

Company of the Year Competition

Výber finalistu pre európske finále Gen-E

Pri posudzovaní kritérií budú porotcovia hľadať inovatívny prístup k výzvam súvisiacim s vedením študentskej firmy, ako aj pochopenie hodnoty, ktorú výrobok / služba prináša na trh / spotrebiteľom. Budú tiež posudzovať vplyv samotnej "learning by doing" skúsenosti. Pri hodnotení každého kritéria, bude porota posudzovať, ako dobre si študentská firma osvojila dané kritérium a do akej miery členovia študentskej firmy preukázali pochopenie fungovania firmy a podnikateľských princípov.

Kritériá súťaže požadujú, aby študenti preukázali a/alebo vysvetlili svoje úspechy vo vzdelávaní a ich individuálny a tímový rozvoj počas práce v študentskej firme. Opiera sa o predbežnú výročnú správu študentskej firmy a interview so študentmi priamo vo výstavnom stánku – ideálne priamo v angličtine.

Vzhľadom na to, že hľadáme tím, ktorý bude Slovensko reprezentovať na medzinárodnej súťaži, dôraz sa kladie aj na originalitu produktu (výrobku alebo služby), konkurencieschopnosť a inováciu na trhu. Hľadáme študentské nápady, ktoré majú mať najväčší potenciál byť úspešnými na reálnom trhu. Porota prihliada aj na kreatívnu i kvalitatívnu úroveň propagačných materiálov, prezentácie na pódiu, názov a logo spoločnosti, originalitu, kreatívne riešenia, ale aj účelnosť nástrojov propagácie. Posudzuje vzájomnú spoluprácu členov tímu a finančné výsledky študentskej firmy.

Na medzinárodnej súťaži Slovensko môže reprezentovať len tím s vyrobenými a predanými skutočnými produktmi (nie s prototypom).

Neočakávame pokrytie všetkých kritérií v každej fáze. Študentské firmy by mali zvážiť, ako najlepšie komunikovať svoju činnosť a úspechy v každom z kritérií naprieč rôznymi etapami hodnotenia. Členovia jednej študentskej firmy môžu, napríklad, počas prezentácie na pódiu zdôrazniť finančnú výkonnosť, čím posilnia hodnotenie svojej firmy pri danom kritériu. Členovia inej študentskej firmy sa môžu pri prezentácii rozhodnúť zdôrazniť ako kľúčový prvok výskum a vývoj svojho produktu.

Neexistuje žiadny recept na výhru. Každá študentská firma je iná a musí sa sama rozhodnúť, ako najlepšie prezentovať silné stránky a skúsenosti jej členov a ako demonštrovať úspech študentskej firmy voči porote, prezentovať vhodné prvky svojho jedinečného príbehu naprieč jednotlivými fázami súťaže.

Hodnotiace kritériá

1. Inovácia a tvorba hodnôt
2. Trh a konkurencia
3. Finančné riadenie
4. Manažérsky tím
5. Schopnosť preukázať úspechy vo vzdelávaní

Detailné kritériá

1. Inovácia, tvorba hodnôt = Produkt

Toto kritérium (váha 15 %) by mali zodpovedať nasledujúce otázky (ale nie len tie):

- Ako jasne je definovaný podnikateľský problém a príležitosť?
- Vedia členovia tímu popísať spôsob hodnotenia nápadu a jeho transformáciu na podnikateľskú príležitosť?
- Má vaše riešenie - produkt (výrobok/služba) pridanú hodnotu, ktorá rieši potrebu zákazníkov? Vedia študenti objasniť potrebu ich produktu a hodnotu, ktorú ich študentská firma vytvorila?
- Zaujala študentská firma postoj k sociálnym, etickým a environmentálnym otázkam?
- Je samotný produkt v akomkoľvek ohľade inovatívny? Alebo je inovatívny biznis model? Alebo proces vývoja? Alebo spôsob akým firma produkt prezentovala/robila marketing a predávala? Alebo ak bol produkt nakúpený a následne predaný, bola inovatívne pridaná nejaká hodnota?
- Vedia študenti objasniť potrebu ich inovácie a jej hodnotu pre zákazníkov?
- Osvojila si študentská firma prax kontinuálnych inovácií nových myšlienok (napr. návrhy, odporúčania), ktoré pridávajú hodnotu činnosti alebo výsledkom študentskej firmy?
- Vedia študenti objasniť, do akej miery rozumejú konkurencii a hodnote, ktorú pre zákazníka konkurencia vytvára?
- Rozšírila študentská firma svoju zákaznícku základňu aj mimo bezprostredného okolia školy / rodinného prostredia a predávala svoj produkt aj externe?

2. Trh a konkurencia = Marketing

Toto kritérium (váha 15 %) by mali zodpovedať nasledujúce otázky (ale nie len tie):

- Má študentská firma jasne určený cieľový trh a trhový potenciál svojho produktu?
- Do akej miery a v akej fáze sa posudzovali potreby zákazníkov?
- Vykonala študentská firma prieskum trhu, porozumela výsledkom prieskumu a vhodne reagovala na základe získaných informácií? Zvážila študentská firma všetky prvky marketingovej stratégie? Ako študentská firma reagovala na reakciu zákazníkov na ich produkt?
- Má študentská firma prehľad o svojej konkurencii a ich produktovej diferenciácii vo vzťahu k nim?
- Čo študenti robia pre to, aby zákazníci ich produkt vnímali hodnotnejšie v porovnaní s konkurenciou?
- Aké marketingové, predajné a propagačné techniky študentská firma využila a aký mali dopad na maximalizáciu tržieb?
- Chápu členovia študentskej firmy, prečo ich produkt bol úspešný?

3. Finančné riadenie

Toto kritérium (váha 30 %) by mali zodpovedať nasledujúce otázky (ale nie len tie):

- Má študentská firma jasný podnikateľský plán ("biznis model") - realistický a životaschopný?
- Boli ciele študentskej firmy pravidelne revidované a aktualizované?
- Do akej miery má spoločnosť dobré finančné výsledky a zavedené finančné kontroly?
- Dosiahla študentská firma prijateľný zisk v súvislosti so svojim produktom za podmienok, ktoré sú stanovené pravidlami fungovania študentských firiem?

- Boli v študentskej firme zabezpečené dobré finančné riadenie a kontrola?
- Rozumejú členovia tímu faktorom, ktoré môžu ovplyvniť cenu a vzťah medzi nákladmi a cenou?
- Vyplácala študentská firma mzdy svojim zamestnancom, alebo pracovali „pro-bono“ (zadarmo) pri dosahovaní vykazovaného zisku?

4. Manažérsky tím

Toto kritérium (váha 30 %) by mali zodpovedať nasledujúce otázky (ale nie len tie):

- Preukázali členovia tímu skúsenosti a zručnosti potrebné na činnosť študentskej firmy? Podarilo sa tímu získať poradcov, keď to bolo potrebné?
- Ako členovia študentskej firmy uplatňovali a kontrolovali efektivitu riešení problémov, ktoré sa vyskytli počas fungovania študentskej firmy?
- Mala študentská firma efektívny systém riadenia a zaznamenávania svojich aktivít?
- Aká bola štruktúra študentskej firmy a ako sa štruktúra menila v súvislosti s problémami, ktoré sa počas činnosti vyskytli?
- Museli členovia študentskej firmy riešiť nejaké právne otázky týkajúce sa činnosti študentskej firmy, napríklad autorské práva, poistenie importu / exportu a pod.?

5. Schopnosť preukázať úspechy vo vzdelávaní

Toto kritérium (váha 10 %) slúži na hodnotenie dosiahnutých úspechov vo vzdelávaní (učení sa) a individuálny aj tímový rozvoj počas činnosti študentskej firmy.

- Do akej miery sú členovia tímu schopní reflektovať rozvoj kompetencií (kreativita, sebaohodnotenie*, iniciatíva, tímová práca, vynaliezavosť, vytrvalosť, prevzatie zodpovednosti)? (* Sebaohodnotenie/sebaúčinnosť sa vzťahuje na presvedčenie jednotlivca o jeho schopnosti vykonávať správanie potrebné na dosiahnutie konkrétnych výkonov.)

Porota bude tiež analyzovať, do akej miery bol tím bol efektívny pri prezentácii informácií o študentskej firme v každej fáze súťaže (pozri otázky, na ktoré by mala prezentácia študentskej firmy odpovedať v jednotlivých fázach súťaže).

Fázy súťaže

Priebežná / záverečná správa o študentskej firme

Správa poskytuje príležitosť preukázať zručnosti pri vytváraní dokumentu, ktorý čitateľa nadchne pre študentskú firmu a jej podnikanie.

- Poskytuje správa relevantné informácie a umožňuje čitateľovi jednoducho a príjemne nájsť a prečítať si dôležité informácie?
- Obsahuje správa kvalitné zhrnutie, ktoré poskytne dôležité informácie súvisiace s činnosťou a výkonom študentskej firmy?
- Prezentuje správa finančné výsledky v požadovanej štruktúre a poskytuje efektívnu analýzu finančných výsledkov? Sú finančné výkazy správne alebo sú v nich chyby, ktoré môžu upozorniť na chyby v porozumení finančných výkazov alebo firemných financií?
- Preukazuje správa študentskej firmy, že členovia tímu rozumejú celkovej výkonnosti firmy, ziskovosti a budúcemu potenciálu študentskej firmy?
- (Pozrite si podrobné informácie k tvorbe výročnej správy.)

Interview v stánku (v angličtine)

- Je účel stánku jasný a v súlade s vizuálnym dojmom, ktorým stánok na zákazníka pôsobí?
- Zodpovedá vzhľad stánku činnosti študentskej firmy alebo produktom, ktoré študentská firma ponúka?
- Má stánok nejaké unikátne/kreatívne prvky a vedia študenti odprezentovať, ktoré to sú a v čom je ich jedinečnosť? Vedia študenti odprezentovať v čom je jedinečná ich študentská firma?
- Sú študenti schopní viesť zákazníka cez obchodný proces typický pre predaj na veľtrhu od začiatku až do ukončenia obchodu/predaja?
- Asistujú členovia tímu jeden druhému pri práci v stánku a tiež pri rozhovoroch s porotcami?

Prezentácia na pódiu (v angličtine)

- Zhrnul tím kľúčové skúsenosti a úspechy študentskej firmy?
- Bola to profesionálna prezentácia produktu v kontexte hodnoty, ktorú vytvorili a skúseností, ktoré pri tom získali?
- Podarilo sa tímu prerozprávať svoj jedinečný príbeh spôsobom zaujímavým pre cieľovú skupinu prezentácie?
- Korešpondovala prezentácia s imidžom študentskej firmy?

Kľúčové podnikateľské kompetencie

Porota by mala brať do úvahy nasledujúce kľúčové podnikateľské kompetencie, ktoré študenti mali možnosť rozvíjať počas fungovania študentskej firmy a demonštrovať vo všetkých fázach súťaže:

- Kreativita
- Sebaohodnotenie
- Iniciatíva
- Tímová práca
- Vynaliezavosť
- Vytrvalosť
- Zodpovednosť