

**Raport z działalności
miniprzedsiębiorstwa
„Jaśnie Wielmożni
Przedsiębiorcy”**



1. Przegląd miniprzedsiębiorstwa

Nasza firma nosi nazwę "Jaśnie Wielmożni Przedsiębiorcy". Numer ewidencyjny firmy to: 302-1-9-10-13. Prowadzimy swą działalność w I Liceum Ogólnokształcącym im. Henryka Sienkiewicza w Łąncucie. Naszym opiekunem jest prof. Marta Kaczmarczyk.

Historia nadawania nazwy jest bardzo długa, gdyż mieliśmy wiele ciekawych propozycji na nazwę naszej działalności. W naszej grupie było dużo sporów spowodowanych nazewnictwem naszej nowej firmy, każdy wspólnik miał inną propozycję nazwy. Jedni chcieli, aby mówiła ona wprost co zamierzamy produkować i sprzedawać, natomiast drudzy chcieli nazwę bardziej tajemniczą, mającą ukryty sens. Po długich negocjacjach i dyskusjach zwyciężyła druga koncepcja. Wybraliśmy nazwę, która podkreśla naszą powagę i chęć do odnoszenia sukcesów na rynku tekstylno-odzieżowym. Nasza firma nosi również skrótową nazwę "JWP".

Przed rozpoczęciem działalności postanowiliśmy zebrać kapitał początkowy, aby móc zakupić potrzebne produkty i materiały niezbędne do produkcji naszych wyrobów odzieżowych. Wspólnie ustaliliśmy że najbardziej optymalną stawką będzie składka po 10 zł od każdego uczestnika naszego projektu, aby nasz wspólny kapitał założycielski wyniósł 90 zł. Dyrektor finansowy obliczył, że za te pieniądze można kupić wszystkie potrzebne produkty potrzebne do rozpoczęcia produkcji. Okazało się, że wystarczyło pieniędzy na pierwszą turę produkcji odzieży, organizację stanowiska oraz na promocję naszej firmy za pomocą ciekawych reklam.

Pomysł na naszą firmę narodził się po długiej analizie rynku oraz działającej konkurencji, wybór był bardzo trudny lecz doszliśmy do wniosku że bez ryzyka żadne szanujące się przedsiębiorstwo nie osiągnie. Jako młodzi ludzie, wiemy, że niejednokrotnie nie możemy dostać w sklepie interesującej nas odzieży, dlatego wyszliśmy naprzeciw wymaganiom naszych kolegów i koleżanek. Początkowo każdy z członków naszej mini-firmy miał nieco inny koncept na dalszy rozwój firmy lecz dzięki naszemu przedsiębiorczemu dyrektorowi doszliśmy do zgody łącząc siły.

2. Produkt/usługa oraz proces produkcji

Przedmiotem naszej działalności jest sprzedaż koszulek z kieszonkami (tzw. pocket tee's), koszulek z ciekawymi nadrukami oraz krawatów w zabawne oraz poważne wzory na każdą okazję. W naszej ofercie znajdują się różnego rodzaju koszulki zarówno białe jak i kolorowe z nowoczesnymi napisami i sloganami, które cieszą się popularnością wśród młodzieży. Każdy produkt jest wykonany z bardzo dobrego gatunkowo materiału co może potwierdzić że staramy się trafić w gusta naszych konsumentów. Koszulki jak już wcześniej zostało wspomnienie nabyliśmy drogą bardzo korzystnego interesu w jednym z internetowych sklepów, który wietrzył magazyny przed nadchodzącą nową kolekcją. Dokonując tam zakupu udało nam zaoszczędzić część pieniędzy na dalszą pracę z odzieżą. Do tej pory zrealizowaliśmy 3 zamówienia na koszulki, na które z początku nie było klientów, jednakowoż po wzmocnionej reklamie rozeszły się dosyć szybko.

Wyrób nadruków na T-shirtach odbywał się w pomieszczeniu specjalnie przygotowanym do malowania. Został on wykonany ze specjalnych farb akrylowych, które służą do malowania po płótnach. Zostały one wypróbowane i nie mieliśmy do nich żadnych zastrzeżeń - koszulki prezentowały się wspaniale. Sprzedaż produktu odbywała się na szkolnym holu, gdzie przygotowaliśmy nasze stanowisko. Każdy miał swobodny dostęp do niego, poza tym był widoczny z daleka dzięki dużemu plakatowi, który rzucał się w oczy. Cena została ustalona na podstawie wyliczeń ceny jaką włożyliśmy w jej produkcję z niewielką nadwyżką.

Dodatkowo oferujemy fachowe wiązanie krawatów, dając możliwość wyboru naszym kupcom wybrania dla siebie odpowiedniego dla niego typu. Przez cały okres trwania naszej firmy odbywały się liczne spotkania członkowskie, gdzie wszyscy razem doszkalaliśmy się w technikach produkcji i dystrybucji.

Nasze produkty:



3. Rynek i działania marketingowe

Od samego początku reklamą naszych produktów zajął się dyrektor od spraw marketingu Daniel Pawlak, który po głębokiej analizie sposobów na dotarcie do klienta doszedł do wniosku, że najlepszym sposobem dotarcia do konsumenta jest ogłoszenie tego przez nasz szkolny radiowęzeł. Okazało się to trafionym pomysłem, jednakowoż w dalszym ciągu potrzebowaliśmy rozprzestrzenienia naszej działalności. Zastosowaliśmy również możliwość rozwieszenia plakatów w miejscach wzmożonego ruchu, gdzie przykuwając uwagę zwróciliśmy na siebie zarówno uczniów jak i nauczycieli. Współpracując z naszą konkurencją utworzyliśmy specjalną przymierzalnię na nasze produkty, gdzie każdy chętny może dopasować ubranie do swojego rozmiaru.

4. Finanse miniprzedsiębiorstwa

SPRAWOZDANIE FINANSOWE

ZA OKRES

Od 01-11-2013 do 28-02-2014

L.P.	INFORMACJE	WARTOŚĆ [zł]
1.	Przychody wg PKPiR	36.58
	- w tym darowizny	0.00
2.	Koszty wg PKPiR	46.72
3.	Dochód (przychody - koszty)	-10.14
4.	Składki na ubezpieczenia społeczne	25.74
5.	Dochód po odliczeniach	-35.88
6.	Podstawa opodatkowania	0
7.	Podatek dochodowy 19%	0
8.	Odliczenie od podatku: ubezpieczenie zdrowotne narastająco - 7,75% podstawy wymiaru składki	0
9.	Należny podatek	0
10.	Zysk netto (nadwyżka finansowa)	-35.88

Rentowność kapitału własnego (ROE) to -0.39867%.

Jak można zauważyć, nie wykorzystaliśmy całego kapitału. Pieniądze te chcemy przeznaczyć na dodatkowe reklamy, aby zachęcić ludzi do kupowania naszych produktów. Rozważamy możliwość wystawienia naszych produktów na internetowych platformach handlowych, umożliwiających przeprowadzenie transakcji. Wiązą się z tym koszty, jednak mamy świadomość tego, iż nie ma nic za darmo. Inwestując – możemy zyskać, odbić się od dna i zdobyć motywację oraz pieniądze na dalszą pracę.

5. Organizacja i zarządzanie

Aby zorganizować pracę w miniprzedsiębiorstwie, na samym początku wybraliśmy odpowiednich dyrektorów na odpowiednie stanowiska. Dzięki temu polepszyliśmy przepływ informacji w naszej strukturze, co usprawniło nasze działania. Nasza komunikacja opierała się głównie na kontakcie bezpośrednim, jednak poza miejscem pracy przydał się kontakt telefoniczny oraz komunikatory internetowe. Początkowo pojawiały się problemy dotyczące terminowości, jednak z biegiem czasu i nabraniem systematyczności sytuacja wróciła do normy. Najlepszym sposobem rozwiązania problemów były konstruktywne rozmowy, które miały miejsce na comiesięcznych zebraniach wspólników miniprzedsiębiorstwa.

Do naszej działalności dyrektor naczelny wybrał bardzo odpowiedzialnych i pracowitych wspólników. Najważniejszym elementem branym pod uwagę przy rekrutacji była chęć do ciężkiej pracy, umiejętności techniczne i plastyczne, oraz nastawienie do innych ludzi związanych z przedsiębiorstwem. Po długim wyborze personelu, dyrektor naczelny Kamil Pelc wybrał następujących wspólników firmy "Jaśnie Wielmożni Przedsiębiorcy":

Michał Fleszar - dyrektor ds. finansów,
Daniel Pawlak – dyrektor ds. marketingu,
Igor Szczepański – dyrektor ds. finansów,
Sławomir Uchman – wspólnik,
Dawid Wojnar – wspólnik,
Hubert Preisner – wspólnik,
Szymon Nowicki – wspólnik.
Monika Bokało – wspólnik

Wiemy jak ciężko wbić się w gusta młodych ludzi, w czasach kiedy wszystko jest dostępne na wyciągnięcie ręki, dlatego na początku naszej działalności odbyliśmy specjalne spotkanie z jednym z dyrektorów rzeszowskiej firmy zajmującej się dystrybucją odzieży. Wszyscy członkowie byli od samego początku bardzo zainteresowani wykładem o temacie „Jak dotrzeć do gustów konsumenta”, co znacznie pomogło nam w dalszej produkcji i pozwoliło nam na wprowadzenie skuteczniejszej reklamy naszego produktu.

Nasza firma jak każda inna miała na swoim koncie liczne sukcesy i porażki. Pierwszym sukcesem firmy "JWP" był zakup po okazyjnej cenie koszulek w hurtowni odzieżowej, jak się później okazało ta hurtownia sprzedawała też po niskiej cenie ciekawe krawaty na każdą okoliczność, nie mogliśmy przegapić takiej okazji i zakupiliśmy kilka sztuk krawatów. Dzięki taniemu zakupowi znaleźliśmy spore oszczędności w naszym kapitale początkowym. Kolejnym sukcesem było zainteresowanie naszymi produktami podczas sprzedaży na szkolnym holu już w pierwszym dniu dystrybucji. Szczególnym

zainteresowaniem cieszyły się krawaty ze śmiesznymi wzorkami, ponieważ w naszej szkole zbliżała się zabawa andrzejkowa. Również mieliśmy kilka porażek. Pierwszą porażką było zniszczenie jednej koszulki podczas malowania, została ona zalana przez przypadek farbą. Kolejną porażką było małe zainteresowanie koszulkami podczas sprzedaży. Zdecydowaliśmy obniżyć ceny naszej odzieży, jednak to nie pomogło. Na szczęście wyjściem z kryzysu było większe rozreklamowanie naszego przedsiębiorstwa.

6. Podsumowanie

Zawsze staraliśmy się wybrać najlepszą z możliwych propozycji, która usprawni nasze działania. Wielką rolę w działalności naszego miniprzedsiębiorstwa mieli nasi opiekunowie oraz konsultanci, którzy udzielali nam cennych rad z własnych doświadczeń życiowych. W każdej sytuacji jednak stawialiśmy na samodzielność. Wnioski jakie wyciągnęliśmy z prowadzenia naszej działalności są bardzo konstruktywne i na pewno skorzystamy z nich w dalszej naszej działalności.

Wszyscy uczestnicy chętnie i czynnie brali udział w omawianiu nowych taktyk przedstawiając swoje pomysły na wzmocnienie pozycji naszej produkcji. Dzięki tym spotkaniom nauczyliśmy my się przede wszystkim pracy w grupie, co jest konieczne w szanującej się firmie.

Oświadczam, że dane zawarte w raporcie są prawdziwe i zgodne ze stanem faktycznym.

Kamil Pele
dyrektor naczelny

Mate Kacmarczyk
opiekun miniprzedsiębiorstwa