



## Spríevodca pre účastníkov JA Veľtrhu podnikateľských talentov

JA Veľtrh podnikateľských talentov je vyvrcholením celoročného úsilia študentov. Základným predpokladom úspechu je uvedenie si, že každá JA 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. Každé JA Firms odporúčame zvážiť a prezentovať voči hodnotiacej porote vhodné prvky svojho jedinečného príbehu. 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 JA Firmy.

Spríevodca vám napovie viac o troch dôležitých súčiastiach veľtrhu:

- ▲ [Správa o činnosti JA Firmy](#)
  - Obsah správy
  - Štruktúra správy
  - Pravidlá pre zaslanie správy
  - Dodatočné odporúčania
- ▲ [Interview vo výstavnom stánku](#)
  - Čo by mali členovia JA Firmy zvážiť
  - Dôležité upozornenia
- ▲ [Prezentácia na pódiu](#)
  - Štruktúra a relevantnosť prezentácie
  - Prezentačné zručnosti a vizuálne pomôcky, originalita
  - Dodatočné informácie k prezentácii

### Správa o činnosti JA Firmy

Správa o činnosti JA Firmy je zhrnutím obdobia podnikania študentskej firmy. Je to dôležitý dokument, ktorý prezentuje, čo JA Firma a v nej zapojení študenti dosiahli. Táto správa je kombináciou štandardnej výročnej správy (opisujúc procesy JA 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 JA Firmy.

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

**Obsah správy – každá správa o činnosti JA Firmy by mala obsahovať:**

#### a) Zhrnutie

Zhrnutie by nemalo prekročiť jednu stranu a malo by poskytnúť základné informácie súvisiace s činnosťou JA Firmy. Zhrnutie je najdôležitejšou časťou správy. Ide o prvú (a často jedinú) informáciu, ktorú budú ostatní čítať a je poslednou časťou, ktorú by ste mali napísať. Ide o stručné zhrnutie dokumentu – čitateľovi je potrebné povedať, prečo je práve vaša JA Firma výnimočná. Ide zvyčajne o prvú stranu/úvod správy.

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.)





### b) Analýzu celkovej podnikateľskej výkonnosti a ziskovosti

Analýza celkovej podnikateľskej výkonnosti a ziskovosti by nemala presahovať jednu stranu. Prezentuje ziskovosť JA Firmy – odkiaľ pochádza zisk a prečo (hrubá a čistá marža, fixné verus variabilné náklady). Vysvetľuje faktory ziskovosti, ako je podnikanie škálovateľné a ako by sa výnosy, náklady a zisk menili v prípade expanzie. Môžete si vybrať miesto v správe o činnosti JA Firmy, kam chcete túto časť umiestniť. Majte len na pamäti, že čitatelia by ju tam mali ľahko nájsť.

### c) Finančnú analýzu

Finančná analýza by mala byť prezentovaná v súhrnnej podobe, ktorá umožňuje ľahké prečítanie a pochopenie. Odporúčaný rozsah je jedna strana. V súlade s celkovými informáciami uvedenými v správe o činnosti JA Firmy a efektívnym zachytením finančnej výkonnosti, poskytuje analýzu hospodárenia, ako aj informácie o (a) plánovanej výške zisku a návrhu na jeho rozdelenie, (b) potrebných finančných zdrojoch a ich využití, (c) kapitále získanom od akcionárov, (d) finančné predikcie, a (e) porovnanie s počiatočným finančným plánom. Môžete si vybrať miesto v správe o činnosti JA Firmy, kam chcete túto časť umiestniť. Majte len na pamäti, že čitatelia by ju tam mali ľahko nájsť.

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>	<b>05</b>	

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	
Zostatok peňazí v pokladni/na účte	006	

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>	<b>10</b>	

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 JA Firmy (22 % z r. 13) – započítava sa na eurocenty smerom nadol	14	
Daň z príjmu JA Firmy splatná do JA Slovensko	15	
<b>Čistý zisk / Strata (r. 13 - r. 15)</b>	<b>16</b>	

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 JA Firmy. Výkaz môže byť prezentovaný mesačne, štvrťročne alebo ako celkový sumár (odporúčané). Mal by obsahovať vysvetlivky, a musí byť overený a podpísaný dobrovoľným konzultantom/učiteľom alebo predsedom dozornej rady JA Firmy.

### Štruktúra správy

Očakáva sa, že správa poskytne všetky podstatné informácie a bude prehľadná a príjemná na čítanie. Okrem uvedených skutočností môže JA Firma zohľadniť nižšie uvedenú štruktúru.

a) *Základné informácie o JA Firme:* Podnikateľské ciele, história, vývoj konceptu, súčasný stav, celková stratégia a ciele. Pre aký problém ponúka vaša JA Firma riešenie?

b) *Výrobok alebo služba:* Opis výrobkov alebo služieb. Vlastnosti a výhody výrobkov alebo služieb. Cenová stratégia a súčasná fáza vývoja. Vlastnícke práva (akým spôsobom sú/nie sú ošetrené), a možný inovatívny prístup.





c) *Operácie*: Plán pre výrobu / dodanie výrobku alebo služby, výrobné náklady, marže, komplexnosť operácií, potrebné zdroje.

d) *Trh a marketingová stratégia*: Opis trhu, analýza konkurencie, identifikácia potrieb a marketingová stratégia, prijatie na trhu a trhové príležitosti, jedinečné schopnosti.

e) *Predaj/ Podpora predaja*: Propagácia a marketingové aktivity JA Firmy, predajné stratégie, ciele v oblasti predaja, školenia a aktuálny predaj.

f) *Riadenie*: Organizačná štruktúra a komunikačné štruktúry / aktivity. Schopnosť tímu (porozumenie riadeniu) realizovať stratégiu v súlade s tým, čo sa naučili, prekonanými problémami, ale aj pozitívnou podporou počas fungovania JA Firmy. Popíšte aj spoluprácu s dobrovoľným konzultantom, prípadne učiteľom.

g) *Budúci potenciál JA Firmy*: Budúci potenciál JA Firmy alebo tiež investičný potenciál. Prezentuje JA Firma predstavy o budúcnosti? Hoci JA Firma funguje len po dobu jedného školského roka, predstavy členov JA 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

- ▲ Správa je zaslaná prostredníctvom registračného formulára cca týždeň pred veľtrhom (presný dátum bude zverejnený v pravidlách na web stránke).
- ▲ Správa musí byť napísaná v slovenskom jazyku.
- ▲ Správa môže mať maximálne 10 strán, nie sú povolené žiadne prílohy. 10 strán nezahŕňa úvodnú (titulnú) a záverečnú (zadnú) stranu. Min. veľkosť použitého fontu písma je 12.
- ▲ Titulná strana (ktorá nie je zahrnutá v povolených 10 stranách) by mala obsahovať:
  - Názov a logo JA Firmy
  - Logo JA Slovensko
  - Školský rok
  - Meno učiteľa, prípadne konzultanta / konzulantov.
- ▲ Správa musí obsahovať finančné výkazy JA Firmy (Výkaz ziskov a strát) v štruktúre, ktorá je uvedená vyššie v tomto dokumente. Výkazy prezentované v správe o JA Firme musia byť overené a podpísané dobrovoľným konzultantom/učiteľom alebo účtovníkom.
- ▲ Správa musí byť odoslaná v PDF formáte. Veľkosť správy je limitovaná na max. 5 MB.

### Dodatočné odporúčania

Správa by mala byť navrhnutá ako jednotný biznis dokument, nie ako séria správ jednotlivých členov firmy. Správa by mala prezentovať úspechy JA 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 JA Firma môže zvoliť, je rozhodnutie požiadať každého člena JA 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 JA Firmy – tak jednotlivých členov ako aj tímový vývoj.
- ▲ Mala by zahŕňať štruktúru firmy.
- ▲ Mala by zahŕňať špeciálne aktivity JA Firmy.
- ▲ Mala by zahŕňať fotografie výrobkov a služieb JA 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/služby potencionálnym zákazníkom.

### Čo by mali členovia JA 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/službu? Je možné odhadnúť, ak sa na stánok pozeráme z diaľky, čím sa JA 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 JA 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 JA 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 dovieŕšť 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 JA Firmy a názov školy, v ktorej JA Firma pracuje, produkt a/alebo ukážku služby a úspechy JA Firmy v predajnosti a finančných výsledkoch.

Správa JA Firmy musí byť dostupná návštevníkom stánku alebo porotcom, avšak iba na vyžiadanie. Tím pozostáva iba z tých členov, ktorí JA 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 predstavuje nesúťažný atribút, ktorý vám však takisto môže pomôcť pri prípravách na veľtrh. 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 JA Firmy, ako sa študenti poučili zo svojich chýb a čo dosiahli, a zároveň preukázať, čo sa počas školského roka v JA Firme naučili. Nejde o prezentáciu výrobku ako takého, očakáva sa profesionálna prezentácia produktu/služby v kontexte hodnoty, ktorú členovia tímu počas školského roka vytvorili a ich skúseností v JA Firme.

Každý tím má na svoju prezentáciu 4 minúty. Všetky súčasti týkajúce sa prezentácie (napr. videá, hudba), musia byť uskutočnené v rámci prideleného časového úseku.

### 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 JA 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 JA 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 JA 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 JA Firmu prezentujete v profesionálnom štýle alebo štýle, ktorý korešponduje s imidžom JA 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 musí byť v slovenskom jazyku.
- ▲ Časová dotácia prezentácie je maximálne 4 minúty. Všetky súčasti týkajúce sa prezentácie (napríklad videá, hudba), musia byť uskutočnené v rámci prideleného časového úseku.





- ▲ Štýl prezentácie by mal byť biznis, ale prezentácia môže byť odľahčená humorom.
- ▲ Prezentácie sa musia aktívne zúčastniť všetci členovia súťažného tímu (nie napríklad jeden hovorca za tím), pričom prezentáciu môžu viesť výlučne členovia súťažného tímu. Spolupráca, interakcia a vzájomná podpora členov tímu je prejavom tímového ducha vo firme.
- ▲ Študenti budú mať k dispozícii prezentér a 1 mikrofón.
- ▲ \*Pre technické zabezpečenie bezproblémového prehrávania prezentácií je potrebné najneskôr v utorok 28. marca 2017 zaslať pripravenú prezentáciu programovému manažérovi (v elektronickom formáte vrátane akýchkoľvek jej súčastí). Pri prezentovaní nebudete mať prístup k internetu. Povolenými formátmi sú PowerPoint a Prezi, akékoľvek iné formáty je potrebné vopred konzultovať s programovým manažérom. Po danom termíne, ani v deň veľtrhu už nebude možné robiť v prezentácii žiadne zmeny ani k nej pridávať žiadne ďalšie súčasti. Ak sú posielané súbory väčšie ako 10 MB, môžete ich poslať cez externé úložiská, napr. [www.wetransfer.com](http://www.wetransfer.com) , [www.ulozto.cz](http://www.ulozto.cz) .

