



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Rozvoj podnikatelských dovedností žáků

CZ.1.07/1.1.26/03.0011

Výroční zpráva 2014

MINIKERAMIKA s.r.o.

Autor:

Kateřina Gärtnerová
Ředitel firmy



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Rozvoj podnikatelských dovedností žáků

CZ.1.07/1.1.26/03.0011

OBSAH

Základní informace o sdružení	3
Vize, poslání a cíle sdružení.....	4
Vyhodnocení finančního plánu	4
Vyhodnocení marketingového plánu	5
Vyhodnocení výrobního plánu	6
Rentabilita	6
Prodej produktů v grafech	7
Zhodnocení činnosti	7



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Rozvoj podnikatelských dovedností žáků

CZ.1.07/1.1.26/03.0011

1 Základní informace o sdružení

Název organizace: MINIKERAMIKA s.r.o.

Adresa organizace: Rožňavská 21, Olomouc, 779 00

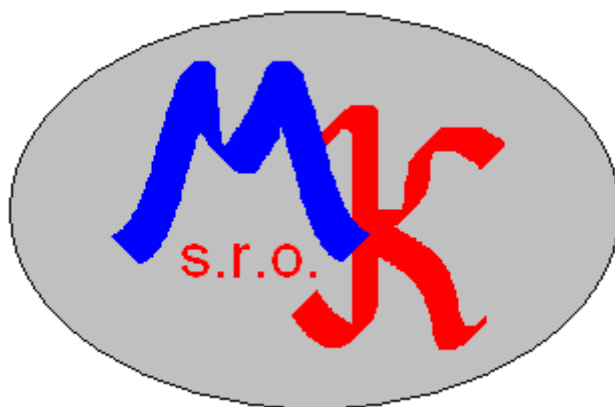
Právní forma organizace: společnost s ručením omezeným

Sídlo organizace: Učebny keramiky, Rožňavská 21, Olomouc, 779 00

Personální zajištění organizace:

Ředitel firmy:	Kateřina Gärtnerová
Zástupce ředitele:	Ida Riedelová
Personální ředitel:	Petr Kulhánek
Výkonný personál:	Jiří Bažant
	Patricie Červinková
	Tereza Harenčáková
	Morena Hauerová
	Nikola Londinová
	Vít Pávek
	Filip Římský

Logo sdružení:





INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Rozvoj podnikatelských dovedností žáků

CZ.1.07/1.1.26/03.0011

2 Vize, poslání a cíle sdružení

Jsmo nově vzniklá společnost, se zaměřením na keramiku a keramické výrobky. V sortimentu máme různé druhy produktů většinou dekorativního charakteru ovšem často s praktickým využitím.

Rádi bychom rozšířili povědomí o dekorativní keramice, která nemusí být pouze kýčovitou tvorbou, ale naopak decentním doplňkem v každé domácnosti.

Také bychom rádi rozšířili povědomí i o možnostech tvorby vlastní keramiky. Každému návštěvníkovi naší firmy rádi umožníme, aby si zkusil vytvořit vlastní výrobek a to sám nebo s naší pomocí.

Rozjezd naší společnosti byl pomalý, ale s přibývajícím zkušenostmi jsme zlepšili naše výrobky i kvalitu práce a produkty, které jsme nabídli k prodeji, bylo to nejlepší, co jsme v naší firmě vytvořili.

Své výrobky jsme se rozhodli představit na „Dni otevřených dveří“. Naše výrobky zaujaly mnoho vyučujících, rodičů i žáků, ale bohužel často zůstalo jen u zaujatých pohledů a obhlížení vystaveného zboží.

3 Vyhodnocení finančního plánu

Vklady do naší s.r.o. byly ve výši ceny materiálu, který byl potřebný na vytvoření první řady našich výrobků. Cena materiálu činila 2800 Kč.

Podle podnikatelského záměru naší společnosti by měl zisk z prodeje našich výrobků pokrýt tyto vstupní náklady a umožnit nakoupení dalšího materiálu.

Výnos z prodeje našich výrobků byl 2783 Kč.

Při porovnání nákladů a výnosů jsme zjistili, že po prvním prodejním dnu se nám téměř vrátily náklady na materiál a s každým dalším prodaným výrobkem se již dostaneme do zisku.

Naši finanční situaci ještě plánujeme vylepšit prodejem neprodaných výrobků na dalších akcích, které se v budoucnu uskuteční v prostorách naší školy.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Rozvoj podnikatelských dovedností žáků

CZ.1.07/1.1.26/03.0011

4 Vyhodnocení marketingového plánu

Provedli jsme vyhodnocení našich zásob a zjistili jsme následující údaje:

Prodáno:

Vázička na suché kytky	8
Stojánek na ubrousky	1
Solnička	3
Tácek	13
Čtvercová miska	7
Miska s rákosovým ouškem	13

Zůstalo:

Vázička na suché kytky	13
Stojánek na ubrousky	11
Solnička	13
Tácek	15
Čtvercová miska	1
Miska s rákosovým ouškem	2

Vyrobeno:

Vázička na suché kytky	21
Stojánek na ubrousky	12
Solnička	16
Tácek	28
Čtvercová miska	8
Miska s rákosovým ouškem	15



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Rozvoj podnikatelských dovedností žáků

CZ.1.07/1.1.26/03.0011

5 Vyhodnocení výrobního plánu

Název výrobku	Předpokládaný prodej (v ks)	Skutečný prodej (v ks)
Vázička na suché kytky	11	8
Stojánek na ubrousky	6	1
Solnička	8	3
Tácek	14	15
Čtvercová miska	4	1
Miska s rákosovým ouškem	10	13

6 Rentabilita

Náklady: 2800 Kč

Tržby: 2783 Kč

Ztráta: 17 Kč

Rentabilita:

Po prvním prodejním dnu je naše firma v nepatrné finanční ztrátě, ale stále máme na skladě výrobky, které plánujeme prodat na další školní akci.

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Rozvoj podnikatelských dovedností žáků

CZ.1.07/1.1.26/03.0011

7 Prodej produktů v grafech

Silné stránky - S	Slabé stránky - W
S1 – ruční práce S2 – nadšení S3 – různost a originality výrobků S4 – týmová práce	W1 – nezkušenost W2 – ostýchavost W3 – neznalost trendů
Příležitosti - O	Hrozby - T
O1 – Den otevřených dveří O2 – advent, blížící se vánoce	T1 – nezáměr zákazníků T2 – špatná volba výrobků

Silné stránky:

Základem našeho snažení byla týmová práce všech členů firmy MINIKERAMIKA s.r.o. Naše firma předvedla celou řadu ručně vyráběných produktů. Velkým přínosem je originalita výrobků, protože ruční práce zajišťuje, že žádné dva výrobky nebudou úplně stejné. S ohledem na naši práci jsme se pokusili stanovit přiměřenou cenu každého výrobku.

Příležitosti:

K prodeji výrobků jsme využili „Dne otevřených dveří“, kdy kolem prodejního stánku firmy proudilo množství možných zákazníků. S blížící se zavírací hodinou jsme zkusili pro zvýšení prodeje zlevnit některé z našich výrobků. Neprodané výrobky budeme moci nabídnout na další akci, která se bude na naší škole konat (Školní akademie).

Slabé stránky:

Největší slabinou byla nezkušenost a ostýchavost při představování a nabídce našich výrobků jednotlivým zájemcům. Za zmínku také stojí nutná znalost trendů a tím i následná úprava naší nabídky.

Hrozby:

Největší hrozbou je nezáměr kupujících. Mnoho zákazníků si naše výrobky pouze prohlédlo a pak odešlo. Tady se můžeme zlepšit například v lepší prezentaci daného výrobku a přístupu k zákazníkovi. Další hrozbou je pak špatná volba výrobků. Je nutné dlouhodobě sledovat poptávku a té pak přizpůsobit nabídku.

8 Zhodnocení činnosti

Vytváření našich výrobků všechny členy naší firmy bavilo a společně jsme odvedli kus práce. Do budoucna je nutné zapracovat na přístupu k zákazníkovi a zbavit se zbytečného ostychu a samozřejmě doplnit naši nabídku dalšími výrobky.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Rozvoj podnikatelských dovedností žáků

CZ.1.07/1.1.26/03.0011

Příloha k VZ:

Hodnotící zpráva učitele

Žáky tvorba jednotlivých výrobků bavila a s malou pomocí přítomné vyučující byly schopni vytvořit velmi pěkné výrobky. Na škole máme předmět (ČaSP – dílny), jehož náplní je tvorba jednoduchých výrobků, nicméně v tomto kroužku a hlavně se zaměřením na keramiku se mohla zručnost žáků naplno projevit.

Z průběžného zhodnocení vyplynulo několik poznatků:

- 1) Pozdní dodání materiálu. Kdybychom čekali na materiál, který nám měl být dodán, nebyli bychom schopni s ohledem na technologické postupy pro pálení a glazování keramiky a množství vyrobených výrobků vše stihnout v termínu. Díl viny neseme také my sami, protože jsme objednávky posílali na poslední chvíli, ale pro dodávky nezbytného materiálu je nutná větší flexibilita dodavatele.
- 2) Nedostatek času. Projekt byl realizován v příliš krátkém časovém období. Absolutně nerefletoval případná specifika zvoleného podnikání, jako např. časovou náročnost výroby keramických výrobků. Žáci museli vyrobit dostatek výrobků a následně ještě připravit jejich prodej. V kombinaci s povinnou teoretickou částí, kterou měli žáci absolvovat, bylo nemožné vše stihnout tak, aby bylo dosaženo stanovených cílů v odpovídající kvalitě. Žáci naštěstí vyráběli výrobky s nadšením a nevadilo jim zůstat ve škole déle.

Vezmeme-li v potaz kompletní realizaci projektu na škole, od motivace a výběru žáků, přes tvorbu podnikatelského záměru a založení firmy, výrobu portfolia výrobků a jejich prodej, je časová dotace v řádu několika týdnů skutečně nedostačující.
- 3) Návštěva podnikatele. Návštěva podnikatele na naší škole nesplnila svůj účel. V den jeho návštěvy žáci ještě finalizovali poslední nedokončené výrobky. Podnikatel usoudil, že ho při této činnosti nebudou poslouchat a odešel, aniž by jim cokoli řekl. Žáci v podstatě ani nezaznamenali jeho přítomnost, přičemž on se ani nesnažil o jejich pozornost.
- 4) Cílová věková skupina žáků. Stojí za úvahu, zda je vhodné cílit na stanovenou věkovou kategorii. Finanční gramotnost je potřebná a vzdělávání žáků v tomto směru je nutné, ale to se již děje v rámci běžné výuky, kdy se s tématem finanční gramotnosti v různých předmětech s žáky pracuje prostřednictvím realizace ŠVP. Výuka sice není striktně zaměřená pouze na finanční gramotnost, ale je pro žáky přínosnější, mj. z důvodu věkové přiměřenosti. Žáky z cílové skupiny pojmy z ekonomie skutečně neohromí a nijak nepřitáhnou, neboť jsou stále spíše malými dětmi než budoucími podnikateli.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Rozvoj podnikatelských dovedností žáků

CZ.1.07/1.1.26/03.0011

Pro plné využití dodaných materiálů (Junior Achievement) bohužel nebyl dostatek času, jak již bylo zmíněno výše. Myšlenka projektu je dobrá, ale jeho realizace by dle mého názoru měla být rozložena mezi širší věkové spektrum.