



Lipigo

Gymnázium, Poštová 9
Mgr. Eva Wolfová
2025/2026

Zhrnutie

Vízia

Naším cieľom je vytvoriť svet, v ktorom kreativita detí nie je obmedzená strachom z nehody. Veríme, že každé dieťa má právo slobodne tvoriť, objavovať a experimentovať, bez toho, aby rodičia museli mať obavy o ich bezpečnosť. Sme študenti ktorí si všimli problém, ktorý ostatní prehliadali a rozhodli sa ho vyriešiť.

Produkt

Lipigo je bezpečné lepidlo pre deti, ktoré je vyrobené zo surovín potravinárskej kvality, je plne rozpustiteľné vo vode a nepredstavuje riziko ani v prípade náhodného požitia. Lipigo má práškové zloženie takže si každý namieša presne také množstvo a hustotu, akú potrebuje. Vďaka tomu nevzniká zbytočný odpad a každý má lepidlo vždy pripravené na mieru.

Prečo Lipigo?

- ✓ Priamo prispôsobené deťom
- ✓ Rozpustné vo vode
- ✓ Práškové zloženie
- ✓ Ekologické

Obsah

- | | | | |
|---|--------------------|----|-----------|
| 1 | Zhrnutie | 6 | Predaj |
| 2 | Problém - Riešenie | 7 | Marketing |
| 3 | Výroba | 8 | Náš tím |
| 4 | Financie | 9 | Výzvy |
| 5 | Finančné tabuľky | 10 | Budúcnosť |



1469,50€

Celkové tržby



48

Odoberajúcich inštitúcií



242ks

Predaných produktov



17

Členov tímu

Kontaktné údaje



lipigosf



lipigosf



info@lipigo.sk



www.lipigo.sk



Poštová 9, Košice

Problém



Lepidlo je súčasťou našich životov od škôlky až po dospelosť a občas dokáže narobiť poriadny chaos, najmä ak sa k nemu dostanú malé deti, ktoré si chcú všetko ohmatať a neraz aj ochutnať. Stačí chvíľa nepozornosti a zrazu ho máme na tričku, stole, vo vlasoch alebo na prstoch. Po zaschnutí sa bežné typy lepidiel z týchto povrchov odstraňujú len veľmi ťažko a často si vyžadujú agresívne čistiace prostriedky, veľa času alebo dokonca poškodenie materiálu. Takéto situácie vedia poriadne vystresovať alebo ublížiť na zdraví, najmä ak sa jedná o deti, tú najzraniteľnejšiu skupinu.

Riešenie



Práve táto skutočnosť a absencia prevencie tohoto problému na európskom trhu motivovala našu študentskú firmu Lipigo k vytvoreniu jedinečného lepidla, ktoré je bezpečné v prípade náhodného požitia a rozpustné vo vode aj po zaschnutí. Stačí opláchnuť vodou a lepidlo sa bez námahy odstráni. Rodičia sa tak nemusia obávať nehôd, môžu si konečne vydýchnuť a vedieť, že ich dieťa je počas práce s lepidlom v bezpečí.

Jedným z kľúčových faktorov pri vývoji bola aj ekológia. Keďže je pre nás ochrana životného prostredia zásadná, vytvorili sme lepidlo, ktoré je plne biologicky rozložiteľné a vyrábané výhradne z jedlých a prírodných surovín. Zároveň prichádza vo forme prášku, ktorý pre vytvorenie lepidla stačí len zmiešať s vodou. Samozrejmosťou je aj plne recyklovateľný obal.



Ekologické
zloženie



Potravinárska
kvalita



Prášková forma



Rozpustné vo
vode

Výroba

Výrobný proces Lipiga prebieha na vyhradenom a prispôsobenom mieste v domácich priestoroch, kde tím pripravuje dávky podľa presného receptúrneho postupu. Jedna dávka (100 kusov) trvá približne 7 človekohodín, čo umožňuje priebežnú kontrolu kvality a konzistencie každého balenia. Pred spustením výroby prebehlo rozsiahle testovanie ingrediencií, výber optimálneho obalu, odmerky aj spôsobu dávkovania.

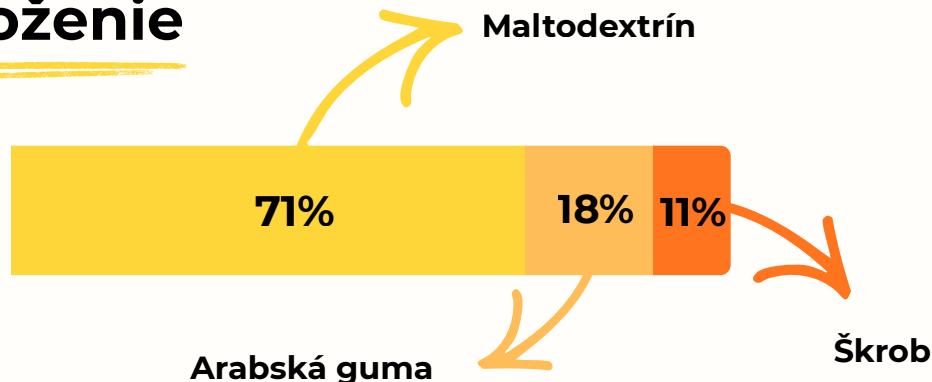
Optimalizácia výroby

V počiatočnej fáze výroby sme mali problém s uzatváraním obalov pre slabý výkon pôvodného zatavovacieho zariadenia, preto sme investovali do profesionálneho stroja, ktorý zabezpečuje spoľahlivé a trvácne uzavretie a zvýšil kvalitu aj odolnosť produktu. Zároveň sme zaviedli poloautomatizáciu výroby. Vďaka novému dávkovaciemu stroju dnes namiesto 50 kusov za 7 človekohodín vyrobíme až 100 kusov, čo zvyšuje produktivitu a znižuje náklady na kus.

Znižovanie nákladov

Zároveň sme našli výhodnejšieho dodávateľa akácievej vlákniny, čím sme znížili výrobné náklady z 2,11 € na 1,76 € bez kompromisov v kvalite.

Zloženie

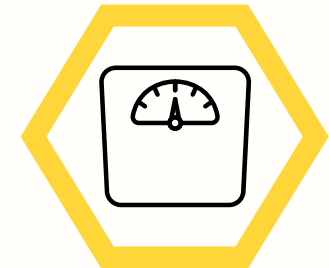


Nákup zložiek



Príprava zmesi

Odváženie a dávkovanie



Zatavenie balenia

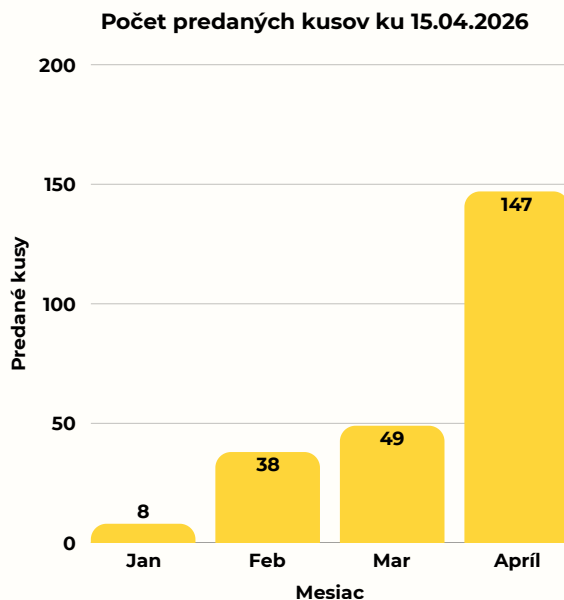
Hotové lipigo



Financie

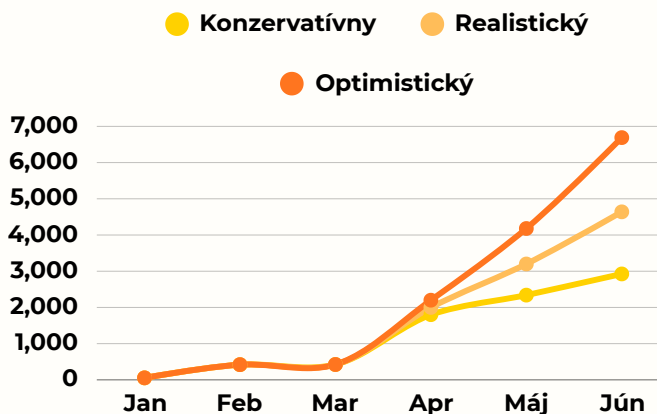
Výpočet ceny

Po realizácii prieskumu trhu, pri zohľadnení konkurenčného prostredia a nákladov spojených s výrobou, bola stanovená predajná cena produktu na úrovni 6,90 €/ks. S cieľom podporiť nadviazanie a rozvoj spolupráce poskytujeme vzdelávacím inštitúciám a obchodným reťazcom zvýhodnenú cenu v rozmedzí 5 – 5,50 €/ks v závislosti od objemu objednávky, čím sa snažíme vytvoriť výhodné podmienky pre našich partnerov. Komerčná cena pre ostatných zákazníkov zostáva na pôvodnej úrovni 6,90 €/ks.



Finančné predikcie

Graf zobrazuje vývoj tržieb od januára do júna 2026 v troch scenároch: konzervatívnom (status quo), realistickom (expanzia SK) a optimistickom (expanzia SK + ČR).



Priemerná hrubá marža v odvetví

30-45%

Hrubá marža Lipiga

65-74%

Porovnanie

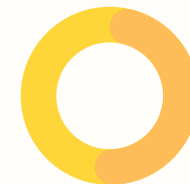
Plán: 500 ks

Plán: 2750 €

Aktuálne: 242 ks Aktuálne: 1469,5€



Počet predaný kusov



Obrat

ROE

Roe - Return on Equity je finančný ukazovateľ výkonnosti. Ukazuje podiel čistého zisku prerozdeleného medzi akcionárov a kapitálu investorov.

$$\text{ROE} = \frac{297 \text{ €}}{1097 \text{ €}} = 27\%$$

Financie

Výkaz ziskov a strát

	Č.r.	Suma
Príjmy z podnikateľskej činnosti		
Príjmy z predaja tovaru	01	0,00€
Príjmy z predaja výrobkov	02	1469,50€
Príjmy z predaja služieb	03	0,00€
Iné príjmy	04	50,00€
Príjmy SPOLU (r.01 + r.02 + r.03 + r.04)	05	1519,5

Výdavky na podnikateľskú činnosť

Výdavky za materiál	06	1106,35€
Výdavky na nákup tovaru	07	0,00€
Mzdy	08	27€
Iné výdavky	09	57,15€
Výdavky SPOLU (r.06 + r.07 + r.08 + r.09)	10	1190,5€

Výsledok hospodárenia

Príjmy spolu (r.05)	11	1519,5€
Výdavky spolu (r.10)	12	1190,5€
Výsledok hospodárenia (r.11 - r.12)	13	329,00€
Daň z príjmu študentskej firmy (10% z r.13)	14	32,00€
Daň z príjmu študentskej firmy splatené do JA Slovensko	15	32,00€
Čistý zisk/strata (r.13 - r.15)	16	297,00€

Balance sheet (súvaha.)

	Č.r.	Suma
Majetok (aktíva)		
Dlhodobý nehmotný majetok	01	0,00€
Dlhodobý hmotný majetok	02	0,00€
Dlhodobý finančný majetok	03	0,00€
Neobežný majetok (r.01 + r.02 + r.03)	04	0,00€
Zásoby (r.06 + r.07 + r.08)	05	162€
Materiál	06	162€
Tovar	07	0,00€
Nedokončené výrobky,ostatné	08	0,00€
Pohľadávky	09	0,00€
Finančné účty (r.11 + r.012 + r.13)	10	967€
Hotovosť	11	386,8
Účty v bankách	12	580,20€
Ostatný finančný majetok	13	0,00€
Obežný majetok (r.05 + r.09 + r.10)	14	1129,00€
Majetok (aktíva) spolu (r.04 + r.14)	15	1129,00€

Závazky (pasíva)

Základné imanie celkom (r.17 + r.18)	16	800,00€
Základné imanie	17	800,00€
Pohľadávky na upísané VI	18	0,00€
Dlhodobé rezervy	19	0,00€
Krátkodobé rezervy	20	0,00€
Ostatné finančné záväzky	21	0,00€
Vlastné imanie a záväzky (r.16 + r.19 + r.20 + r. 21)	22	800,00€

Výsledok hospodárenia

Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie pred zdanením	23	329€
Daň z príjmov (10%)	24	32,00€
Výsledok hospodárenia	25	297€

Rozdelenie čistého zisku	Č.r.	Suma	Podiel
Zostatok peňazí na rozdelenie	01	297,00€	100%
Likvidácia firmy	02	29,7€	10%
Dividendy	03	208€	70%
Rozdelenie zisku členom	04	59,3€	20%
Zostatok po rozdelení	05	0,00€	0%

Pomocné výpočty

	Č.r.	Suma
Počet kusov emitovaných akcií	01	100
Nominálna hodnota jednej akcie	02	8,00€
Celková hodnota upísaných akcií	03	800,00€
Dividenda na akciu	04	2,08€
	05	208€

**Finančná analýza
vytvorená ku dňu
15.04.2026**

Wolfová

Mgr. Eva Wolfová

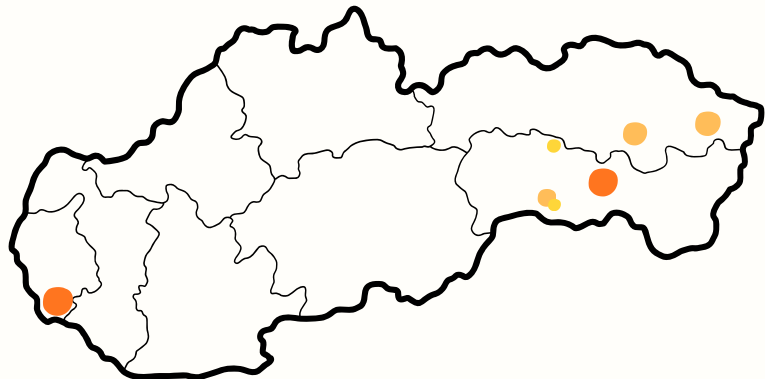
Predaj

B2C

Naša B2C stratégia stojí na jednoduchšej dostupnosti produktu. Predávame cez predajné dni v nákupných centrách (Aupark, Optima) a online cez našu stránku www.lipigo.sk. Zákazníci si môžu zvoliť doručenie poštou alebo bezplatné a okamžité vyzdvihnutie na výdajnom mieste Quizzo. Každá objednávka obsahuje faktúru zaslanú e-mailom, čo výrazne zjednodušuje nákup, najmä inštitúciám. B2C predaj momentálne tvorí 99 z celkového počtu predaných kusov.

B2B

Naša B2B stratégia je zameraná na budovanie dlhodobých partnerstiev a rozširovanie distribúcie. Produkt dodávame a predávame prostredníctvom papiernictva Reflex Plus v Košiciach a dvoch predajní Zelený obchod v Bratislave. Zároveň sme nadviazali spoluprácu s mestom Košice a dnes dodávame do celkovo 45 materských škôl a 3 detských centier naprieč viacerými regiónmi, vrátane Mokrancí, Vranova nad Topľou, Margecian, Sniny a Moldavy nad Bodvou. Systematicky tak posilňujeme našu prítomnosť v inštitucionálnom segmente. B2B predaj momentálne tvorí 143 z celkového počtu predaných kusov, pričom do konca júna plánujeme tento počet zvýšiť na 500 kusov.



Cielová skupina

Naše hlavné cieľové skupiny sme si stanovili na základe vlastného prieskumu z novembra 2025, do ktorého sa zapojilo 547 respondenov.

- ✓ Škôlky a detské centrá
- ✓ Rodičia s deťmi v predškolskom veku
- ✓ Handmade komunita s ekologickým cítením

Konkurencia

Našou priamou konkurenciou je detské lepidlo Rayher, ktoré síce využíva prírodnejšie zložky, no kvôli tekutej forme nedosahuje trvanlivosť nášho práškoveho lepidla. Konkurenciou sú aj ekologické lepidlá (napr. Kores, ökoNORM), ktoré sú síce šetrnejšie k životnému prostrediu, no neponúkajú rovnakú úroveň bezpečnosti pri náhodnom požití ako náš produkt.

Nepriamu konkurenciu potom predstavujú všetky bežné kancelárske lepidlá dostupné na trhu, ktoré však neposkytujú rovnaké benefity z hľadiska bezpečnosti, zloženia ani praktického použitia.



Marketing

Sociálne siete

Počas fungovania študentskej firmy sme sa sústredili na budovanie povedomia o značke prostredníctvom viacerých kanálov. Aktívne využívame Instagram, kde publikujeme obsah zameraný na ukážku produktu v praxi a jeho konkurenčné výhody. TikTok rozvíjame ako podporný kanál s rovnakým zameraním. Na týchto platformách sme spolu dosiahli viac ako 40 000 zhliadnutí, 500+ prekliknutí a dosah 15 000+ unikátnych používateľov.

Reklamy

Zároveň sme spustili platené kampane na zvýšenie povedomia o značke, ktorých primárnym cieľom bolo osloviť čo najširšie publikum, nie priamo generovať zisk. S ich pomocou sme dosiahli viac ako 67 000 unikátnych zobrazení. Tieto kampane sa ukázali ako veľmi efektívne – zaznamenali sme, že nás ľudia, a najmä inštitúcie, začali aktívne spoznávať, čo nám výrazne uľahčilo nadväzovanie nových spoluprác.

100 000+

Zhliadnutí

3

Mediálne
výstupy

1

Spolupráca s
magistrátom

Mediálne výstupy

Mediálne výstupy sme využili ako diverzifikáciu marketingovej komunikácie mimo sociálnych sietí, čím sme rozšírili náš zásah a posilnili dôveryhodnosť značky.

- ✓ Rozhovor v rádiu Košice
- ✓ Reportáž na STVR
- ✓ Článok v denníku Korzár

Oslovovanie inštitúcií

Zamerali sme sa na nadväzovanie spolupráce s organizáciami pracujúcimi s deťmi (papiernictvá, materské školy, detské centrá), ktoré sme oslovovali osobne a e-mailom. Tento prístup nám umožnil produkt priamo predstaviť, vysvetliť jeho výhody a flexibilne reagovať na potreby zákazníkov. Zároveň sme identifikovali, že väčšina škôlok spadá pod magistráty miest, preto sme sa zamerali na ich priame oslovovanie, čím efektívne zasahujeme väčší počet zariadení naraz. Tento prístup nám priniesol spoluprácu s mestom Košice vďaka ktorej sme dodali Lipigo do 39 škôlok a otvoril rokovania s mestom Vranov nad Topľou.

Náš tím

Náš tím 17 členov je rozdelený do štyroch oddelení – výroby, marketingu, predaja a manažmentu – pričom každé oddelenie má jasne definované úlohy a zodpovednosti. Koordináciu zabezpečujú pravidelné utorkové stretnutia, na ktorých si jednotlivé oddelenia stanovujú ciele na nadchádzajúci týždeň a sledujú plnenie úloh. Samotnú správu úloh realizujeme prostredníctvom aplikácie Microsoft Planner, ktorá nám umožňuje prehľadne sledovať postup práce a zodpovednosti jednotlivých členov. Dôležitým motivátorom je aj vlastníctvo projektu. Pracujeme na produkte, ktorý je náš, a jeho úspech závisí priamo od nášho výkonu. Tento faktor nás vedie k vyššej disciplíne, efektívite a lepšiemu rozhodovaniu.



Manažment

Prezident: **Peter Džupka**

Mojím cieľom je viesť študentskú firmu jasným smerom, koordinovať činnosť jednotlivých oddelení a zabezpečiť, aby všetky kroky firmy smerovali k napĺňaniu spoločnej vízie.

Zástupkyňa prezidenta: **Veronika Borbel'ová**

V pozícii zástupkyne prezidenta študentskej firmy sa zameriavam najmä na marketing a komunikáciu so zákazníkmi, pričom sa snažím vytvárať kreatívne spôsoby, ako náš produkt čo najlepšie predstaviť a priblížiť verejnosti.

Viceprezident marketingu: **Tobias Bekeč**

Mojou ambíciou je urobiť z nášho produktu prvú voľbu pre všetkých a ukázať trhu, že existuje lepšia a bezpečnejšia alternatíva v oblasti lepidiel.

Viceprezident pre ľudské zdroje: **Peter Repko**

Zakladám si na empatii a priamom prístupe, vďaka čomu udržiavam v tíme dobré vzťahy, efektívne riešim problémy a ako viceprezident dohliadam na plynulý chod našej firmy.

Viceprezident výroby: **Branko Svoboda**

Ako viceprezident výroby sa zameriavam na systematické riadenie výrobných procesov a hľadanie spôsobov, ako ich neustále zlepšovať, aby bola výroba nášho produktu čo najefektívnejšia, spoľahlivá a kvalitatívne stabilná.

Výzvy

Výber obalov

Jednou z počiatočných výziev bola problematika obalov. Pôvodne sme plánovali používať plastové fľaštičky so širokým hrdlom, no nepodarilo sa nám nájsť dodávateľa s požadovanou kvalitou za prijateľnú cenu. Rozhodli sme sa preto pre uzatváratelné sáčky, s čím však prišla ďalšia komplikácia. Pôvodné zariadenie na tepelné zatavovanie vytváralo nerovnomerné a slabé zvary. Investíciou do profesionálneho zatavovacieho zariadenia sme tento problém úspešne vyriešili.

Náročnosť riešenia:



Ľudia

V počiatočnej fáze sme čelili výzvam s vnútornou komunikáciou a organizáciou keďže nám chýbala centralizovaná správa úloh, čo viedlo k nejasným zodpovednostiam, zmeškaným deadlineom a nerovnomernému rozdeleniu práce. Na nápravu sme zaviedli štruktúrovaný systém: správu úloh sme presunuli do Microsoft Planner, kde každý člen dostáva pridelené úlohy od svojho oddelenia, a komunikáciu sme sústredili do Microsoft Teams, kde každý utorok organizujeme stretnutia so stanovením cieľov na nasledujúci týždeň.

Náročnosť riešenia:



Predaj inštitúciám

Jednou z počiatočných výziev bolo nadviazanie spolupráce s inštitúciami. Zlom nastal, keď sme prešli na priamy osobný prístup – navštívili sme papiernictvo Reflex a predviedli Lipigo priamo v kolektíve detí v škôlke. Tento prístup sa ukázal ako oveľa efektívnejší a viedol k prvým partnerstvám. Získané referencie nám následne výrazne uľahčili oslovovanie ďalších partnerov, keďže sme sa mohli odvolať na to, že produkt sa už reálne používa.

Náročnosť riešenia:



Zloženie

Na začiatku vývoja produktu sme čelili problémom s nestabilným zložením a kolísavou kvalitou surovín. Spočiatku sme sa spoliehali na bežné ingrediencie, čo však viedlo k nekonzistentným výsledkom. Našou výzvou bolo vytvoriť čistú receptúru bez aditív, ktorá by zostala cenovo dostupná. Nakoniec sme prešli na výber prémiových prírodných extraktov, čím sme výrazne zlepšili stabilitu a celkovú čistotu nášho produktu.

Náročnosť riešenia:



Budúcnosť

Blízka budúcnosť

V krátkodobom horizonte plánujeme expanziu na český trh, ktorý s viac ako 5 400 materskými školami predstavuje obrovský potenciál pre Lipigo. Naším cieľom je nadviazať spoluprácu s minimálne 50 českými inštitúciami (materskými školami, detskými centrami a papiernictvami) a predáť 200 kusov do konca Júna. Na splnenie tohoto cieľa sme zainvestovali do nového dávkovacieho stroja, vďaka ktorému dokážeme naplniť očakávaný dopyt.

Dlhodobé ciele

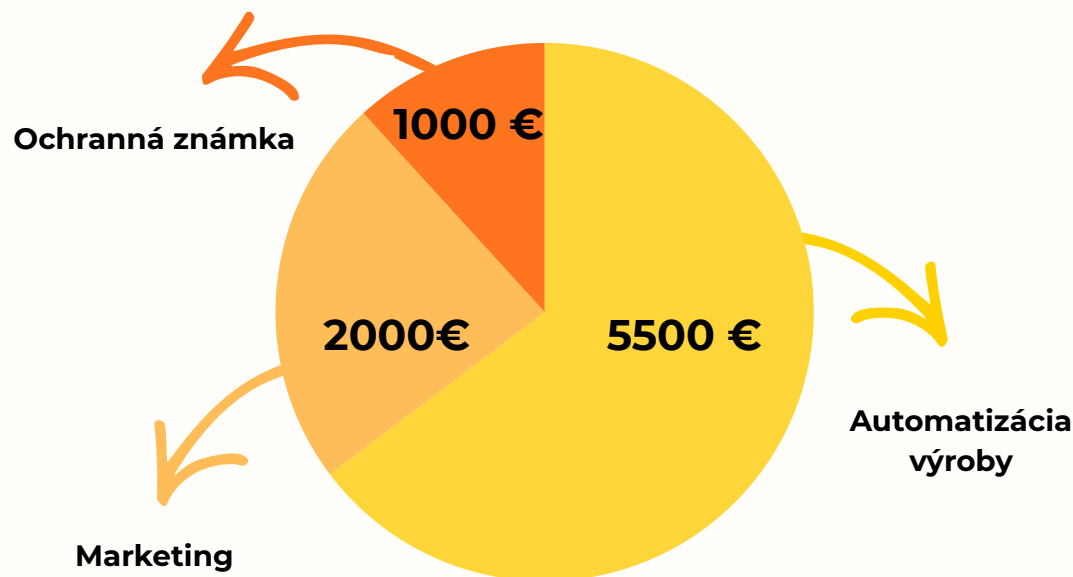
V dlhodobom horizonte chceme premeniť Lipigo na stabilný podnikateľský projekt založením vlastnej s.r.o., ktorá nám umožní fungovať nezávisle, jednoduchšie uzatvárať kontrakty a ďalej rásť aj po skončení študentskej firmy. Naším cieľom je vybudovať silnú pozíciu v strednej Európe a dosiahnuť spoluprácu s viac ako 500 inštitúciami (materské školy, detské centrá, papiernictvá). Tomu zodpovedá cieľ stabilizovať predaj na úrovni 5 000 kusov mesačne (t. j. 60 000+ kusov ročne). Súčasne plánujeme rozšíriť našu distribúciu aj do väčších maloobchodných sietí a etablovaných papiernictiev (napr. ŠEVT, Titi), čím chceme posilniť dostupnosť produktu a diverzifikovať predajné kanály.

Plánované investície

V budúcnosti plánujeme investovať 5 500 € do zvýšenia výrobnnej kapacity a efektivity procesov, najmä do automatizácie výroby a doplnenia vybavenia. Tieto investície nám umožnia zvládať rastúci dopyt a znižovať náklady na kus.

Zároveň plánujeme investovať približne 2 000 € do marketingu, najmä do kampaní na zvýšenie povedomia o značke a podpory vstupu na zahraničné trhy.

Súčasťou našich plánov je aj investícia do ochrany duševného vlastníctva, konkrétne registrácia ochrannej známky, ktorú odhadujeme na približne 1000 €, čo nám umožní chrániť značku pred kopírovaním a bezpečne ju rozvíjať aj na zahraničných trhoch.



Veľká vdďaka patrí

Eva Wolfová

Dominika Hakulinová

Jozef Domonkoš

Tomáš Talárovič

Matej Mach

Ján Bača

Gymnázium Poštová 9

Papiernictvo Reflex Plus

Quizzo Košice

Mesto Košice

Zelený obchod

