



BMW a Študentská podnikateľská cena 2016.

BMW Group Slovakia podporuje inovatívne podnikateľské aktivity na Slovensku. Jednou z nich je aj dobrovoľná nezisková organizácia Junior Chamber International – Slovakia, ktorá združuje mladých lídrov a podnikateľov. Organizácia vyhlásila koncom minulého týždňa absolútneho víťaza projektu „Študentská podnikateľská cena 2016“. Stal sa ním **študent** Lekárskej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave Tomáš Brngál s jeho spoločnosťou Virtual Medicine.

Jeho víziou je inovovanie vzdelávania medicíny pomocou virtuálnej reality a rozšírenej reality. Cieľom je zjednodušiť, zefektívniť a spraviť zaujímavejším štúdium medicíny. Začínal s virtuálnou realitou anatómie - medicínskou vzdelávacou aplikáciou pre študentov medicíny a lekárov. Neskôr sa plánuje presunúť aj do klinickej sféry – praktická a každodenná medicína. Chce byť lídrom v medicínskych softvérových riešeniach, ktoré pomocou umelej inteligencie budú pomáhať nielen lekárom a medikom, ale hlavne pacientom po celom svete.

Tomáš Brngál uviedol: „Náš start-upový tím sa rýchlo rozrastá a okrem mňa ho tvorí už niekoľko programátorov, 3D umelcov, ale aj stážistov a dobrovoľníkov. Dokopy participuje na našom projekte už štrnásť osôb. Programátorov máme dokonca aj v ČR, nakoľko na Slovensku je nedostatok takto vysokošpecializovaných vývojárov.

V krátkodobom horizonte vidím náš start-up ako vývojárske štúdio, ktoré postupne, vďaka spolupráci s poprednými odborníkmi, inovuje a aplikuje vzdelávanie medicíny na možnosti 21. storočia. Po dokončení VR Anatomy chceme naň nadväzovať a vytvoriť ďalšie interaktívne aplikácie ako VR Physiology, VR Pathophysiology, či VR Histology. V dlhodobom horizonte je našou víziou spojiť technológiu rozšírenej reality s umelou inteligenciou a vyvíjať pokročilé medicínske aplikácie, ktoré budú lekárom pomáhať a zjednodušovať ich prácu. Chceme sa stať lídrom v tomto segmente a ešte viac rozšíriť náš tím.“

Junior Chamber International – Slovakia

Súťaž Študentská podnikateľská cena 2016 organizuje na Slovensku už po ôsmykrát dobrovoľná nezisková organizácia Junior Chamber International – Slovakia (JCI SK). Jej cieľom je podporovať chuť mladých ľudí podnikať už na vysokej škole, stále sa vzdelávať a pracovať na sebe v oblasti kariérneho rastu. JCI SK organizuje prednášky, semináre, diskusné kluby, manažérske hry, sympózia a vedecké súťaže na stredných a vysokých školách, odborné semináre pre mladých podnikateľov, informuje ich o novej legislatíve a o možnostiach získavania si obchodných partnerov na celom svete. Zároveň sa snaží svojimi aktivitami prispievať k tomu, aby sa počet nezamestnaných mladých ľudí na

Slovensku znižoval. Organizácia je od roku 2008 oficiálnou pobočkou jednej z najväčších organizácií pre mladých lídrov a mladých podnikateľov na svete – Junior Chamber International so sídlom v Spojených štátoch a s európskym centrom v Berlíne. JCI má zastúpenie v 120 krajinách sveta s počtom vyše 200 000 členov. Jedným z prvých projektov organizovaným celosvetovo bol projekt „Global Student Entrepreneur Award“, ktorého národné kolo sa organizuje na Slovensku po ôsmykrát pod názvom **„Študentská podnikateľská cena 2016“**.

Podmienky súťaže JCI

Do súťaže sa môže prihlásiť študent dennej alebo externej formy štúdia na niektorej z fakúlt VŠ v SR.

Študent musí byť vo veku 18 až 35 rokov.

Študent musí byť majiteľom alebo spolumajiteľom spoločnosti a zároveň uvedený v živnostenskom registri alebo v Obchodnom registri príslušného súdu.

Študent musí byť občanom SR.

Po uzatvorení súťaže zasadla rada garantov pre posudzovanie nominácií, ktorá vybrala 5 najlepších projektov. Týchto 5 finalistov pozvala rada na „hearing“, kde diskutovali s komisiou o ich podnikateľských ambíciách. Na základe „hearingu“ a diskusie, komisia vybrala absolútneho víťaza, ktorý bude reprezentovať Slovensko na celosvetovom finále súťaže.

Ostatní finalisti súťaže „Študentská podnikateľská cena 2016“

Lukáš Fertaľ – spoločnosť FlukoLand, Vysoká škola ekonómie a manažmentu verejnej správy v Bratislave

Momentálne sa FlukoLand zaoberá výrobou rastlinných mini krajínok, ktoré nájdete na e-shope v sekcii mini krajinky alebo na Facebookovej stránke www.facebook.com/FlukoLand/. Jedná sa o živé ekosystémy v sklenených nádobách. V každej nádobe je mini svet s vlastným ekosystémom, ktorý funguje na určitej báze a kde sa o neho človek stará tým, že ho priebežne zalieva vodou. Druhou časťou značky FlukoLand je nábytok. Momentálne sú v ponuke iba drevené lampy, ktoré sú tak isto na eshope. A práve v tejto oblasti vidí majiteľ obrovský potenciál pre rast značky. Okrem lúčnej značky FlukoLand bude mať firma aj takzvaný driftwood nábytok.

Lukáš Fertaľ uviedol: „Momentálne prebieha výroba prvých kúskov pre vytvorenie originálnej kolekcie zaujímavého nábytku. Tento rok som chodil po predajných akciách po celom Slovensku, ako boli napríklad jarmoky, aby som touto cestou prezentoval novú dizajnovú značku FlukoLand. Čo sa týka krátkodobějších cieľov, predstavujem si do pár mesiacov dokončiť celú kolekciu nábytku a tú chcem predstaviť vo vlastnom showroome. Najideálnejšie by to bolo vo veľkom nákupnom centre vo veľkom meste na Západnom Slovensku. Vidím tam väčšiu príležitosť ako v rodnom Bardejove. Ak bude tento krok úspešný, plánujem celú značku "presťahovať" do hlavného mesta alebo jeho okolia. Tu si

chcem vybudovať kamennú predajňu kde si klienti nájdu len tie najoriginálnejšie položky: mini machové a rastlinné ekosystémy a krajinky s kombináciou krásneho dreveného driftwood nábytku spolu s ďalším alternatívnym umením, ktoré na Slovensku nemá veľké zastúpenie. Verím, že o tri roky bude značka FlukoLand synonymom spojenia prírody a dizajnu. Chcem, aby značka určovala trend kam sa až môžu "obyčajné" bytové dekorácie dostať."

Matúš Krajčí - samostatne hospodáriaci roľník, Fakulta ekonomiky a manažmentu SPU v Nitre

Základná myšlienka firmy vychádza z budovania rodinného podnikania v oblasti včelárstva na Liptove, a to prvovýrobou včelích produktov. Prácou poukazuje nielen na tvorenie pridanej hodnoty vo svete domáceho produktu, ale aj na neodmysliteľný význam zapájania mladých ľudí v poľnohospodárstve ako budúcnosti slovenského vidieka. Projekt je dôkazom realizovateľnosti špecifického poľnohospodárskeho zámeru. Krajčí sa rozhodol robiť včelárske remeslo poctivo a formou pridanej hodnoty. Na slovenskom trhu sa často vyskytujú lacné medové mixy dovážané zo zahraničia. Úle sú situované na Liptove v horskej oblasti Nízkych Tatier s vysokou kvalitou medu. Horský med je neporovnateľný s medom produkovaným na územiach, kde sú kvety postrekované.

Podľa slov Matúša Krajčího platí:

„V mojej oblasti podnikania sú najdôležitejšie nasledujúce parametre:

1. Zameranie sa na kvalitu. Včely sú umiestnené v dolinách Nízkych Tatier. Kvalita je neporovnateľná s kvalitou medu produkovanom na postrekovaných územiach (repka, ovocné sady).
2. Pre chov včiel bol zvolený drevený úl, čo sa prejavuje na kvalite medu a aj na samotnom chove včiel. Som zástanca inovácii, avšak v tomto prípade "sedliacky" rozum nepristúpil na dnešný trend týkajúci sa nového typu úľa. Ide o úl, kde sú vo vnútri plastové bunky na ukladanie medu včelami. Stačí otočiť kľukou a med vytečie do pohára. Týmto spôsobom sa ale nedá s istotou zabezpečiť zrelosť medu.
3. Zavedenie elektronickej úľovej váhy, ktorá bude zasielať SMS notifikácie na aktuálne medné prínosy na jednotlivé včelstvá. Prinesie to veľmi efektívnu výhodu, pomocou ktorej sa dajú voliť citlivejšie zootechnické zásahy a strategické transportné rozhodnutia pri presune včelstiev za znáškovými pomermi. Môže sa to prejavovať na vyššej produkcii medu. Aj touto formou sa dá korigovať udržateľný rozvoj včelárstva. Preto som sa rozhodol v budúcnosti spolupracovať s externým podnikom v oblasti vývoja technológií.
4. Apidomčky. Táto forma služby prináša úplne niečo nové, čo sa v oblasti služieb včelárstva neposkytuje. Ide o domčeky, v ktorých si klient môže doslova "pospať na úľoch". Pozitívne vplyvy včelích bio-polí na ľudských organizmus skúmajú vedci a lekári na Ukrajine, kde sa táto služba značne využíva. Apidomčky najskôr otestujeme. Potom je možnosť spojiť túto špecifickú službu s našim ubytovacím zariadením alebo vybudovať

samostatný oddychový park. Tento nový trend na Slovensku ešte len príde.“

Marek Plachý - spoločnosť Genaces Slovakia s.r.o., Fakulta ekonomiky a manažmentu SPU v Nitre

Spoločnosť vytvára prvé slovenské internetové obchodné centrum, ktoré umožní konečnému zákazníkovi prehľadne nakupovať z jednej internetovej platformy, a pritom prechádzať z obchodu do obchodu bez zbytočného hľadania po internete. Systém teda šetrí zákazníkom čas a peniaze, keďže umožňuje nakupovať z viacerých e-shopov len za jedno poštovné. Taktiež je systém vyhovujúci aj pre obchodných partnerov, ktorí s nimi spolupracujú, keďže im poskytujú službu fullfilmentu a vďaka väčšiemu počtu odoslaných zásielok vedú vyjednať výhodnejšie podmienky s prepravnou spoločnosťou, a taktiež sa môžu sústrediť na jadro svojho podnikania a orientovať svoje úsilie smerom na marketing alebo na iné potrebné záležitosti.

Marek Plachý uviedol: „Naša spoločnosť vznikla 23.4. 2015 ako Krko Slovakia s.r.o. s vlastníkmi Kristiánom Kováčom a Marekom Plachým. Následne sme do tímu prijali aj tretieho spoločníka Jána Džundu a zmenili sme názov spoločnosti na Genaces Slovakia s.r.o., keďže vízia našej spoločnosti nie je ostať len na slovenskom trhu, ale expandovať aj do zahraničia. Aktuálne sa zaoberáme zlepšovaním platformy genaces.com a predovšetkým zavedením funkčného fullfilmentu pre našich obchodných partnerov. Krátkodobými cieľmi firmy sú získanie dostatočného množstva obchodných partnerov v rámci fullfilmentu, pričom sa zameriavame na menšie e-shopy, keďže naša hlavná myšlienka smerovaná k obchodným partnerom je "Pomáhame menším narásť". Ďalším cieľom je získať investora, prípadne iný spôsob financovania spoločnosti na prekonanie "death valley" obdobia spoločnosti, keďže vízie, ktoré sa snažíme pretaviť do skutočnosti, si vyžadujú väčší obnos financií aký vieme reálne získať z vlastných prostriedkov. Dlhodobé ciele spoločnosti sú vychovať si pravidelných a spokojných zákazníkov, obchodných partnerov s rastúcim objemom predaja a vytvoriť stabilné miesto na Slovenskom, a neskôr aj na zahraničnom trhu internetového obchodovania.“

Michal Predajňa - spoločnosť HAPE GROUP, s.r.o., Právnická fakulta UK v Bratislave

Spoločnosť HAPE GROUP vytvorila internetový portál topdoktor.sk, ktorý združuje najlepších lekárov a špecialistov vo svojom odbore v Slovenskej republike. Internetový portál TopDoktor.sk predstavuje najväčší a najlepšie prepracovaný vyhľadávací portál s aktuálnym zoznamom doktorov, ktorý uľahčuje pacientom každodenný život. Webová aplikácia TopDoktor poskytuje pacientom nadštandardné služby s možnosťou rezervácie termínu prostredníctvom

interaktívneho online kalendára a následnou pripomienkou vo forme sms notifikácie.

Michal Predajňa uviedol: „Spoločnosť HAPE GROUP s.r.o. vznikla v júni 2015, s myšlienkou elektronizácie súkromných zdravotníckych zariadení. Začínali sme s portálom www.necakajulekara.sk, ktorý slúžil na získanie spätnej väzby od spolupracujúcich lekárov. Vďaka konzultáciám s nimi sa nám podarilo po dlhých mesiacoch vytvoriť portál TopDoktor, ktorý ponúka lekárom komplexné služby s online kalendárom a sms pripomienkovačom. Len mesiac od uvedenia portálu do ostrej prevádzky nás navštívilo viac ako 20 000 ľudí a stránka bola zobrazená viac ako 60 000 krát. Rezerváciu termínu k lekárovi za prvý mesiac stihlo využiť viac ako 1 000 pacientov, ktorí vďaka nám nemuseli čakať a na svoj termín nezabudli. Z krátkodobého hľadiska je naším cieľom rozšírenie škály našich služieb a zväčšiť pole našej pôsobnosti do každého kúta Slovenska. Z dlhodobého hľadiska uvažujeme aj nad expanziou na trhy EÚ.“

BMW Group

BMW Group je vďaka značkám BMW, MINI a Rolls-Royce najväčším výrobcom prémiových automobilov a motocyklov na svete. Okrem toho ponúka aj produkty značkového financovania a služby osobnej mobility. Medzinárodný koncern prevádzkuje 31 výrobných a montážnych podnikov v 14 krajinách a predajnú sieť so zastúpeniami vo viac ako 140 krajinách.

BMW Group zaznamenal v roku 2015 celosvetový predaj v objeme približne 2,247 milióna predaných automobilov a 137 000 motocyklov. V hospodárskom roku 2015 činil zisk pred zdanením 9,22 miliardy eur, celkový obrat dosiahol výšku 92,18 miliardy eur. BMW Group k 31. decembru 2015 zamestnával po celom svete 122 244 spolupracovníkov.

Úspech BMW Group sa vždy zakladal na predvídavom a vizionárskom myslení a zodpovednom konaní. Ekologické programy a sociálna udržateľnosť preto tvorili integrálnu súčasť stratégie spoločnosti v rámci celého hodnotového reťazca. BMW Group sa vždy vyznačoval komplexnou produktovou zodpovednosťou a významným prístupom k ochrane zdrojov.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

BMW Group Slovakia

Milan Stupka

Corporate Communications Manager

Mobil: 00 421 903 28 34 97

E-mail: milan.stupka@bmwgroup.com

Média web stránka: www.press.bmwgroup.com