

VOIX

Predbežná záverečná správa.

UČITEĽKA : ING. DAGMAR GRANCOVÁ
KONZULTANT: ING. MAREK REISINGER



SPŠ stavebná a geodetická Lermontovova 1, Košice

2025/2026





voix.sf



voix.sf



www.voixsf.com



Voix š.f.



voix.sf@gmail.com



KTO SME MY?

Sme Voix, študentská firma, založená na SPŠ SaG v Košiciach v rámci predmetu aplikovanej ekonómie, ktorá sa zrodila z nášho jedinečného nápadu spájať ľudí pomocou komunikácie a sebarozvoja.

Dávame priestor hlasom, ktoré stoja za to počuť. Názov Voix v preklade z francúzštiny znamená hlas, čo symbolizuje našu snahu ukázať, že každý z nás má svoj jedinečný príbeh, názor a energiu. Otvorenou komunikáciou si vytvárame svoj vlastný autentický zážitok.

Ako? No predsa našou sociálno-komunikačnou spoločenskou hrou Voix.

Sme však viac než len výrobcovia – **sme tvorcovia spomienok**. Aktívne sa venujeme aj organizácii podujatí, ktoré prinášajú emócie a jedinečné momenty. Stáli sme za nezabudnuteľným školským plesom, halloweenom či imatrikuláciou prvákov, kde sme spojili krásu, atmosféru a zážitok do harmonického celku.

4 z 5 manažérov
uvádzajú, že najväčšou
slabinou tímov nie je
odbornosť, ale
komunikácia.

Viac než **60%**
komunikácie dnes
prebieha online

ANALÝZA PROBLÉMU

V dobe, keď sa ľudia stretávajú menej ako kedysi a komunikácia sa čoraz viac presúva do online sveta, zabúdame, aké dôležité je skutočne sa rozprávať, počúvať a rozvíjať samých seba. Práve z tejto potreby sa zrodila naša myšlienka – priniesť hru, ktorá zbližuje nielen k ostatným, ale aj k sebe samému.

45 % ľudí uvádza, že
má problém otvorene
hovoriť o svojich
pocitoch.

Denne priemerný
človek trávi na
obrazovkách takmer
7 hodín.

Zdroje:

DataReportal – Digital 2024 Global Overview Report (We Are Social & Meltwater)
LinkedIn – Global Talent Trends Report
World Economic Forum – Future of Jobs Report 2023
Cigna – U.S. Loneliness Index
Harvard Study of Adult Development

RIEŠENIE - HRA VOIX

„Keď sa ľudia začnú skutočne rozprávať, začnú si skutočne rozumieť.“

Naša hra spája psychológiu, zábavu a sebarozvoj do jedného autentického zážitku. Pomáha ľuďom lepšie komunikovať, porozumieť si a rásť – ako jednotlivci aj ako tímy. Je ideálna pre teambuildingy, tréningy mäkkých zručností, či chvíle, keď chce človek objaviť viac o sebe aj o ostatných.



CENA A CENOVÁ STRATÉGIA

Cena produktu je **24,99 €**. Je stanovená na základe detailnej kalkulácie výrobných nákladov, pričom sme zohľadnili aj kvalitu spracovania, úroveň dizajnu a jedinečnosť herného konceptu. Preto sme zvolili hodnotovú cenovú stratégiu.

Dĺžka hry: 45+ minút
4 druhy kartičiek

Počet hráčov: 2-10
Odporúčaný vek: 15+



Balenie hry obsahuje:

- Hraciu dosku
- 4 druhy kartičiek -
Otázky pre jednotlivca,
Otázky pre kolektív,
Citáty, Situácie
- 10 hracích figúrok
- 100 srdiečok
- Pravidlá

STRUČNÉ PRAVIDLÁ

Každý hráč dostane 10 srdiečok. Hráč hodí kockou. Podľa nej sa presunie na políčko, ktoré mu určí, akú kartičku si má potiahnuť. Na základe nej odpovedá. Ak sa stane, že hráč nebude chcieť odpovedať, nemusí.

Po ukončení každého kola hráči odovzdajú svoje srdiečko tomu, kto sa najviac otvoril a podľa nich najlepšie odpovedal.

Vyhráva hráč s najväčším počtom srdiečok.

CIEĽ HRY

Čo najviac sa otvoriť,
komunikovať a
spoznávať druhých aj
samého seba.



NEW

NOVÁ VERZIA HRY V ANGLIČTINE

Vytvorili sme novú slovensko-anglickú verziu hry s inovovanými kartičkami.

Hra teraz naberať potenciál na zahraničnom trhu, komunikačných hodinách angličtiny, či spoznávanie sa na Erasme.

CIEĽOVÉ SKUPINY

- Firmy, organizácie
- Kouči, terapeuti
- Rodiny, priatelia
- Školy
- Jednotlivci



Běžové kartičky sú citáty, ktoré musí hráč po vytiahnutí opísať vlastnými slovami a vysvetliť, čo pre neho znamenajú.



Biele kartičky obsahujú otázky pre jednotlivca, na ktoré musí hráč úprimne odpovedať.

Sivé kartičky opisujú situácie, v ktorých musí hráč povedať, či sa mu niečo podobné stalo a ako sa vtedy cítil.



Červené kartičky obsahujú otázky pre kolektív, na ktoré môžu odpovedať všetci hráči.



VÝROBNÝ PROCES

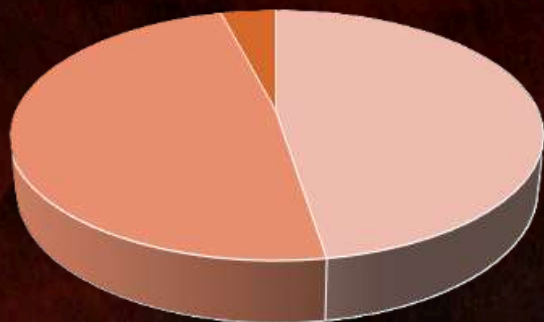
Výrobný proces hry Voix začal návrhom vizuálneho a koncepčného riešenia produktu. Keďže študujeme architektúru a interiérový dizajn, využili sme naše znalosti grafických a návrhových programov na vytvorenie hernej dosky, kartičiek a dizajnu obalovej krabice.

Koncept hry a kartičiek vymysleli členovia našej firmy. Kartičky s nami dôkladne prešla naša školská psychologička.

Finálnu výrobu tlačených komponentov zabezpečuje externá firma na základe nami dodaných podkladov. Herné figúrky a tematické prvky - srdiečka sú objednané od overených dodávateľov. Pravidlá hry sme vypracovali samostatne a následne zabezpečili ich profesionálnu tlač.

Celý výrobný proces je kombináciou vlastného kreatívneho návrhu a spolupráce s externými dodávateľmi, čo nám umožňuje kontrolovať kvalitu a zároveň optimalizovať náklady.

Keby ste mali možnosť zahrať si novú komunikačnú hru, zahráli by ste si?

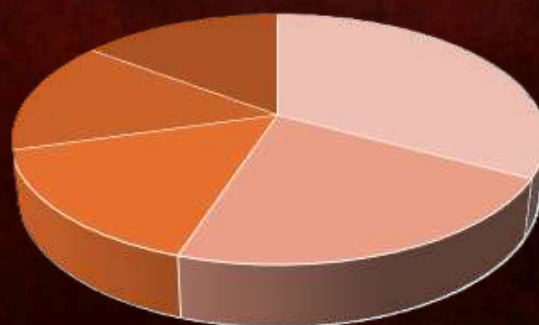


■ Určite áno ■ Možno ■ Skôr nie ■ Určite nie

Väčšina respondentov by si novú komunikačnú hru zahrála, čo potvrdzuje existenciu reálneho dopytu po produkte Voix. Tento výsledok nám potvrdil správnosť nášho podnikateľského zámeru.

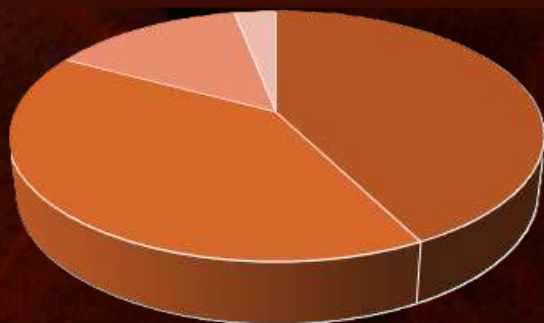
Najviac respondentov uviedlo, že ich pri komunikačných hrách baví zábava a interakcia s ostatnými. Tento výsledok sme zohľadnili pri tvorbe marketingovej komunikácie, ktorá zdôrazňuje zážitok a spoločenský rozmer hry Voix.

Čo vás pri takýchto hrách najviac baví?



■ Zábava a smiech ■ Spoznávanie ľudí
■ Súťaživosť ■ Spolupráca v tíme
■ Učiť sa komunikovať

Páčia sa vám hry, pri ktorých treba rozprávať, opisovať alebo presviedčať ostatných?



■ Áno ■ Skôr áno ■ Skôr nie ■ Nie

Respondenti prejavili pozitívny postoj k hrám založeným na komunikácii, čo potvrdzuje vhodnosť zamerania hry Voix na rozvoj komunikačných schopností a interakcie medzi hráčmi.

S

- originalita produktu
- jasný spoločenský prínos (komunikácia, empatia, sebarozvoj)
- záujem trhu potvrdený dotazníkom
- konzultované s psychológom – odborná dôveryhodnosť
- široké cieľové skupiny
- vhodné pre teambuildingy a rozvoj soft skills
- jednoduchý- zrozumiteľný herný koncept

W

- vyžaduje otvorenosť hráčov
- subjektívne hodnotenie môže vytvárať tlak
- nižšia dynamika pre „klasických“ hráčov

O

- rastúci dôraz na mentálne zdravie
- rastúci záujem o komunikačné hry
- expanzia do HR segmentu (facilitované workshopy)
- partnerstvá (školy, kouči, terapeuti,..)
- lokalizácia do zahraničia (jazykovo jednoducho adaptovateľný produkt)
- rozšírenia tematických edícií (vzťahy, leadership, školy, mládež)
- granty a podpora projektov zameraných na duševné zdravie

T

- silná konkurencia v segmente spoločenských hier
- presun interakcií do online prostredia
- ekonomické obmedzovanie výdavkov firmami
- riziko nevhodnej facilitácie alebo citlivých reakcií

ANALÝZA

MARKETING

Marketingová stratégia je založená na zážitkovom a komunitnom marketingu. Zameriavame sa primárne na mladých ľudí, ktorí vyhľadávajú interaktívne a spoločenské aktivity. Komunikácia produktu je postavená na emócií, zábave a podpore komunikácie medzi ľuďmi. Hru prezentujeme ako nástroj na prekonanie bariér a vytváranie nových vzťahov.

ONLINE KANÁLY

Na online komunikáciu využívame najmä Instagram a TikTok, kde zdieľame príspevky zo zákulisia výroby, zo súťaží, pridávame fotografie a videá nášho produktu spolu s nami organizovanými podujatiami. Podporu nám poskytuje aj oficiálny profil školy, ktorý nás pravidelne zdieľa. V rámci rozširovania mediálnej viditeľnosti je naplánované publikovanie rozhovoru s Rádiom Košice. Súčasťou nášho predajného modelu je aj vlastný e-shop, prostredníctvom ktorého si zákazníci môžu hru objednať online.



EVENT MARKETING

Kľúčovým prvkom našej marketingovej stratégie je event marketing. Počas imatrikulácie a školského plesu s tematikou Las Vegas by Voix bola hra aktívne súčasťou programu. Účastníci si ju mohli vyskúšať priamo na mieste, čo vytvorilo silný zážitok a prirodzenú propagáciu produktu.

OFFLINE PREDAJ

Offline predaj prebiehal v priestoroch školy. Počas DOD na našej škole hra tvorila samostatné stanovisko, kde mali možnosť si ju zakúpiť aj návštevníci. Produkt propagujeme aj prostredníctvom plagátov v škole. Oslovili sme Martinus a Gamifactory o prípadnú distribúciu. Počas dvoch dní sme hru predávali v OD Urban v KE. Predstavovali sme hru v Centre poradenstva a prevencie v KE, kde si psychológovia kúpili našu hru. Prezentovali sme hru na Košickom kariérovom workshoppingu 2026.



FEEDBACK

ODBORNÝ FEEDBACK

Pozitívny ohlas sme získali aj od školskej psychologičky, ktorá ocenila koncept hry ako inovatívny. Podľa jej slov ide o výnimočný projekt, keďže dosková hra so psychologickým a rozvojovým zameraním v takomto formáte na trhu bežne neexistuje.



FEEDBACK OD HRÁČOV

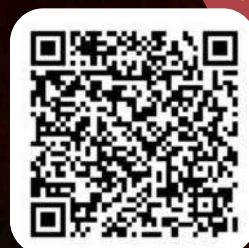
Hráči často uvádzali, že otázky v hre sú podnetné, nútia ich zamyslieť sa a otvárajú témy, nad ktorými sa bežne nezamýšľajú. Mnohí boli prekvapení hĺbkou niektorých otázok a ocenili, že hra nie je iba zábavná, ale má aj osobnostný rozmer.

CELKOVÉ ZHODNOTENIE

Celkovo evidujeme veľmi pozitívne reakcie, pričom hráči oceňujú originalitu konceptu, dizajn produktu a jeho schopnosť podporovať otvorenú komunikáciu.

DOTAZNÍK

Naši zákazníci majú k dispozícii Dotazník spokojnosti, kde sa nám môžu podeliť s ich názorom.



RIADENIE FIRMY A ĽUDSKÉ ZDROJE



VP
VÝROBA
Peter Fridman



VP
ĽUDSKÉ ZDROJE
Katarína Sokolová



PREZIDENT
Gabriela Beczová



VP
MARKETING
Timea Tkáčová



VP
FINANCIE
Veronika Sochová

ROZDELENIE ÚLOH

Rozdelenie úloh prebieha podľa jednotlivých oddelení. Každý člen tímu nesie zodpovednosť za svoju oblasť, pričom dôležité rozhodnutia sú prijímané spoločne.

INTERNÁ KOMUNIKÁCIA

Interná komunikácia prebieha primárne osobne počas školských dní a pracovných stretnutí po vyučovaní. Operatívne záležitosti riešime prostredníctvom sociálnych sietí a online komunikácie.

FIREMNÁ KULTÚRA

Firemná kultúra Voix je postavená na spolupráci, otvorenej komunikácii a vzájomnej podpore. Podporujeme kreativitu a iniciatívu každého člena tímu.

SPOLOČENSKÝ DOPAD

Hra Voix má pozitívny spoločenský dopad, keďže podporuje rozvoj komunikačných schopností, spoluprácu a sociálnu interakciu medzi mladými ľuďmi.

FINANCIE

VÝROBKY

K 13.4.2026

VOIX HRA

Nákup materiálu	318,71€
Tlač kartičiek (200x100ks)	850€
Tlač krabíc (100ks)	420€
Marketing	10€
Mzdy	90€
Predaj Voix hra (4x20€) (65x25€)	1705€
Náklady celkom (100ks Voix)	1688,71€
Príjmy (predaj 55ks)	1705€
Hospodársky výsledok	16,29€
Na sklade k predaju 31ks za 24,99€	1100€

BUFET HALLOWEEN

Nákup surovín	42,60€
Marketing	5€
Mzdy	10€
Príjem z predaja	94,70€
Náklady celkom	57,60€
Hospodársky výsledok	37,10€

IMATRIKULAČNÝ DARČEK

Nákup materiálu	218€
Marketing	5€
Mzdy	20€
Príjem z predaja (108ks)	756€
Náklady celkom	243€
Hospodársky výsledok	513€

FINANCIE

SLUŽBY
K 13.4.2026

IMATRIKULÁCIA

Nákup rekvizít	12€
Nákup odmien	24,01€
Prenájom priestoru	0€
Marketing	5€
Mzdy	30€
Príjem z predaja lístkov	376€
Náklady	71,01€
Hospodársky výsledok	304,99€

PLES VOIX

Nákup tovaru	46,05€
Režijné náklady	44,36€
DJ (hudba)	600€
Prenájom + catering	5656€
Marketing	10€
Príjem z predaja lístkov	6595€
Príjem z tomboly	587€
Mzdy	430€
Príjem celkom	7182€
Náklady celkom	6786,41€
Hospodársky výsledok	395,59€

FINANCIE

PREHĽAD O PRÍJMOCH, VÝDAVKOCH A VÝSLEDKU HOSPODÁRENIA

K 13.4.2026

PRÍJMY Z PODNIKATEĽSKEJ ČINNOSTI

Príjmy z predaja tovaru	587€
Príjmy z predaja výrobkov	2555,70€
Príjmy z predaja služieb	6971€
Iné príjmy	0€
Príjmy spolu	9763,70€

VÝDAVKY NA PODNIKATEĽSKÚ ČINNOSŤ

Výdavky na materiál	1870,86€
Výdavky na nákup tovaru	46,05€
Mzdy	877,50€
Iné výdavky	6748,29€
Výdavky spolu	9542,70€

VÝSLEDOK HOSPODÁRENIA

Príjmy spolu	10113,70€
Výdavky spolu	9542,70€
Výsledok hospodárenia	571€
Daň z príjmu študentskej firmy (10%)	57€
Daň z príjmu študentskej firmy splatná do JA Slovensko	57€
Čistý zisk / Strata	514€

FINANCIE

PREHĽAD O ZOSTATKU PEŇAZÍ A ICH POUŽITÍ

K 13.4.2026

POMOCNÉ VÝPOČTY

Počet ks emitovaných akcií	100
Nominálna hodnota jednej akcie	5€
Celková hodnota upísaných akcií	500€
Dividenda na akciu	5€
Celkové vyplatené dividendy	500€

ZOSTATOK PEŇAZÍ NA ROZDELENIE

Zostatok peňazí v pokladni	1071€
Zaplatená daň z príjmu	57€
Vrátenie vkladu akcionárom	500€
Zostatok peňazí na rozdelenie	514€

ROZDELENIE ČISTÉHO ZISKU

Dividendy	500€
Výdavky na likvidáciu firmy	14€
Iné	0€
Zostatok po rozdelení	0€

21.10. školenie manažmentu.



14.10. vývoj konceptu a návrh dizajnu hry.



29.10. Halloween.

10.10. vypredanie akcií.



22.10. Re- Power Camp KE.



28.10. valné zhromaždenie.

8.10. Innovation Camp BA
odniesli sme si 2. a 3. miesto.

KLÚČOVÉ MÍLNIKY

17.2. workshop
Prezentačné zručnosti.



10.2. Re-Power Camp ZA.

14.11. konferencia Budúcnosť
ma meno Gen-Z.



30.1. stavbársky ples.



24.3. Veľtrh podnikateľských
talentov KE. 1. miesto
marketingová prezentácia,
2. miesto finančné riadenie,
3. miesto produkt firmy.



24.11. imatrikulácia prvákov.

17.12. spustený predaj hry Voix.



PLÁNY DO BUDÚCNOSTI

Projekt Voix plánujeme ďalej rozvíjať aj po ukončení aktuálneho podnikateľského roka. Naším cieľom je rozšíriť dostupnosť hry mimo školského prostredia a nadviazať spoluprácu so spoločnosťami, ktoré sa venujú predaju spoločenských hier, ako napríklad Martinus či Panta Rhei. Týmto krokom chceme sprístupniť hru širšiemu publiku a posilniť jej postavenie na trhu.

Do budúcnosti plánujeme vytvárať nové tematické edície hry, ktoré budú reagovať na rôzne cieľové skupiny a spoločenské témy. Rozšírenie portfólia nám umožní osloviť širší okruh zákazníkov a zároveň udržať produkt inovatívny a aktuálny.

Zároveň chceme prehĺbiť odborný rozmer projektu prostredníctvom spolupráce s odborníkmi z oblasti psychológie a osobnostného rozvoja. Našou ambíciou je, aby hra VOIX nebola len zdrojom zábavy, ale aj nástrojom podporujúcim kvalitnú komunikáciu a budovanie medziludských vzťahov.

Dlhodobou víziou projektu Voix je vytvárať priestor na otvorené rozhovory a prinášať spoločenskú hru, ktorá spája dizajn, emóciu a osobnostný rozvoj.

Našou ambíciou nie je vytvoriť len hru, ale priestor na skutočné rozhovory medzi ľuďmi.



VOIX
Sociálno-komunikačná
spoločenská hra

Podnikateľský rok je pre náš tím obdobím intenzívneho rastu, skúseností a nových výziev. Umožnil nám prepojiť naše odborné znalosti z oblasti dizajnu s podnikateľským myslením a praktickou realizáciou vlastného produktu.

Počas fungovania spoločnosti sme si osvojili zručnosti v oblasti komunikácie, marketingu, plánovania aj tímovej spolupráce. Učíme sa niesť zodpovednosť za vlastné rozhodnutia a flexibilne reagovať na vzniknuté situácie.

Sme hrdí na to, že sa nám podarilo vytvoriť originálnu hru s hlbším významom, ktorá podporuje otvorenú komunikáciu a prináša ľuďom nielen zábavu, ale aj podnety na zamyslenie.

Hra Voix pre nás nepredstavuje iba školskú aktivitu, ale skúsenosť, ktorá nás posunula osobnostne aj profesionálne a potvrdzuje nám, že kreatívne nápady majú potenciál stať sa reálnym produktom.



VOIX

Sociálno-komunikačná
spoločenská hra

ĎAKUJEME

- ING. DAGMAR GRANCOVÁ
- ING. MAREK REISINGER
- MGR. PAVLÍNA BEEROVÁ
- JUNIOR ACHIEVEMENT N.O.
- SPŠ STAVEBNÁ A GEODETICKÁ, LERMONTOVOVA 1, KOŠICE

