



VÝROČNÍ ZPRÁVA

2025-2026



ÚVODNÍ SLOVO ŘEDITELKY

Vážené dámy a pánové,
s radostí Vám představuji naši studentskou firmu NuttBerry. Byl to rok plný změn, růstu a nových příležitostí. Ráda bych Vám shrnula naši činnost a úspěchy, kterých jsme dosáhli za rok 2025/2026.

Soustředili jsme se na přeprdej oříšků, sušeného ovoce, oříšků v čokoládě, které jsem pak přebalovali do dárkových balíčků a kornoutů. Jsme hrdí na to, jak jsme zvládli vybudovat naši firmu a skvělý tým, který se podílí na všech fázích podnikání, od výroby až po distribuci.

Náš první oficiální prodej se uskutečnil na vánočních trzích v Chotěboři během rozsvícení vánočního stromčku. Dále jsme využili některé přestávky v prostorách školy a distribuci do kadeřnického salónu. V jarní sezóně jsme prodávali na Pilnově statku v Libici nad doubravou.

Jedním z našich největších úspěchů bylo umístění na 3. místě v prestižní soutěži TOP Logo JA Czech. Tento úspěch nejen potvrzuje kvalitu našich produktů, ale také odráží naši dlouhodobou angažovanost v oblasti vzdělávání a rozvoje podnikatelských dovedností mladých lidí.

Děkuji Vám všem za vaši podporu a důvěru, kterou jste nám projevovali. Vaše přízeň pro nás byla skutečně cenná a pomohla nám posouvat naši firmu vpřed. S pozitivními náladou jsme prodávali a připravovali dárkové krabičky a sdíleli radost z každého úspěchu.

S úctou
Jana Bartáková





NAŠE FIRMA

Jsme studenti 3. ročníku oboru Firemní management na Střední škole technicko-ekonomické v Chotěboři. Firmu NuttBerry jsme založili v rámci Integrovaného ekonomického předmětu.

Logo NB představuje název Nuttberry – Nutt jako oříšek a Berry jako ovoce. Symbol spojuje přírodu, zdraví a harmonii s moderním stylem. Kruh v logu znázorňuje přírodní cyklus a rovnováhu, kterou chceme přenášet do našich produktů. Celé logo tak vyjadřuje radostné a kvalitní zdravé mlsání pro všechny generace.

Nápad na naši firemní činnost vznikl na základě několika klíčových myšlenek. První z nich byla snaha propojit přírodu, zdraví a harmonii s moderním stylem. Chtěli jsme vytvořit produkt, který bude nejen chutný, ale také kvalitní, smysluplný a vhodný pro všechny generace.

Druhou myšlenkou byla poptávka po zdravějších alternativách svačin. Oříšky a sušené ovoce jsou plné energie, živin a patří mezi oblíbené pochoutky téměř každého.

Nakonec jsme se rozhodli právě pro dárkové boxy s oříšky a sušeným ovocem, protože představují praktický, zdravý a estetický produkt, který potěší při každé příležitosti.





CÍLE FIRMY

FUNGUJÍCÍ TÝM

Jedním z hlavních cílů firmy Nuttberry bylo vybudovat sehraný a motivovaný tým, který bude sdílet společnou vizi – přinášet zákazníkům kvalitní a chutné produkty z ořechů a ovoce. Díky otevřené komunikaci, spolupráci a vzájemné podpoře se nám podařilo vytvořit prostředí, kde každý člen týmu přispívá svými nápady a podílí se na rozvoji firmy.

SPOKOJENÍ A VĚRNÍ ZÁKAZNÍCI

Velký důraz jsme kladli na budování dlouhodobých vztahů se zákazníky. Naším cílem bylo, aby se k nám zákazníci rádi vraceli a měli důvěru v kvalitu našich produktů. Zaměřili jsme se na přátelskou komunikaci, spolehlivé služby a produkty, které splňují očekávání. Díky tomu se nám podařilo získat stabilní zákaznickou základnu.

KVALITNÍ A ZDRAVÉ PRODUKTY

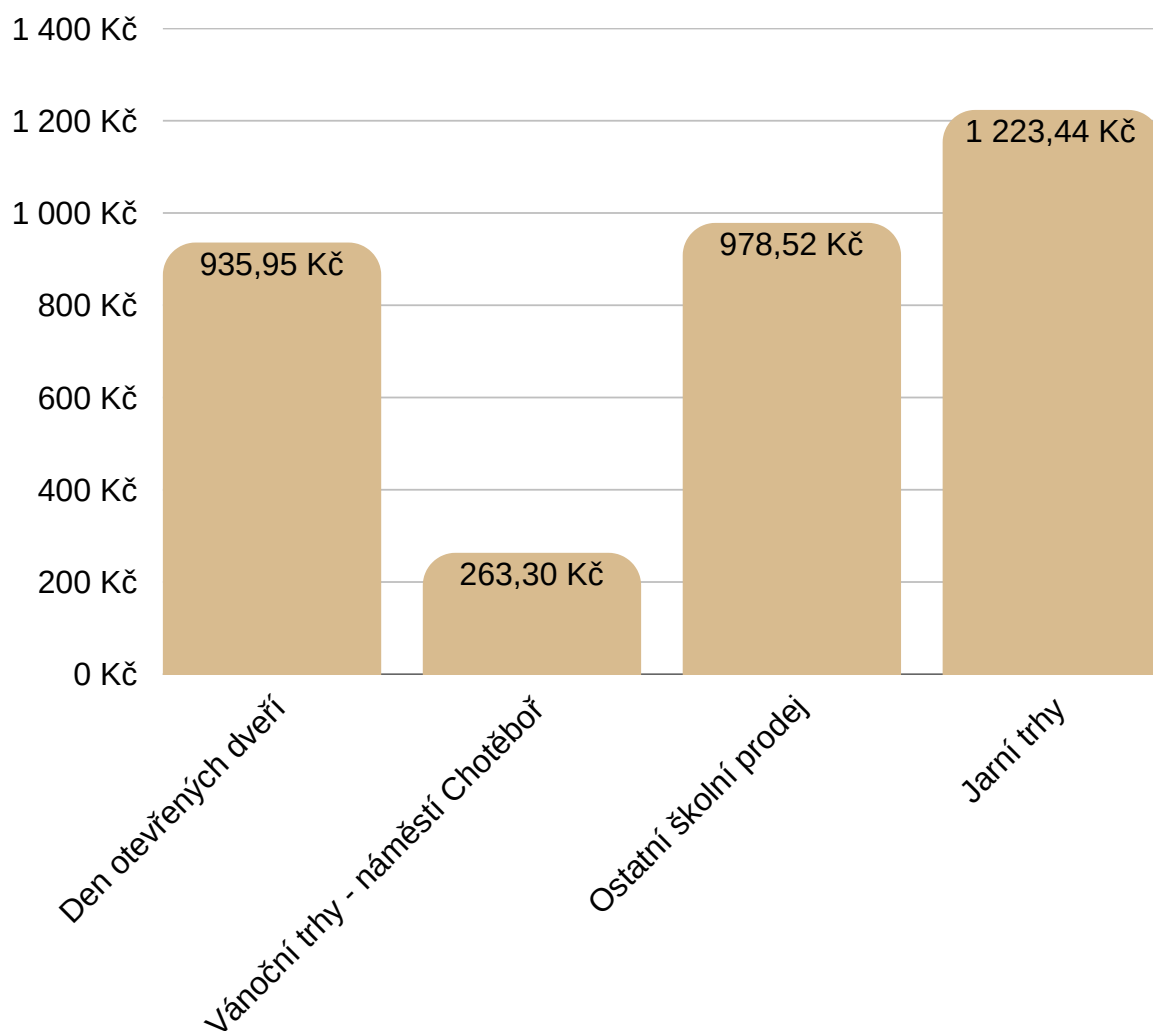
Hlavní myšlenkou firmy Nuttberry je nabízet kvalitní, chutné a nutričně hodnotné produkty. Dbáme na pečlivý výběr surovin, šetrné zpracování a minimalizaci odpadu při výrobě. Snažíme se také využívat ekologické obaly a podporovat udržitelný přístup k podnikání.

RŮST A FINANČNÍ STABILITA

Jedním z našich cílů bylo dosahovat zisku, který nám umožní firmu dále rozvíjet a inovovat nabídku. Usilujeme o to, aby naše produkty byly cenově dostupné, ale zároveň dostatečně kvalitní, aby si udržely svou hodnotu. Finanční stabilita nám umožňuje investovat do nových nápadů a rozšiřovat sortiment.



VÝKONOST SPOLEČNOSTI



CELKOVÝ ZISK ZA DOBU TRVÁNÍ JSME DOSÁHLI 3664 Kč

Graf ukazuje rozdělení tržeb podle jednotlivých zdrojů. Nejvyšší příjem pochází z položky „Jarní trhy“ (1 223,44 Kč), následované „Ostatní školní prodejí“ (978,52 Kč). „Den otevřených dveří“ přinesl 935,95 Kč, zatímco nejnižší částku tvoří „Vánoční trhy – náměstí Chotěboř“ s 263,30 Kč. Celkově nakonec byla nejúspěšnější jarní kampaň, kde jsem zruočili naše předchozí zkušenosti z vlastního prodeje i skladby produktového portolia. Pomohlo nám také, že v rámci jarních trhů jsme navšívili dvě velké akce, které i díky pěknému počasí měly vysokou návštěvnost.



ZKUŠENOSTI Z PRODEJE

Z průběhu sledovaného období vyplývá, že klíčovým faktorem našeho úspěchu bylo správné načasování a přizpůsobení nabídky charakteru produktů. Zaměření na dárkové zboží se ukázalo jako velmi efektivní zejména v předvánočním období, kdy jsou zákazníci výrazně otevřenější nákupu a více se orientují na originální a osobní produkty.

Na základě této zkušenosti se potvrdilo, že zásadní roli hraje nejen samotný produkt, ale také jeho prezentace a způsob komunikace. Vhodně nastavená nabídka, důraz na vizuální atraktivitu a cílené oslovení zákazníků vedly k výrazně pozitivní odezvě a vysoké prodejnosti. Zároveň jsme si ověřili, že v sezónních špičkách jsou zákazníci ochotni rozhodovat se rychleji a investovat více, pokud je nabídka jasně strukturovaná a srozumitelná.

Důležitým poznatkem je také význam flexibility v marketingu. Během období jsme realizovali tři tematicky odlišné kampaně (vánoční, valentýnskou a velikonoční), přičemž každá vyžadovala odlišný přístup. Ukázalo se, že univerzální strategie není dlouhodobě efektivní, naopak nejlepších výsledků dosahujeme při přizpůsobení komunikace konkrétnímu kontextu a očekávání zákazníků.

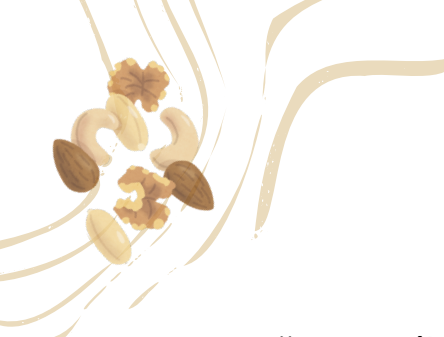
Z jednotlivých kampaní jsme si odnesli konkrétní závěry:

- u vánoční kampaně se osvědčil důraz na dárkové balíčky a jasně komunikovanou přidanou hodnotu,
- u valentýnské kampaně fungoval menší, personalizovaný sortiment s emočním přesahem,
- u velikonoční kampaně byl klíčový sezónní a dekorativní charakter nabídky.

Celkově lze shrnout, že kombinace správného načasování, cílené komunikace a přizpůsobení sortimentu konkrétní sezóně vedla nejen k růstu obrátu, ale i k dosažení dosud nejvyššího zisku.







Kromě samotného prodeje ve škole jsme se zúčastnili také dvou trhů v Chotěboři a Velikonočního jarmarku v Libici nad Doubravou. Tyto akce pro nás byly důležitou praktickou zkušeností, protože jsme si vyzkoušeli prodej v reálném tržním prostředí mimo školu.

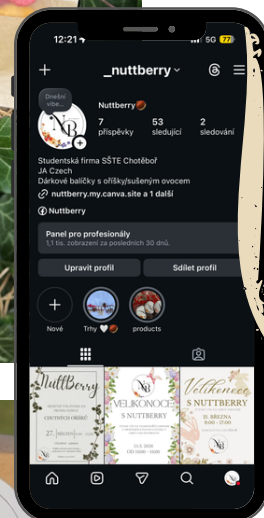
Účast na trzích nám ukázala význam přímého kontaktu se zákazníkem. Měli jsme možnost oslovit širší veřejnost, získat nové zákazníky a ověřit si, jak naše produkty obstojí v konkurenci. Zjistili jsme, že kromě kvality výrobků hraje klíčovou roli také jejich prezentace a schopnost aktivně komunikovat se zákazníky.

Důležitým poznatkem bylo také budování vztahů se zákazníky. Díky kvalitě produktů a dobré komunikaci se nám podařilo navázat pozitivní kontakty a získat důvěru zákazníků, kteří oceňovali náš přístup i vystupování.

Celkově hodnotíme naše působení jako přínosné především z hlediska zkušeností. Naučili jsme se lépe spolupracovat, plánovat prodej a reagovat na situace na trhu, což využijeme v dalším rozvoji.



NUTTBERRY





NÁŠ TÝM

Jana Bartáková - Ředitelka firmy

Jako ředitelka studentské firmy jsem byla zodpovědná za její celkové vedení a strategické směřování. Stanovovala jsem cíle, koordinovala práci jednotlivých oddělení a dohlížela na plnění stanovených úkolů. Díky této zkušenosti jsem si vyzkoušela fungování firmy v praxi, osvojila si základy vedení týmu a získala cenné zkušenosti s organizací, komunikací i rozhodováním.

Pavel Krupa - Finanční ředitel

V naší firmě jsem zastával pozici finančního ředitele a zástupce ředitelky. Náplní mé práce bylo sestavování kalkulací, nacenění našich produktů, vedení pokladny, zároveň jsem se podílel na výrobě a balení oříšků. Díky této zkušenosti jsem si mohl vyzkoušet, co obnáší práce finančního ředitele, práce mě bavila a ukázala, co by mě i v budoucnu mohlo bavit.

Adéla Fikarová - Marketingový manažer

Ve firmě jsem působila na pozici marketingové manažerky. Měla jsem na starosti propagaci našich produktů – točila jsem videa, fotila produkty a vytvářela plakáty i další reklamní materiály. Práce mě velmi bavila, protože jsem mohla být kreativní a přicházet s novými nápady, jak naši značku zviditelnit. Díky této zkušenosti jsem si vyzkoušela práci v marketingu a rozvinula své komunikační i organizační schopnosti.

Amálie Tichá - Marketingový manažer

Jako marketingový manažer jsem zodpovídala za koordinaci a realizace marketingových aktivit, efektivní plánování kampaní, plakátů, letáků a spolupráci týmu. Podílela jsem se na návrhu loga, vizitek, spolupracovala jsem s mou kolegyní na tvorbě propagačního videa.

Vendula Urbanová - Účetní

Jako účetní ve firmě jsem se starala o kompletní vedení účetnictví. Měla jsem na starosti zpracování faktur, evidenci dokladů, kontrolu nákladů a přípravu podkladů pro daně i účetní závěrky. Pracovala jsem pečlivě, zodpovědně a dbala jsem na přesnost i dodržování termínů.

Noemi Vojtová - Manažer výroby

Pracovala jsem jako výrobní manažer, kde jsem zajišťovala kompletní přípravu výrobků k expedici. Mezi mé hlavní odpovědnosti patřili balení produktů, jejich vážení a přesné počítání kusů, stejně jako průběžná kontrola a evidence skladových zásob, abych zajistila plynulý chod výroby a přehled o aktuálním stavu skladu.



Kateřina Lédlová - Manažer kvality

Jako manažer kvality ve firmě jsem dohlížela na to, aby všechny výrobky splňovaly stanovené normy a požadavky zákazníků. Kontrolovala jsem výrobní procesy, řešila jsem reklamace a navrhovala opatření ke zlepšení kvality. Spolupracovala jsem s ostatními odděleními na optimalizaci postupů a předcházení chybám. V případě potřeby jsem také chodila pomáhat přímo do výroby, kde jsem podporovala tým a dohlížela na správné dodržování pracovních postupů.

Agáta Ráslová - Manažer designu

Jako manažer designu jsem měla ve firmě na starosti lepení samolepek na výrobky a kontrolu hotových produktů, aby splňovaly požadovanou kvalitu. Pečlivě jsem kontrolovala správnost označení a celkový stav zboží před dalším zpracováním. V případě potřeby jsem také pomáhala se sypáním výrobků do pytlíčků a jejich následným balením. Při práci jsem dbala na přesnost, rychlost a dodržování stanovených postupů.



