedzí 13-21 rokov. Práve preto bude naša firma apelovať hlavne na ich potreby, záujmy a trendy aktuálnej doby. Musíme dbať na to, aby naša ponuka produktov bola originálna a atraktívna a ceny neboli príliš vysoké vzhľadom ku finančnej situácii študentov.

2. Zamestnanci školy a externí odberatelia

Aj keď táto skupina konzumentov nebude vplývať na prioritný príjem firmy, našou úlohou je uspokojiť každého jedného zákazníka, ktorý bude ochotný podporiť našu firmu. Do tejto kategórie patrí napríklad učiteľský zbor, rodičia žiakov i absolventi školy, ktorých požiadavky sa mierne líšia od tých v bode 1. Nemusia napríklad prejavovať rovnaký záujem o kúpu produktov a sumy, ktoré sú ochotní zaplatiť môžu byť tiež rôzne.

Marketingové ciele a marketingová stratégia

Marketingové ciele

- A. Zaručiť spokojnosť zákazníkov všetkých kategórií imponujúcou kvalitou a využitím produktov.
- B. Pritiahnuť zákazníkov a získať si ich dôveru dostatočne dobrou a pútavou reklamou, a tak si zaručiť stálych zákazníkov.
- C. Postarať sa o čo najvyšší možný profit pre správny chod firmy a na zabezpečenie zisku akcionárov.
- D. Zaistiť dobré meno firmy, v oblastiach ako komunikácia so zákazníkmi, praktické riešenie problémov, dobrá kvalita produktov a nadštandardné služby.

Marketingová stratégia

- A. Dobré meno firmy dosiahneme a udržíme správnym prístupom tímu voči konzumentom počas celého pôsobenia firmy a neustálym zvyšovaním kvality produktov, ktorú dosiahneme tak, že budeme používať kvalitné suroviny a vyhradíme si dostatočný kapitál na jednotlivé pracovné činnosti.

- B. Záruku spokojnosti konzumentov a čo najvyššiu popularitu produktov taktiež dosiahneme na základe stálej komunikácie so všetkými odberateľmi, t.j. prieskumy potrieb, záujmov a trendov.
- C. Pre dosiahnutie najvyššieho možného profitu budeme klásť dôraz na kvalitu a kvantitu produktov nami vytvorených. Na splnenie tohto cieľa si budeme zakladať aj na správnom výbere surovín a spolupráce celého tímu.
- D. Kľúčom k spojeniu vnútorného chodu firmy so zákazníkmi je dobrá reklama a propagácia firmy. Reklama je nosným pilierom celého marketingu, a preto je veľmi dôležité, aby bola vhodná a presvedčivá a kvalitne spracovaná. JA firmu Mačka vo vreci budeme propagovať na sociálnych sieťach (keďže práve tie využíva drvivá väčšina našich zákazníkov), písomne (vo forme rôznych plagátov, oznámení v interiéri školy) a na webovej stránke (e-shop...). Taktiež plánujeme propagovať našu prémiovú službu, ktorá poskytne zákazníkovi určité výhody ako aj bližší náhľad do chodu firmy.

ĽUDSKÉ ZDROJE

Volám sa Sára Hana Slaninová a v našej firme zastávam pozíciu viceprezidentky pre ľudské zdroje. Táto pozícia vyžaduje zaistiť príjemné a produktívne prostredie pre členov našej firmy ako aj dozerať na správny a úspešný chod firmy. Okrem strania sa o vnútro našej spoločnosti je mojou úlohou taktiež zabezpečiť spokojného zákazníka, vyberať cieľové skupiny pre náš predaj či ochotných sponzorov. Tejto roly som sa ujala práve z toho dôvodu, že mám zmysel pre zodpovednosť a poriadok aj počas náročnejších období. Táto vlastnosť sa hodí pri riešení problémov počas intenzívnejšieho obdobia vo firme, či nátlaku zo strany zákazníkov. Rada si so všetkými udržiavam dobré vzťahy a tak verím, že sa mi to bude dariť až do konca obdobia pôsobenia našej firmy a zaručíme, že drvivá väčšina zákazníkov a aj zamestnancov bude spokojných.

Sára Hana Slaninová, viceprezidentka pre ľudské zdroje

V našej firme sa celkovo nachádza 20 zamestnancov, z čoho máme jedného prezidenta, štyroch viceprezidentov a pätnásť radových zamestnancov. Všetci zamestnanci sú žiakmi tretieho ročníka BGMH Sučany.

Plán odmeňovania zamestnancov

Funkcia vo firme	Mzda	Počet	Spolu
Prezident	2.00 €/celé obdobie	1	2.00 €
Viceprezident pre ľudské zdroje	2.00 €/celé obdobie	1	2.00 €
Viceprezident pre marketing	2.00 €/celé obdobie	1	2.00 €
Viceprezident pre výrobu	2.00 €/celé obdobie	1	2.00 €
Viceprezident pre financie	2.00 €/celé obdobie	1	2.00 €
Radový zamestnanec	1.20 €/hod.	15	18 €/hod.

S.W.O.T. ANALÝZA

S (silné stránky)	O (príležitosti)
- Motivácia - Ambicióznosť - Skúsenosti z rôznych oblastí (diverzita)	- Open day - Christmas Assembly - Pretestovanie, prijímacie skúšky - Prvácky dopyt
W (slabé stránky)	T (ohrozenia)
- Neskúsenosť - Časová vyťaženosť	- Nízky dopyt - Konkurencia - Konflikty v kolektíve