

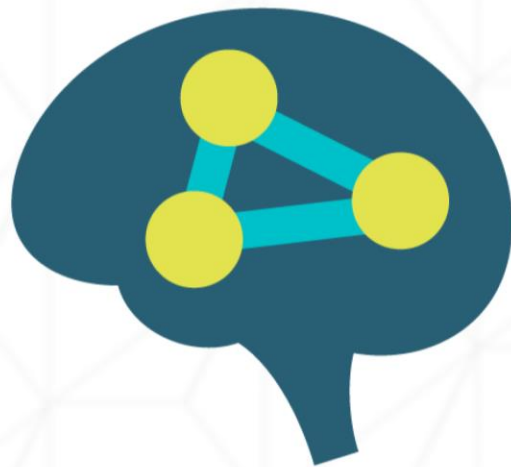


21

Звіт та презентація
мінікомпанії на конкурс
"Компанія року"

Підготовка

Звіт міні компанії



Підготовка

Перегляньте сторінки звіт та презентацію мінікомпанії
минулого навчального року:

Презентація Feel Touch на
національний конкурс українською



Звіт Feel Touch на міжнародний
конкурс GEN-E англійською.



На платформі знайдете різні приклади звітів та презентацій українських команд.

Підготовка

Чи зрозуміло у чому відмінність звіту від презентації?

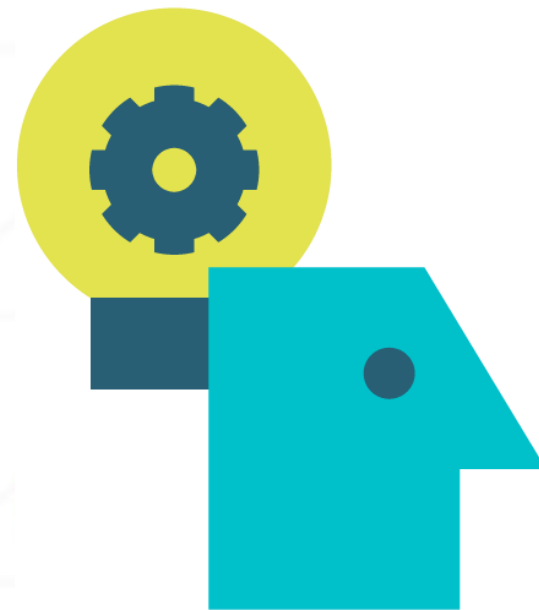


ЗВІТ

Звіт компанії має на меті підсумувати рік роботи команди у бізнесі. Це важливий звіт про те, чого вони досягли. Цей звіт є поєднанням стандартного річного звіту (в якому представлено процеси, успіхи, результати та майбутній потенціалу компанії для партнера по бізнесу) і рефлексивного письмового опису моментів, які стосуються особистого і командного навчання.

У цьому Звіті також можна продемонструвати навички розробки друкованого документу, завдяки якому компанія та її діяльність можуть зацікавити читача.

Звіт повинен включати кінцеву звітність діяльності компанії.



Вимоги та правила подання звіту

1. Звіт слід подати JA Ukraine засобами електронної пошти, **щонайменше за 14 днів** до змагання (регіонального/національного конкурсу).
2. Мова – звіт подається **українською** мовою.
3. **Макимум** 10 сторінок у форматі A4. Не дозволяється прикріплювати жодні додатки. Мінімальний шрифт – 12.
4. Звіт слід подати у форматі **PDF**.



СТРУКТУРА ЗВІТУ

Титульна сторінка (не зараховується до 10 сторінок)
повинна містити:

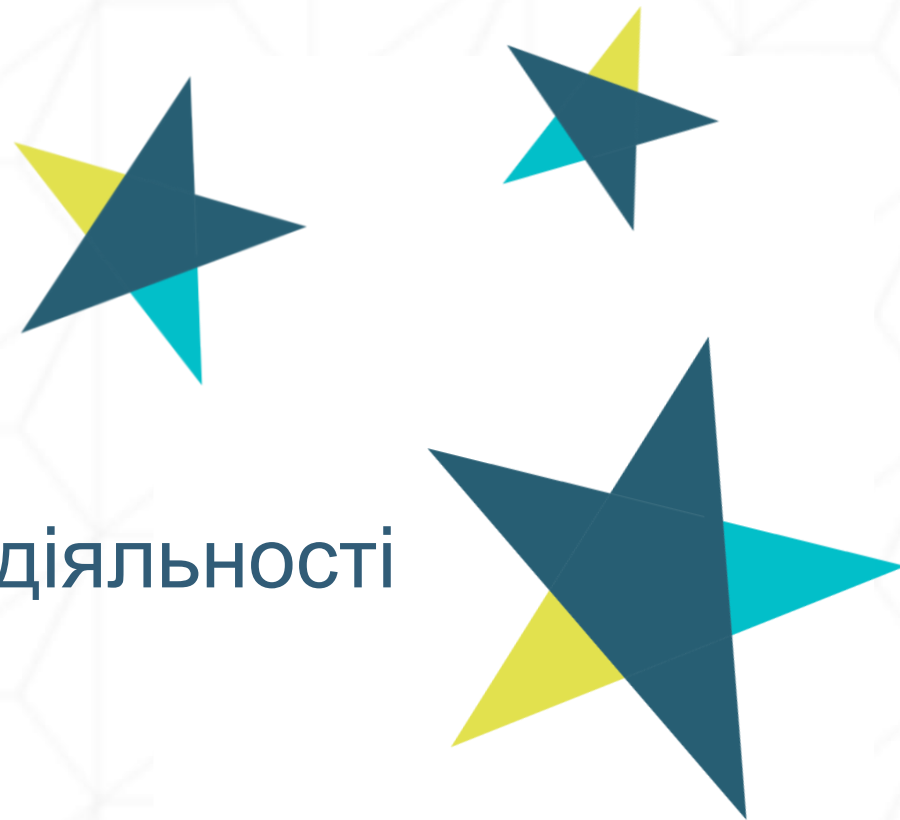
- Назву компанії.
- Назву закладу освіти
- Рік роботи компанії 2024/2025
- Ім'я ментора та назву його/її місця праці/компанії (за наявності)
- Ім'я відповідального педагога



СТРУКТУРА ЗВІТУ

На першій сторінці (резюме) подається стислий виклад, який повинен містити такі елементи:

- Назва компанії
- Місія, мета / бачення
- Продукт
- Фінансові показники
- Короткий виклад підприємницької діяльності
- Робота з ментором
- Зміст



Які теми варто детальніше висвітлити у звіті?

- Формування команди та розподіл обов'язків
- Місія (візія) мінікомпанії, проблема, яку вирішує товар/послуга.
- Опис продуктів/послуг та їх асортимент. Можна додати інструкцію з використання або креслення (за наявності).
- Розвиток продукту: від першого прототипу/екземпляру до фінальної версії при можливості опис/зображення виробничого процесу.
- Бізнес-модель (клієнти, структуру витрат та доходів, канали збуту, унікальну цінність).
- Фінансові показники (основні показники, продажі, обсяги реалізації, залучений капітал). Можна додати балансову відомість.
- Плани на майбутнє

Ключова сфера: презентаційний стандарт і зміст

1.

РЕЗЮМЕ

Резюме проєкту не може перевищувати за розмірами **одну сторінку** і повинно містити необхідну інформацію про діяльність компанії. Це просто **короткий підсумок документу**, який наводиться з урахуванням того, що зайняті люди, які читатимуть ваш документ, повинні з першого погляду зрозуміти, скільки їм слід прочитати і які дії, ймовірно, знадобляться. У ньому ви повинні розповісти читачу, чим особлива ваша компанія. Зазвичай, це перша сторінка основного тексту звіту компанії.



Ключова сфера: презентаційний стандарт і зміст

2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ МОМЕНТІВ

- Представлений у **короткому** вигляді (рек. обсяг – одна сторінка).
- Узгоджується із загальною інформацією, вміщеною у **Звіті компанії**, і чітко відзначає фінансову успішність.
- Включає аналіз фінансових складових та інформацію про (а) ліквідацію та запропонований розподіл прибутків, (б) необхідні кошти і використання коштів, (в) акціонерний капітал, (г) фінансові припущення, а також (г') зіставлення з вихідними фінансовими прогнозами.
- Звіт про результати фінансової діяльності/Звіт про прибутки і збитки та балансову відомість можна представити **за бажанням**.



Ключова сфера: презентаційний стандарт і зміст

3. АНАЛІЗ ЗАГАЛЬНОЇ УСПІШНОСТІ ТА ПРИБУТКОВОСТІ КОМПАНІЇ

- Не повинен перевищувати **однієї сторінки**.
- Представляє **прибутковість компанії** — звідки надходять прибутки і чому (валова і чиста маржа, постійні витрати на противагу змінним витратам).
- Пояснює **чинники**, що визначають прибутковість, наскільки бізнес піддається масштабуванню і як доходи, витрати і прибутки зміняться при розширенні.
- Ви можете вирішувати, де ви хочете розмістити цей розділ у звітному документі компанії. Лише пам'ятайте, що читачам має бути **легко його знайти**.



Ключова сфера: презентаційний стандарт і зміст

4. ЗАГАЛЬНИЙ ПРЕЗЕНТАЦІЙНИЙ СТАНДАРТ І ЗМІСТ

- *Огляд компанії:* Мета компанії, історія, походження концепції, поточний стан, загальна стратегія і цілі. Яку проблему вони вирішують?
- *Продукти і послуги:* Опис продуктів чи послуг. Характеристики та переваги продуктів чи послуг. Стратегія ціноутворення і поточний етап розвитку. Власницький підхід чи ні, чи, можливо, інноваційний підхід.
- *Операційна діяльність:* План виробництва/постачання продукту чи послуг, вартість продукту, маржа, складність роботи, необхідні ресурси.
- *Ринок і маркетингова стратегія:* Опис ринку, конкурентний аналіз, визначення проблем та маркетингова стратегія, прийняття на ринку і ринкові можливості, унікальний потенціал.

Ключова сфера: презентаційний стандарт і зміст

4. ЗАГАЛЬНИЙ ПРЕЗЕНТАЦІЙНИЙ СТАНДАРТ І ЗМІСТ

- *Продаж/просування товару:* Діяльність компанії, спрямована на промоцію та маркетинг, стратегія продажу, цілі продажу, тренінги та поточний продаж.
- *Управління:* Організаційна структура і комунікаційна структура діяльності. Здатність команди (розуміння керівництва) впроваджувати стратегію у відповідності до навчання, продемонстрованого командою, залежно від труднощів, з якими вона зіткнулася, і мотиватори під час року роботи компанії (унікальні компетенції.) Потреби персоналу, роль будь-якого виконавця, який не є учнем, які учні впроваджуватимуть план. Залучення бізнес-консультанта і вчителя-зв'язкового.

Ключова сфера: презентаційний стандарт і зміст

4. ЗАГАЛЬНИЙ ПРЕЗЕНТАЦІЙНИЙ СТАНДАРТ І ЗМІСТ

- *Майбутній потенціал компанії:* Майбутній потенціал компанії, інвестиційний потенціал. Чи представляє компанія ідеї щодо майбутнього. Навіть попри те, що програма „Компанія” реалізовується упродовж року, а далі мінікомпанію ліквідовують, однак припущення, які члени компанії роблять щодо майбутнього, є надзвичайно важливими. Як би вони продовжували керувати компанією таким чином, аби забезпечити її сталий розвиток? Чи розуміють власники, як працює їхня компанія і на яких навичках та сильних сторонах вона базується? Як стала конкурентна перевага цієї компанії? Наступні кроки – чи є вони реалістичними по відношенню до місії та завдання компанії.

Ключова ділянка

Продемонстровані навчальні результати

Судді оцінюватимуть те, наскільки, на їхню думку, базуючись на їхньому досвіді, мінікомпанія показала у звіті навчальні результати, отримані в рамках програми „Компанія”. Які уроки засвоїли, з якими труднощами стикнулись? Які рішення під час кризових ситуацій знаходили?



Ключова ділянка

Майбутній потенціал компанії

Судді оцінюватимуть, базуючись на своєму досвіді, якою є ймовірність утримання мінікомпанії на ринку як реальної компанії. Судді враховуватимуть потенціал команди щодо забезпечення сталого розвитку іншого продукту/послуги (наприклад, у випадках, коли потенціал фактичного продукту/послуги видається низьким).

Додаткові вказівки

- Звіт повинен бути **послідовним документом** бізнес-зразку, а не сумою звітів окремих директорів. Звіт повинен вказувати на **досягнення** компанії.
- Звіт повинні писати ті, хто здобули ці досягнення, і він має бути **оригінальним** та **інноваційним** за своїм підходом, а не базуватися на шаблоні, взятому з попередніх років.
- Мінікомпанія може попросити всіх учасників компанії написати короткий звіт про свою діяльність, а далі дати одному учаснику завдання звести цю інформацію до купи у форматі цілісного документу.
- Важливо, щоб компанії включали фотографії свого продукту чи послуги

Підготовка

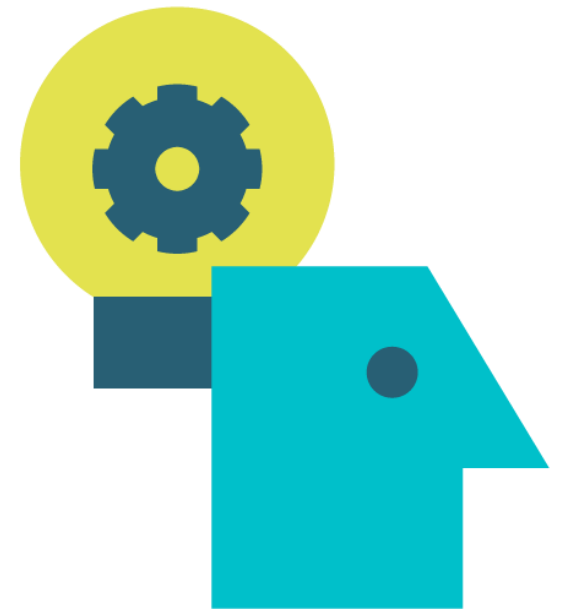
Конкурс "Компанія року"



Регіональний конкурс

Зазвичай, спочатку відбувається “Регіональний конкурс” під час якого визначаються переможці регіону (області), а далі найкращі отримують шанс позмагатись за звання “Компанія року” на Всеукраїнському конкурсі.

МЕТА: Презентація на сцені або онлайн дає можливість показати, наскільки ефективно команда працює над приверненням уваги потенційного бізнес-партнера (наприклад, інвестора, дистриб’ютора тощо) до компанії шляхом публічної презентації.



Регіональний конкурс

Рекомендації при підготовці: У презентації слід підсумувати ключовий досвід та досягнення компанії. У ній слід висвітлити підйоми і спади у діяльності компанії за рік; чого члени компанії навчилися на своїх помилках і чого вони досягли; а також продемонструвати навчальні результати програми „Компанія”.

Це не презентація продукту. Це **публічна презентація компанії інвесторам чи партнерам** по бізнесу, тож її мета полягає у тому, аби зацікавити у співпраці з мінікомпанією.



Структура і релевантність презентації

1. Вступ
2. Проблема, яку вирішую бізнес-ідея мінікомпанії
3. Опис продукту/послуги
4. Характеристика цільової аудиторії
5. Акцент на пріоритетних ділянках власного підприємницького досвіду
 - Підйоми і спади
 - Навчання і постійне вдосконалення у бізнесі
 - інноваційне та успішне застосування нових ідей в усіх аспектах керування компанією.
6. Фінансові показники та результати діяльності мінікомпанії
7. Плани на майбутнє

ВИМОГИ ДО ВИСТУПУ



- Усі презентації повинні бути **українською мовою**.
- Презентації, зазвичай, **відбуваються** перед великою аудиторією у залі, проте можливий онлайн-формат, у зв'язку з безпековою ситуацією в Україні.
- Команда має **три (3) хвилини** для презентації на сцені або в онлайн форматі.
- Стиль презентації повинен бути **діловим**, але може містити елементи гумору.
- Команда, яка робить презентацію, може складатися не більше, ніж з **п'яти успішних учнів**, які можуть знаходитися на сцені одночасно.
- У презентації слід **підсумувати** ключовий досвід та досягнення компанії.

ІННОВАЦІЙНІСТЬ

1. Наскільки добре визначена потреба споживачів?
2. Чи задовільняє її бізнес-ідея мінікомпанії?
3. Який вплив здійснює бізнес ідея на суспільство, екологію, людство та інше?



КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

1. Чи правильно мінікомпанія визначила цільову аудиторію та потенціал ринку?
2. Чи міні-компанія знає своїх основних конкурентів та переваги над ними?



ФІНАНСИ

1. Наскільки конкурентною є бізнес-модель міні-компанії?
2. Чи змогла мінікомпанія досягнути своїх цілей?
3. Які основні фінансові результати мінікомпанії?



УПРАВЛІННЯ ТА КОМАНДА

1. Наскільки злагодженою є командна робота?
2. Чи отримала команда навички для управління та організації діяльності мінікомпанії?
3. Чи залучала порадників на допомогу?



ПРЕЗЕНТАЦІЯ

1. Наскільки якісно команда презентує основні результати діяльності мінікомпанії?



Прийоми презентації матеріалу та наочні засоби

- Підтримуйте контакт з аудиторією: гумор, темп і рух під час презентації.
- Продемонструйте командний дух та взаємодію між членами команди, взаємопідтримку.
- Пам'ятайте, що і це „групова презентація”, а не фрагментована презентація окремих осіб.
- Використовуйте зображення, символи, моделі, ключові слова.
- Фінансові моменти легко зрозуміти, якщо їх представити творчо!
- Презентація компанії повинна бути оригінальною.

ВАЖЛИВО

- Судді знають команди лише за **звітом компанії**. Тож, є нагода справити перше позитивне враження. Спробуйте показати аудиторії підйоми та спади вашого року роботи аудиторії і розповісти, чого ви навчилися на власних помилках – це настільки ж важливо, як і ваші досягнення.
- Пам'ятайте, що на цьому етапі часу для запитань та відповідей буде дуже мало (**до 2 хвилин**). Переконайтеся в тому, що у презентації наведено достатньо відповідей, щоб задовольнити аудиторію.

Підбиття підсумків

Цей етап найважливіший у якому треба приділити достатньо уваги та зусиль! Вміння презентувати є важливим навиком у сучасному світі.





Розвивай та практикуй свої підприємницькі
амбіції!