

Pošlime KLASTRE do škôl

Projekt realizovaný s finančnou podporou Nadácie Ministerstva hospodárstva na rok 2023

Nachádzame sa v období turbulencie sveta. Zmeny sú neustále a prichádzajú v čoraz rýchlejšom tempe. Nezaostať, vnímať všetky zmeny, vedieť sa orientovať, napredovať, toto všetko je veľmi náročné a dosiahnu to z nás len tí najlepší. A byť najlepším, je cieľom každého.

Pripravili sme pre vás malú e-príručku v ktorej sa zameriame na inovatívne nápady, základné fakty a pojmy podnikateľského prostredia a to konkrétne na KLASTRE. V krátkosti opíšeme projekt, jeho ciele a výstupy. Ďalej sa zameriame na definíciu Klastrov, na konkrétne žiacke inovatívne návrhy a ich hodnotenie.

Chceme dosiahnuť, aby sa aj táto téma, dosiaľ v stredoškolských vodách nepoznaná, stala pre žiakov – absolventov stredných škôl témou ktorej budú rozumieť a budú vedieť získané poznatky zúžitkovať vo svojej odbornej praxi.

Názov projektu: „Pošlime klastre do škôl!“

Prijímateľ: SEA – Agentúra pre vzdelanie a vedu

Na základe výzvy „Podpora modernizácie a internacionalizácie slovenských podnikov a klastrov“, boli v projekte zvolené nasledovné **ciele projektu**:

- Podpora modernizácie podnikateľského prostredia prostredníctvom inovatívnych návrhov predkladaných žiakmi stredných škôl
- Podpora vzťahu žiakov stredných škôl k podnikaniu alebo k inovatívnemu prístupu zveľadenia svojho regiónu/ mesta
- Realizácia informačno – vzdelávacích aktivít pre žiakov stredných škôl, prepojených s praxou, prostredníctvom klastrov, podnikov, regiónu, mesta

Po ukončení aktivít boli zosumarizované výstupy projektu.

- **Prepojenie školského prostredia s klastrami.** Nadviazanie spolupráce so Štátnym inštitútom odborného vzdelávania a prepojenie na stredné odborné školy.
- **Webináre, školenia, súťaže .** Prvé prezenčné stretnutie zástupcov SEA – agentúry pre vzdelanie a vedu a ŠIOV so zapojenými školami, ktorým bol poskytnutý zoznam možných fungujúcich klastrov. Pri druhom stretnutí, ktoré sa uskutočnilo online sa prostredníctvom pedagógov predstavili samostatné prezentácie projektov vybraných škôl. Záverečné stretnutie ktoré sa konalo počas Medzinárodného veľtrhu cvičných firiem sa nieslo v duchu prezentácií a video-shotov všetkých zapojených škôl s následným vyhodnotením.

KLASTRE - V odbornej literatúre sú definované dva typy klastrov:

Klastre založené na hodnotovom reťazci – sú obecné definované sieťou dodávateľských väzieb. Napríklad automobilový klaster je obvykle vybudovaný okolo chrbtice hodnotového reťazca spájajúceho výrobcu automobilov s jeho dodávateľmi, ktorí môžu byť ďalej spojení s výrobcami špecializovaných priemyselných zariadení, elektroniky, plastov, gumy a textilu.

Klastre založené na kompetenciách – sa sústreďujú na konkrétnu oblasť technickej expertízy alebo kompetencie v regióne, ako sú napríklad výskumné alebo vzdelávacie schopnosti. V tomto type klastrov nejde o kľúčové dodávateľské väzby v rámci daného sektora ale o aplikáciu samotných znalostí a expertízy často naprieč veľmi odlišnými hospodárskymi aktivitami. Príkladom takého klastra by mohli byť informačné technológie a softvér, ktorých geografická koncentrácia môže byť zrejme, avšak aplikácie a klienti pre tieto schopnosti sú veľmi rôznorodé.

OECD - špecifické rozlíšenie „sektorov“ od „klastrov“: Klastre sú siete vzájomne závislých firiem, inštitúcií produkujúcich znalosti, premostujúcich inštitúcií a zákazníkov prepojených do výrobného reťazca, ktorý vytvára pridanú hodnotu. Koncept klastrov ide teda ďalej než sieťová spolupráca firiem (networking), nakoľko zahŕňa všetky formy odovzdávania a výmeny znalostí a ide tiež ďalej než tradičná sektorová analýza.“

Európska komisia definuje klastre: Skupiny nezávislých firiem a pridružených inštitúcií, ktoré: a.) spolupracujú a súťažia, b.) sú miestne koncentrované v jednom či niekoľkých regiónoch, aj keď tieto klastre môžu mať globálny rozsah, c.) sú špecializované v konkrétnom priemyselnom odvetví sprevádzanom spoločnými technológiami a schopnosťami, d.) sú buď znalostné alebo tradičné

- Rastie význam tzv. „domácej základne“, miesta, kde sa koncentrujú zručnosti, znalosti a skúsenosti dodávateľov a miestnych inštitúcií, ktoré dokážu niektoré lokality zmeniť v tzv. inovačné centrá konkrétnych odborov.
- Nie veľkosť firmy, ale stále viac veľkosť príslušného zoskupenia je základným predpokladom pre udržateľný rozvoj členov týchto zoskupení.
- Rastie význam špecializácie, ktorá vytvára predpoklad pre to, aby sa v určitej lokalite robili špecifické veci na maximálnej možnej kvalitatívnej úrovni..¹

¹ www.inovujeme.sk; Certifikácia klastrov (štúdia)

Predstavenie jednotlivých prezentácii žiakov k projektu „Pošlime klastre do škôl“

Podnikateľský zámer č.1:

Zlepšenie financovania a rozvojové riešenia pre klaster OZ Veľkokrtíšska vína cesta

Vypracoval: Tím cvičnej firmy Vínny Sokol, s.r.o. Spojená škola Jarmočná 1 992 80 Modrý Kameň

Zhrnutie Občianske združenie Veľkokrtíšska Vína Cesta (ďalej len „VKVC“) vzniklo s cieľom rozvíjať cestovný ruch a propagovať vinohradníctvo a vinárstvo v územnej pôsobnosti okresu Veľký Krtíš na národnej a časom i medzinárodnej úrovni. Za týmto účelom združuje členov, prevažne výrobcov a milovníkov vín, ktorí majú záujem do určitej miery sa podieľať na rozvoji regiónu. Vďaka projektu „Pošlime klastre do školy“ a vďaka niekoľkoročnej spolupráci, s propagáciou VKVC pomáha aj cvičná firma Vínny Sokol, s.r.o. zo Spojenej školy z Modrého Kameňa, ktorá sa zameriava na distribúciu vína a na someliárske služby.

Cieľom tohto projektu bolo priniesť zlepšujúce návrhy, ktoré by po ich realizácii mohli vytvoriť predpoklady pre trvalo udržateľné financovanie, aby mohol klaster fungovať a pre jeho ďalší rozvoj a tým aj rozvoj cestovného ruchu v spolupráci so Spojenou školou v Modrom Kameni.

Opis klastra: Obchodné meno: Veľkokrtíšska vína cesta o.z. Právna forma: občianske združenie
Dátum vzniku: 3. mája 2012 Sídlo: Osloboditeľov 66, 990 01 Veľký Krtíš IČO: 42300436 DIČ: 2023516264
Predmet činnosti: Propagácia a rozvoj cestovného ruchu, vinohradníctva a vinárstva v regióne.
Druh vlastníctva: Vlastníctvo združení, politických strán a cirkví SK NACE: 94992 Činnosti záujmových organizácií
Analýza trhu Konkurencia: Vďaka tomu že VKVC zlučuje takmer všetkých väčších oficiálnych vinárov v okrese V. Krtíš, nie je našim cieľom vytvárať konkurenciu medzi nimi a takisto nám výrazne neprekáža konkurencia iných vínnych ciest nakoľko máme jedinečný terroir v rámci Slovenska. Konkurenciu skôr vidíme v lacných dovozových vínach prevažne z Maďarska, Španielska či Talianska, ktoré sú distribuované cez maloobchodné siete ktoré predávajú vína.

Vo vínnych cestách by sa dalo povedať, že ťaháme všetci za jeden povraz. Ako konkurenčné by sme mohli vnímať tieto vínne cesty: - Tokajská vína cesta z Tokajskej vinohradníckej oblasti - Malokarpatská vína cesta z Malokarpatskej vinohradníckej oblasti - Kamenínska vína cesta z Juhoslovenskej vinohradníckej oblasti - Nitrianska kráľovská vína cesta z Nitrianskej vinohradníckej oblasti - Turnianska vína cesta z Východoslovenskej vinohradníckej oblasti
Napriek uvedenému vnímame priestor na spoluprácu s konkurenčnými vínnymi cestami v oblastiach vinohradníctva, vinárstva a cestovného ruchu, nakoľko regióny na Slovensku sú jedinečné svojou ponukou, kultúrou i tradíciami a to je veľká devíza našej krajiny. Vieme si predstaviť aj hostovanie zástupcov inej vínnej cesty na podujatiach organizovaných VKVC.
Zákazníci: Sme otvorený pre akéhokoľvek zákazníka ale našimi najčastejšími klientmi sú všetci milovníci krajiny, vína a gastronómie, účastníci cestovného ruchu, ktorí hľadajú regionálne produkty, ale aj účastníci podujatí, organizovaných VKVC alebo jej partnermi. Väčšinou sa jedná o zákazníkov prevažne z blízkeho okolia (kraja).
Naši členovia - kľúčoví vinári z VKVC zo Stredoslovenskej vinohradníckej oblasti: Movino, s. r. o., Osloboditeľov 66, 990 01 Veľký Krtíš Rodinné Vinárstvo Zsigmond, Vinica 1249, 991 28 Vinica Chateau Selešťany winery & destilery, Selešťany 69, 991 06 Záhorce, Víno Natural Domin & Kušický, s. r. o., Poľná 878/5, 990 01 Veľký Krtíš, Víno G.A.-BOR, 1. mája 354/5, 991 ,6 Želovce, Rodinné vinárstvo Ďurík, 222, 991 07

Opatovská Nová Ves, Rodinné vinárstvo Csernus, Vinica 1471, 991 28 Vinica, Vinári z Dolných Plachtiniec (lokalita „Háj“) Vinárstvo Ing. Jozef Képeš a ďalší.

SWOT ANALÝZA: Silné stránky: - rýchle spojenie so všetkými partnermi a vinármi po celom okrese. - dobré vzťahy a osobné známosti. - rýchle rozhodovanie. - všestrannosť - každý člen vo VKVC je dôležitý. - jedinečný terroir (pôdnymi podmienkami podobný francúzskemu Burgundsku) Slabé stránky: - obmedzenie na určitú oblasť. - v našom tíme je stále málo členov. - chýbajúci stály referent/projektový manažér - takmer žiadne pravidelné financovanie oz Príležitosti: - rozšíriť trhy - získať zdroje z projektov - vytvoriť vlastné produkty/služby - vytvoriť prevádzku - Hrozby: - rast cenovej hladiny - zvýšenie sadzieb spotrebnej dane na vína - pandemické obmedzenia - prírodné katastrofy - nízka kúpna sila v regióne

Marketing: Marketing VKVC je nevýrazný, jeho účinnosť je najviac viditeľná pred spoločnými podujatiami členov združenia a počas nich. Pomáha aj Oblastná organizácia cestovného ruchu so sídlom v Lučenci (ďalej len „OOCR“). Do budúca bude potrebné marketing VKVC výrazne zlepšiť. Rezervy sú vo finančných aj ľudských zdrojoch občianskeho združenia. Z toho vyplývajú aj návrhy produktov, opatrení či investícií do budúca. Produkty a odporúčané riešenia pre zabezpečenie fungovania a rozvoja VKVC:

- Navrhujeme vytvorenie vlastnej značky vína VKVC s názvom „© Bratíkovské cuvée“, ktoré na základe získaných dát z prieskumu navrhujeme vytvoriť z odrôd Tramín červený v kombinácii s rulandským bielym alebo rizlingom rýnskym alebo Veltlínskym zeleným v pomeroch navrhovaných štatútom vlastnej značky. (T: prerokovať na nasledujúcom VZ)
- Navrhujeme vytvoriť vernostný systém na základe členských kariet/aplikácie mimoriadnych členov bez hlasovacieho práva s možnosťou čerpania zliav a výhod u partnerov VKVC ako i na podujatiach organizovaných VKVC. (T: do 2 rokov).
- Navrhujeme vytvoriť spoločnú prieskumnú predajňu vín VKVC v spojení s reštauráciou na pôde Spojenej školy v Modrom Kameni okr. V. Krtíš ako prevádzku, kde sa prostredníctvom duálneho vzdelávania môžu do rozvoja cestovného ruchu v regióne zapojiť i mladí ľudia z odborov: obchodná akadémia, logistika, kuchár, čašník a v budúcnosti i služby v cestovnom ruchu. Vhodné by bolo i zväzanie ľudí z kúpeľov Dudince, z aqua parkov, firiem a.i. Po úspešnom testovaní je žiaduce hľadať možnosti rozšírenia aj v iných prevádzkach (Termín do 5 rokov).
- Navrhujeme vytvoriť vlastnú web stránku s kronikou vín výrobcov VKVC a s e-shopom, ktorú by mohli spravovať žiaci obchodnej akadémie so zameraním na marketing a s prepojeniami na sociálne siete, kde by mohli vytvárať príbehy a realizovať reklamné kampane pre VKVC. (T: v horizonte 3 rokov)
- Navrhujeme naďalej realizovať spoločnú nákupnú politiku na degustačné poháre a na spoločné propagačné materiály VKVC a pre pestovateľov hrozna zväziť a rozšíriť možnosti nákupu chémie na ošetrovanie voči chorobám viniča hroznorodého a vinárske potreby pre spracovanie skladovanie a školenie vín so zväzovaním otvorenia prieskumnej predajne s vinárskymi potrebami. (T: ASAP)

Ceny: Ceny je potrebné nastaviť na prijateľné pre obe strany tak, aby to bolo zároveň hospodárne pre VKVC. Distribúcia Pre produkty VKVC odporúčame naďalej využívať priamu i nepriamu distribúciu s možnosťami uplatnenia stratégií B2B a B2C.

Propagácia: Do propagácie klastra je potrebné zainteresovať všetkých členov VKVC, naďalej spolupracovať s OOCR a pre jednotlivé riešenia nastaviť individuálnu propagačnú politiku s uplatnením princípu hospodárnosti a s využitím všetkých dostupných komunikačných nástrojov a

prostriedkov. (rozhlas, televízia, soc. siete a internet, osobný predaj, RP, priamy marketing, exteriérové médiá a pod.)

Manažment a ľudské zdroje: Aktuálne VKVC riadi predseda a členovia rady. Ich činnosť však nie je pravidelne platená a je založená často aj na dobrovoľníctve. Riešenia sme sa snažili smerovať tak, aby sme pri ich úspešnej realizácii dokázali generovať finančné zdroje na vytvorenie miesta pre stáleho zamestnanca VKVC ideálne na plný úväzok, ktorý by sa staral o fungovanie a rozvoj VKVC, na ktorom momentálne členovia pracujú väčšinou ako dobrovoľníci. Vízia do budúcnosti V budúcnosti máme záujem sa stať silným plnohodnotným partnerom, pre všetkých, ktorí majú záujem rozvíjať cestovný ruch v našom regióne.

Záver Prvotné riešenia, v prípade, že sa ich podarí realizovať, by mali napomôcť získaniu zdrojov na vytvorenie pracovného miesta a na rozšírenie členskej základne tak, aby z uvedených návrhov prosperovali všetci (členovia VKVC i účastníci cestovného ruchu). Následne je možné voliť ďalšiu rozvojovú stratégiu, ako vytvoriť sieť podnikov cestovného ruchu a zastrešiť ju pod spoločný podporný systém s výhodami pre všetky strany.

Hodnotenie

Pri odbornom hodnotení jednotlivého podnikateľského zámeru sme postupovali podľa nastavených kritérií: **Dodržanie zadania; Realnosť; Originalita; Využitie marketingových nástrojov; Kvalita podaných informácií;**

Podnikateľský zámer „Zlepšenie financovania a rozvojové riešenia pre klaster OZ Veľkokrtíšska vínná cesta“, získal najvyššie bodové hodnotenie.

Dodržanie zadania; Originalita; Realnosť : Vychádzal z reálnej spolupráce s existujúcim klastrom. **Originalita** nápadov prepojená s inováciami predurčuje **reálne** úspešné uplatnenie predkladaných návrhov. Oblasť vínných ciest nie je u nás neznáma, napriek tomu veľmi oceňujeme množstvo a realnosť predkladaných návrhov.

Kvalita podaných informácií: Podnikateľský zámer, obsahoval všetky požadované informácie, bol podaný veľmi zrozumiteľne.

Využitie marketingových nástrojov: Zosumarizovanie momentálnej reálnej situácie klastra v marketingovej oblasti a následné podanie viacerých návrhov smeruje k možnosti výberu cesty pre nové marketingové nastavenie Klastra.

Podnikateľský zámer č. 2.:

Obchodné meno: Royal Athletic Complex cvičná firma

Právna forma: spoločnosť s ručením obmedzeným

Miesto podnikania: Obchodná akadémia Imricha Karvaša Bratislava Hrobáková 11, Bratislava

Dátum vypracovania: 9. november 2023

Podnikateľský zámer je vypracovaný pre HEMP CLUSTER so sídlom v Badíne v rámci projektu Pošlime klastre do školy pod záštitou SEA - agentúry pre vzdelávanie a vedu, realizovaný s finančnou podporou Nadácie Ministerstva hospodárstva SR

Zhrnutie: HEMP CLUSTER bol založený v roku 2018 na podporu spolupráce v oblasti inovácií a vytvárania partnerstiev v odvetviach súvisiacich s konope. Je zameraný na výskum a vývoj nových alebo inovovaných konopných výrobkov, s úlohou kooperatívneho rozvoja konopného priemyslu a na technologicky orientovaných spoločnosti, s cieľom zabezpečiť trvalo udržateľný rozvoj konopnej výroby s vysokou pridanou a ekologickou hodnotou, prostredníctvom silného a synergického združenia podnikov zo Slovenska a susedných krajín. Kompetentní zástupcovia tohto klastra a všetci s vôľou k spolupráci z radov pestovateľov, spracovateľov, staviteľov, technológov, architektov, sa snažia, aby sa biocirkulárna ekonomika a regeneratívne poľnohospodárstvo rozširovalo aj na Slovensku.

2. Definícia problému: Pri vývoji a výskume nových technológií a konopných výrobkov je v súčasnosti veľmi dôležitá požiadavka „z pôdy vzišlo, do pôdy sa vráti“. Základom aliancie podnikov biocirkulárneho odvetvia je vo všetkých smeroch zhodnotenie konopného materiálu. Je nevyhnutné vybudovanie kooperatívnej siete od pestovateľov cez spracovateľov až k výrobcom. Tu je potrebné vedenie pestovateľov k využívaniu fytoenergetického potenciálu poľnej produkcie a vedenie výrobcov k zeleným produktovým líniam.

3. Opis produktu: Hlavným zdrojom pre technické využitie plodiny je stonka. Vlákno z nej získané sa dá vrstviť a vyrábať izolačné panely, ktoré obsahujú navyše aj 10 – 15 % pazderia. Stmelené sú pomocou lepidla vlákna na báze polyetylénu. Využitie pazderia, teda celulózovej drevnatej časti stonky, je vhodné v stavebníctve v podobe ľahkej výplňovej hmoty, ktorá vznikne s jeho zmiešaním s vápenným hydrátom a je známa ako konopný „betón“. Je dôležité zdôrazniť, že ide zatiaľ o jediný stavebný materiál so zápornou uhlíkovou stopou. Tieto dosky potiahnuté drevenou dyhou slúžia ako pohľadové, podlahové alebo nábytkárske dosky. Okrem drevenej konštrukcie je možné konopné materiály široko využiť pri kompletnej realizácii stavieb. Výstupom spolupráce v produkčnej fáze sú dosky a stavebný systém z konopného pazderia a recyklovaných materiálov. V súčasnosti prebiehajú skúšky ďalších variantov pre nábytkárstvo a dizajn interiérov. Výrobky s očakávanými vlastnosťami a nižšou hmotnosťou prinesú vyššiu užívateľskú hodnotu, uvoľnenie ekologickej záťaže, znížia emisie zo spracovania, výroby, dopravy a prispievajú k zníženiu ťažby lesov. Technológia lisovaných dosiek alebo panelov z konopného pazderia predstavuje „suchú“ cestu v konopnom staviteľstve. Dosky sa na konci životného cyklu budú môcť vrátiť do biologického obehu. To považujeme za skutočnú recykláciu. Hempcrete je „mokrú“ technológia, ktorá je preskúmaná a upravená z pohľadu aktívnych zložiek a ich pomerov, ako aj vo vzťahu k lokálnym zdrojom. Ide o modifikované výplňové aj omietkové zmesi, ktoré tvoria ucelený stavebný systém.

4. Spoločenský dopad: Konopné výrobky s unikátnymi vlastnosťami prinesú uvoľnenie ekologickej záťaže, prispievajú k zmysluplnejšiemu využitiu dreva, umožnia zdravú kultúru života a v konečnom

dôsledku môžu výraznou mierou pomôcť k premene slovenského poľnohospodárstva aj priemyslu – rozšírením poľnohospodárstva o biocirkulárny priemysel. V tejto oblasti je nevyhnutná tvorba politiky a systémov podpory inovácií a sektorových transformácií. Veľmi dôležitou sa stáva medzisektorová spolupráca podnikov a výskumných organizácií vo vývoji a výrobe organických výrobkov z regionálnych surovín. V Európskej únii fungujú podporné programy pre zaradenie konopy v rámci priemyslu založenom na trvalej udržateľnosti – „Bio based industry“. Stačilo by ich implementovať a podporiť na štátnej úrovni, avšak nie iba po formálnej, ale aj obsahovej – praktickej úrovni. Rastlina konopy viaže počas vegetácie veľké množstvo CO₂ a naopak produkuje kyslík. Teda pri výrobe mnohých produktov má často zápornú uhlíkovú stopu. Jej zaradenie do oševného postupu je prínosné pre pôdu, ktorú prevzdušňuje svojimi hlbokými koreňmi, ktorými dosiahne k vlaha aj v suchom období.

5. SWOT analýza: Silné stránky • krátke dodávateľské reťazce • originálne výrobkové inovácie • skúsení a vzdelaní pracovníci • zdieľanie nákladov pri využití družstevného systému Slabé stránky • drahá pracovná sila • neznáma výrobná značka • nízka podpora v oblasti pestovania a spracovania konope • absencia adresnej pomoci klastrom v oblasti legislatívy Príležitosti • vznik nových skupín spotrebiteľov • zníženie prekážok pri vstupe do nového odvetvia • vývoj mobilnej lámačky konope • medzinárodná spolupráca Hrozby • nepresadenie sa na trhu • vysoké ceny • nedostatok zákazníkov • prírodné a klimatické podmienky

6. Analýza trhu: Konope je pár rokov predmetom dynamicky sa rozvíjajúceho priemyslu, ktorého objem rastie celosvetovo medziročne o 20 – 25 %. Slovensku, ako krajine so širokou agrárnou základňou, by táto príležitosť nemala ujsť. Konope je kráľovnou kultúrnych rastlín, pretože z nej môžeme vyrobiť takmer čokoľvek prospešné životu – jedlo, krmivo, liečivá, kozmetiku, textil, papier, náterové látky, stavebné a izolačné materiály, biokomposty, palivá a ďalšie. Toto všetko tvorí široké produkčné portfólio s potenciálom medziodborových synergií. Zvýšením pestovateľskej výmery by bola konopná surovina omnoho dostupnejšia, aj cenovo a prepojenie poľnohospodárskej produkcie s biohospodárstvom by pomohlo diverzifikovať ako poľnohospodársku, tak aj priemyselnú výrobu. Slovensku len chýba ambícia, aby sa mohlo zaradiť medzi lídrov v zelenej ekonomike Európy. Konopa siata otvára príležitosť a výzvu, ako naplniť produkčný potenciál Slovenska a zároveň vytvárať vysokú pridanú hodnotu na modernej technologickej aj ekologickej úrovni. Obehové hospodárstvo a udržateľné zatepfovanie tvorí súčasť novej koncepcie regionálnych stredísk spracovania potravín a odpadov, kde sa môžu realizovať spoločne obce a poľnohospodári. Na regionálnej úrovni by mali byť zástupcovia, ktorí svojou rozhľadenosťou a prístupom otvoreným príležitostiam môžu pomôcť tomuto rozvoju. Hoci len výstavbou nájomných konopných domov, ktoré by prilákali mladé rodiny k životu a podnikaniu v obci. Konope je schopné poskytnúť udržateľný a odolný obchodný model, ktorý by mohol byť príkladom celému poľnohospodárskemu sektoru vo väzbe na stavebný priemysel. Významnou sa stáva implementácia regulačných zmien, ktoré sú schopné pritiahnúť potrebné investície, ktoré sú nevyhnutné na zvýšenie výroby a marketingu konopných produktov.

7. Marketingový plán: Zaujímavým faktom z histórie je skutočnosť, že bývalé Československo bolo v konopnom priemysle veľmocou. Slováci mali dokonca vyšľachtenú aj svoju vlastnú odrodu. V súčasnosti si slovenskí pestovatelia musia objednávať osivá z Francúzska, Talianska, či Poľska. Dopyt po konopných produktoch rastie spolu s množstvom ľudí, ktorí hľadajú vysokokvalitné a trvácne výrobky vyrobené ekologickým spôsobom. Tu môžu vycítiť šancu hlavne strední a malí podnikatelia. Konope nám môže zabezpečiť komfortné výrobky pre 21. storočie a popritom poskytnúť významné možnosti v pestovaní, spracovaní a predaji. Hlavným cieľom našej stratégie je výskum a vývoj nových alebo inovovaných konopných výrobkov. Tieto výrobky majú predpoklad vysokej pridanej a ekologickej hodnoty, ktorá môže pomôcť k rozvoju poľnohospodárstva a naštartovaniu

biocirkulárneho priemyslu. Schopnosť konope rásť takmer vo všetkých podnebných pásmach, zároveň úžasná výrobová všestrannosť tejto rastliny, sa výborne hodí pre bioregionálnu ekonomiku. Našou víziou je napomôcť výrobe tovarov pre lokálnu spotrebu, čo zabezpečí nové pracovné príležitosti a daňovú základňu. V súčasnosti pri nedostatku tovaru na našom trhu spracovatelia konope vynakladajú vysoké náklady na dovoz. Podporou lokálneho trhu by sme tieto náklady výrazne eliminovali. Vzniká možnosť medzisektorovej spolupráce podnikov a výskumných organizácií vo vývoji a výrobe organických výrobkov z regionálnych surovín. Pre pestovateľov konope je najväčším problémom jeho zber, ktorý vyžaduje špeciálny kombajn. To je ďalšia príležitosť pre strojárenský sektor pri vývoji a výrobe takéhoto zariadenia. V najbližšej dobe sa očakáva výsledok z vývoja mobilného stroja na spracovanie konopných stoniek, ktorý by uľahčil proces spracovania. Uvedomujeme si, že poľnohospodári aj spracovatelia bojujú s veľkým investičným dlhom. Rozdeľovanie eurofondov nie je dostatočne efektívne. Tu vzniká možnosť, aby rezort poľnohospodárstva zabezpečil transparentnejšie a efektívnejšie využívanie verejných zdrojov, aby poľnohospodári mohli nakupovať poľnohospodársku techniku, ako aj investovať do poľnohospodárskych stavieb. Keďže sa zatiaľ nedá spoliehať na verejné zdroje a priamu podporu od štátu alebo Európskej únie, riešením v budúcnosti bude vo väčšej miere využívanie súkromných zdrojov a ponúka sa možnosť vytvoriť vlastnú „crowd investing“ platformu pre zelené hospodárstvo. Ďalším nástrojom pre rozvoj regionálnej ekonomiky je ísť „kooperatívnou“ cestou, kedy by sa zdieľala časť nákladov, ale aj výnosov, z ktorých by sa financoval spoločný výskum a vývoj, vytvárali by sa odbytové združenia a nastavili by sa prijateľné ceny.

Hodnotenie

Dodržanie zadania: Projektový zámer splnil dodržanie zadania prepojenia sa na existujúci klaster. PZ „**Royal Athletic Complex cvičná firma**“ je vypracovaný pre HEMP CLUSTER so sídlom v Badíne. Jeho zameranie na podporu spolupráce v oblasti inovácií a vytvárania partnerstiev v odvetviach súvisiacich s konope, konkrétne na výskum a vývoj nových alebo inovovaných konopných výrobkov, je veľmi náročnou témou pre žiakov stredných škôl.

Reálnosť; Využitie marketingových nástrojov: Očakávané inovatívne návrhy a riešenia boli podané vo všeobecnosti, bez konkrétneho odporúčania v oblasti marketingu. Orientovať sa v oblasti vývoja a navrhnúť nové možnosti marketingu tohto odvetvia a zviditeľnenia sa, však nie je ľahkou úlohou.

Kvalita podaných informácií: Opis fungovania klastra bol veľmi detailný. Oceňujeme prienik žiakov do tejto problematiky a posun informácii o klasteri širšej verejnosti.

Podnikateľský zámer č 3.:

Obchodné meno: IT Valley v Košiciach

Právna forma: nezisková organizácia

Miesto vypracovania: Obchodná akadémia, Watsonova 61, Košice

Úvod: Počas minuloročného štúdia sme boli oslovené pani profesorkou ohľadom zapojenia sa do vzdelávacieho projektu. Projekt je organizovaný Agentúrou pre vedu a vzdelávanie – SEA. Účelom projektu je oboznámiť žiakov stredných škôl o fungovaní a podstate klastrov na Slovensku. Do projektu je zapojených 8 škôl z rôznych regiónov Slovenska a my sme sa stali súčasťou. V súvislosti s týmto projektom sme vyzvali viacero klastrov na východnom Slovensku s ponukou spolupráce. Po neúspešnom kontaktovaní väčšiny z nich sa nám nakoniec podarilo spojiť s neziskovou organizáciou IT Valley v Košiciach. Od začiatku komunikácie boli veľmi ochotní s nami spolupracovať a poskytnúť bližšie informácie o ich priebehu fungovania.

Základné informácie o podnikateľskom subjekte a opis produktu: Víziou klastra Košice IT Valley je vytvoriť regionálne partnerstvá IT firiem, vzdelávacích inštitúcií a regionálnych samospráv. Tie prispievajú k rozšíreniu a skvalitneniu vzdelávacích programov a vytvoria široké portfólio pracovných príležitostí pre kvalifikovanú pracovnú silu. Okrem toho má klaster záujem vytvoriť jednotnú stratégiu na dosiahnutie prosperity regiónu východného Slovenska, a tým zabezpečiť postupné zvyšovanie kvality života jeho obyvateľov. Poslaním klastra Košice IT Valley je vytvárať priaznivé podnikateľské prostredie podporujúce všetky formy spolupráce a inovácií v rámci regiónu východného Slovenska, podporovať udržateľnosť a konkurencieschopnosť IT spoločností na celom svete. Zameriavame sa aj na vytváranie a prinášanie pracovných miest s vyššou pridanou hodnotou do regiónu v rámci spolupráce jednotlivých subjektov. V tejto súvislosti je ich poslaním podporovať škálu vzdelávacích programov potrebných pre tieto pracovné miesta a motivovať mladých ľudí k štúdiu a práci v oblasti IT a robotiky. Považujú za dôležité vypracovať a realizovať stratégiu pre znalostnú ekonomiku a informačnú spoločnosť s využitím koncepcie "učiachich sa regiónov" a implementácie digitálnych ekosystémov. V súvislosti s dôrazom na vzťahy a dobrú pracovnú morálku sa neustále snažia uplatňovať ich nápady na základe dôvery a vybudovaného EKO systému, ktorý vytvorili medzi jednotlivými partnermi. Pri postupe o získaní nových partnerov sa snažia ponúkané služby vysvetliť a nechať finálne rozhodnutie o vstupe do spolupráce na základe ich vlastnej vôle. Ako dôkaz ich fungujúceho EKO systému sa do projektu zapojilo už viac ako 200 spoločností.

Sídlo: Sídlo firmy sa nachádza v malebnom meste Košice, ktoré je metropolou východu. Snažili sa o spojenie najdôležitejších podmienok pre úspešné riadenie firmy. Ich prioritou bola vhodná lokácia pre vykonávanie dôležitých potrieb, ktoré súvisia s poskytovaním ich služieb. Firma vznikla na pôde Technickej univerzity vďaka podpore košického kraja, rôznych univerzít a firiem. S touto spolupracou sa im v roku 2007 podarilo skompletizovať nápad a podporiť vznik IT Valley. Košický samosprávny kraj ich nápad podporil a rozhodol sa podieľať na rozvoji začínajúcej sa neziskovej organizácie, ktorá bola založená na základe iniciatívy vysokoškolákov vytvoriť niečo pre prosperitu kraja. Výsledkom bolo znížiť nezamestnanosť a vylepšiť výsledky týkajúce sa produktivity a následného hrubého domáceho produktu. Počas svojho rozvoja získali mnoho spojení so súkromnými inštitúciami, ale aj univerzitami, ktoré sa rozhodli navzájom spolupracovať na vylepšení už rozbehnutého podnikateľského plánu.

Analýza trhu: Každý podnik alebo organizačná jednotka musí vo svojej činnosti reagovať na potreby zákazníkov a odhadnúť mieru ich efektívnosti a žiadateľnosti. Tieto potreby sa môžu neustále meniť, a preto je potrebné nastaviť analýzu trhu včas a správne. Potreby zákazníkov sú častokrát nevyspytateľné, a z toho dôvodu je dôležité byť presvedčený o správnosti vyžadovanej potreby. Analýza trhu slúži na vykreslenie všetkých neodkladných záležitostí, s ktorými sa firma stretáva na dennej báze. Na základe potvrdenia všetkých faktorov s výsledkom v prospech firmy sa do projektu vložia následné financie a taktiež potrebný čas na vykonanie prisluhujúcich výkonov. S ich partnermi sa aj naďalej snažia rozširovať záujmy celej firmy a propagovať cieľ, ktorý si určili už na začiatku. Každodenne sa snažia analyzovať a kontrolovať zmeny v správaní zákazníkov a poskytovať služby, ktoré sa stretávajú s ich požiadavkami. Najdôležitejšou zložkou celého trhu je kontrolovať záujem o ich služby a uchovávať si už nadobudnutú dôveru. Neustále sa snažia vzbudzovať záujem aj o nové nápady a projekty, v ktorých vidia potenciál na ich nasledovný rast. V posledných rokoch sa rozrástli nové smery ohľadom IT vzdelávania a IT Valley na túto trhovú reakciu reagovalo okamžite. Vďaka dobrému systému trhovej analýzy vedeli spropagovať nové úmysly a priblížiť IT svet aj staršej generácii. Pokúsili sa nadviazať spojenie staršej generácie so základnými zručnosťami online sveta. Tento projekt sa ukázal ako vhodné rozšírenie a naďalej pokračujú v rozvíjaní inovatívneho nápadu.

Inovácia (marketingový plán): Po dlhom uvažovaní sme dospeli k ideálnemu riešeniu ako zviditeľniť firmu IT Valley pomocou inovatívneho návrhu. Ako stredoškólači sa častokrát ocitneme v situácii spojenej s nedostatkom skúseností na ponúkané pracovné pozície a stávame sa nevhodnými kandidátmi na prijatie. Rozhodli sme sa sústrediť práve na túto problematiku a nájsť vhodné riešenie, ktoré by pomohlo nie len študentom, ale aj riaditeľom firiem. Vďaka neústupnej konkurencii a nátlaku na získavanie kvalifikácii od tých najlepších, sme sa rozhodli vziať do úvahy spojenie vysokých škôl so stredoškólkami. náš zámer spočíva v riešení konfliktov a projektov v súvislosti s vysokoškólskymi projektami. Stredoškólači sa budú zúčastňovať na vysokoškólskych projektoch, ktoré korešpondujú s ich študijným odborom. Vďaka tomuto návrhu sa študenti presunú do kvalitného prostredia s neobmedzeným počtom možností ako navrhnuť správne riešenie. Štruktúrou tejto mentality je obohatiť študentov o nové poznatky a rozšíriť požadované vedomosti. Práve táto skúsenosť im môže pomôcť nadobudnúť chýbajúce zručnosti a otvoriť im dvere do celého sveta. V súvislosti so spoluprácou medzi strednými a vysokými školami sme dospeli k ďalšiemu nápadu, ktorý by pomohol hlavne stredoškólačom. Väčšina študentov sa nevie rozhodnúť ohľadom výberu vysokej školy, preto by pre nich bolo veľkým prínosom do budúcnosti, ak by sa počas svojho posledného ročníka mohli zúčastniť na vysokoškólskych prednáškach. Túto možnosť by mohli využívať poobede, aby to nijak nezasahovalo do ich vyučovania. Získali by príležitosť vidieť ako to funguje na danej škole, ako prebiehajú prednášky a taktiež by mohli nadviazať nové kontakty s vysokoškólskymi študentami, ktorí by im poskytli bližšie informácie o škole. Na základe týchto skúseností by sa vedeli lepšie rozhodnúť, naviedlo by ich to akým smerom by sa mali uberať a zistili by, či je daná škola pre nich tá pravá. Na druhej strane by to bolo prínosom aj pre vysoké školy, ktoré by si vďaka tomu vedeli prilákať viac študentov a zviditeľnili by týmto ich školu.

SWOT analýza: IT sektor reprezentovaný Košice IT Valley SWOT analýza

Silné stránky

- Košice IT Valley ako združenie má výbornú pozíciu nielen v rámci lokálneho prostredia, ale je rešpektovanou organizáciou v rámci širšieho regiónu a má dosah na tvorbu strategických politík v rámci východného Slovenska.
- Má dobré meno, čo ho radí medzi rešpektované inštitúcie na východnom Slovensku.
- Silná IT komunita so silnou lokálnou a regionálnou príslušnosťou.

Slabé stránky:

- Model financovanie klastra, ktorý je priamo úmerne závislý od členských poplatkov, a tým pádom je jeho schopnosť podpory lokálnych aktivít značne obmedzená.
- Nedostatočný počet interných zamestnancov na pomerne veľké množstvo aktivít.
- Na veľké množstvo aktivít veľmi slabý marketing a PR.
- Nízky podiel výskumných, vývojových a inovačných aktivít v členských podnikoch.
- Odchod talentovaných absolventov stredných a vysokých škôl do zahraničia za účelom ďalšieho štúdia alebo zamestnania v IT oblasti.

Príležitosti:

- Financovanie projektov a aktivít klastra prostredníctvom zdrojov tretích strán, verejných financií alebo ich kombinácie.
- Aktívna účasť na príprave a implementácii strategických dokumentoch rozvoja Košického a Prešovského samosprávneho kraja.
- Spolupráca medzi IT firmami, akademickým prostredím a regiónmi pri identifikovaní, príprave a implementácii projektov.
- Navýšenie interných kapacít klastra.
- Prostredníctvom lepšej viditeľnosti klastra a jej PR aktivít možno prilákať nových členov a osloviť novú skupinu možných budúcich zamestnancov.

Hrozby:

- Prostredie, na ktoré má špecifický vplyv nielen dostatočný počet pracovnej sily na istej kvalifikačnej úrovni a rastúce mzdové ohodnotenie v danom sektore a regióne, ale aj lokalita a charakter pracovných pozícií, ktoré si budú vyžadovať najvhodnejšiu kombináciu odbornosti a schopnosti prinášať inovácie.
- Možná strata budúcich investícií v regióne v dôsledku nedostatku IT odborníkov.
- Proexportné zameranie IT firiem v regióne.

Záver: Po zohľadnení všetkých faktorov sme dlhodobo pracovali na vývine inovatívneho návrhu pre IT Valley. Aj napriek tomu, že je táto organizácia veľkým prínosom pre východné Slovensko sme našli priestor na rozvoj. Výsledkom tohto projektu bola inovácia, ktorá zlepšuje nielen kvalitu vedomostí zamestnancov, ale je taktiež prínosom pre stredoškolákov a vysokoškolákov. Vďaka tomuto projektu sme nadobudli mnoho plnohodnotných vedomostí, ktoré zaručene využijeme aj v budúcnosti.

Hodnotenie

Reálnosť: Zámer prepojiť IT klaster so stredoškolákmi a vysokoškolákmi cez projekty je výborná a nanajvýš reálna myšlienka. Stredoškoláci sa budú zúčastňovať na vysokoškolských projektoch, ktoré korešpondujú s ich študijným odborom. Vďaka tomuto návrhu sa študenti presunú do kvalitného prostredia s neobmedzeným počtom možností ako navrhnuť správne riešenie.

Originalita: Projekt je zaujímavý a originálny tým, že prepája existujúcich a budúcich zamestnancov a poskytuje pre všetkých prepojenie povinností so zábavou.

Využitie marketingových nástrojov: myšlienka projektu je výborná ale z hľadiska marketingu nie je dostatočne prepracovaný a dotiahnutý.

Kvalita informácií: Je dobrá. Projekt dodržal zadanie prepojiť sa na existujúci klaster. Očakávané inovatívne návrhy podali bez konkrétneho odporúčania v oblasti marketingu.. Posun informácii o klasteri širšej verejnosti veľmi oceňujeme.

Podnikateľský zámer č. 4.:

Obchodné meno: U vajíčka, s.r.o.

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Sídlo: Obchodná akadémia, Bolečkova 2, Nitra

Predmet podnikateľskej činnosti: Poskytovanie služieb občerstvenia v spojení s predajom na priamu konzumáciu

Úvod: Firma U Vajíčka, s.r.o. bola založená v rámci predmetu cvičná firma. Sme malá firma, ktorá vyrába a predáva slané a sladké raňajkové menu. Hlavným cieľom našej spoločnosti je vyrábať a ponúkať kvalitné výrobky, ktoré slúžia na uspokojenie chutí našich zákazníkov. Dôležitým aspektom našej firmy je vybudovať si dobré vzťahy so zákazníkmi, ktorí sa dennodenne budú snažiť začať svoj pracovný deň raňajkami v našom podniku. Na zákazníkoch nám veľmi záleží a našou snahou je, aby sa u nás cítili každý deň výnimočne.

Víziou našej firmy je prinášať ľuďom v úvode dňa jedinečné raňajkové menu, ktoré ich naladí na kreatívne a inovatívne myšlienky.

Poslanie = naše raňajky budú ich zákazníci považovať za každodenný rituál, bez ktorého neodídu do práce. Budú im počas dňa dodávať silu, sebavedomie a odvahu kráčať vpred a nevzdávať sa. V našom regióne významne spolupracujú dva klastre. Ide o Bioekonomický cluster zameraný na podporu biohospodárstva – využívanie biologicky rozložiteľných materiálov v rámci regiónu, ale aj na vyššej úrovni. V nemalej miere k ekológii prispieva aj Slovenský plastikársky cluster s poslaním zostaviť čo najviac projektov zacielených na biodegradovateľné materiály s myšlienkou „Keď plastový odpad nie je odpad“.

OPIS PRODUKTU: Raňajkové menu predstavuje produkty, o ktoré je stály záujem v každom ročnom období a v každom počasí. Menu vieme variovať podľa sezónnej ponuky ovocia a zeleniny našich regionálnych dodávateľov. Všetci naši dodávatelia surovín a obalových materiálov sú aktívnymi členmi klastrových spoločností v Nitre. Vďaka tomu sú naše výrobky nielen chutné, ale aj zdravé. Pestovateľské postupy, ktoré sú využívané pri pestovaní ovocia a zeleniny, sú zamerané na biohospodárstvo, sú ekologické a zároveň ekonomicky efektívne. Súčasne obalové materiály rešpektujú všetky ekonomické a ekologické požiadavky, ktoré sú v dnešnej dobe od 3 potravinárskych produktov očakávané. Je aj konkurenčnou výhodou to, že máme k dispozícii produkčné spoločnosti v rámci klastra, ktoré spĺňajú požadované technologické zadania. Vďaka nim sme v rámci Nitry jedineční v poskytovaní sezónnych raňajkových jedál a nápojov. V našom raňajkovom menu ponúkame na výber slané raňajky v podobe miešaných vajíčok so zeleninou, ham&eggs alebo volské oká, slané croissanty a domáce bagety. Sladké raňajky sú vo forme wafli, lievancov, palacínok a sladkých croissantov doplnené vhodným nápojom. Sezóna jeseň: - Nápoj = pumpkin spice latte - Sladké raňajky = croissant cube (novinka na trhu) = lievance s lesným ovocím a javorovým sirupom Sezóna zima: - Nápoj = rôzne druhy punču = perníkové latte - Sladké raňajky = ovsené kaše so sušeným ovocím, medom a orieškami = jablkovo-škoricové lievance Sezóna jar: - Nápoj = domáce limonády s príchutou bazy, rebarbory, malín a jahôd - Slané raňajky = miešané vajíčka s pažitkou, žeruchou a jarnou cibulkou Sezóna leto: - Nápoj = domáce ľadové čaje (zelený, resp. čierny čaj s domácim hruškovým a jablčným sirupom) = ľadová káva - Sladké raňajky = wafle so sorbetom z domáceho ovocia - Slané raňajky = ľahké letné zeleninové šaláty Vedúci výrobného tímu sleduje zásoby a určuje obsah nákupu, realizuje nákupy a stará sa o včasný a správny nákup. 4 Vedúci

marketingu s vedúcim predaja výrobkov a s vedúcim propagácie koordinuje ich práce, asistuje a radí im. Aktívne sa podieľa na tvorbe a plnení marketingového plánu.

ANALÝZA TRHU: Naša spoločnosť U Vajíčka, s.r.o. sa orientuje na širokú škálu zákazníkov, nielen žiakov a študentov, pracujúce obyvateľstvo, ale aj na ostatných zákazníkov, t.j. ženy v domácnosti, dôchodcov a pod.. Najväčšiu ako aj najsolventnejšiu skupinu by mali tvoriť práve pracujúci. Pre túto skupinu by sme v budúcnosti (po lepšom spoznaní sa) chceli ponúkať aj možnosť usporiadať firemné neskoré raňajky. V meste Nitra je málo reštaurácií poskytujúcich raňajkové menu, ide skôr o tzv. fastfoody. Ľudia začínajú uplatňovať zdravý životný štýl, v ktorom raňajky zohrávajú dôležitú úlohu. Na trhu v rámci regiónu máme teda výhodu poskytovania čerstvého raňajkového menu, ktoré pravidelne obmieňame podľa sezóny a spĺňa požiadavky na zdravé stravovanie.

MARKETINGOVÝ PLÁN: Reklamnú kampaň sme začali na začiatku novembra 2022. Na oboznámenie spotrebiteľov s našimi výrobkami sme si vytvorili účet na Instagrame a Facebooku, a vlastnú webovú stránku, kde sme uverejnili našu ponuku jedál a nápojov. Našu cenovú politiku ovplyvňuje najviac výška našich nákladov. Na trhu máme viacero konkurentov, v podobe tzv. fastfoodov. Vďaka jedinečnosti našej ponuky čerstvých raňajok môžu byť naše ceny na vyššej úrovni, oproti konkurencii. V budúcnosti plánujeme rozbehnúť donáškovú službu, hlavne pre zákazníkov na homeoffice. Dôležitým aspektom našej firmy je vybudovať si dobré vzťahy so zákazníkmi, ktorí sa dennodenne budú snažiť začať svoj pracovný deň raňajkami v našom podniku.

SWOT analýza cvičnej firmy U Vajíčka, s.r.o.

Silné stránky: Kvalifikovaný kolektív; Vysoká kreativita; Nízka konkurencia; Kvalitné domáce suroviny; Originálne výrobky; Inovačná schopnosť; Podľa sezóny;

Slabé stránky: Neznáma spoločnosť; Poloha mimo centra mesta; Nízke vedomosti o riadení firmy;

Príležitosti: Donášková služba; Ďalšia prevádzka v blízkosti centra; Konzultácie so skúseným manažérom;

Hrozby: Prevádzky s podobným sortimentom; Cenové ponuky domácich farmárov a pestovateľov;

Hodnotenie

Reálnosť: Nápad prepojiť stredoškóľakov na plastikársky klaster je výborný ale veľmi málo popísaný.

Originalita: V popise projektu sa spomenuli klastre a teda prepojenie školy, cvičnej firmy a klastra v dvoch vetách. Z čoho vôbec nie je jasné, ako a kam až dospela spolupráca školy a klastra.

Využitie marketingových nástrojov: V rámci projektu sa žiaci v rámci marketingu zamerali len na cvičnú firmu.

Kvalita informácií: Bioekonomický cluster zameraný na podporu biohospodárstva – využívanie biologicky rozložiteľných materiálov v rámci regiónu a Slovenský plastikársky klaster s poslaním zostaviť čo najviac projektov zameraných na biodegradovateľné materiály s myšlienkou „Keď plastový odpad nie je odpad“ boli spomenuté ale z projektu nie je jasná spolupráca, inovatívnosť.

Projektový zámer splnil dodržanie zadania prepojenia sa na existujúci klaster. Očakávané inovatívne návrhy a riešenia boli podané vo všeobecnosti,

Podnikateľský zámer č. 5.:

Obchodné meno: SHAPE, s.r.o.

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Sídlo: Obchodná akadémia, Murgašova 94, Poprad

Zhrnutie: Podnikateľský zámer obsahuje návrh cvičnej firmy SHAPE, s. r. o. na vypracovanie produktu Balík služieb poradenstva pri začatí podnikania pre absolventov strednej alebo vysokej školy v okrese Poprad, tzv. fitcubátor pre Slovak Smart City Cluster v Poprade. V prvej časti sú uvedené základné informácie o podnikateľskom subjekte – záujmovom združení. Druhá časť obsahuje popis ponúkaného produktu. Analýza trhu, kde sa bude produkt poskytovať je popísaná v tretej časti. Stručne obsahuje aj formu využívanej reklamy na oslovenie zákazníkov. SWOT analýza je obsahom štvrtej časti. Posledná piata časť obsahuje rozpočet, ktorý obsahuje vynaložené výdavky cvičnej firmy na vypracovanie návrhu reklamy pre Slovak Smart City Cluster.

1. Základné informácie o podnikateľskom subjekte Slovak Smart City Cluster je záujmové združenie právnických osôb, ktoré spája zástupcov podnikateľského prostredia, nositeľov technologických inovácií, reprezentantov verejnej správy a akademického prostredia od roku 2016. Sídlo združenia je Námestie sv. Egídia 44, 058 01 Poprad, sídlo kancelárie je na Mnoheľovej 828, Poprad. V súčasnosti má združenie 20 aktívnych členov. Zakladajúcim členom bolo mesto Poprad, Slovenská technická univerzita v Bratislave, Atos IT Solutions and Services, s. r. o., Innogy Solution, s. r. o., Slovanet, a. s., Schneider Electric Slovakia, s. r. o. a KOOR, s. r. o. Najvyšším orgánom je členská schôdza. Výkonným orgánom je predstavenstvo združenia a na jeho čele je predseda Igor Wzoš. Poslaním združenia je začleniť kapacity celého spektra dotknutých inštitúcií, samospráv a podnikateľov v prospech rozvoja a implementácie konceptu rozumných miest a mestských regiónov na Slovensku. Na naplnenie úloh a realizácii jednotlivých aktivít je vytvorených 10 pracovných skupín, ktoré sa vzájomne dopĺňajú, aj keď majú špecifické zameranie.

Ide o: 1. METODIKA SMART CITY 2. INTELIGENTNÁ SPRÁVA MESTA (SMART GOVERNANCE) 3. INTELIGENTNÁ EKONOMIKA (SMART ECONOMY) 4. INTELIGENTNÁ ZDRAVOTNÁ STAROSTLIVOSŤA SOCIÁLNE SLUŽBY (SMART HEALTHCARE) 5. INTELIGENTNÁ ENERGETIKA A INTELIGENTNÉ BUDOVY (SMART ENERGY) + CIRCULAR ECONOMY 6. INTELIGENTNÁ DOPRAVA (SMART MOBILITY) 7. VZDELÁVANIE, TURIZMUS (EDUCATION & TOURISM) 8. IKT 9. PR 10.FINANCOVANIE / PROJEKTY / GRANTY

2. Opis produktu: Cvičná firma navrhla združeniu produkt - Balík služieb poradenstva pri začatí podnikania pre absolventov strednej alebo vysokej školy v okrese Poprad, tzv. fitcubátor. Vychádza sa z predpokladu, že jedna z pracovných skupín je vzdelávanie a turizmus. V produkte pôjde o nasledujúce služby: ➤ pomoc pri tvorbe podnikateľského zámeru – marketingového plánu, finančného plánu, plánu manažmentu, ➤ marketingové poradenstvo, ➤ financie a marketingové plánovanie, ➤ pomoc pri získavaní finančných zdrojov – napríklad grantov, dotácií, ➤ poskytnutie priestoru, IT vybavenia, ➤ pomôcť mladým ľuďom, motivovať ich, aby ostali v regióne. Vízia do budúcnosti je v jednoduchých krokoch podať budúcim podnikateľom prehľadné informácie o podnikateľskom prostredí s cieľom čo najskôr začať podnikateľskú činnosť.

3. Analýza trhu: V okrese Poprad sídli deväť stredných škôl, ktoré majú zameranie ekonomické, zdravotnícka škola, elektrotechnické, polytechnické, chemické, stavebné, IT technológie, cestovný

ruh, spoločné stravovanie. Okrem klasických stredných odborných škôl sa v okrese Poprad nachádzajú aj gymnáziá, a to gymnázium s vyučovacím jazykom nemeckým, súkromné anglické gymnázium, športové gymnázium, cirkevné gymnázium, reálne gymnázium, kde študujú žiaci od piateho ročníka základnej školy a klasické gymnáziá. V každej škole sa nájdu žiaci, ktorí už počas štúdia majú dobrú podnikateľskú víziu, ale nemajú možnosť a prostriedky na jej realizáciu. Aj preto sme sa rozhodli pomôcť združeniu a urobiť propagáciu medzi žiakmi stredných škôl a gymnázií. Po prieskume trhu sme zistili, že v meste Poprad poskytuje podobný produkt Regionálne poradenské a informačné centrum Poprad, ktoré sa zameriava tiež na rozvoj malého a stredného podnikania v oblasti výroby, služieb a obchodu. Ide o mimovládnu organizáciu, ktorú poznajú aj študenti cvičnej firmy SHAPE, s. r. o. z Obchodnej akadémie Poprad. Ďalšou inštitúciou, ktorá by mohla poskytovať služby pri začatí podnikania je Úrad práce sociálnych vecí a rodiny. Nevýhodou je však potreba registrovať sa, požiadať následne o príspevok na podnikanie a následne vykonávať podnikateľskú činnosť. Výška príspevku sa môže líšiť v Poprade a v Kežmarku, prípadne v rámci celého Slovenska. Produkt Balík služieb poradenstva pri začatí podnikania pre absolventov strednej alebo vysokej školy v okrese Poprad bude konkurencieschopný, nakoľko priestory v Slovak Smart City Cluster majú moderné vybavenie, zaujímavé pre mladých a tvorivých budúcich podnikateľov. Na reklamu produktu sa využijú sociálne siete, ktoré využívajú mladí ľudia. Každý študent má svojich priateľov a cez svoj Facebook, Instagram vie zdieľať reklamný leták, reklamné video. Náklady na reklamu sa tak minimalizujú na tlač letákov, ktoré sa roznesú medzi jednotlivé školy popradského okresu, do klubov, fitnesscentier, internátov. Realizácia produktu je možná od mája tohto roku, nakoľko v júni 2024 končia absolventi a začínajú sa rozhodovať o štúdiu alebo podnikaní. Aj v prípade, že študenti budú prijatí na vysokoškolské štúdium, majú možnosť začať rozvíjať svoj podnikateľský nápad v priestoroch Slovak Smart City Cluster.

4. SWOT analýza V tejto časti sa venujeme SWOT analýze Slovak Smart City Cluster.

SILNÉ STRÁNKY • stabilná spoločnosť s dobrým menom • vybavenosť priestorov s novými zariadeniami a programovou technikou • mladý a tvorivý tím • skúsenosti zamestnancov a partnerov

PRÍLEŽITOSTI • noví absolventi, tvorivosť • nedostatok vhodných pracovných miest na trhu práce pre absolventov • zmena zákonov – pracovný čas, mzda • nízke zastúpenie takého typu startupov v Poprade

SLABÉ STRÁNKY • nedostatok financií • rast nákladov • nepripravenosť absolventov na trh podnikania

OHROZENIA • nové zákony (môže byť aj príležitosť) • politické rozhodnutia • odchod mladých ľudí zo Slovenska • neochota pracovať, podnikáť u mladých ľudí

5. Rozpočet Cvičná firma SHAPE, s. r. o. reálne spolupracuje so záujmovým združením Slovak Smart City Cluster. Spolupráca priniesla mnoho výhod. Firma minimalizovala náklady na reklamu a samotnú tvorbu produktu, keďže sme pracovali v aj priestoroch združenia. V priestoroch školy sme využívali bezplatne farebnú tlačiareň, investovali sme to tonera, kancelárskych papierov. Ako študenti sme si neúčtovali žiadnu mzdu, teda nemáme náklady na mzdy ani na zákonné sociálne poistenie. Preto náš rozpočet obsahuje minimálne položky. Tabuľka rozpočtu: Výdavky Suma v € Príjmy - nepeňažné nákup kancelárskeho papiera 15,- sponzoring 1 % z členských príspevkov združenia v roku 2023 nákup farebných tonerov 280,- dodatočný grant z EÚ –žiadateľ Slovak Smart City Cluster nákup fólií na laminovanie 15,- dohoda s členskými firmami na spoluprácu a pomoc pre študentov cvičnej firmy SHAPE, s. r. o. po ukončení štúdia SPOLU 310,- nepeňažné príjmy

Hodnotenie

Dodržanie zadania: Projektový zámer splnil zadanie prepojenia sa na existujúci klaster. Očakávané inovatívne návrhy a riešenia boli podané veľmi dobre.

Realnosť: Návrh cvičnej firmy SHAPE, s. r. o. vypracovať „Balík služieb poradenstva pri začatí podnikania pre absolventov strednej alebo vysokej školy v okrese Poprad“, tzv. fitcubátor pre Slovak Smart City Cluster v Poprade je skvelý nápad.

Projekt je originálny: Realizácia produktu je možná od mája tohto roku, nakoľko v júni 2024 končia absolventi a začínajú sa rozhodovať o štúdiu alebo podnikaní. Aj v prípade, že študenti budú prijatí na vysokoškolské štúdium, majú možnosť začať rozvíjať svoj podnikateľský nápad v priestoroch Slovak Smart City Cluster.

Využitie marketingových nástrojov a kvalita informácií: na výbornú. Žiaci cvičnej firmy mysleli na všetko.

Podnikateľský zámer č. 6.:

Obchodné meno: EVENTA

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Sídlo: Obchodná akadémia M.Hodžu, Milana Rázusa 1, Trenčín

Predmet podnikania: Organizovanie eventov pre firmy, prednášky, večierky, konferencie a školenia

Kontaktné informácie: evantasro@gmail.com

2. SÍDLO: Obchodná akadémia Milana Hodžu, Martina Rázusa 1450/1, 911 29 Trenčín

3. OPIS PRODUKTU: Vzdelávací program navrhnutý pre stredoškóľakov so zameraním na aktívny rozvoj duševného zdravia a podporu kreativity. Program sa zameriava na vytváranie zdravého prostredia, ktoré podporuje nielen kognitívny, ale aj emocionálny a sociálny rozvoj žiakov. Nechceme byť len obyčajný vzdelávací program, chceme vytvoriť spoločenstvo, ktoré podporuje rast a kreatívny rozvoj stredoškóľakov. Sme presvedčení, že aktívne investovanie do duševného zdravia a kreativity vytvára základ pre celoživotné úspechy a pohodu. Pomocou nášho programu chceme zviditeľniť Trenčiansky kreatívny klaster a prilákať mladých ľudí, aby trávili svoj voľný čas zmysluplne. Vzdelávací program by sa uskutočňoval pod záštitou Trenčianskeho kreatívneho klastra. Spolu s klastrom by sme takto podporili aj mesto Trenčín, ktoré je vyhlásené za Európske hlavné mesto kultúry na rok 2026. Zviditeľnili by sme nielen seba, ale aj Slovensko v rámci Európy. Aktivity v rámci nášho vzdelávacieho programu by sa uskutočňovali 2x v mesiaci v Kultúrno-kreatívnom centre Hviezda v Trenčíne. Program sa zameriava na podporu duševného zdravia stredoškóľských žiakov a je prepojený s umením. Naším cieľom je poskytovať kreatívne a terapeutické aktivity, ktoré pomôžu mladým ľuďom zvládať stres, zlepšiť sebadovedomie a rozvíjať emocionálnu inteligenciu. V rámci duševného zdravia sa budeme venovať témam ako stres, depresia, vyhorenia, motivácia, problémy s učením, komunikácia a rozvoj pozitívneho myslenia. Toto všetko bude následne prepojené s umením a tvorbou. V dnešnej dobe sú vo všeobecnosti na žiakov kladené veľké nároky na teoretické učenie. Na stredných školách takmer vôbec nie je priestor na predmet ako je napríklad výtvarná výchova. A možno práve takýto predmet by pomohol žiakom, aby občas z hlavy vypustili len to teoretické učenie, ktoré je často končí memorovaním a sústredili sa len na tvorenie a to, čo je tu a teraz.

Náš vzdelávací program zahŕňa:

- Workshopy a semináre Workshopy a semináre budú zamerané na zlepšenie duševného zdravia stredoškólkov. Tieto programy poskytujú nástroje na riešenie stresu, zvládanie depresie, prevenciu vyhorenia, motiváciu, zlepšenie komunikácie a podporu pozitívneho myslenia.
- Kreatívne ateliéry Kreatívne ateliéry sú interaktívne a inšpirujúce miesta, kde stredoškólkaci budú mať príležitosť rozvíjať svoju kreativitu. Budú sa môcť zapojiť do rôznych umeleckých činností vrátane maľby, hudby, tanca, dramatického umenia, čitateľský krúžok a ďalších kreatívnych aktivít.
- Individuálna podpora Okrem spoločných diskusií budú naši odborníci poskytovať aj individuálnu podporu stredoškólkacom, ktorí potrebujú osobné poradenstvo alebo terapiu v oblasti duševného zdravia. Budeme pracovať s mladými ľuďmi na riešení ich konkrétnych problémov a potrieb.
- Spolupráca so školami Navrhujeme spolupráce so strednými školami. Týmto spôsobom budeme mať prístup k širšiemu publiku stredoškólkov.

Výhody programu: Program sa zameriava na dôležitú problematiku duševného zdravia u stredoškólkov a ponúka kreatívne riešenia prostredníctvom umenia a terapie. Poskytuje komplexný prístup k rozvoju duševného zdravia a kreativity u stredoškólkov. Je zameraný na aktuálne problémy a výzvy, ktorým stredoškólkaci čelia. Spolupráca so školami umožní dosiahnuť väčšiu účasť stredoškólkov.

4. ANALÝZA TRHU Cieľovou skupinou sú stredoškólkaci. V súčasnosti sa na trhu nenachádza veľká konkurencia. Podľa zistených informácií sa v našom regióne takýmto spôsobom téme duševného zdravia takmer nikto nevenuje, a preto by sme radi túto tému dostali do povedomia a rozšírili ju medzi mladých ľudí. Náš program poskytuje stredoškólkacom nástroj na rozvoj duševného zdravia a kreativity, čo je dôležitý aspekt pre ich osobný a akademický rast. Zároveň slúži na prevenciu problémov ako je stres, vyhorenie, depresie, ktoré môžu vo veľkej miere ovplyvniť ich školský úspech a kvalitu života.

5. SWOT ANALÝZA S

Silné stránky (strengths) • Podpora duševného zdravia – téma duševného zdravia je aktuálna a dôležitá pre stredoškólkov • Kreatívne programy – ponúkame širokú škálu kreatívnych aktivít • Kvalifikovaný tím – máme na palube skúsených psychológov, umelcov a pedagógov, ktorí môžu poskytnúť komplexnú podporu stredoškólkacom • Flexibilita programu – schopnosť prispôbiť sa rôznym potrebám a preferenciám stredoškólkov • Interaktívne metódy – využívanie moderných a interaktívnych metód, ktoré zabezpečujú zaujímavé a efektívne vzdelávanie

Slabé stránky (weaknesses) • Finančná závislosť – projekt je v značnej miere závislý od grantov a sponzorstiev, čo môže byť neisté • Nedostatok povedomia – prvotná propagácia môže byť náročná • Časový tlak – náročné stredoškólske rozvrhy môžu obmedziť dostupný čas pre program

Príležitosti (opportunities) • Zvýšenie povedomia o duševnom zdraví – rastúci dôraz na duševné zdravie mladých ľudí môže prilákať pozornosť médií a verejnosti • Spolupráca so školami – partnerské vzťahy so školami môžu otvoriť prístup k širšiemu publiku stredoškólkov • Spolupráca s organizáciami – možnosť spolupráce s neziskovými organizáciami a firmami zameranými na duševné zdravie a kreativitu • Rozširovanie programov – môžeme rozširovať svoje programy aj na ďalšie demografické skupiny

Hrozby (threats) • Konkurencia – iné organizácie môžu ponúknuť podobné programy • Finančné obmedzenia – nepredvídateľné zmeny vo financovaní grantov alebo sponzorstiev môžu výrazne ovplyvniť dostupnosť financií pre projekt

6. **MARKETINGOVÝ PLÁN** Cieľová skupina • Stredoškóľáci – primárna cieľová skupina sú stredoškóľáci, ktorí hľadajú podporu duševného zdravia a rozvoj kreativity • Rodičia – podpora rodičov a ich schválenie môže byť rozhodujúca pre účasť stredoškóľákov • Školy – spolupráca a podpora školy, pretože škola môže byť dôležitým partnerom pri propagácii • Cena a príjmy • dobrovoľné príspevky od stredoškóľákov • príspevky stredných škôl • granty a grantové financovanie • potenciálne sponzorstvá od miestnych podnikov a organizácii • Propagačné nástroje • WEB stránka • Sociálne médiá – napr. Facebook, Instagram, LinkedIn • Propagačné akcie • Online propagácia – online webinár • Letáky a brožúry • Marketingové kampane • Newslettery • Partnerské vzťahy • Spolupráca so školami • Spolupráca s odborníkmi • Získavanie podpory • Sponzorstvá a granty – hľadanie príležitostí na získanie sponzorstiev a grantov od miestnych firiem, nadácií a organizácii • Mediálna spolupráca – nadviazanie kontaktov s miestnymi médiami ako televízia, rádio, noviny a získanie mediálneho pokrytia našich aktivít • Meranie úspechu • Počet prijatých stredoškóľákov – 200 nových stredoškóľákov počas prvého polroka • Sociálne médiá a online – zvýšenie sledovanosti na sociálnych médiách o 20 % do konca roka • Hodnotenie úspechu stredoškóľákov – 90 % účasť a pozitívne hodnotenie v prieskume spokojnosti

Hodnotenie

Dodržanie zadania: Projektový zámer splnil zadanie. Predstavil možnosť vytvorenia nového klastra. Očakávané inovatívne návrhy a riešenia boli podané veľmi dobre.

Reálnosť: Cvičná firma chce zviditeľniť ich navrhovaný Trenčiansky kreatívny klaster a prilákať mladých ľudí, aby trávil svoj voľný čas zmysluplne. Vzdelávací program plánujú uskutočniť pod záštitou Trenčianskeho kreatívneho klastra. Spoločne takto podporia aj mesto Trenčín, ktoré je vyhlásené za Európske hlavné mesto kultúry na rok 2026. Znie a je to veľmi **reálne a zároveň naozaj originálne**.

V rámci projektu využili žiaci CF všetky možné **marketingové nástroje** vrátane sociálnych sietí, čo oslovuje stále širšiu verejnosť.

Kvalita informácií programu je na vysokej úrovni. Očakávané inovatívne návrhy a riešenia sú zaujímavé a realizovateľné.

Podnikateľský zámer č. 7.:

Obchodné meno: CF DIGITAL DETOX & REAL LIFE, s.r.o.

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Sídlo: Obchodná akadémia – Kereskedelmi Akadémia, Bratislavská 38, Veľký Meder

1. Zhrnutie podnikateľského zámeru: Ako vieme, mladí ľudia dnes trávajú veľa času vo virtuálnom priestore, čo v mnohých prípadoch vedie k závislosti. Často im chýbajú skutočné kontakty a reálne zážitky. Výskumy ukazujú, že duševné a fyzické zdravie mladých ľudí sa stále zhoršuje. CF DIGITAL DETOX & REAL LIFE, s.r.o. spája inštitúcie a odborníkov, ktorí môžu mladým ľuďom pomôcť v identifikovaní a riešení ich problémov. Ponúkame alternatívu zmysluplného trávenia voľného času s aktivitami a tréningami, ktoré pomáhajú udržiavať duševné a fyzické zdravie mladých. Naším cieľom je spojiť stranu dopytu - mladých ľudí a rodičov - s odborníkmi: terapeutmi, pracovníkmi v oblasti duševného zdravia, športovými inštruktormi a inými odborníkmi. Veľký význam prikladáme aj vzdelávaniu, pretože mladí ľudia ani ich rodičia nemajú dostatok vedomostí o uvedených témach a problémoch. Našou cieľovou skupinou sú aj rodičia, aby prostredníctvom vzdelávania získali vedomosti a vzory na výchovu zdravých detí. Chceme tiež pomôcť učiteľom pri práci s problémovými deťmi. Naším cieľom je "digitálny detox", t. j. zámerné obmedzenie používania elektronických zariadení (aby sa znížila závislosť mladých ľudí od technológií), zvýšenie osobnej interakcie, zlepšenie duševného zdravia a pomoc pri udržaní a opätovnom získaní kontroly nad ich životom. Naším dlhodobým cieľom je vytvoriť stále centrum, v ktorom sa budú konať školenia a stretnutia.

2. Definícia problému: V celej Európe sa duševné zdravie mladých ľudí stále zhoršuje. Žiaľ ani Slovensko nie je výnimkou. Podľa medzinárodnej štúdie HBSC ((Health Behaviour in School-aged Children) údaje zo Slovenska okrem iného ukazujú, že od roku 2018 sa zvýšil počet mladých, ktorí svoje zdravie hodnotia negatívne. Čo sa deje s mladou generáciou? Náš svet sa veľmi rýchlo mení a naše životy sú plné neistôt. Mladí ľudia trávajú veľa času vo virtuálnom priestore, a preto im chýbajú skutočné CF DIGITAL DETOX & REAL LIFE, s.r.o. skúsenosti. Ešte nikdy nebolo toľko citovo zanedbaných detí a mladých ľudí ako v dnešnej dobe. Čím viac škodlivých, negatívnych skúseností mladý človek má, tým je pravdepodobnejšie, že sa u neho časom vyvinie vážna a komplexná duševná porucha, ktorej kľúčovou zložkou je slabé sebavedomie a pocity bezcennosti, depresie alebo úzkosti. Tieto pocity môžu viesť mladého človeka k tomu, že bude svoj život považovať za beznádejný a dokonca sa pokúsi o samovraždu. V skutočnosti čoraz viac dospievajúcich bojuje s úzkosťou, depresiou a súcitnými myšlienkami. Žiaľ, aj na našej škole sa pred 4 rokmi vyskytol smutný prípad samovraždy. Preto je veľmi dôležitá prevencia. V našom regióne - v okrese Dunajská Streda – v súčasnosti sú v systéme starostlivosti dlhé čakacie doby. Mladý človek musí čakať až niekoľko mesiacov, kým sa bude môcť 50 - 60 minút porozprávať s psychológom alebo psychiatrom. Väčšina študentov v regióne má materinský jazyk maďarský, a vieme, že komunikačný jazyk je dôležitým faktorom pri výbere, čím sa nedostatok odborníkov ešte viac rastie. Aj naši študenti trávajú veľa času vo virtuálnom priestore. Vzhľadom na časové obmedzenie projektu sa nám podarilo uskutočniť len obmedzený prieskum. Podľa našich zistení priemerný denný čas strávený pri obrazovke sú 4 hodiny 40 minút a priemerný týždenný čas strávený pri obrazovke u našich 18 - 19-ročných žiakov je 32 hodín 34 minút. Treba poznamenať, že veľa dnešných rodičov nemá dostatočné vedomosti o výchove detí, nemajú vzory. V minulosti sa vedomosti a vzory výchovy detí odovzdávali z generácie na generáciu. Dnes už to tak nie je. Zdravú generáciu možno vychovať len vtedy, ak majú rodičia

dostatočné vedomosti o tejto problematike. Domnievame sa, že tento problém sa týka aj mnohých mladých rodičov, ktorí tiež trávajú príliš veľa času vo virtuálnom priestore.

3. Opis produktu, služby, podnikateľská aktivita: Produkt predstavuje poskytovanie rôznych služieb. Na strane dopytu sú mladí ľudia, rodičia, učitelia. Na strane ponuky sú odborníci, ktorí pomáhajú udržiavať, obnovovať a duševné a telesné zdravie mladých. Zúčastnenci nájdu celú ponuku na našej webovej stránke. Klienti sa môžu obrátiť na centrum, t. j. na službukonajúcu osobu, ktorá im pomôže s prípadnými otázkami. Počas konzultácie sa načrtne problém a spoločne sa vyberie vhodný odborník. Medzi naše služby patria: • Odborníci na podporu mentálnej hygieny Odborník neposkytuje rady, ale prostredníctvom riadenej diskusie sa stane klient schopný vidieť svoju situáciu zvonku a nájsť si riešenie. CF DIGITAL DETOX & REAL LIFE, s.r.o. • Self - insight / sebaopoznanie Cieľom je, aby sa účastníci priblížili sami k sebe, pozreli sa na seba a rozvíjali svoje schopnosti zvládať konflikty. Intenzívny kurz ktorý je určený pre rodičov trvá 10 dní, 5 po sebe nasledujúcich víkendov. Pre mladých ľudí navrhujeme menej intenzívnu formu. • Koučovanie s asistenciou koní Rozvoj pomocou koní môže byť účinný pri znižovaní úzkosti, prehlbovaní sebaopoznania, skúmaní problémov a posilňovaní pozitívneho sebaobrazu. • Lukostreľba, lukostreľba na koni, jazdecko Duševné a fyzické zdravie idú ruka v ruke. • Skupinová pohybová terapia, tanečná terapia Na ceste nám pomáha pohyb, nie slová. • Skupinová turistika • Edukácia pre mladých ľudí, rodičov a učiteľov Vzdelávanie pomáha mladým ľuďom žiť uvedomelejšie, zlepšuje ich sebavedomie a sebaúctu. Sú úspešnejší v diagnostikovaní a riešení problémov. Časť edukačného programu má názov "Akadémia rodičov", ktorá je zameraná na vzdelávanie rodičov. Ďalším dôležitým prvkom je, že samotní mladí ľudia môžu byť mentormi pre svoju vekovú kategóriu alebo pre žiakov základnej školy. (Táto myšlienka je zrejme aj preto, že v našom prípade žiaci stredných a základných škôl študujú v tej istej budove, čo znamená, že sa denne stretávajú.) V každom prípade naša služba vyplní medzeru na trhu, pretože v našom regióne neexistuje žiadna iná inštitúcia alebo poskytovateľ služieb, ktorí by mohli ponúknuť takúto komplexnú, mnohostrannú službu v tejto oblasti.

4. Spoločenský dopad: Mladým ponúkame alternatívu zmysluplného trávenia času - žiť svoj život mimo virtuálneho priestoru, socializovať sa, zažiť spolupatričnosť prostredníctvom skupinových aktivít a programov. A ak už sa objaví problém, môžu získať pomoc od našich odborníkov. Takto sa zlepšuje fyzické a duševné zdravie mladých, sebavedomie a sebaúcta. Rodičia získavajú vedomosti a pomoc pri výchove detí a riešení problémov. Rodiny môžu fungovať lepšie a harmonickejšie a počet disfunkcionálnych rodín a rozvodov sa nebude ďalej zvyšovať. CF DIGITAL DETOX & REAL LIFE, s.r.o.

5. SWOT analýza

Silná stránka: • Odbornosť tímu • Komplexnosť služieb • Našli sme trhovú medzeru

Slabá stránka: • Obmedzenosť finančných prostriedkov • Nemáme stále centrum

Možnosti: • Rozšíriť počet odborníkov a služieb • Referencie – budovanie dôveryhodnosti • Silný a účinný marketing • Získanie nenávratnej finančnej dotácie

Hrozby: • Nepodarí sa nám získať nenávratné finančné dotácie

6. Predaj, marketing a konkurencia: Náš projekt je založený na absolútnom využití sociálneho marketingu s obrovským pozitívnym prínosom pre miestnu a neskôr pre lokálnu komunitu. Naším hlavným sprostredkovateľským nástrojom je webová stránka, na ktorej si zúčastnenci nájdu všetky informácie o našich službách. Druhým, ktorý sa časom rozrastie a stane sa možno naším najpoužívanejším marketingovým nástrojom, nie je nič iné ako Tik Tok. Tu budeme vysielat' krátke videá a reklamy. Budeme prítomní aj na najväčších sociálnych sieťach, ako sú Facebook (najmä pre rodičov) a Instagram. Tieto stránky nám zabezpečia zviditeľnenie s využitím možností digitálnych marketingových nástrojov. Zdanlivo využitie sociálneho média vyzerá byť protirečenie, ale je to len

prvý kontakt, dlhodobo chceme uprednostniť osobný marketing, ústne podanie informácií. Forma je tak stará ako je účinná. Pedagógovia môžu byť veľmi nápomocní pri oslovovaní našej cieľovej skupiny. Tu je potrebné robiť priamy marketing, osobný kontakt, priamu komunikáciu služby so školami. Naša ponuka služieb a ceny sú k dispozícii na našej webovej stránke. Chýbajúca konkurencia znamená, že neexistuje cenová súťaž. Cena služieb sa odvíja od požadovaného vybavenia (napr. jazdenie na koni, asistovaný výcvik, lukostreľba alebo len potrebný priestor) ako aj od hodinovej sadzby a odmeny odborníka. Radi by sme presadili nie veľmi rozšírený spôsob platby, ktorým nie je nič iné ako "čestný" dobrovoľný príspevok. Na výber sú tri možnosti príspevku (malý, stredný a veľký), pričom stredný príspevok je zhodný s cenou služby uvedenej na webovej stránke. Malý príspevok je určený pre sociálne znevýhodnených. Spočiatku nám nebudú stačiť vlastné finančné zdroje a budeme potrebovať aj finančnú podporu, ktorú sa budeme usilovať získať prostredníctvom príjmov z projektov a grantov. Počítame aj s pomocou zapojených obcí a škôl, ktoré nám môžu poskytnúť priestory na sedenia a edukáciu. Naš projekt podporujú aj 3 obce a viacero škôl. CF DIGITAL DETOX & REAL LIFE, s.r.o.

Časový realizačný plán: Rok 2024 - začiatok aktivity * prípravné kroky pre otvorenie činnosti, * tvorba webovej stránky * zabezpečenie potrebného vybavenia a zariadenia s využitím nenávratného finančného príspevku * získanie prvých zákazníkov * dosiahnuť priaznivý finančný vývoj Rok 2025 * rozšíriť počet odborníkov * rozšíriť a posilniť edukáciu * posilniť marketing * posilniť dobré meno firmy

7. Finančný prehľad: Náklady 2024 2025 Mzdové náklady 125 200,00 € 133 500,00 € Odmena manažéra projektu 18 000,00 € 19 000,00 € Odmena asistenta projekta 14 000,00 € 15 000,00 € Odmena marketingového špecialistu 14 000,00 € 15 000,00 € Odmena odborníka mentálnej hygiény 12 000,00 € 13 000,00 € Odmena odborníka self-insight / sebapoznania 12 000,00 € 13 000,00 € Odmena odborníka pohybovej terapie 9 600,00 € 10 000,00 € Odmena odborníka tanečnej terapie 14 400,00 € 15 000,00 € Odmena vedúceho túr 4 800,00 € 5 500,00 € Odmena pre inštruktora - lukostrelecvo, jazda na koni 14 400,00 € 15 000,00 € Odmena coacha 6 000,00 € 6 500,00 € Odmena odborníka na reklamnú a webovú činnosť 6 000,00 € 6 500,00 € Nájomné 2 400,00 € 2 800,00 € Nájom miestnosti 2 400,00 € 2 800,00 € Nákup prostriedkov 4 630,00 € 1 580,00 € Laptop 3 000,00 € 0,00 € Licencie 1 280,00 € 1 280,00 € Tlačiareň 50,00 € 0,00 € Kancelárske potreby 300,00 € 300,00 € Cestovné náklady 1 200,00 € 1 200,00 € Cestovné náklady projektového manažéra 1 200,00 € 1 200,00 € Reklama a marketing 4 960,00 € 4 960,00 € Nájom domainy 60,00 € 60,00 € Náklady na online reklamu 900,00 € 900,00 € Prevádzka webovej stránky 4 000,00 € 4 000,00 € Spolu 138 390,00 € 144 040,00 € Výnosy 2024 2025 Finančné príjmy z projektov 61 590,00 € 62 040,00 € Finančné príjmy zo služieb a darov 76 800,00 € 82 000,00 € Spolu 138 390,00 € 144 040,00 €

Hodnotenie

Dodržanie zadania; Realnosť: Zadanie projektového cieľa bolo, prepojenie na existujúci klaster, prípadne návrh nového klastra/podniku pre mesto región. Žiaci si zvolili cestu vytvorenia nového klastra/podniku. Je to súhrn viacerých služieb. Oceňujeme návrh **originálneho**, dnes veľmi potrebného produktu a tiež kreativitu žiakov, nakoľko sme si vedomí, že je veľmi náročné vytvorenie úplne nového produktu/služby na trhu.

Využitie marketingových nástrojov: Prioritou marketingu je zviditeľnenie prostredníctvom sociálnych sietí. Je to pochopiteľné, pretože produkt/služby sú určené hlavne mladým ľuďom.

Kvalita informácií: PZ je detailne prepracovaný vo všetkých oblastiach. Odporúčame PZ zviditeľniť v rámci mesta/regiónu, pre jeho možné prevedenie do praxe.

Podnikateľský zámer č. 8.:

Obchodné meno: IMO-S, s.r.o.

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Sídlo: Obchodná akadémia Dušana Metoda Janotu ČADCA

Predmet podnikania: Poskytovanie služby inovatívnej prepravy „S nami vždy a všade – imo-s“

Vyučujúca cvičnej firmy: Ing. Mária Kullová

November 2023

1 ÚVOD

1.1 Vznik nápadu: Pri vytváraní našej cvičnej firmy sme veľmi dlho premýšľali, čo nás dnes v našom regióne trápi. Napriek tomu, že sa všetci každý deň na niečo sťažujeme, nevieme ľahko nájsť problém, ktorý by sme chceli riešiť. Pri dlhých konverzáciách zabúdili naše témy všade a nakoniec sme sa zhodli, že náš každodenný problém, ktorý vyžaduje akútne riešenie, je práve doprava.

1.2 Dôvod riešenia dopravy v našom regióne: Uvedomili sme si, že doprava je služba, ktorú potrebuje využívať každý jeden z nás, a nanešťastie, každý jeden z nás má s ňou nejaké problémy. Preplnené dopravné prostriedky, neustále meškania, kolóny a veľmi časté problémy menších i väčších obcí – nedostatok spojov v časoch, v ktorých ich potrebujeme rovnako ako to, že autobusy a vlaky vzájomne nenadväzujú.

1.3 Spôsob riešenia: Pri detailnom riešení realizácie nášho nápadu sme čerpali inšpiráciu z našej vlastnej skúsenosti počas návštevy krajiny Holandsko. V tejto krajine, presnejšie v provincii Zeeland funguje tzv. „Halte taxi“, ktoré v preklade znamená „autobusové zastávky taxi.“ My sme túto službu intenzívne využívali a vždy sme si hovorili, ako veľmi užitočná by bola v našom regióne Kysuce. Chceme poukázať, že podobná služba ako náš imo-s má reálne uplatnenie a nie je to len teoretický a neoverený nápad. Samozrejme, naša služba je iná, prispôbená špecifickým potrebám nášho regiónu.

2 OPIS NAŠEJ FIRMY

2.1 Názov, logo, slogan: Názov našej firmy je „imo-s, s. r. o.“ Tento názov sme vytvorili zo slov, ktoré jednoducho vystihujú vlastnosti firmy – INKLÚZIA, MOBILITA a SLUŽBA. Prinášame inkluzívnu mobilitu s našou službou. Naše logo obsahuje kreatívne zobrazenie nášho názvu. Z tohto loga je okamžite možné usúdiť, že ide o službu spojenú s dopravou. Farby sme zvolili sivú, žltú a bielu. Slogan znie „S nami vždy a všade – imo-s“ – jednoduchý, lákavý.,,

2.2 Sídlo firmy, spôsob založenia: Sídlo spoločnosti sme si zvolili na základe finančnej výhodnosti, keďže sídlo sa nachádza v okrajovej časti mesta, náklady na nájom sú značne nižšie ako v centre. Sídlo sa nachádza na adrese: Chalúpková 11, 022 04 Čadca. Na tejto adrese si budeme prenajímať priestory od inej firmy. Naša firma bola založená s podpísaním spoločenskej zmluvy zo dňa 11. 10. 2023 v Čadci.

2.3 Spoločníci: Riaditeľ: Simona Tkadlecová: je samostatná, zodpovedná a cieľavedomá. Vie spravodlivo organizovať prácu v našej firme a nemá problém s vystupovaním na verejnosti. Zodpovedá za úspešné vedenie a chod firmy, chod jednotlivých oddelení a vykonanú prácu zamestnancov. Nesie zodpovednosť za dokončenie prác a dodržanie termínov. Zastupuje a reprezentuje spoločnosť pri dôležitých rokovaníach a stretnutiach. Administratíva: Denisa Ďuranová:

je ideálna pre túto pozíciu, pretože je dôsledná a precízna, má dobré komunikačné schopnosti a štylistické predpoklady. V našej spoločnosti komunikuje najmä s úradmi a inštitúciami pomocou mailov alebo telefonicky. Manipuluje s písomnosťami, z hľadiska štylistickej stránky a podľa noriem upravuje texty v úradných a obchodných listoch. Marketing: Matej Suriak: na túto pozíciu je vhodný kvôli jeho kreativitě a samostatnosti. Komunikuje a vyjednáva s reklamnými agentúrami a dodávateľmi. Prezentuje našu firmu ako celok, ale taktiež aj výhody a vlastnosti našej služby. Navrhuje dizajn a logo firmy. Zostavuje marketingový plán, sleduje trh a silné a slabé stránky konkurencie, ako aj našej firmy.

3 OPIS PRODUKTU

3.1 Návrh nového klastra: Klastre sú skupiny nezávislých firiem a inštitúcií, ktoré sú koncentrované v regiónoch a špecializované v konkrétnom priemyselnom odvetví. Klastre podporujú konkurencieschopnosť firiem a ich rozvoj. Napriek tomu, že sme aktívne oslovili klastre, evidované v našom regióne, nedostali sme žiadnu odpoveď, resp. klastre sa javia ako neaktívne. Navrhujeme teda vytvorenie nového klastra, ktorý pre zapojené firmy a organizácie prinesie nesporné výhody. Do nami navrhnutého klastra by sme zapojili tieto spoločnosti: 1. Obecné úrady obcí okresu Čadca 2. Podnik: SAD Žilina 3. Firma: Profitaxi Čadca 4. Kysucká nemocnica v Čadci

3.2 Prínosy členom klastra: Obecné úrady navrhujeme zahrnúť do klastra z dôvodu zdieľania financovania nami navrhovanej služby. Vďaka takejto podpore bude možné poskytovať služby za nižšiu cenu. Ako budú z tohto klastra profitovať obce? Spokojnosť občanov by mala byť vždy na prvom mieste každej správnej obce. Kvalitný dopravný systém, pružná doprava, ktorá sa prispôsobuje každému občanovi bez výnimky, je skvelý benefit obce na prilákanie nových občanov, a zabránenie odlivu pôvodných obyvateľov. Podnik SAD Žilina by sme chceli zapojiť do klastra ako najväčšieho poskytovateľa autobusovej prepravy na Kysuciach. S ich podporou by sme vedeli v našej službe IMO-S vzájomne zosúladiť časy odchodov autobusov a našich taxíkov. Firmu Profitaxi Čadca sme vybrali do návrhu klastra z dôvodu, aby taxikári mali viac zákazníkov, stabilnejšiu prácu, lepšie ohodnotenie (vďaka dotáciám) napriek nižším cenám ponúkaným zákazníkom. Zároveň dúfame, že budú mať väčšiu motiváciu zvýšiť kvalitu poskytovaných služieb. Kysucká nemocnica v Čadci ako naša kľúčová inštitúcia poskytujúca služby v zdravotnej starostlivosti o občanov našom regióne, bude účasťou na aktivitách klastra menej zaťažená prevozom pacientov na pravidelné kontroly, odbery krvi a iné bežné návštevy lekárov, najmä u občanov, ktorí sú invalidní, imobilní a inak zdravotne znevýhodnení.

3.3 Presný popis produktu – ako bude služba fungovať?

KROK 1: Pred objednaním prvého taxíka našej firmy sa zaregistrujete v aplikácii. Bude vám pridelené registračné číslo, cez ktoré si budete neskôr objednávať všetky naše taxíky. Prečo je toto pre nás dôležité? Pri registrácii si môžete zvoliť do akej kategórie patríte – ZŤP, dôchodca, študent – neskôr sa dočítate o benefitoch daných kategórii. Ďalším dôležitým dôvodom sú zákazníci, ktorí si taxi zavolajú, no nedostavia sa – takýto zákazníci budú zaradení na tzv. black list a nebudú môcť našu službu využívať.

KROK 2: Taxi si objednáte telefonicky dve hodiny vopred. Pri telefonáte zadáte najdôležitejšie údaje – vaše registračné číslo, počet osôb, zastávky odkiaľ/kam a samozrejme čas. Časová rezerva dve hodiny je pre nás dôležitá, aby sme dokázali vytvoriť najvýhodnejšiu trasu pre náš taxík a vaše pohodlie. Presný čas vášho odchodu bude stanovený našou firmou na základe trasy najvhodnejšieho taxíka.

KROK 3: Už len prídete na zastávku v dohodnutom čase a my vás prepravíme vždy a všade.

3.4 Benefity pre zákazníkov: CENA – určite jedným z najlákavejších benefitov sú naše nižšie ceny. DOSTUPNOSŤ – vďaka našej službe sa všetci dopraví kde potrebujú. ISTOTA – prideme vždy a včas

Benefity pre rôzne skupiny zákazníkov: Zákazník ZŤP: naša služba bude poskytovať jazdy autami vybavenými rampou pre nástup vozičkárov, naši vodiči budú náležite poučení ako sa správať a pomáhať takýmto občanom, taktiež vodiči vyzdvihnú zákazníka priamo na adrese. Zákazník: dôchodca: bude mať výhodu v tom, že taxikár príde priamo na ich adresu. Zákazník: študent: jazdy, ktorých cieľová stanica je škola, budú chodiť priamo k školám (i keď tam nie sú zastávky), takáto jazda bude účtovaná so zľavou 10%.

4 ANALÝZA TRHU

4.1 Aktuálny stav dopravnej obslužnosti na Kysuciach: Občania nášho regiónu sa zhodnú, že doprava, ktorú tu máme, je veľmi chabá a plná problémov. Najviac problémov zažívajú občania z obcí ako napríklad Korňa, Klokočov, Makov a mnoho ďalších – jednoducho menších obcí. Občania väčších obcí na tom stále nie sú ideálne. Problém nie je len nedostatok spojov, ale aj ich vzájomná nenadväznosť. Nesmieme zabudnúť spomenúť časté meškanie spojov, kvôli ktorým nestihnete prípoj. Ďalšia neprijemnosť, ktorú nesmieme opomenúť sú preplnené prostriedky – z vlastných skúseností dokážeme povedať, že prostriedky idú často tak preplnené, že ľudia stoja vo všetkých uličkách prostriedku natlačení, čo ohrozuje aj bezpečnosť jazdy. Ľudia so zdravotným postihnutím sú obmedzovaní bariérovými prostriedkami.

4.2 Cieľová kategória: Aj na základe výsledkov nášho prieskumu si dovoľujeme tvrdiť, že naša služba nie je limitovaná žiadnou špecifickou kategóriou občanov, keďže doprava je veľmi dôležitá súčasť života každého z nás. Od dôchodcu, ktorý ide k lekárovi, vozičkara, ktorý sa sám nedokáže dopraviť tam kam potrebuje, študenta, ktorý plytvá čas každý deň kvôli nevhodným spojom, až po pracujúcich občanov, ktorí sa dopravujú svojim osobným autom,, čo je nie vždy možné ani rentabilné.

4.3 Cena Väčšina respondentov uviedla, že prijateľná a primeraná suma za 1 km služby TAXI je do 50 centov. Cenu služby stanovujeme na 50 centov/1 km, čo považujeme za dostupnú a prijateľnú sumu. Dôležité však je, že uvedenú cenu zaplatí každá prepravovaná osoba (napr.: pri 7km jazde 7 osôb bude účtovaná celková cena 24,50 eur, čiže 3,50 eur na jednu osobu).

5 MARKETINGOVÝ PLÁN

5.1 Propagácia služby: Prvým cieľom nášho zámeru je informovať občanov o našej firme a ukázať im, že naše služby sa oplatí využívať na našej webovej stránke: <https://imo-s.webnode.sk/>. Ďalej, sme vytvorili reklamné video, ktoré poukazuje na hlavné problémy, ktoré našou službou chceme riešiť. Na sociálnej sieti Instagram sme vytvorili profil, kde zdieľame naše postupy práce a aktuálne ponuky. Výsledky našej práce zdieľame aj na sociálnej sieti Facebooku s cieľom osloviť širšie publikum. Ďalej sme náš návrh spropagovali v našom okolí, teda u našich priateľov, známych a blízkych so žiadosťou odovzdať tieto informácie ďalej. Tam ale nekončíme. Plánujeme navštíviť krajské mesto Žilinu, kde našu službu spropagujeme prostredníctvom propagačných letákov s cieľom zdieľať a šíriť kontaktné informácie na našu firmu pre budúcu spoluprácu a získavanie nielen nových zákazníkov, ale aj nových členov klastra.

5.2 Vernostný program: Nesmieme zabudnúť na našich verných zákazníkov a preto sme si pre nich pripravili špeciálny vernostný bonus – za každých 50 km odjazdených s nami ponúkame 50% zľavu na najbližšiu jazdu.

6 SWOT ANALÝZA

6. 1 Silné a slabé stránky INTERNÉ FAKTORY:

SILNÉ STRÁNKY: Veríme, že medzi naše najsilnejšie stránky patrí hlavne dostupnosť služby pre každého občana absolútne kdekoľvek v našom regióne. Ďalej nízka cena, ktorá je kľúčová pre mnohé rodiny, študentov, ale aj starších občanov, osobitne v našom regióne s nedostatkom príležitostí, zvyšuje dostupnosť služby a aktívne napĺňa myšlienku inkluzívneho prístupu, tak potrebného v dnešnej dobe.

SLABÉ STRÁNKY: za najväčšiu slabú stránku považujeme nutnosť objednávanie jazd minimálne 2 hodiny vopred. Veríme však, že je to stále lepšia alternatíva ako napríklad cestovanie autobusmi, kde si zákazníci nemôžu zvoliť čas odchodu podľa ich potreby, navyše naše jazdy sú naplánované tak, aby nadväzovali na spoje vlakové aj autobusové, čím sa blížime vlastnostiam a prvkom integrovanej prepravy.

EXTERNÉ FAKTORY:

RIZIKÁ: sme si plne vedomí aj rizík nášho zámeru, najmä finančná únosnosť a ekonomická výnosnosť našej služby, nakoľko realizácia zámeru a jej úspešné fungovanie veľmi závisí od financovania zo strany obcí, a tiež ochoty zúčastnených organizácií v klástri podieľať sa na fungovaní zámeru.

PRÍLEŽITOSTI: veríme však, že náš zámer je uskutočniteľný, pretože občania budú vďaka našej službe využívať intenzívnejšie aj služby verejnej prepravy, čo prinesie benefity aj dotknutej obci.

Hodnotenie

Dodržanie zadania; Realnosť; Originalita: Zadanie projektového cieľa bolo, prepojenie na existujúci klaster, prípadne návrh nového klastra/podniku pre mesto región. Žiaci si zvolili cestu vytvorenia nového klastra/produktu, v ktorom sú spojené viaceré aspekty ako INKLÚZIA, MOBILITA a SLUŽBA, pričom hlavným cieľom je zjednodušenie dopravy v regióne. Návrh nového produktu vychádza zo skúseností získanej v zahraničí s prepracovaním na podmienky ich regiónu. **Originalita** nápadu je prepojená s inováciami a je veľmi **reálne** úspešné uplatnenie PZ a jeho realizácia.

Využitie marketingových nástrojov: Okrem sociálnych sietí je súčasťou marketingu aj šírenie letákov s cieľom podať informácie širšej verejnosti. Odporučili by sme, nakoľko je to veľmi dobrý návrh aj jeho skutočnú realizáciu, prípadne prerokovanie s navrhovanými skupinami (obce, dopravný podnik, firmy, nemocnica).

Kvalita informácií: PZ je detailne prepracovaný