

## Spríevodca pre účastníkov Veľtrhu podnikateľských talentov 2026

Veľtrh podnikateľských talentov je vyvrcholením celoročného úsilia študentov. Základným predpokladom úspechu je uvedomenie si, že každá študentská firma je iná a musí sa preto sama rozhodnúť, ako na veľtrhu najlepšie prezentovať svoje silné stránky a skúsenosti jej členov a ako demonštrovať svoje dosiahnuté úspechy. Každdej študentskej firme odporúčame zväžiť a prezentovať voči porote vhodné prvky svojho jedinečného príbehu.

V prípade, že študentská firma využíva pri svojej práci nástroje umelej inteligencie v akomkoľvek smere, odporúčame, aby tak robila otvorene, transparentným a etickým spôsobom.

Napriek tomu, že neexistuje žiadny zaručený recept na výhru, nasledovný sprievodca spolu s kritériami vám pomôžu zorientovať sa v očakávaniach poroty a čo najlepšie sa tak pripraviť na túto veľkú udalosť v živote vašej študentskej firmy.

Spríevodca vám napovie viac o troch dôležitých súčastiach veľtrhu:

### Správa o činnosti študentskej firmy

- ◀ [Obsah, štruktúra správy](#)
- ◀ [Pravidlá pre zaslanie správy](#)
- ◀ [Dodatočné odporúčania](#)

### Interview vo výstavnom stánku

- ◀ [Čo by mali členovia študentskej firmy zväžiť](#)
- ◀ [Dôležité upozornenia](#)

### Prezentácia na pódiu

- ◀ [Štruktúra a relevantnosť prezentácie](#)
- ◀ [Prezentačné zručnosti a vizuálne pomôcky, originalita](#)
- ◀ [Dodatočné informácie k prezentácii](#)

## Správa o činnosti študentskej firmy

Správa o činnosti študentskej firmy je zhrnutím obdobia podnikania študentskej firmy. Je to dôležitý dokument, ktorý prezentuje, čo študentská firma a v nej zapojení študenti dosiahli. Táto správa je kombináciou štandardnej výročnej správy (opisujúc procesy študentskej firmy, výkonnosť, výsledky a jej budúci potenciál voči obchodným partnerom) a zároveň by mala opisovať riešenia problémov počas individuálneho a rovnako aj tímového vzdelávania prezentujúcich úspechy vo vzdelávaní počas procesu vedenia študentskej firmy.

Správa tiež demonštruje schopnosť vytvoriť vytlačený dokument, ktorý čitateľa nadchne myšlienkou študentskej firmy a jej podnikania.

### **Obsah, štruktúra správy**

Každá správa o činnosti študentskej firmy by mala obsahovať:

#### ◀ **Zhrnutie**

Zhrnutie by nemalo prekročiť jednu stranu a malo by poskytnúť najdôležitejšie informácie o firme. Zhrnutie je najdôležitejšou časťou správy. Ide zvyčajne o prvú stranu/úvod správy. Hovoríte v nej čitateľovi, prečo je vaša študentská firma výnimočná a máte šancu zaujať ho tak, aby správu dočítal až do konca.

Existuje veľa on-line zdrojov o tom, ako písať efektívne zhrnutie - hľadajte / nájdite / použite ich. (Ak chcete dosiahnuť maximálne hodnotenie poroty v tomto bode, zhrnutie musí byť jasné, vzrušujúce a efektívne.)

#### ← Analýza problému

Podrobne popíšte problém, ktorý riešite a kto (aká cieľová skupina) tento problém má. Môžete tu spomenúť existujúce riešenia na trhu, ale venujte im viac pozornosti v časti Konkurencia.

#### ← Riešenie

Popíšte svoj produkt (výrobok alebo službu). Popíšte, ako zákazníci používajú váš produkt a ako rieši problém, ktorý ste predstavili v časti Analýza problému. Aké technické vlastnosti (features) váš produkt prináša a akú hodnotu (benefits) prináša zákazníkovi. Podrobne popíšte súčasnú fázu vývoja produktu. Uveďte, aké vlastnícke právo (patent, ...) k produktu máte, alebo aké práva plánujete zaistiť. Uveďte, čím je váš produkt inovatívny.

#### ← Cieľový trh a príležitosti

Definujte veľkosť trhu a svoju zákaznícku základňu. Vysvetlite, kto je váš ideálny zákazník a koľko ich je. Aká je celková veľkosť trhu (v počte zákazníkov a v objeme tržieb) a akú pozíciu na trhu má vaša firma (positioning)? Investorov bude zaujímať, koľko peňazí ľudia a/alebo firmy na trhu v súčasnosti míňajú, aby získali predstavu o celkovej veľkosti trhu - pokúste sa nájsť údaje a uveďte túto informáciu v správe.

V tejto časti rozprávate príbeh o tom, ako sa vaše riešenie problému uchytilo na trhu. Použite špecifické, merateľné a overiteľné informácie a porovnajte východiskovú situáciu v riešení problému so súčasnou a plánovanou. Na základe informácie o vašich doterajších tržbách, uveďte, aké úspešné je vaše riešenie na trhu (Prijíma ho trh ľahko? Ak áno, prečo? ...).

#### ← Konkurencia

Popíšte, ako vaša študentská firma zapadá do konkurenčného prostredia, v čom sa líši od existujúcich konkurentov a alternatívnych riešení problému, ktoré v súčasnosti na trhu existujú.

#### ← Trhový prístup a predaj

Zhrňte svoje marketingové a predajné aktivity. Kľúčovú taktiku, ktorú používate na zvyšovanie Vašich tržieb popíšte podrobne.

#### ← Riadenie firmy a tím

Popíšte organizačnú štruktúru a spôsob, akým zabezpečujete internú komunikáciu. Uveďte príklady, ktoré demonštrujú schopnosť tímu realizovať stratégiu firmy s využitím toho, čo sa naučili pri prekonávaní problémov, a toho, čo sa naučili prostredníctvom podpory od konzultantov a učiteľov. Popíšte spoluprácu s dobrovoľným konzultantom a učiteľom Aplikovanej ekonómie.

#### ← Podnikateľská výkonnosť a ziskovosť

Prezentujte ziskovosť študentskej firmy – odkiaľ pochádza zisk. Vysvetlite, ako zisk vzniká (marže, fixné verus variabilné náklady). Vysvetlite faktory, ktoré ovplyvnili tvorbu zisku. Vysvetlite, ako je činnosť Vašej firmy škálovateľná a ako by sa príjmy, výdavky a zisk menili pri expanzii.

## ◀ Finančná analýza

Prezentujte analýzu financií ktorá vysvetľuje finančnú výkonnosť firmy, odhaduje jej finančné zdravie a umožňuje manažmentu rozhodovať (pozostáva predovšetkým z finančných výkazov a ich analýzy a z výpočtu a hodnotenia finančných ukazovateľov). Vysvetlite návratnosť kapitálu, ktorý do firmy akcionári investovali, porovnajte marže Vašej firmy s maržami bežnými v odvetví v ktorom Vaša firma podniká. Vysvetlite významné rozdiely v návratnosti investície a maržách Vašej firmy a priemermi v odvetví. Vysvetlite jednotlivé položky vo finančných výkazoch tak, aby si čitateľ mohol jednoducho nájsť súvis medzi finančnými informáciami a činnosťou firmy ako ste ju popísali v ostatných kapitolách správy. Okrem toho uveďte informácie ktoré vysvetľujú:

- 1) výšku zisku a návrh na jeho rozdelenie,
- 2) požadované finančné zdroje a ich využitie,
- 3) kapitál získaný od akcionárov,
- 4) porovnanie skutočných výsledkov s počiatočným finančným plánom,
- 5) finančné predikcie zamerané na:
  - a. rast príjmov - odhad, ako sa príjmy firmy budú vyvíjať v čase (uveďte cenové stratégie, vývoj podielu na trhu a odhad príjmov, pokiaľ máte viac produktov, uveďte odhad pre každý z nich)
  - b. štruktúru výdavkov - predpokladané zloženie výdavkov vrátane vývoja fixných a variabilných nákladov
  - c. marže - odhad ziskovosti produktov (pokiaľ máte viac produktov, urobte odhad pre každý z nich)

Prehľad o príjmoch, výdavkoch a výsledku hospodárenia

Príjmy z podnikateľskej činnosti (Tržby)		
	Č.r.	Suma
Príjmy z predaja tovaru	01	
Príjmy z predaja výrobkov	02	
Príjmy z predaja služieb	03	
Iné príjmy	04	
<b>Príjmy SPOLU (r. 01 + r. 02 + r. 03 + r. 04)</b>	05	

Pomocné výpočty		
	Č.r.	Suma
Počet ks emitovaných akcií	001	
Nominálna hodnota jednej akcie	002	
Celková hodnota upísaných akcií (r. 001 x r. 002)	003	
Dividenda na akciu	004	
<b>Celkovo vyplatené dividendy (r. 001 x r. 004)</b>	005	

Výdavky na podnikateľskú činnosť		
	Č.r.	Suma
Výdavky na materiál	06	
Výdavky na nákup tovaru	07	
Mzdy	08	
Iné výdavky	09	
<b>Výdavky SPOLU (r. 06 + r. 07 + r. 08 + r. 09)</b>	10	

Zostatok peňazí na rozdelenie		
	Č.r.	Suma
Zostatok peňazí v pokladni	006	
Zaplatená daň z príjmu (r. 15 z Výkazu č. 1)	007	
Vrátenie vkladu akcionárom (v prípade zisku r. 003, v prípade straty r. 003+r. 16 z výkazu 1)	008	
<b>Zostatok peňazí na rozdelenie (r. 006 - r. 007 - r. 008)</b>	009	

Výsledok hospodárenia		
	Č.r.	Suma
Príjmy spolu (r. 05)	11	
Výdavky spolu (r.10)	12	
Výsledok hospodárenia (r. 11 - r. 12)	13	
Daň z príjmu študentskej firmy (10 % z r. 13) - zaokrúhľuje sa na celé eurá smerom nadol	14	
Daň z príjmu študentskej firmy splatná do JA Slovensko	15	
<b>Čistý zisk / Strata (r. 13 - r. 15)</b>	16	

Rozdelenie čistého zisku		
	Č.r.	Suma
- dividendy (r. 005)	010	
- výdavky na likvidáciu firmy	011	
- iné	012	
<b>Zostatok po rozdelení (r. 009 - r. 010 - r. 011 - r. 012)</b>	013	

Prehľad o príjmoch, výdavkoch a výsledku hospodárenia by mal byť prezentovaný vo vyššie uvedenej štruktúre. Dodatočné položky sú prípustné v prípade potreby, aby bol vytvorený pravdivý obraz o hospodárení študentskej firmy. Výkaz prezentujte ako celkový sumár ku konkrétnemu dátumu pred veľtrhom a mal by obsahovať vysvetlivky.

## ◀ Plány do budúcnosti

Prezentujte budúci potenciál študentskej firmy alebo tiež investičný potenciál - vaše plány na rast/rozširovanie a čo je potrebné k tomu, aby ste svoje ciele naplnili. Prezentujte svoje predstavy o budúcnosti. Hoci študentská firma funguje len po dobu jedného školského roka,

predstavy členov študentskej firmy o budúcnosti majú zásadný význam. Akým spôsobom môže podnikanie pokračovať tak, aby bolo trvalo udržateľné? Chápu členovia tímu, akým spôsobom funguje ich biznis model a na akých zručnostiach a silných stránkach je postavený? Aká je udržateľná konkurenčná výhoda podnikania? Ďalšie kroky – sú realistické na základe ich firemného poslania?

### Pravidlá pre zaslanie správy

- ← Správu zasielate spolu s registračnou kartou **najneskôr 9. marca 2026** (10:00). Ak je problém s odoslaním cez formulár, pošlite správu samostatne e-mailom na adresu [veltrh@jaslovensko.sk](mailto:veltrh@jaslovensko.sk).
- ← Správa musí byť napísaná v slovenskom jazyku.
- ← Správa musí mať maximálne 10 strán, nie sú povolené žiadne prílohy. 10 strán nezahŕňa úvodnú (titulnú) a záverečnú (zadnú) stranu.
- ← Titulná strana (ktorá nie je zahrnutá v povolených 10 stranách) by mala obsahovať: Názov a logo študentskej firmy, Logo JA Slovensko, školský rok, meno učiteľa, prípadne konzultanta / konzultantov a kontaktné údaje.
- ← Správa musí byť odoslaná v PDF formáte. Veľkosť správy je striktné limitovaná na **max. 10 MB**.

### Dodatočné odporúčania

Správa by mala byť navrhnutá ako jednotný biznis dokument, nie ako séria správ jednotlivých členov firmy. Správa by mala prezentovať úspechy študentskej firmy.

Správu by mali napísať sami študenti a mala by byť originálna a inovatívna, nie založená na šablóne študentov z predošlých rokov.

Jeden z prístupov, ktorý si študentská firma môže zvoliť, je rozhodnutie požiadať každého člena študentskej firmy/manažéra, o napísanie krátkej správy o svojej činnosti/činnosti oddelenia a následne poveriť jedného člena, aby z týchto správ čerpal informácie do finálneho – konzistentného dokumentu.

- ← Správa by mala prezentovať vývoj študentskej firmy – jednotlivých členov ako aj tímu.
- ← Mala by zahŕňať štruktúru firmy.
- ← Mala by zahŕňať špeciálne aktivity študentskej firmy.
- ← Mala by zahŕňať fotografie výrobkov a služieb študentskej firmy.

### Interview vo výstavnom stánku

Interview v stánku poskytuje príležitosť tímu ukázať ako efektívne vie využiť potenciál veľtrhu na prezentovanie svojho podnikania a predajných techník pri ponúkaní produktu potencionálnym zákazníkom.

### Čo by mali členovia študentskej firmy zväžiť

Očakáva sa, že členovia súťažného tímu sa budú správať ako na reálnom predajnom veľtrhu a viesť potencionálneho zákazníka predajným procesom až po jeho zavŕšenie: počúvanie zákazníka, zodpovedanie otázok, využívanie obchodnej taktiky, a preukázanie znalostí o produkte.

Je stánok integrálnou súčasťou predajného procesu alebo pôsobí iba „sólovo“? Vystupujú osoby v stánku ako tím? Má zákazník pocit, že je dôležitou súčasťou procesu? Aké vizuálne pôsobenie

má stánok? Je účel stánku jasný a v súlade s vizuálnym nastavením? Je relevantný pre spoločnosť samotnú alebo jej produkt? Je možné odhadnúť, ak sa na stánok pozeráme z diaľky, čím sa študentská firma zaoberá? Aká je dostupnosť a kvalita propagačných materiálov? Aké poznatky/skúsenosti vie tím prezentovať po tom, ako jeho členovia sami kreatívne vytvorili koncepciu stánku? Obsahuje stánok nejaké originálne aspekty (napr. zaujímavá a zábavná forma prezentovania produktu; kreativita v rozmiestnení stánku; aktivita, ktorá reálne spája produkt alebo študentskú firmu; veci, ktoré pútajú pozornosť (slogany) atď.? Je si súťažný tím vedomý týchto originálnych aspektov stánku a načo sú potrebné?

Očakáva sa, že tím ukáže schopnosť, ako vie na mieru vytvoriť aktivity v stánku, aby uspokojili rôzne potreby rozličných zákazníkov. Sú členovia tímu aktívni hneď od začiatku? Majú vedomosti o produkte a študentskej firme? Preukazujú záujem o zákazníkov? Sú dobrými poslucháčmi? Snažia sa o poskytnutie riešení pre potreby zákazníkov? Používajú stánok na podporu prezentácie? Ako dlho im trvá, kým prejdú k predaju? Sú schopní doviest' zákazníka k rozhodnutiu/uzatvoreniu obchodu? Pomáhajú si členovia tímu navzájom pri práci v stánku ako aj počas interview s porotcami?

### Dôležité upozornenia

Stánok musí obsahovať: názov študentskej firmy a názov školy, v ktorej firma pracuje, výrobok a/alebo ukážku služby a úspechy študentskej firmy v predajnosti a finančných výsledkoch.

Správa študentskej firmy musí byť dostupná návštevníkom stánku alebo porotcom, avšak iba na vyžiadanie. Súťažný tím pozostáva iba z tých členov, ktorí študentskú firmu reprezentujú aj vo všetkých ostatných fázach súťaže (študenti uvedení v registračnej karte).

Interview vo výstavnom stánku predstavuje osobné stretnutie tímu s členmi poroty – najlepšia šanca na interakciu s nimi, kedy môžete zdôrazniť svoj cieľ a vylepšiť dojem, ktorý ste na porotu spravili počas predchádzajúcich fáz súťaže (fotka, popis tímu/produktu, správa). Dbajte na to, keď sa pripravujete na túto fázu súťaže.

- ◀ Učiteľ môže byť prítomný v stánku, očakáva sa však, že na otázky budú počas interview odpovedať členovia tímu a učiteľ ostane pasívny.
- ◀ Porotcovia tiež môžu využiť príležitosť na pozorovanie tímu v akcii počas prezentácie verejnosti/návštevníkom stánku.

### Prezentácia na pódiu

Prezentácia na pódiu poskytuje príležitosť ukázať, ako efektívne tím dokáže získať potenciálneho obchodného partnera (napríklad investora, distribútora, atď), a ako nadšene dokáže prezentovať svoje podnikanie pred verejnosťou.

Prezentácia by mala zhrnúť kľúčové skúsenosti, úspechy a neúspechy študentskej firmy, ako sa študenti poučili zo svojich chýb a čo dosiahli, a zároveň preukázať, čo sa počas školského roka v študentskej firme naučili. Nejde o prezentáciu produktu ako takého, očakáva sa profesionálna prezentácia výrobku/služby v kontexte hodnoty, ktorú členovia tímu počas školského roka vytvorili a ich skúseností v študentskej firme.

## Štruktúra a relevantnosť prezentácie

Rozprávajú študenti jedinečný príbeh svojej firmy, alebo len prezentujú svoje výrobky a služby? Štruktúra prezentácie na pódiu by mala obsahovať:

- ↳ Úvod
- ↳ Výrobky / služby
- ↳ Prioritné oblasti svojej podnikateľskej skúsenosti
- ↳ Vzostupy a pády
- ↳ Učenie sa a neustále zlepšovanie podnikania, inovatívne a úspešné zavádzanie nových nápadov v študentskej firme
- ↳ Pohľad do budúcnosti
- ↳ Záver

Sú počas vystúpenia prezentované oblasti dôležité pre výkonnosť podnikania? Poskytuje prezentácia profesionálnu prezentáciu výrobku / služby v súvislosti s hodnotou, ktorú vytvorila študentská firma a skúsenosťami, ktoré získali členovia tímu (na rozdiel od reklamného spotu na výrobok/službu)? Poukazuje prezentácia na neustále zlepšovanie podnikateľských operácií členov tímu s odkazom na chyby, ktoré urobili a úspechy, ktoré dosiahli? Pretavili sa úspechy a neúspechy do inovatívnych nápadov, ktoré boli realizované študentskou firmou a vyústili do nových poznatkov?

## Prezentačné zručnosti a vizuálne pomôcky, originalita

Využíva prezentujúci tím nástroje na udržanie kontaktu s publikom, ako je využitie humoru, svižnosť a pohyb v prezentácii? Je humor publikom dobre prijímaný? Je pri prezentácii na pódiu cítiť tímového ducha? Ide o "tímovú prezentáciu" alebo skôr o prezentáciu niekoľkých jednotlivcov? Pomáhajú prezentačné techniky posolstvu / obsahu prezentácie? Vizuály, ako sú obrázky, symboly, modely, kľúčové slová, podporujú ústnu prezentáciu tvorivým spôsobom a nie sú len opakovaním toho, o čom hovoríte.

Či už svoju študentskú firmu prezentujete v profesionálnom štýle alebo štýle, ktorý korešponduje s imidžom študentskej firmy, očakáva sa, že bude originálna. Originalita môže mať rôzne podoby, ako sú pohyby na javisku, ktoré upútajú publikum, vizuálne efekty, ktoré sú originálne alebo prekvapujúce, inovatívna štruktúra prezentácie, humor, a pod.

## Dodatočné informácie k prezentácii

- ↳ Prezentácia na pódiu je na regionálnych veľtrhoch výberovou súťažnou kategóriou (povinná je len pre tímy zapojené do kategórie Company of the Year). Na regionálnych veľtrhoch prezentujú všetky prihlásené tímy v slovenčine..
- ↳ Vo finále tímy prihlásené do kategórie Company of the Year Competition musia absolvovať prezentáciu na pódiu v anglickom jazyku, avšak nesúťažne (nebudú oceňovaní). Všetky ostatné prihlásené tímy sa zúčastňujú kategórie súťaže a prezentujú v slovenčine.
- ↳ Časová dotácia prezentácie je maximálne **3 minúty**. Prezentácia by nemala trvať menej ako 2 minúty. Všetky súčasti týkajúce sa prezentácie (napríklad videá, hudba), musia byť uskutočnené v rámci prideleného časového úseku.
- ↳ Prezentácie sa musia aktívne zúčastniť všetci členovia súťažného tímu (každý musí na pódium vyjsť a prispieť hovoreným slovom), pričom prezentáciu môžu viesť výlučne členovia súťažného tímu. Učiteľ, resp. niekto mimo tímu, môže pre tím "odklikávať" prezentáciu v počítači.
- ↳ Štýl prezentácie by mal byť biznis, ale môže byť aj odľahčená humorom.

- ◀ K dispozícii bude pravdepodobne 1 prezentér a 2 mikrofóny (toto upresníme pred jednotlivými veľtrhmi).
- ◀ Študenti môžu pri prezentácii používať rekvizity, tieto si však musia zabezpečiť vo vlastnej réžii a musia byť jednoducho prenesiteľné na pódium a z pódia.
- ◀ \*Pre technické zabezpečenie bezproblémového prehrávania prezentácií je potrebné najneskôr v pondelok **9. marca 2025** (do 10:00) zaslať pripravenú prezentáciu prostredníctvom registračnej karty alebo e-mailom na adresu [veltrh@jaslovensko.sk](mailto:veltrh@jaslovensko.sk) (v elektronickom formáte vrátane akýchkoľvek jej súčastí). Pri prezentovaní nebudete mať prístup k internetu. Povoleným formátom je len .PDF alebo MS PowerPoint. Po danom termíne, ani v deň veľtrhu už nebude možné robiť v prezentácii žiadne zmeny ani k nej pridávať žiadne ďalšie súčasti. **Veľkosť prezentácie** je striktné limitovaná na **maximálne 20 MB** (bez výnimiek). Ak sú posielané súbory väčšie ako 2 MB (a je problém odoslať ich cez formulár registračnej karty), pošlite ich e-mailom na adresu [veltrh@jaslovensko.sk](mailto:veltrh@jaslovensko.sk).