

PRIEBEŽNÁ VÝROČNÁ SPRÁVA 2025/2026



GlowMe
študentská firma



Učiteľ: Ing. Mária Vlčková
Konzultant: Ľubomír Šmantík



@glowmesf



glowmestudentskafirma@gmail.com



www.glowme.sk



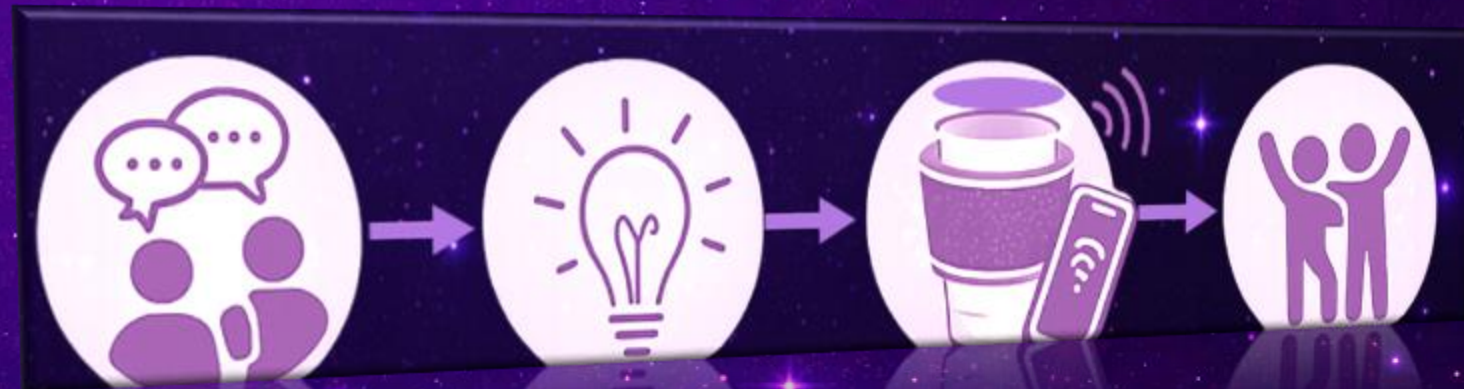
@glowme.sf

1. Zhrnutie - „Zažiar a bud' v bezpečí...”

OBSAH

1. Zhrnutie
2. Analýza problém a trhu
3. Produkt a inovácia
4. Stratégia, cieľový trh a konkurencia
5. Marketing a predaj
6. Prehľad kľúčových udalostí
7. Cenová stratégia a podnikateľská výkonnosť
8. Finančná analýza
9. Riadenie firmy a tím
10. Budúcnosť a záver

Študentskú firmu **GlowMe** tvorí tím študentov Obchodnej akadémie, ktorí si všímajú problémy bežného života a hľadajú pre ne praktické riešenia. Keďže aj my sami patríme medzi mladých ľudí, ktorí chodia na festivaly, koncerty, oslavy či iné spoločenské podujatia, začali sme viac premýšľať nad tým, že so zábavou by mal ísť ruka v ruke aj pocit bezpečia. Práve v takomto prostredí môže vzniknúť riziko manipulácie s nápojmi, ktoré je síce často prehliadané, no o to dôležitejšie je o ňom hovoriť.



Rozhodli sme sa preto vytvoriť produkt, ktorý by bol nielen praktický, ale aj moderný a blízky našej generácii. Vzniklo **GlowMe** – elastický ochranný návlek na pohár s LED osvetlením a NFC technológiou. Produkt spája bezpečnosť, technológiu a dizajn do jedného riešenia, ktoré reaguje na reálnu situáciu zo života mladých ľudí a prináša im väčší pocit istoty pri zábave.

2. Analýza problému a trhu



Na základe výsledkov prieskumu sme identifikovali trhovú príležitosť v oblasti prevencie a budovania povedomia o bezpečnosti medzi mladými ľuďmi.

Manipulácia s nápojmi (spiking) predstavuje reálne bezpečnostné riziko najmä v prostredí klubov a festivalov.

Interný dotazníkový prieskum realizovaný medzi 60 respondentmi vo veku 16 – 25 rokov priniesol prekvapivé zistenia:

10%

Vníma riziko ako vážne.

30%

Si neuvedomuje zdravotné dôsledky

60%

Problém aktívne nerieši

Výsledky prieskumu nám však ukázali, že okrem samotného produktu je nevyhnutná aj edukácia trhu. Identifikovali sme trhovú medzeru nielen v oblasti produktu, ale aj v oblasti prevencie a budovania povedomia.

Na trhu sú prevažne jednorazové alebo chemické testery. Chýba produkt, ktorý by bol opakovane použiteľný, funkčný a zároveň dizajnovo atraktívny.

GlowMe prináša zákazníčkovi nielen fyzickú ochranu, ale aj pocit istoty a kontroly nad situáciou.

3. Produkt a inovácia

Na základe výsledkov prieskumu sme si uvedomili, že samotný produkt nestačí. Musel byť jednoduchý, vizuálne výrazný a prirodzene začlenený do spoločenského prostredia, aby podporoval aj budovanie povedomia o bezpečnosti.

GlowMe je multifunkčný produkt, ktorý kombinuje:



Fyzická ochrana

Pružný materiál vytvára bariéru proti manipulácii.



LED technológia

Umožňuje lepšiu identifikáciu nápoja v tmavom prostredí.



NFC prvok

Po priložení smartfónu poskytuje prístup k bezpečnostným informáciám / kontaktom / webovej stránke/ instagramu...



Produkt je nositeľný ako náramok alebo gumička, čím spája funkciu bezpečnosti a módného doplnku.

Inovatívnosť spočíva v prepojení prevencie, dizajnu a technológie v jednom produkte.

4. Stratégia, cieľový trh a konkurencia

„Bezpečnosť ako prirodzená súčasť zábavy.“

Cieľová skupina

Na základe nízkej miery povedomia sme zvolili stratégiu diferenciácie kombinovanú s edukáciou trhu. Našou stratégiou bolo budovať značku, ktorá komunikuje prevenciu bez vyvolávania paniky a spája bezpečnosť s moderným životným štýlom.

*Mladí ľudia vo veku **16 – 30 rokov**, aktívni návštevníci spoločenských podujatí.*

Nepriama konkurencia

- *jednorazové kryty,*
- *chemické testery nápojov.*

Konkurenčné výhody GlowMe

- *Dizajnový charakter produktu*
- *Opakovateľnosť použitia*
- *Technologická inovácia (LED + NFC)*
- *Budovanie komunity*

GlowMe predstavuje moderný, technologický a opakovane použiteľný bezpečnostný doplnok pre mladých ľudí.



5. Marketing a predaj



Marketingová stratégia bola v úvodnej fáze zameraná najmä na prezentáciu samotného produktu a jeho funkčných vlastností. Predpokladali sme, že bezpečnostný aspekt bude pre zákazníkov dostatočne presvedčivý.

Postupne sme však zistili, že časť cieľovej skupiny neprikladá téme manipulácie s nápojmi dostatočnú vážnosť alebo ju vníma ako tabu. Samotné predstavenie produktu preto nebolo dostatočne efektívne.

Na základe tejto skúsenosti sme upravili stratégiu a v záverečnej fáze sa zamerali na edukáciu trhu. Prostredníctvom sociálnych sietí a osobných rozhovorov sme vysvetľovali riziká a následne predstavovali GlowMe ako riešenie. Po tejto zmene zákazníci reagovali pozitívnejšie a lepšie chápali hodnotu produktu.

Predaj sme realizovali najmä formou osobného predaja počas školských akcií, vianočných trhov, podujatí tanečnej skupiny a v disko klube. Priamy kontakt umožnil zvýšiť úspešnosť predaja.


VIANOČNÉ TRHY


ŠKOLSKÉ AKCIE


KLUBY & DISKO

Spätná väzba od zákazníkov potvrdila, že informovanosť je kľúčovým faktorom ovplyvňujúcim rozhodovanie o kúpe.

6. Prehľad klúčových udalostí



7. Cenová stratégia a podnikateľská výkonnosť

Predajnú cenu produktu GlowMe sme stanovili na základe kalkulácie výrobných nákladov a primeranej ziskovej marže. Pri tvorbe ceny sme zohľadnili náklady na materiál, výrobu aj dostupnosť produktu pre cieľovú skupinu mladých ľudí.

4€

Predajná cena

1,50€

Materiálne náklady na kus

0,50€

Mzdové náklady
na výrobok

50%

Marža

Zvolená cenová stratégia nám umožnila pokryť náklady, vytvoriť zisk a zároveň zachovať produkt cenovo dostupný.

Vlastné náklady na 1 kus produktu predstavovali 2,00 €, pričom predajná cena bola stanovená na 4,00 €. Z každého predaného kusu tak firma dosiahla zisk 2,00 €, čo potvrdzuje efektívne nastavenie cenovej stratégie.

Predaj GlowMe za jednotlivé mesiace



8. Finančná analýza

Príjmy z podnikateľskej činnosti (Tržby)

Príjmy z predaja tovaru	33,25
Príjmy z predaja výrobkov	676,00
Príjmy z predaja služieb	0,00
Iné príjmy	0,00
Príjmy SPOLU	709,25 €

Výdavky na podnikateľskú činnosť

Výdavky na materiál	364,84
Výdavky na nákup tovaru	36,45
Mzdy	67,95
Iné výdavky	18,75
Výdavky SPOLU	487,99 €

Výsledok hospodárenia

Príjmy spolu (r. 05)	709,25
Výdavky spolu (r.10)	487,99
Výsledok hospodárenia (r. 11 - r. 12)	221,26
Daň z príjmu študentskej firmy (10 % z r. 13) - zaokrúhľuje sa na celé eurá smerom nadol	22,00
Daň z príjmu študentskej firmy splatná do JA Slovensko	22,00
Čistý zisk	199,26 €

Akcie

Počet ks emitovaných akcií	100
Nominálna hodnota jednej akcie	3,00
Celková hodnota upísaných akcií (r. 001 x r. 002)	300,00
Dividenda na akciu	1,00
Celkovo vyplatené dividendy	100,00 €

Zostatok peňazí na rozdelenie

Zostatok peňazí v pokladni	456,26
Zaplatená daň z príjmu	22,00
Vrátenie vkladu akcionárom	300,00
Zostatok peňazí na rozdelenie	134,26 €

Rozdelenie čistého zisku

- dividendy (r. 005)	100,00
- výdavky na likvidáciu firmy	4,26
- iné	30
Zostatok po rozdelení	0 €

Rozdelenie čistého zisku

Časť zisku venujeme útulku so psíkmi



9. Riadenie firmy a tím

Fungovanie študentskej firmy GlowMe je založené na jasnom rozdelení kompetencií, spolupráci jednotlivých oddelení a pravidelnej internej komunikácii



Riadenie prebieha prostredníctvom:

pravidelných porád

kontroly plnenia cieľov

finančného monitoringu

Firma je organizačne rozdelená na oddelenia:

Prezident

Lukáš Harvanec

Financie

*Bianka Trenčanská – viceprezident
Martin Ďurík*

Ľudské zdroje

*Martin Mucha – viceprezident
Dominik Boháčik*

Výroba

*Simon Kollár – viceprezident
Tadeáš Kmeť, Eliška Gulíková, Móric Ducký*

Marketing

*Lukáš Mečír – viceprezident
Aneta Kunovská, Matej Bebjak, Michal Bielik*

Počas podnikania sme riešili výzvy spojené s dodávkami materiálu a časovým manažmentom, marketingom, predajom. Tieto situácie nás naučili flexibilitu, spolupráci a zodpovednosť.

10. Budúcnosť a záver

V budúcnosti plánujeme rozšíriť projekt o systematické vzdelávacie kampane v spolupráci so školami a organizátormi podujatí. Zvažujeme aj spoluprácu s influencermi a festivalovými organizátormi s cieľom zvýšiť povedomie o rizikách manipulácie s nápojmi. Chceme budovať značku, ktorá spája podnikanie s pozitívnym spoločenským dopadom..

Budúci rozvoj by si vyžadoval:

- *zvýšenie výrobnnej kapacity,*
- *optimalizáciu nákladov,*
- *partnerstvá s organizátormi podujatí,*
- *d'alšie technologické inovácie.*

Počas tohto roka sme si uvedomili, že podnikanie nie je len o predaji produktu. Je o schopnosti identifikovať problém, navrhnúť riešenie a niesť zodpovednosť za jeho realizáciu.

SHINE & BE SAFE



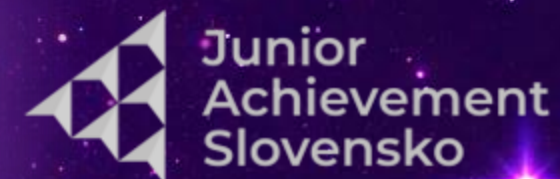
***Bezpečnosť nemusí byť viditeľná.
Ale pocit istoty je hodnota,
ktorú si ľudia zapamätajú.***

A práve tú sme sa rozhodli prinášať.

PRIEBEŽNÁ VÝROČNÁ SPRÁVA 2025/2026



GlowMe
študentská firma



Člen skupiny
JA Worldwide

Tím GlowMe



@glowmesf



glowmestudentskafirma@gmail.com



www.glowme.sk



@glowme.sf