

VÝROČNÁ SPRÁVA ŠTUDENTSKEJ SPOLOČNOSTI

Rimava Capital

SÍDLO:

**Evanjelické gymnázium Tisovec
Jesenského 836
98061 Tisovec**

DÁTUM VYHOTOVENIA:

9. máj 2004

VYHOTOVIL:

Manažment *Rimava Capital*, š.s.

PREDKLADANÉ:

Valnému zhromaždeniu



I. ZHRNUTIE

Študentská spoločnosť /š. s./ *Rimava Capital* pôsobila v Evanjelickom gymnáziu v Tisovci v rámci vzdelávacieho programu Aplikovaná ekonómia /AE/, ktorý stredným školám ponúka a garantuje nezisková organizácia Junior Achievement Slovensko – Mládež pre budúcnosť. Cieľom tohto projektu je pomôcť študentom zorientovať sa v podmienkach trhovej ekonomiky, okrem teoretických poznatkov získať aj praktické skúsenosti a zručnosti v oblasti podnikania. Zároveň viacerí z nich mali jedinečnú šancu preveriť si svoje schopnosti a predpoklady pre manažérske činnosti.

Hlavným zámerom spoločnosti *Rimava Capital* bolo teda poskytnúť študentom model reálnej firmy na výchovné účely, ale, samozrejme, asi najdôležitejším aspektom jej pôsobenia bola snaha o zisk a o dôveru zákazníkov. Toto sme dosiahovali ponukou rôznych produktov pre študentov a snahou o flexibilitu a uspokojenie potrieb našich zákazníkov. Rámec našej činnosti tvorila naša škola- Evanjelické gymnázium v Tisovci a zákazníci vo veku od 11 do 21 rokov, prípadne, pri určitých podujatiach, aj starší

NAPLNENIE PODNIKATEĽSKÉHO ZÁMERU BOLO REALIZOVANÉ PROSTREDNÍCTVOM:

I. PREDAJNO-DISTRIBUČNEJ ČINNOSTI:

Predaj výrobkov zo školského bufetu vo forme tzv. „chodiaceho bufetu“, mikulášskych balíčkov

II. ORGANIZÁCIE:

Spoločenských a športových podujatí a to hlavne 9. školského plesu a volejbalového turnaja

III. VÝROBNOU ČINNOSŤOU

Výrobou tzv. ročenky, ktorá vyjde na CD a zaznamenanie rôznych školských akcií, ktoré vyjdú na multimedialnom DVD

ANALÝZA PORTFÓLIA ČINNOSTÍ

| | | | |
|-----------------|----|---|--|
| tempo rastu v % | 20 | Hviezdy Organizácia školského plesu | Otázniky Vydanie multimedialneho DVD aCD |
| | 10 | dojné kravy „chodiaci bufet“ | Psy nemá |
| | 0 | relatívny podiel na trhu | |

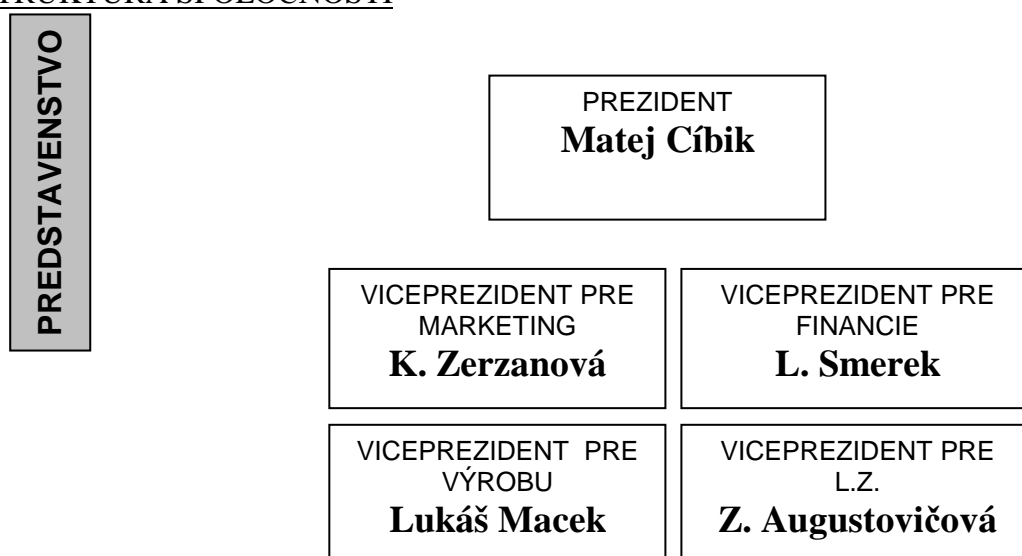
II. OPIS Š.S.

Spoločnosť *Rimava Capital* je združením založeným dňa 5. októbra 2003 v Tisovci a zaregistrovaným dňa 20. októbra 2003 pod registračným číslom 126/2004 v organizácii Junior Achievement Slovensko - Mládež pre budúcnosť. Spoločnosť *Rimava Capital* je študentskou akciovou spoločnosťou nesúcou štatút združenia. *Rimava Capital* je založená zakladateľmi a to na dobu určitú do dňa 15. mája 2004. Základné imanie spoločnosti tvorí 10 000 Slovenských korún získaný z predaja a úpisu akcií spoločnosti, pričom základné imanie spoločnosti tvorí finančný kapitál *Rimavy Capital*.

ZAKLADATELIA

Zuzana Augustovičová, Alena Boldišová, Matej Cíbik, Martin Dubéci, Lívia Holíková, Tatiana Horváthová, Matej Chudic, František Klimo, Lukáš Macek, Lukáš Murín, Peter Ondriaš, Vladimír Oravčík, Lucia Poliovková, Martin Pribola, Ján Sisik, Tatiana Skubachová, Lukáš Smerek, Ľubomír Svačina, Petra Vojtasová, Viktor Vigoda, Anna Zánová, Katarína Zerzanová, Ing. Ladislav Čajko, Ing Kámen Ivan.

ŠTRUKTÚRA SPOLOČNOSTI



ČLENOVIA SPOLOČNOSTI

A. Boldišová, M. Dubéci, L. Holíková, T. Horváthová, M. Chudic, F. Klimo, L. Murín, P. Ondriaš, V. Oravčík, L. Poliovková, M. Pribola, j. Sisik, T. Skubachová, Ľ. Svačina, P. Vojtasová, V. Vigoda, A. Zánová, Ing L. Čajko, Ing I. Kámen

III. OPIS PONÚKANÉHO PRODUKTU

Vychádzajúc z tradície činnosti študentských spoločností na našej škole so zapojením vlastných nápadov sme sa zaoberali týmito činnosťami

- sprostredkovaním predaja potravín s bufetu na chodbách a v triedach našej školy
- organizáciou volejbalového turnaja
- predajom mikulášskych balíčkov
- organizáciou plesu
- organizáciou akcie Otok
- výrobou multimedialného DVD

Sprostredkovanie predaja potravín s bufetu

Táto akcia bola časovo najrozsiahlejšou akciou našej firmy. Niekoľko mesiacov sme v dňoch pondelok až štvrtok predávali cez prestávky produkty zo školského bufetu s určitou minimálnou prirážkou. „Chodiaci bufet“ si postupom času získal dôveru a stálych zákazníkov, a teda prinášal pravidelné zisky.

Organizácia volejbalového turnaja

Volejbalový turnaj naša spoločnosť zorganizovala v spolupráci s kabinetom telesnej výchovy. Zabezpečili sme hudbu, predaj vstupeniek a občerstvenia a propagáciu.

Predajom mikulášskych balíčkov

Táto akcia bola jednou z prvých, ktorú naša firma zorganizovala. Aj s pomocou sponzorských príspevkov sme spravili balíčky obsahujúce rôzne sladkosti a tie sme potom predávali v škole na mikuláša. Táto akcia zaujala študentov predovšetkým dobre zvládnutým marketingom, svojou nápaditosťou a dobrou cenou balíčkov a získala veľký ohlas u študentov

Organizáciou plesu

Organizácia plesu bola najnáročnejšou akciou našej firmy. Preverila naše prezentačné a organizačné vlohy. Zahŕňala marketing, určenie ceny, výrobu a predaj vstupeniek, zdobenie sály, utvorenie zasadacieho poriadku, zabezpečenie programu, hudby, jedla a obsluhy, moderovanie, zháňanie cien do tomboly, predaj tombolových lístkov atď. Na druhej strane to bola suverénne najvýnosnejšia akcia našej firmy.

Organizáciou akcie Otok

Táto akcia bola spetrením chodu našej spoločnosti. Zorganizovali sme dražbu, na ktorej sme dražili členov našej spoločnosti, ktorý sa potom na jedno poobedie stali „otrokmi“ svojich „pánov“. Táto akcia svojou nenáročnosťou na logistiku a prípravu zaznamenala najvyšší pomer medzi vynaloženými a získanými prostriedkami.

Výrobou multimedialného DVD a CD

Táto akcia bola technologicky aj čo do časových nárokov najnáročnejšou akciou našej firmy. Bohužiaľ sa nám do likvidačného valného zhromaždenia nepodarilo tieto produkty plne spracovať, spropagovať a predáť, takže sme boli nútení pod časovým tlakom túto akciu odložiť.

IV.MARKETING

CIELE, VÍZIA A POSLANIE

Ciele š.s. boli verifikovateľné, aby sa dalo jednoznačne určiť či boli dosiahnuté alebo **nie**.

⇒ **rast** : sústavný a kontinuálny rozvoj **S**

⇒ **výroba**: zvládnutie technológie výroby multimedialného CD a DVD **ČS**

⇒ **marketingové** :

⇒ prednostne sa orientovať na splnenie potrieb a želaní zákazníkov **S**

⇒ dosiahnuť predaj v plánovaných objemoch **S**

⇒ zvýšiť informovanosť o firme, rozšíriť propagáciu **S**

⇒ zabezpečiť distribučnú flexibilitu v súlade s požiadavkami zákazníkov. **S**

⇒ **finančné** : dosiahnuť čistý zisk na vyplatenie min .12 % dividendy. **S**

⇒ **sociálne** : vyplatiť mzdy podľa stanovených cieľov **ČS**

S - splnené

ČS – čiastočne splnené

VÍZIA FIRMY:

- Našou víziou je stať sa úspešnou spoločnosťou s dosiahnutým výborných výsledkov v porovnaní s inými š.s.
- Byť uznávaný a hodnotený našimi zákazníkmi, odberateľmi ako seriózna firma ponúkajúca vysoko kvalitné produkty.
- Firma sa snaží o uspokojenie potreby zákazníka.

Hodnotenie : splnené .

Poslanie:

Vytváranie hodnôt ktoré vo forme nášho produktu , služieb a organizáciou prispievajú k spokojeniu potrieb všetkých reálnych ako aj potenciálnych zákazníkov , odberateľov lepšie , ako to robia naši potenciálni konkurenti a tým zabezpečiť stabilitu š.s. na trhu a primeranú ziskovosť .

Hodnotenie : splnené .

Stratégia pre predaj :

Priame oslovovanie potenciálnych klientov pri predaji . Prezentácia a predaj výrobku priamo v priestoroch EGT , príp. prenajatých priestoroch . Súčasťou prezentácie prejednanie cenovej ponuky, a ďalšie potrebné informácie o činnosti firmy, jej sídle, kvalite produkcie, referencií a možnosti distribúcie. Reklamnú kampaň sme začínali minimálne 5 dní pred plánovaným predajom výrobkov

Inzerát, plagáty, oznamy

Bol uverejnený na tom mieste, ktoré je najčítanejšie v okruhu potenciálnych zákazníkov (schodište , vestibul , šatne , sociálne priestory ,reklamné vitríny), táto časť marketingu vzhľadom na jej originalnosť a humor bola vysoko cenená zákazníkmi, čo sa odrazilo aj na úspešnosti tejto stratégie

Obsahom inzerátu a oznamu bola informácia o š.s. , produktoch , službách , činnosti , kontakt , predajné možnosti .

Stratégia pre cenu :

Stratégia Dosiahnuť , aby zákazník našu cenu k poskytovanej kvalite produktu vnímal

viac ako primeranú.

Pozitívne faktory

- Spolupráca s jednotlivými projektovými managermi
- Blízky trh a tým jednoduchšie podmienky pre prezentácie produktov a služieb a určenie ich ceny

Negatívne faktory

- Náročnosť odhadnutia úspešnosti a od toho sa odvíjajúcej ceny jednotlivých produktov

Zhodnotenie marketingovej stratégie pri jednotlivých produktoch

Predaj potravín s bufetu

- Vhodné množstvo oznamov
- Vhodné ceny
- Originálne spracovanie

Marketing pri predaji potravín splnil svoj účel, čo je možné dokumentovať záujmom študentov o tento produkt

Predaj Mikulášskych balíčkov

- Vhodné ceny
- Dostatočné množstvo plagátov
- Vtipné plagáty majúce ohlas

Marketingový tím pri predaji produktu Mikulášske balíčky splnil svoj cieľ, čo je možné dokumentovať predajom všetkých produktov, ktoré sme mali k dispozícii

Organizácia plesu

- Dostatočné množstvo plagátov v zodpovedajúcej kvalite
- Nevhodne zvolená cena
- Neskoré oznámenie dátumu

Marketing pre školský ples, ako aj akcia ako taká, bola vcelku úspešná, ale nevhodne zvolená cena a aj problémy s určením dátumu odlákali pomerne značné množstvo potenciálnych účastníkov

Organizácia volejbalového turnaja

- Vhodné množstvo oznamov
- Priemerná kvalita marketingovej stratégie

Marketingová stratégia pri tomto programe sa ukázala ako priemerná, akcia ako celok bola úspešná

Organizácia programu Otrok

- Dostatočná prezentácia programu
- Trh bol dostatočne informovaný o akcii

Marketing akcie otrok bol úspešný, čo sa odrazilo na počte ľudí zúčastnených na dražbe

V. ĽUDSKÉ ZDROJE :

Stratégia tímu ľudských zdrojov mala za cieľ pomôcť spoločnosti efektívnejšie fungovať. Spôsobom dosiahnutia tohto cieľu bolo získavanie informácií od zákazníkov a potencionálnych zákazníkov spoločnosti, určenie charakteru trhu a prínos informácií ohľadom požiadaviek trhu.

Pozitívne faktory

- Osobná zaangažovanosť niektorých jednotlivcov na akciách firmy

Negatívne faktory

- Nedostatočná práca oddelenia ľudských zdrojov ako tímu ako aj konkrétnych osôb

VI. EKONOMIKA A FINANCIIE

Ciele, ktoré si š.s. dala splnila. Cieľ 12 % dividendy – na akciu bol prekročený o 8 %. Budú vyplatené dividendy vo výške 20% .

Tržby za predaj tovaru 5 836,50,- Sk, tržby za predaj vlastných výrobkov a služieb 4 375,- Sk , pridaná hodnota 6442,30,- Sk .

Výsledok hospodárenia po zdanení 2 475,20,- Sk, vyplatené mzdy pracovníkom a manažmentu š.s. 610,- Sk .

Návrh na rozdelenie aktív :

Aktíva na rozdelenie 12 475,20,- Sk , z toho 10 000,- Sk vrátenie hodnoty upísaných akcií , 2 000,- Sk pre dividendy akcionárom , zostatok 475,20,-Sk výdavky na likvidáciu š.s.

Daň splatná do JA SR vo výške 575,- Sk.

VII. ZÁVER

Stanovené ciele š.s. splnila. Napriek tomu, že sa nám nepodarilo uskutočniť všetky naplánované akcie a napriek časovému sklzu prípravy multimedialného CD a DVD a z toho prameniaceho nižšieho obratu a zisku, š.s. prekročí plánované dividendy o 5 %. Preto, z hľadiska dosiahnutých výsledkov, ale aj získaných skúseností hodnotím činnosť *Rimavy Capital* veľmi pozitívne a z pozície prezidenta by som sa chcel všetkým poďakovať za spoluprácu.

VII. FINANČNÁ ANALÝZA

CENA ZA VÝROBKY/SLUŽBY

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| Produkt číslo 1 – Pohľadnice UNICEF | 27,9 Sk,- |
| Produkt číslo 2 – American Cookies | 14,3 Sk,- |
| Produkt číslo 3 – Basketbalový zápas | 20,5 Sk,- |
| Produkt číslo 4 – Diskotéka | 30,0 Sk,- |

ODHADOVANÉ PREDANÉ MNOŽSTVO JEDNÉHO TYPU VÝROBKU

| | |
|--------------------------------------|----------|
| Produkt číslo 1 – Pohľadnice UNICEF | 68 ks,- |
| Produkt číslo 2 – American Cookies | 35 ks,- |
| Produkt číslo 3 – Basketbalový zápas | 88 ks,- |
| Produkt číslo 4 – Diskotéka | 110 ks,- |

NÁKLADY**VARIABILNÉ**

| | |
|-----------------------------------|-------------|
| Nákup materiálu, prenájom, služby | 4824,8 Sk,- |
|-----------------------------------|-------------|

PREDPOKLADANÝ PRÍJEM Z PREDAJA

| | |
|-------------------------|-------------|
| Mesačný obrat spolu - | 2399,2 Sk,- |
| Mesačné náklady spolu - | 2122,8 Sk,- |
| Mesačný Zisk - | 276,4 Sk,- |

PÔŽIČKA

Spoločnosť nemá v finančnej analýze zahrnutú žiadnu položku týkajúcu sa výberu akejkoľvek finančnej pôžičky.