

PureFrostelle

VÝROČNÁ SPRÁVA

PureFrostelle š. f.

učiteľ: Mgr. Veronika Martinkovičová

Hotelová akadémia

Čs. brigády 1804, 031 01 Liptovský Mikuláš

OBSAH

- 1.0 NÁS
- 2.MANAŽMENT, ÚSPECHY
A REPREZENTÁCIA
- 3.MARKETING
- 4.VÝROBA
5. VÝROBA
- 6.PROBLÉMY A RIEŠENIA,
NAŠA CESTA
- 7.FINANCIE K 12. 04. 2026
- 8.FINANCIE
- 9.POĎAKOVANIE

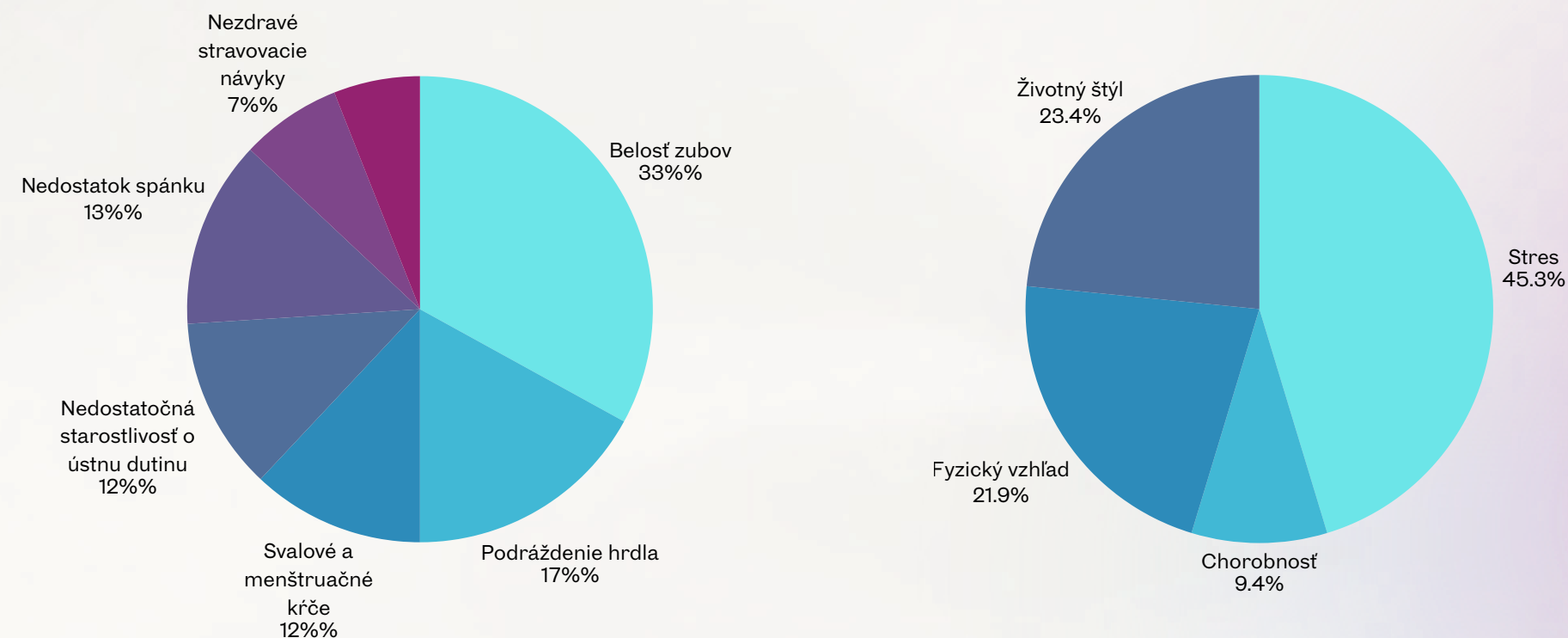


O NÁS

PureFrostelle je študentská firma založená v rámci programu JA Slovensko, ktorú vytvoril tím študentov so záujmom riešiť reálne problémy svojej generácie. Ako mladí ľudia denne čelíme situáciám, ktoré ovplyvňujú naše zdravie, sebavedomie a celkovú pohodu, preto sme sa rozhodli vytvoriť produkt s praktickým prínosom pre mladých.

Na začiatku sme realizovali prieskum medzi študentmi zameraný na wellbeing. Zistili sme, že 36 % mladých trápi sebavedomie a 29 % pociťuje výrazný stres. Medzi konkrétne problémy patrí najmä belosť zubov (33 %), podráždenie hrdla (17 %) a svalové či menštruačné kŕče (12 %), ako aj nedostatočná starostlivosť o ústnu dutinu, nedostatok spánku a nezdravé návyky.

Na základe týchto zistení sme vytvorili funkčné gumené cukríky, ktoré reagujú na konkrétne potreby mladých. Naším cieľom je podporovať wellbeing hrou, dostupnou a praktickou formou a ukázať, že aj jednoduchý produkt môže mať reálny pozitívny dopad.

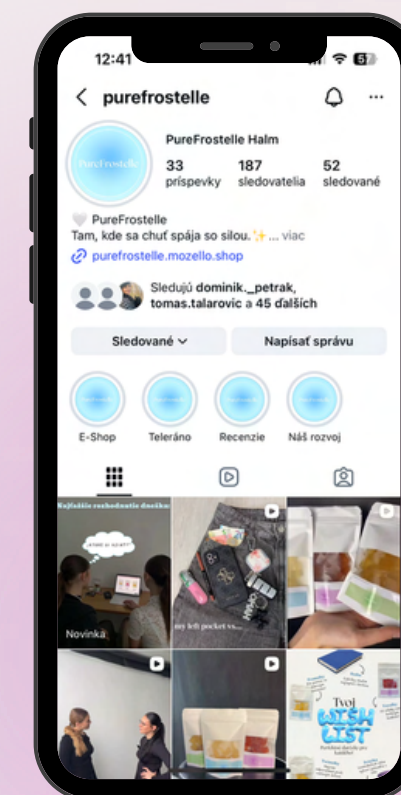


KONTAKT

- @purefrostelle
- @purefrostelle
- @PureFrostelle
- purefrostelle@gmail.com
- +421 911 932 223



Hotelová akadémia
Liptovský Mikuláš



MANAŽMENT

PureFrostelle je študentská firma, ktorú tvoria mladí ľudia, ktorí chcú spájať podnikanie s pomocou a starostlivosťou o druhých. Sme sami mladí, a preto presne vieme, čo naši rovesníci potrebujú – chceme podporovať ich wellbeing a zdravie. Naše gumené cukríky nie sú len sladkosťou, ale majú skutočný prínos pre ústnu dutinu, hrdlo či svalovú pohodu.

Ako tím sa učíme efektívnej spolupráci, organizácii práce a riešeniu problémov. Rýchla a prehľadná komunikácia je pre nás kľúčová a problémy riešime hneď, aby sme predchádzali nedorozumeniam. S podporou našich konzultantov a pedagógov sa snažíme čo najviac priblížiť reálnemu fungovaniu podnikateľského prostredia a robiť veci tak, aby mali zmysel.



ÚSPECHY A REPREZENTÁCIA



TELERÁNO

Teleráno je ranná televízna relácia TV Markíza, kde sme mali možnosť predstaviť našu študentskú firmu a naše produkty širokej verejnosti.



RE-POWER CAMP

Re-power Camp je inovačná súťaž organizovaná JA Slovensko, kde tímy riešia podnikateľské výzvy. S naším projektom sme získali 3. miesto.



VEĽTRH VIEDENĽ

Medzinárodný veľtrh študentských firiem vo Viedni združuje tímy z rôznych krajín. Reprezentovali sme našu firmu, produkty a Slovensko.



VEĽTRH TRENCĽÍN

Veľtrh podnikateľských talentov je súťaž organizácie JA Slovensko, kde sme získali 1. miesto za prezentáciu na pódiu a 2. miesto za finančné riadenie.



ROZŠÍRENIE PREDAJA

Predávali sme naše cukríky na Veľkonočných trhoch v nákupnom centre Stop Shop v Liptovskom Mikuláši, čím sme zvýšili povedomie aj predaj.

MARKETING

AKO OSLOVUJEME NAŠICH ZÁKÁZNÍKOV

Naša cieľová skupina sú tínedžeri a mladí ľudia, preto sa zameriavame na trendy, ktoré ich oslovujú. Vytvárame videá a obsah, ktorý je aktuálny a populárny na sociálnych sieťach. Snažíme sa používať jazyk, ktorý je blízky mladým ľuďom, aby sa cítili súčasťou komunity PureFrostelle.

SEZÓNNE EDÍCIE

Vianočné obaly

Valentínske obaly



CIEĽOVÁ SKUPINA

Vek
15-30 rokov

Záujmy
zdravie, well-being

Pohlavie
muži aj ženy

Komunikačné kanály
Instagram, Facebook,
Tiktok

Forma produktu
gumenné cukriky
namiesto liekov

VYHODNOTENIE ONLINE AKTIVÍT

INTRAGRAM

90K
Zhliadnutí

TIKTOK

208K
Zhliadnutí

FACEBOOK

71K
Zhliadnutí

CELKOVÉ DOSAHY

CELKOVÉ ZHLIADNUTIA

400K

NAJÚSPESNEJŠÍ PRÍSPEVOK

100K

SLEDOVANOSŤ TELERÁNA 27.11. 2025

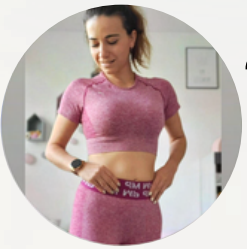
130K

SPOLUPRÁCE



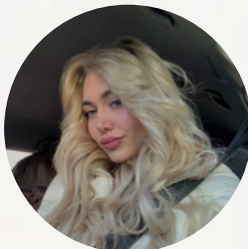
+ 40K

PODNIKATEĽ
@igorrottaj



+ 14K

VÝŽIVOVÝ PORADCA
@barbara_brnova



+ 41K

INFUENCERKA
@yassmine_celi



ŽIVÉ
VYSIELANIE V
TELERÁNE

FROSTELKY

podpora belosti zubov, antibakteriálne účinky v ústnej dutine, osvieženie dychu a podpora celkovej starostlivosti o ústnu hygienu

Energetická hodnota	135 kcal
Tuky	4,5 g
Sacharidy	10 g
Z toho cukry	3 g
Bielkoviny	3,5 g



VOCALKY

úľava pri bolesti hrdla a prehltaní, zmiernenie škrabania a pálenia v hrdle, upokojenie podráždeného hrdla vďaka bylinným zložkám

Energetická hodnota	100 kcal
Tuky	0,5 g
Sacharidy	11 g
Z toho cukry	4 g
Bielkoviny	3,5 g



TWISTELKY

úľava pri svalových a menštruačných kŕčoch, podpora regenerácie svalov a doplnenie horčička pri záťaži

Energetická hodnota	95 kcal
Tuky	0,5 g
Sacharidy	11 g
Z toho cukry	4 g
Bielkoviny	3,5 g



VÝROBA

HYGIENA A BEZPEČNOSŤ VÝROBY

Hygiena našej výroby je zabezpečená v spolupráci so školou, ktorá má schválené priestory na prácu s potravinami. Naše cukríky vyrábame v odbornej učebni technológie určenej pre odbory kuchár a cukrár, kde sú vytvorené vhodné podmienky na hygienickú a bezpečnú prípravu produktov. Výroba tak prebieha v čistom, kontrolovanom prostredí s využitím školského vybavenia a pod dohľadom pravidiel platných pre potravinársku prax.

Všetci členovia tímu, ktorí sa podieľajú na výrobe, majú platné zdravotné preukazy a dodržiavajú zásady osobnej hygieny. Počas výroby dbáme na čistotu pracoviska, hygienickú manipuláciu so surovinami a správny postup prípravy a balenia produktov, aby bola zabezpečená ich kvalita a bezpečnosť.

POROVNANIE S KONKURENCIOU

GUMENÉ CUKRÍKY JOJO

Obsahujú vysoké množstvo cukru

Slúžia len ako sladkosť

Obsahujú umelé prísady

Žiadny prínos pre zdravie

Masová výroba

PUREFROSTELLE

Zdravšia alternatíva a nižší obsah cukru

Obsahujú funkčné zložky s konkrétnym účelom

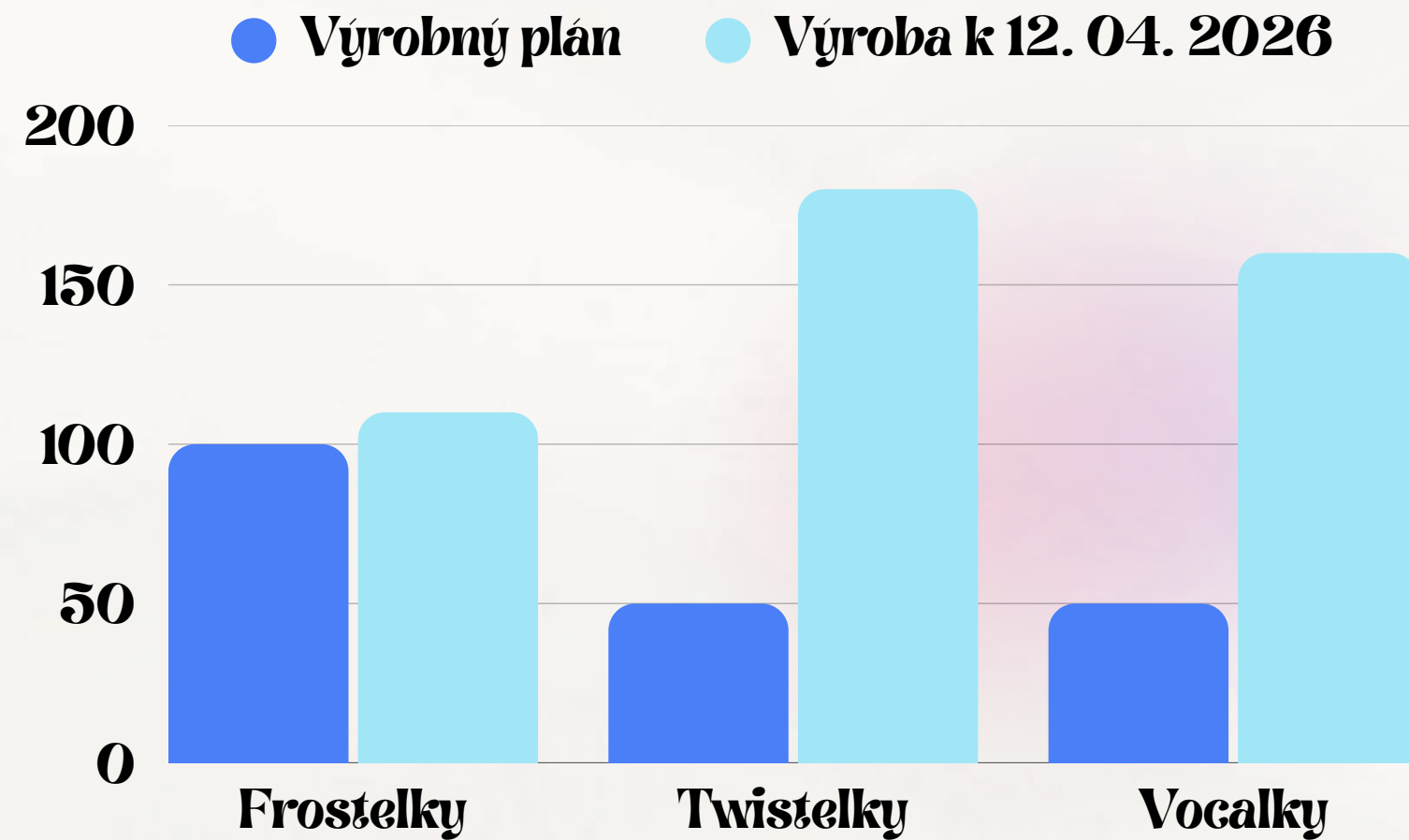
Čisté zloženie bez konzervantov a chemikálií

Podpora ústnej dutiny, hrdla alebo svalov

Ručná výroba v menších dávkach



VÝROBA



FROSTELKY

Plán výroby Frosteliek bol stanovený na 100 ks, pričom sa podarilo vyrobiť 110 ks. Výroba mierne prekročila plán, čo naznačuje stabilný a dobre odhadnutý dopyt.

TWISTELKY

Twistelky boli plánované v množstve 50 ks, pričom skutočná výroba stúpila na 160 ks. V tomto prípade sa potvrdil vyšší dopyt, ktorý si vyžiadal zvýšenie produkcie.

VOCALKY

Pri Vocaliek bol pôvodný plán 50 ks, no reálna výroba dosiahla až 180 ks. Výrazné navýšenie poukazuje na nečakane vysoký záujem zo strany zákazníkov.

ANALÝZA PROBLÉMU A JEHO RIEŠENIE

PROBLÉM CIEĽOVEJ SKUPINY

RIEŠENIE S PUREFROSTELLE

Nízke sebavedomie



Frostelky

Časté bolesti hrdla



Vocalky

Stres a vypäté situácie



Twistelky

Krče po cvičení



Twistelky

Častá konzumácia sladkostí



Frostelky, Vocalky, Twistelky

Menštruačné krče



Twistelky

ANALÝZA A SKUTOČNOSŤ

V rámci analýzy cieľovej skupiny sme identifikovali, že najvýraznejší problém zákazníkov súvisí so svalovými a menštruačnými krčmi, na ktoré sme cielene reagovali produktom Twistelky. Napriek tomuto predpokladu sa v reálnych predajných výsledkoch ako najúspešnejší produkt ukázali Vocalky, určené na potlačenie bolesti hrdla, pričom Twistelky sa umiestnili na druhom mieste v objeme predaja. Tento rozdiel medzi očakávaniami a skutočným správaním zákazníkov si vysvetľujeme viacerými faktormi. Významnú úlohu zohralo najmä načasovanie uvedenia produktov na trh počas jesenného a zimného obdobia, ktoré je typické zvýšenou chorobnosťou a dopytom po produktoch podporujúcich zdravie dýchacích ciest. Zároveň predpokladáme, že chuťové vlastnosti Vocaliek a ich celkové vnímanie zákazníkmi prispeli k ich vyššej atraktivite a opakovanej kúpe. Táto skúsenosť nám poukazuje na dôležitosť zohľadňovania sezónnosti a spotrebiteľských preferencií pri plánovaní výroby a predajných stratégií.

NAŠE PROBLÉMY

1. Nevedeli sme prísť na správny recept Vocalok.
2. Vznikali nezhody v tíme (rozdielne názory, nedorozumenia).
3. Dochádzalo k meškaniu dodávok obalov, čo spôsobovalo zdržanie pri výrobe.

RIEŠENIA

1. Recept sme zmenili a upravili celkovo 6-krát, testovali sme rôzne kombinácie surovín, až kým sme nenašli ten správny.
2. Jasne sme si rozdelili úlohy a pri diskusiách hovoril vždy len jeden člen tímu.
3. Zmenili sme dodávateľa obalov.

NAŠA CESTA 2025/2026

NOVEMBER

Prezentácia v Teleráne

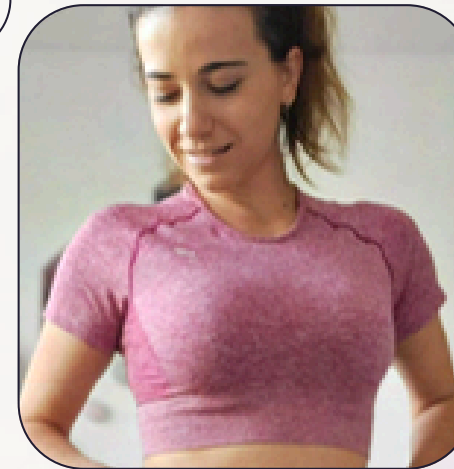
Podarilo sa nám priblížiť nápad našej firmy širokej verejnosti v relácii Teleráno



JANUÁR

Spolupráca

Nadviazali sme prvú spoluprácu s infulencerkou Barbarou Brnovou.



MAREC

Veľtrhy

Účasť na medzinárodnom veľtrhu vo Viedni a na veľtrhu v Trenčíne kde sme získali 1. a 2. miesto



OKTÓBER

Založenie

Založili sme firmu a pracovali na prvom prototype produktu

DECEMBER

Vianoce

Vyrobili sme vianočnú edíciu cukríkov a začali sme predávať na vianočných trhoch



FEBRUÁR

Valentín

Výroba valentínskej edície cukríkov a ich Valentínsky predaj u nás v škole

APRÍL

Rozšírenie predaja

Rozšírili sme predaj našich cukríkov v obchodných centrách.

FINANCIE

TRHOVÝ PODIEL

 TRHOVÝ POTENCIÁL SR	75 000 000 ľudí x 50,4€ = 3 780 000 000€
 TRHOVÝ POTENCIÁL EÚ	900 000 ľudí x 50,4€ = 45 360 000€

↙ **PODIEL NA TRHU (SLOVENSKO)** ↘
 $20 / 900\,000 \cdot 100 = 0,0022\%$

POROVNANIE MARŽE S KONKURENCIOU

ZNAČKA	PREDAJNÁ CENA	ODHAD NÁKLADOV	ODHAD MARŽE
 JOJO	1,25-2,00€	0,40-0,60€	52 - 80%
 PureFrostelle	2,00-2,50€	0,91-1,00€	54,5 - 60%

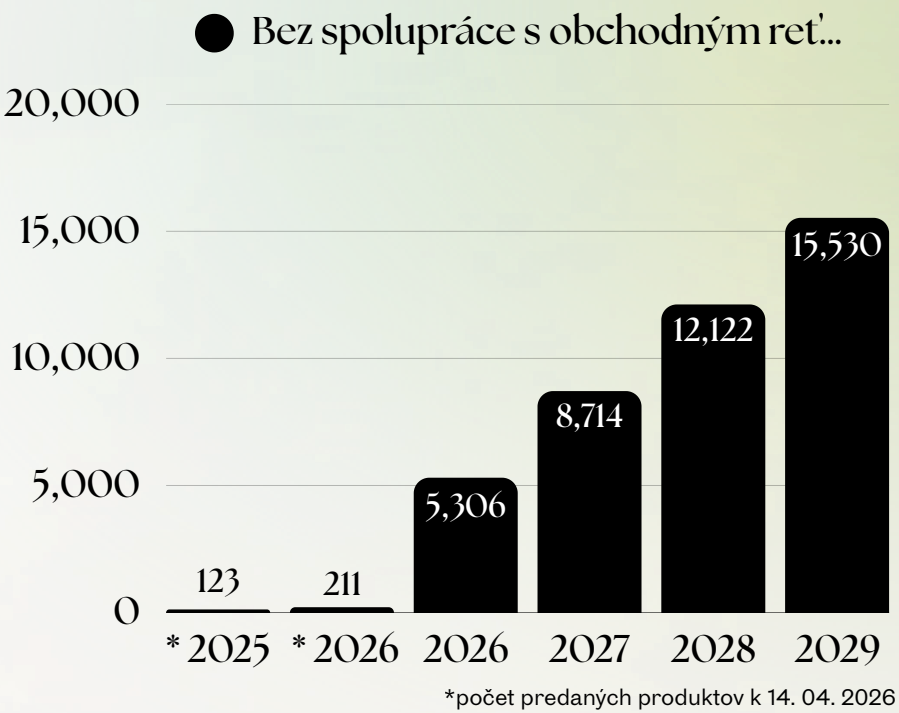
JOJO má stabilne vysokú maržu, pretože vyrába vo veľkom. PureFrostelle má vyššiu predajnú cenu, takže potenciál marže je vysoký, ale náklady sú zatiaľ vyššie. Pri optimalizácii výroby sa môžeme dostať na rovnakú alebo vyššiu maržu ako JOJO, najmä pri Twistelkách.

135%

Naša priemerná marža dosahuje 57%, čo predstavuje prirážku 135%, čím nám umožňuje pokrývať náklady, investovať do rozvoja a zároveň udržať konkurencieschopnú cenu.

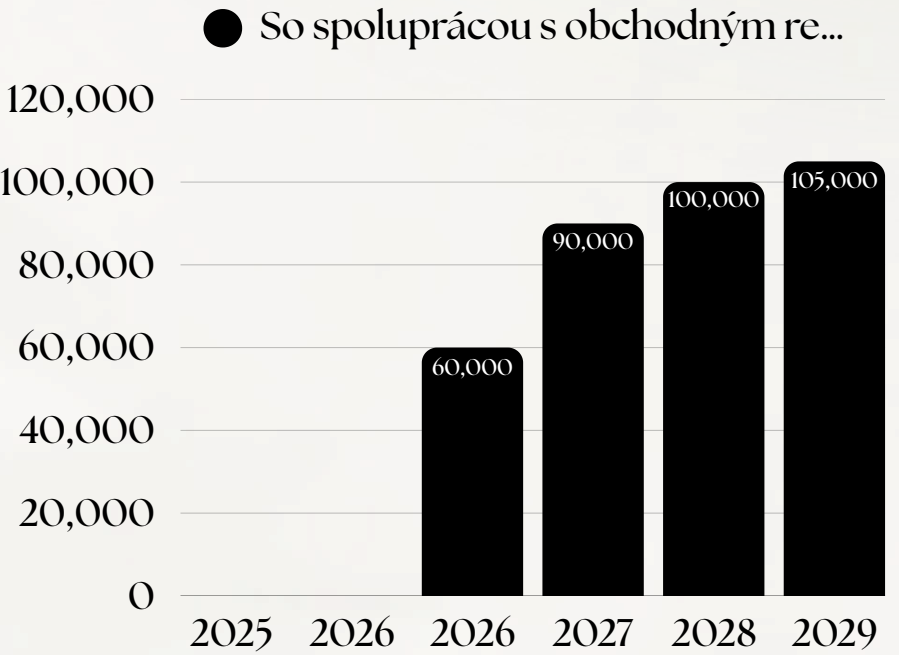
- NA ÚČTOVANIE POUŽÍVAME EKONOMICKÝ SYSTÉM POHODA

CIELE DO BUDÚCNOSTI (3 ROKY)



Predaj bez spolupráce s obchodným reťazcom

V roku 2025 sme zaznamenali prvé predaje a v roku 2026 pokračujeme v raste. Do budúcnosti očakávame postupné zvyšovanie predaja vďaka rozširovaniu povedomia o značke, aktivitám v teréne a budovaniu zákazníckej základne.



Predaj so spoluprácou s obchodným reťazcom

V prípade nadviazania spolupráce s obchodným reťazcom predpokladáme výrazné navýšenie predaja. Distribúcia cez maloobchodnú sieť by nám umožnila osloviť širšiu verejnosť a dosiahnuť stabilný rast v nasledujúcich rokoch.

FINANCIE K 12. 04. 2026

PRÍJMY Z PODNIKATEĽSKEJ ČINNOSTI (TRŽBY)

	Plán	Skutočnosť
Príjmy z predaja tovaru	0,00 €	0,00 €
Príjmy z predaja výrobkov	400,00 €	952,35 €
Príjmy z predaja služieb	0,00 €	0,00 €
Iné príjmy	0,00 €	0,00 €
Príjmy Spolu	400,00 €	952,35 €

VÝDAVKY NA PODNIKATEĽSKÚ ČINNOSŤ

	Plán	Skutočnosť
Výdavky na materiál	215,00 €	268,82 €
Výdavky na nákup tovaru	0,00 €	0,00 €
Mzdy	40,00 €	148,00 €
Iné výdavky	20,00 €	20,00 €
Výdavky SPOLU	275,00 €	436,82 €

VÝSLEDOK HOSPODÁRENIA

	Plán	Skutočnosť
Príjmy spolu	400,00 €	952, 35 €
Výdavky spolu	275,00 €	436,82 €
Výsledok hospodárenia	125,00 €	515,53 €
Daň z príjmu š. f.	12,50 €	51,00 €
Daň z príjmu splatná	12,50 €	51,00 €
Čistý zisk	112,50 €	464,53 €

POMOCNÉ VÝPOČTY

	Plán	Skutočnosť
Počet ks emitovaných akcií	100	100
Nominálna hodnota jednej akcie	2,00 €	2,00 €
Celková hodnota upísaných akcií	200,00 €	200,00 €
Dividenda na akciu	0,70 €	0,20 €
Celkovo vyplatené dividendy	70,00 €	20,00 €

ZOSTATOK PEŇAZÍ NA ROZDELENIE

	Plán	Skutočnosť
Zostatok peňazí v pokladni	325,00 €	715,53 €
Zaplatená daň z príjmu	12,50 €	51,00 €
Vrátenie vkladu akcionárom	200,00 €	200,00 €
Zostatok peňazí na rozdelenie	112,50 €	464,53 €

ROZDELENIE ČISTÉHO ZISKU

	Plán	Skutočnosť
Dividendy	70,00 €	200,00 €
Výdavky na likvidáciu firmy	0,00 €	0,00 €
Iné	42,50 €	264,53 €
Zostatok po rozdelení	0,00 €	0,00 €

BUDÚCNOSŤ V PROCESE

AKČNÉ KROKY	POZNÁMKA	STAV
Overenie trhu	testovanie, spätná väzba	✓
Stabilná výroba	kapacita, kvalita	✓
Hygiena a legislatíva	HACCP, schválenie	⚙️
Balenie a etiketa	obal, EAN kód	⚙️
Kalkulácia ceny	náklady + marža	✓
Ochrana značky	receptúra, logo, názov	💡
Právna forma	s. r. o.	💡
Logistika	sklad, doprava	💡
Obchodná ponuka	produktový list	✓
Rokovanie s reťazcom	prezentácia	✓
Zmluva	obchodné podmienky	✗
Dodávky	spustenie predaja	✗
Marketing	marketing	✓
 HOTOVÉ  PREBIEHA  PLANOVANÉ  NEEXISTUJÚCE		

ŠPECIÁLNE POĎAKOVANIE PATRÍ

Mgr. Veronika Martinkovičová - vyučujúca, najväčšia podpora, náš vzor
 Mgr. Peter Pirončiak - riaditeľ školy
 Miloš Viglaský - sponzor
 TV Markíza - rozhovor v relácii
 Mgr. Barbara Brnová - ambasádorka projektu
 Tomáš Talárovič - bývalý viceprezident marketingu firmy Aima
 Filip Fabian - bývalý viceprezident výroby firmy Trimmi

