

ReKid

Gjimnazi “Kristaq Capo” Berat





Përmbajtja e raportit

- Përshkrimi i Kompanisë
 - Vizioni & Misioni
 - Ekipi
- Problemi, Zgjidhja, Klienti
 - Produkti
 - Marketing & Shitje
 - Pasqyra Financiare
- Përmbledhja e Planit të Biznesit



Përshkrimi i kompanisë (Kush është ReKid?)

“Rekid” është një biznes i vogël kreativ që merret me krijimin e arushëve të personalizuar, të punuar me dorë, duke përdorur rrobat e fëmijëve. Ky produkt ka një vlerë të veçantë emocionale, pasi u jep mundësinë prindërve të ruajnë kujtimet më të bukura të fëmijërisë në një formë konkrete dhe të përherëshme. Ideja lindi nga fakti që shumë prindër nuk duan të hedhin rrobat e para të fëmijëve të tyre, pasi ato lidhen me momente shumë të rëndësishme si lindja, hapat e parë apo ditët e para në shtëpi. Duke i transformuar këto rroba në një arush të vogël, krijohet një kujtim unik dhe i personalizuar. Produkti kryesor është arushi i vogël i realizuar nga rrobat e fëmijës së klientit, me mundësi personalizimi si: emri, data e lindjes dhe një mesazh i veçantë. Ky produkt nuk është thjesht një lodër, por një simbol emocional dhe sentimental. Gjithashtu, “Mini Junior” është një kukull e vogël që mund të varet në çantë, e realizuar nga rroba të vjetra fëmijësh. Çdo kukull është unike dhe ruan kujtime personale. Kompania “Rekid” fokusohet në krijimin e produkteve artizanale me vlerë emocionale, duke qenë njëkohësisht miqësore me mjedisin.



Misioni i “ReKid” është të krijojë produkte të personalizuara dhe me vlerë të lartë emocionale, duke transformuar rrobat e fëmijëve në kujtime të prekshme dhe të përherëshme



Vizioni i “ReKid” është të zhvillohet si një biznes i vogël dhe i qëndrueshëm, i njohur për produkte cilësore, të punuara me kujdes dhe me vlerë emocionale. Kompania synon të ndërtojë një marrëdhënie të besueshme me klientët, duke u fokusuar në cilësinë e punës dhe në kënaqësinë e tyre.



**Drejtore i Marrëdhënive
me Publikun
Ariel Kulla**

**Drejtore marketing-(u)
Eljona Masati**

**Drejtore i prodhimit
Endri Kalluci**

**Presidente
Megi Tafa**

**Drejtore e Financës
Aleksandra Doko**

**Mësuesja
Florida File**

**Vullnetarët
(rrobaqëpsja,
Furnizuesit)**

Objektivi: "Pozicionimi i ReKid si lider në tregun e dhuratave sentimentale, duke krijuar një lidhje të qëndrueshme mes riciklimit kreativ dhe nevojës së klientit për produkte unike e të personalizuar."

Problemi

Biznesi ynë zgjidh problemin e prindërve që nuk duan të hedhin rrobat e para të fëmijëve për shkak të vlerës së tyre emocionale, por nuk kanë një mënyrë praktike për t'i ruajtur. Ky problem prek kryesisht prindërit e rinj dhe është i përhapur në treg, pasi lidhet me përvoja të përbashkëta të shumë familjeve.

KLIENTI

Klienti ynë ideal është prindi i ri (20–40 vjeç), i cili blen kryesisht online dhe preferon produkte të personalizuar dhe unike. Ai motivohet nga emocionet dhe dëshira për të ruajtur kujtimet, dhe është i gatshëm të paguajë për një produkt që ka vlerë sentimentale dhe nuk gjendet lehtësisht në treg.

PRODUKTI

Ne ofrojmë arushë dhe varëse çante të personalizuar, të krijuara nga rrobat e fëmijëve të klientëve. Produkti sjell përfitime si ruajtja e kujtimeve, përdorimi praktik dhe aspekti ekologjik. Ai dallohet nga konkurrenca, sepse është handmade, unik dhe i lidhur drejtpërdrejt me historinë personale të klientit.

ZGJIDHJA

Produkti ynë e zgjidh problemin duke transformuar rrobat në një kujtim të përdorshëm dhe të qëndrueshëm. Kjo është një zgjidhje praktike dhe e përballeshme, që përmirëson përvojën e klientit duke i kthyer kujtimet në diçka konkrete dhe me vlerë të vazhdueshme në jetën e përditshme.

ANALIZA

S

Pikat e Dobëta

Varësia nga
materiali i klientit
Prodhim i
ngadalshëm
Nuk prodhohet në
sasi të mëdha

O

Kërcënimet

Rritja e kostove
materiale
Ndryshimi i
trendeve
Konkurrentë të rinj
në treg

Pikat E forta

Produkt emocional

- Riciklim Kreativ
- Handmade dhe personalizim

Konkurrencë e ulët

W

Mundësitë

Zgjerim në shitje
online
Marketingu
digjital
Partneritete me
dyqane fëmijësh

T

Prodhimi

Hapat e prodhimit të produktit	Lista e bashkëpunëtorëve që ndihmuan në këtë proces	Kostot e prodhimit të produktit.Variabël/Fikse
<ul style="list-style-type: none">• Prerja: Shkurtimi i copës sipas shabllonit të vogël.• Qepja: Bashkimi i pjesëve me dorë ose makinë.• Mbushja: Mbushja e arushit me pambuk/silikon.• Detajet: Qepja e syve dhe hundës.• Montimi: Vendosja e rrethit metalik për varësen	<ul style="list-style-type: none">▪ Furnitorët: Dyqanet ku blihen fijet, mbushja dhe rrethet e çelësave.▪ Klientët: Ata që sjellin rrobat/materialin për riciklim.▪ Rrobaqepësja: Për krijimin e disa arushave.	<p>Fikse: Mjetet e punës: gjilpërat, gërshërët dhe energjia.</p> <p>Variabël: Mbushja, rrethi metalik i varëses, fijet dhe paketimi</p>

Pasqyra Financiare



Pasqyra e veprimtarive (Fitim – Humbje)

Totali i të ardhurave: përfshirë tatimet për shitjet	A. 4500 lekë
Tatimi për shitje	K 1350 lekë
Kapitali aksionar	L. + 400 lekë
Të ardhura të tjera	M. + 0 lekë
Shpërblimet të shoqërisë	N. + 500 lekë
Fitimi neto	O. + 850 lekë
Totali	P. = 3100lekë
Llogaritja e fitimit neto\Humbjes neto	G.= 1350lekë
Shpërblime të shoqërisë	H.-500 lekë
Fitimi neto pas shpërblimeve të shoqërisë	L. 850lekë

Pasqyra e gjendjes financiare (Bilancit)

Aktivët : Gjendja në të holla	J.5000
Shpenzimet për qepje dhe pagat e punëtorëve	B 9*150=1350 lekë
Mbushja	C. 9*50=450 lekë
QR code	D.. 9*50=450 lekë
Shpenzime të tjera	E 9*100=900 lekë
Totali i shpenzimeve	F. 3150 lekë
Llogaritja e fitimit neto	G. 1350 lekë
Shpërblime të shoqërisë (divident)	H. 500 lekë
Fitimi neto pas shpërblimeve të shoqërisë	I. 850 lekë

Vlera kontabël e aksioneve (pas likuidimit të shoqërisë)

Fitimi neto	Q. 850 lekë
Kapitali aksionar	R.+400 lekë
Totali	S.=1250 lekë
Numri i aksioneve të shitura	T .300
Vlera kontabël (300 aksione fillestare të shitur +200 lekë dividend i aksioneve)	U.=500 lekë

SHITJET DHE MARKETING

MODELI I BIZNESIT

- Shitje Direkte : Kjo është pika jonë kryesore. Ne ua shesim arushët direkt personave që kanë rrobrot sentimentale; marrim rrobën, krijojmë produktin dhe ia dorëzojmë klientit.
- Porosi të Personalizuara: Ofrojmë një shërbim unik transformimi dhe jo thjesht një produkt të gatshëm.
- Potencial: Kemi planifikuar bashkëpunime me dyqane dhuratash artizanale për të ekspozuar prototipat tanë si shembuj pune.

Kanalet kryesore të shitjes

- Instagram: Kanali ynë ideal ku postojmë video (Reels) që tregojnë procesin "para dhe pas" të rrobës. Përdorim hashtags si #handmade...
- Fjala e gojës Ky ka rezultuar kanali ynë më i fuqishëm; kënaqësia e një klienti na ka sjellë porosi të reja organike.
- Panairët Lokalë: Kemi marrë pjesë panair për t'i treguar arushët tanë live dhe për të krijuar kontakt direkt.

SHIFRA TË TJERA TË RËNDËSISHME

- Koha e Prodhimit: Na duhen mesatarisht 2-3 ditë pune manuale për çdo njësi, gjë që vërteton angazhimin tonë artizanal.
- * Numri i Porosive: Kemi realizuar me sukses një numër të caktuar porosish deri në këtë fazë të projektit.
- Margjina e Profitit: Kemi llogaritur diferencën midis kostos së materialeve (fije, mbushje, aksesore) dhe çmimit final për të garantuar fitueshmërinë.

AKTIVITET

- Krijimi i Përmbajtjes: Realizojmë të paktën 3 postime në javë (proces pune, produkti final dhe dëshmi nga klientët).
- Targeti Mujor: Kemi vendosur si objektiv realizimin e të paktën 5 porosive të reja çdo muaj.
- Besnikëria e Klientit :Masim përqindjen e klientëve që rikthehen te ne për porosi të tjera.
- Mbledhja e Dëshmimeve: Sigurojmë foto nga klientët tanë pas çdo blerjeje për t'i përdorur si garanci cilësie.

Letra e Presidentit për aksionerët

Të nderuar aksionerë,

Gjatë kësaj periudhe, shoqëria jonë ka arritur të shndërrojë një ide emocionale në një model biznesi të qëndrueshëm. Puna jonë artizanale me "ReKid" nuk ka prodhuar vetëm varëse çelsash, por ka krijuar një lidhje të fortë me klientët tanë duke ruajtur kujtimet e tyre më të shtrenjta.

Kemi arritur të menaxhojmë me sukses kostot e prodhimit manual dhe kemi krijuar një identitet vizual të qartë në rrjetet sociale. Synimi ynë për të ardhmen mbetet rritja e numrit të porosive dhe zgjerimi i gamës së produkteve, duke ruajtur gjithmonë cilësinë e lartë të qepjes me dorë.

Ju falënderojmë për besimin dhe mbështetjen tuaj në këtë rrugëtim unik.

Me respekt,

Megi Tafa

President i Shoqërisë

Letra e falenderimit për vullnetarin

E nderuar Lutfije Tafa

Në emër të gjithë ekipit të projektit tonë Rekid, dëshirojmë t'ju shprehim mirënjohjen tonë më të singërtë për ndihmën dhe vullnetarizmin tuaj të palodhur.

Projekti ynë synon të ruajë kujtimet më të shtrenjta përmes krijimit të arushëve artizanalë, por kjo ide nuk do të ishte bërë realitet pa mjeshtërinë e duarve tuaja. Falë përkushtimit tuaj dhe kohës që keni ndarë me ne, këto rroba me vlerë sentimentale kanë marrë një jetë të re.

Ju nuk na ndihmuat vetëm në qepjen e produkteve tona, por na frymëzuat me durimin dhe profesionalizmin tuaj gjatë këtij rrugëtimi në Junior Achievement. Mbështetja juaj është një shtyllë kryesore e suksesit tonë.

Ju falënderojmë që besuat te ne dhe te vizioni i Rekid. Jemi me fat që ju kemi pasur pjesë të kësaj eksperience!

Me shumë respekt dhe mirënjohje,

Ekipi i Rekid

• Statusi i Shoqërisë

Neni 1: Anëtarësimi

Secili prej anëtarëve të shoqërisë duhet të zotërojë të paktën një aksion, vlera e të cilit është 200 lekë.

Çdo anëtar i cili do të mungojë në 3 mbledhje të njëpasnjëshme të organizuara nga bordi drejtues do të marrë paralajmërim për përjashtim nga shoqëria. Nëse ky anëtar mungon edhe në 2 mbledhjet pasardhëse, do të përjashtohet nga shoqëria pa të drejtë kthimi të kapitalit të investuar.

Anëtarët e përjashtuar nga shoqëria mund të rikthehen përsëri në shoqëri nëse ky rikthim është i sugjeruar nga presidenti dhe merr shumicën e votave të bordit drejtues.

Neni 2: Aksionerët

2.1 Një anëtar nuk mund të zotëroje më shumë se 4 aksione.

2.2 Regjistri i aksioneve do të menaxhohet nga Drejtori i Financës dhe vetëm ai ka të drejtën e dhënies së vërtetimit mbi anëtarësinë e secilit prej aksionerëve në shoqëri, me miratimin dhe nënshkrimin e presidentit të shoqërisë.

2.3 Aksionet janë të trashëgueshme.

2.4 Secili aksioner ka të drejtën e një vote për çdo aksion që zotëron.

2.6 Çdo aksioner do të njoftohet për mbledhjet dhe vendimet e shoqërisë në mënyrë që të sigurohet transparencë e plotë me ta.

Neni 3: Kompesimi

3.1 Paga minimale për punonjësit e kompanisë do të jetë 50 lekë për orë. Paga minimale për drejtuesit do të jetë 100 lekë për orë. Asnjë anëtar i shoqërisë nuk do të paguhet 4 orët e para deri në finalizimin e legjislacionit të shoqërisë.

Neni 4: Veprimtaria

4.1 Veprimtaria do të kufizohet brenda ambienteve të shoqërisë dhe do të përfundohet brenda afatit kohor. Asnjë punëtor nuk do të punojë jashtë orarit të përcaktuar nga bordi drejtues. Përjashtim bëjnë rastet kur ka më shumë kërkesa nga sa janë parashikuar nga departamenti i prodhimit.

4.2 Bordi i Drejtorëve duhet të jetë i gatshëm të mblidhet sa herë duhet të merren vendime.

Neni 5: Produktet

5.1 Çdo produkt duhet të konfirmohet dhe miratohet nga zyra e Junior Achievement në Shqipëri dhe në asnjë rast produkti nuk duhet të paraqesë rrezikshmëri për konsumatorët apo punonjësit e shoqërisë.

5.2 Edhe në rastet e përmirësimit do të duhet miratimi i zyrës së Junior Achievement

Neni 6: Amendime Këto nene të statutit mund të ndryshohen:

Me dy të tretat e votave të aksionerëve

Me unanimet e Bordit Drejtues dhe Presidentit i cili në çdo rast ka të drejtën e vetos.

Në të dyja rastet e mësipërme për të zyrtarizuar ndryshimet në statut duhet miratimi i zyrës së Junior Achievement në Shqipëri.