

SMERNICE ZA PISANJE KOMPANIJSKOG IZVEŠTAJA

Svrha kompanijskog izveštaja je da pokaže koliko su učenici vični u predstavljanju rada svoje kompanije kroz kreiranje dokumenta koji obuhvata opis procesa rada kompanije, ostvarenih rezultata i razvojni potencijal proizvoda/usluge koju su ponudili tržištu. Izveštaj takođe daje uvid u to koja znanja i veštine su učenici stekli učešćem u programu Učenička kompanija.

Izveštaj bi trebalo da pojasni sledeće:

- **Strategiju i ciljeve kompanije**
- **Uspone i padove kompanije uz objašnjenje šta je tim naučio iz ovih situacija**
- **Veštine koje je tim stekao vođenjem kompanije**

Kompanijski izveštaj bi trebalo da bude predstavljen kao jedan sveobuhvatan poslovni dokument, a ne kao serija odvojenih izveštaja. Izveštaj kreiraju učenici koji su uključeni u rad kompanije, i mogu ga predstaviti na kreativan i inovativan način. Naš predlog je da svaki član kompanije učestvuje u pisanju dokumenta tako što će opisati svoju ulogu u radu kompanije i aktivnosti za koje je bio zadužen/a, a nakon toga tim sastavlja sve delove u jednu celinu.

Pravila:

- Izveštaj za regionalna takmičenja može da sadrži najviše 5 stranica (A4 format), i naslovnu stranu;
- Naslovna strana mora da sadrži:
 - Naziv i logotip kompanije;
 - Tekuću školsku godinu;
 - Imena članova kompanije i nastavnika-mentora;
 - Naziv škole i mesto.
- U izveštaju bi trebalo da se obrazloži poslovanje kompanije i pored narativnog dela, moguće je uključiti i fotografije i tabele.

Sadržaj:

1. Rezime - Naziv i logotip kompanije, misija i vizija kompanije, najava proizvoda ili usluge, kratak opis finansijskog poslovanja, kratak opis funkcionisanja kompanije.
2. Kompanijski pregled - Svrha kompanije, nastanak ideje, razvoj ideje, trenutni status, celokupna strategija i ciljevi, problem koji u društvu/zajednici kompanija rešava.

3. Proizvod ili usluga - Opis proizvoda/usluge uz opis karakteristika i prednosti u odnosu na slične proizvode/usluge na tržištu. Na koji način je utvrđena cena proizvoda/usluge? Na kom nivou razvoja se trenutno nalazi kompanija? Zašto je kompanija odnosno proizvod/usluga inovativna na tržištu?
4. Poslovanje - Plan proizvodnje i isporuke proizvoda, troškovi proizvodnje, ulaganja, marža, potrebna sredstva za poslovanje.
5. Tržište i marketing strategija - Opis tržišta, analiza, osluškivanje potreba tržišta i odgovor na njih, mogućnosti, specifičnosti proizvoda ili usluge na tržištu.
6. Unapređenje prodaje - Prodajna strategija, ciljevi prodaje i trenutno stanje prodaje.
7. Menadžment/upravljanje - Upravljanje kompanijom, organizaciona struktura, kanali komunikacije. Sposobnost tima da ispuni ciljeve i zadatke strategije u skladu sa znanjima i veštinama koje poseduje, uz sve poteškoće sa kojima se kompanija susrela u toku školske godine.
8. Celokupan utisak i profitabilnost poslovanja - Isplativost poslovanja kompanije (bruto i neto marža, fiksni nasuprot varijabilnim troškovima...). Procena tima o donetim odlukama, o prihodima i troškovima, uticaj profita na razvoj poslovanja.
9. Budućnost kompanije - Kakav je investicioni potencijal? U kojoj meri proizvod/usluga prati potrebe budućeg tržišta? Poželjno je ponuditi rešenja za dalji razvoj kompanije: način na koji bi se osigurala održivost kompanije, potrebne veštine i snage za opstanak na tržištu.
10. Pregled finansija - Predstavljanje finansijskog dela poslovanja što jasnije kroz bilans stanja i bilans uspeha.
11. Izveštaj nastavnika mentora - Nastavnik mentor podnosi kratak izveštaj o svom učešću i radu u kompaniji.

*** U školskoj 2015/16. godini prvi put je dodeljena nagrada učeničkoj kompaniji za najbolju primenu informaciono-komunikacionih tehnologija. Ova nagrada dodeljuje se na Nacionalnom takmičenju najboljih učeničkih kompanija jednoj od 20 kompanija koje se nađu u finalu. Želimo da ohrabrimo kompanije da bez obzira da li je primarna delatnost u oblasti informacionih tehnologija, mogu da razviju zanimljiva IT rešenja za svoj proizvod ili uslugu. Za one koji pretenduju na ovu nagradu, primeri su sledeći (dovoljno je da samo jedna smernica bude obuhvaćena):

- o U kojoj meri je u proizvodnom procesu učeničke kompanije zastupljen IT? - upotreba IT alata za kreiranje proizvoda;
- o Upotrebna vrednost IT proizvoda i tržišna primena;
- o Upotreba IT alata za plasman proizvoda - u svrhu marketinške promocije proizvoda;
- o Razvoj ili upotreba gotovih aplikacija u marketinške svrhe;
- o Upotreba IT softverskih alata u vođenju poslovnog procesa (Document Management System - elektronsko upravljanje dokumentima, CRM - softver za upravljanje odnosima sa klijentima itsl.).