

INBIZNIS 4

ČASOPIS NIEN PRE PODNIKATEĽOV

ISSN 2644-562X | ISSN 2644-6618

2020

MADE BY SBA

ČASOPIS VYDÁVA
SLOVAK BUSINESS AGENCY

SBA
SLOVAK | BUSINESS | AGENCY

NPC

NÁRODNÉ PODNIKATEĽSKÉ CENTRUM

Slovak Business Agency vám cez svoje národné projekty poskytuje množstvo zaujímavých služieb pre začatie alebo rozvoj podnikania.

Viac sa dozviete na:

www.npc.sk





Križa odhalila problémy, ale urýchlila hľadanie riešení
str. 4



Svetové nápady vybrusovali v Coworkingu NPC a v Akcelérátore
str. 9



Zo Žiliny na zahraničné trhy
str. 10



Veg life — reštaurácia pre zdravý život
str. 16



Na ceste za úspechom
str. 22



Naštartovala ju mikropôžička od Slovak business agency
str. 28



Nakopila ich pandémia
str. 32



I ♥ svoj biznis
str. 36



Made by SBA
str. 38

EDITORIÁL

Stabilný partner v neistých časoch

„Svet je v rukách tých, čo majú odvahu snívať, dokážu prijať riziko a žiť svoje sny – každý podľa vlastných schopností,“
vyhlásil známy brazílsky spisovateľ Paulo Coelho.

Platí to na väčšinu podnikateľov, ktorí sa rozhodli vymeniť istotu zamestnaneckého pomeru za neisté vody podnikania. Urobiť rozhodnutie a vyjsť z komfortnej zóny, ktorá poskytuje istotu príjmu, nie je jednoduché. Je to risk. Najmä v prípadoch, keď má človek rodinu, záväzky a nemalé výdavky. No nič z toho ich neodradilo.

A presne takých podnikateľov vám predstavujeme v tomto čísle. Odvážlivcov, ktorí toto rozhodnutie urobili a začali realizovať svoje sny. Odvážlivcov, ktorí našli dost odvahu zariskovať, osamostatniť sa a byť sám sebe pánom. Odvážlivcov, ktorí našli v sebe vieru. Vieru v seba, vo vlastné schopnosti a v naplnenie cieľov, aké si vytýčili.

Niektorí sú na trhu už pomerne dlho, ich značka je známa a majú stabilnú klientelu. Iní s podnikaním len začínajú, učia sa, hľadajú si miesto na trhu. Každý píše vlastný originálny podnikateľský príbeh. Každý kráča svojou cestou. Spája ich však jedno. Nevzdávajú sa, nepoddávajú okolnostiam. Aj keď si vybrali ťažkú cestu, a v dnešných časoch často priam katastrofálnu, húževnato kráčajú ďalej.

Preto si o nich teraz môžete prečítať. Sme radi, že im na tejto vzrušujúcej ceste môžeme byť stabilným partnerom. Sme radi, že aj vďaka službám, ktoré poskytujeme, ich posúvame vpred, pomáhame im prejsť krízami či ťažkosťami a podporujeme ich v hľadaní tej správnej cesty.

Držíme palce však nielen im, ale všetkým podnikateľom, ktorí sú odhodlaní v tejto kritickej situácii bojovať a prežiť. Slovak Business Agency je tu pre vás a s vami.

Petra Palenčárová

iNBIZNIS | 4
ČASOPIS NIENEN PRE PODNIKATEĽOV
2020

vydáva:

Slovak Business Agency
Karadžičova 2
811 09 Bratislava 2
Slovenská republika
Tel.: +421 2 203 63 100
E-mail: agency@sbagency.sk

Vychádza štyrikrát ročne.

Fotografie: pokiaľ nie je uvedené
inak, archív redakcie.

ISSN 2644-562x | ISSN 2644-6618

redakcia:

Šéfredaktorka: Petra Palenčárová
Editor: Rastislav Hríbok
Redaktori: Prokop Slováček, Andrea
Kamenská Beláňová, Viktória
Kiripolská, Martina Gyenes
Grafický dizajn: Peter Drengubiak,
Svetlana Obrancová



KRÍZA ODHALILA PROBLÉMY, ALE URÝCHLILA HĽADANIE RIEŠENÍ

Koronakríza výrazne poznačila všetky oblasti života spoločnosti. Zachraňuje sa ekonomika, prijímajú sa opatrenia. O situácii v podnikateľskom prostredí aj o pripravovaných opatreniach sme sa rozprávali so štátnym tajomníkom Ministerstva hospodárstva SR **PhDr. JÁNOM ORAVCOM, CSc.**

Prvá i druhá vlna koronakrízy prevrátili všetko naruby. Čo spôsobili malým a stredným podnikateľom?

- Za normálnych okolností by nová vláda mohla nerušene pracovať na rozvoji a modernizácii našej ekonomiky. Po vypuknutí pandémie však musí ekonomiku zachraňovať. Jej podstatnou súčasťou sú malí a strední podnikatelia. Mnohí z nich mi píšu a nie je to ľahké čítanie. Ľudia, ktorí svoje firmy budovali desiatky rokov, sa v priebehu niekoľkých mesiacov, keď ich tržby padli prakticky na nulu, dostávajú do bezvýchodiskovej situácie. V tomto je koronakríza neporovnateľná s akoukoľvek krízou predtým. Je to externý faktor, nie dôsledok chýb či nezodpovedného podnikania, ktorý v jednom momente zastavil väčšinu ekonomík sveta. Prežijú len tí, ktorí budú dostatočne finančne silní, aby prečkali mesiace – možno aj roky – poklesu tržieb a prispôbili sa.

Vnímate rozdiel medzi správaním podnikateľov v prvej a druhej vlne?

- Počas prvej vlny sa zastavila celá ekonomika. Všetci sme boli doma, ustal aj chod ekonomiky a situácia pripomínala apokalypsu. Neskôr sa začal ukazovať veľký rozdiel vo vplyve koronakrízy na výrobu a sektor služieb. Druhá vlna zastihla výrobu, najmä priemysel, v oveľa lepšej nálade, pretože objednávky sa medzitým opäť rozbehli. Služby, najmä časť dopravy a cestovný ruch, však naďalej čelia dramatickému poklesu tržieb. Často až vo výške sto percent.

Ktoré z opatrení vlády, ministerstva hospodárstva či iných rezortov považujete za najdôležitejšie pre podnikateľské prostredie?

- Pokiaľ ide o ministerstvo hospodárstva, je ich hneď niekoľko. Po prvé sme v dlhých a náročných rokovaníach s ostatnými ministerstvami presadili 115 opatrení



PhDr. Ján Oravec, CSc., (56) – vyštudoval odbor filozofia – politická ekonómia na Filozofickej fakulte UK v Bratislave. Založil Nadáciu F. A. Hayeka, 17 rokov bol prezidentom Združenia podnikateľov Slovenska. V rokoch 1999 až 2002 bol generálnym riaditeľom sekcie stratégií na MH SR, v rokoch 2004 až 2015 aj členom Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru v Bruseli. Je ženatý a má dve deti.

„Musíme sa zlepšiť tak z hľadiska rýchlosti, ako aj objemu prostriedkov vynakladaných na pomoc ekonomike postihnutej pandemiou.“

na zníženie administratívnej záťaže. Schválila ich vláda a parlament a sú známe pod názvom Lex Korona MH. To samo osebe síce podnikateľov nezachráni, ale môže im v týchto neľahkých časoch pomôcť sústrediť všetky sily len na prežitie. Po druhé sme ešte v marci rozhodli o uvoľnení vyše 330 miliónov eur na zvýhodnené úvery, ktoré doteraz pomohli už viac než 6 500 malým

a stredným firmám. Po tretie sme cestovným kanceláriám pomohli prežiť stratenú turistickú sezónu novelou zákona o zájazdoch. A po štvrté sme pripravili aj kompenzačné schémy na preplácanie nájomov a na pomoc nepravidelnej autobusovej doprave. Pokiaľ ide o iné ministerstvá, najväčší rozsah a dosah mali príspevky ministerstva práce na udržanie zamestnanosti.



Boli nejaké opatrenia, ktoré by ste očakávali, ale zatiaľ neprišli?

- Nie. Myslím si, že pokiaľ ide o portfólio opatrení, máme v ňom všetky dôležité, ktoré využívajú aj iné krajiny, teda celý arzenál nástrojov na podporu likvidity, udržanie zamestnanosti a dočasnú ochranu pri neschopnosti splácať záväzky.

Najpravdivejší obraz o stave vecí nám dáva reálny život. Aké ohlasy na vládne opatrenia máte priamo od podnikateľov? Z prieskumov, ktoré realizovala napríklad aj Slovak Business Agency (SBA) v uplynulých mesiacoch.

- Dali by sa zhrnúť do jednej krátkej vety: pomoc je pomalá a nedostatočná. V obidvoch bodoch súhlasím. Musíme sa zlepšiť tak z hľadiska rýchlosti, ako aj objemu prostriedkov vynakladaných na pomoc ekonomike postihnutej pandémiou.

Aktuálne opatrenia sú len prvým krokom k udržaniu a postupnému ozdraveniu podnikateľského prostredia. Na čo sa musí vláda zamerať, aby pomohla podnikateľom priblížiť sa postupne k stavu, aký tu bol pred krízou?

- Obávam sa, že k stavu pred krízou sa ešte dlho nepriblížime. Ba

dokonca v niektorých oblastiach sa k nemu nevrátíme nikdy. Vláda musí pomáhať firmám tam, kde je návrat k predkoronovému status quo žiaduci, a zároveň podporovať ich odvahu pri hľadaní nových riešení.

Aké ďalšie opatrenia chystá ministerstvo hospodárstva



na zmiernenie dôsledkov?

- Pomáhame iným rezortom – kultúre a školstvu – pripraviť podporné schémy na pomoc segmentom spoločnosti, ktoré sú v ich kompetencii: pracovníkom v kultúre a športovcom. Máme spracovaný druhý balík na zníženie administratívneho zaťaženia podnikania, v ktorom sú ďalšie stovky podnetov. Ideme zjednodušiť procedúry na čerpanie eurofondov. A snažíme sa presadiť návrhy na zvýšenie konkurencieschopnosti slovenskej ekonomiky do Plánu obnovy.

Stále sa nachádzame v druhej vlně koronakrízy, ktorá je ešte dlhšia ako tá prvá zo začiatku minulého roka. Vnímate nejaký rozdiel oproti tej jarnej v podnikateľskom prostredí?

- Naši podnikatelia už v minulosti veľa ráz predviedli neuveriteľnú schopnosť absorbovať aj extrémne šoky. Tú preukázali aj teraz, pri prvej aj druhej vlně. Nepochybujem o tom, že ju preukázu aj pri tretej či ďalších vlnách. Rozdiel je len v tom, že s každou ďalšou vlnou sa scvrkávajú finančné rezervy, bez ktorých neprežije ani ten najprispôsobivejší podnikateľský subjekt.

Vraví sa, že všetko zlé môže byť aj na niečo dobré. Takže čo nás koronakríza naučila? Možno si z nej vziať aj niečo pozitívne?

- Je toho viac. Všetci napríklad zisťujeme, že nemusíme tak veľa času tráviť na zahraničných pracovných cestách, vo veľkej miere sa dajú nahradiť videomítingmi a videokonferenciami. Firmy zisťujú, že veľké kancelárske priestory boli zbytočným luxusom, keďže veľa činností môžu ich zamestnanci vykonávať z domu. A tak by sme mohli pokračovať.

Ako korona zmení budúcnosť podnikania?

- Koronakríza slúži ako lupa a urýchľovač zároveň. Pomohla nám uvidieť skutočný rozsah našich problémov, nepripravenosť a malú efektívnosť verejného sektora, ale aj zaostávanie súkromného sektora v inováciách, produktivite



„Máme spracovaný druhý balík na zníženie administratívneho zaťaženia podnikania, v ktorom sú ďalšie stovky podnetov.“

či v prechode na digitalizáciu. Tá istá kríza, ktorá nám pomohla tieto problémy odhaliť v plnej nahote, je zároveň aj akcelératorom, ktorý nám môže pomôcť urýchliť hľadanie ich riešení. Pevne verím, že prostriedky, ktoré budeme mať k dispozícii z Plánu obnovy

a z eurofondov, neminieme len tak. Že ich investujeme spôsobom, ktorý nielenže zlikviduje naše zaostávanie, ale prispeje k zásadnej modernizácii našej ekonomiky a celej spoločnosti.

Vo funkcii štátneho tajomníka ministerstva hospodárstva ste



pomerne krátko. Na pozíciu ste nastupovali práve v tých najťažších podnikateľských časoch. Čo všetko máte v pláne presadiť, podporiť?

- Mojm hlavným cieľom po nástupe do funkcie bolo, aby ministerstvo hospodárstva a vláda začali robiť kvalitatívne inú politiku. Takú, ktorá povedie k citeľnému obmedzeniu byrokracie a šikany zo strany úradov. Prichádzal som s tromi cieľmi. Prvým bolo zrušiť množstvo nezmyslov, ktoré podnikateľom zbytočne otravujú život. Prvý balík 115 schválených opatrení som už spomínal, pripravujeme druhý, ešte väčší. Po druhé som avizoval zavedenie niekoľkých princípov schvaľovania legislatívy, ktoré zvýšia ochranu občanov a podnikateľov pred nedomyselnými legislatívnymi nepodarkami a sprísnia požiadavky na predkladateľov zákonov. Za tých niekoľko mesiacov sme stihli pripraviť pre vládu návrh na zavedenie tzv. princípu 1In-1Out, neskôr 1In-2Out, ktorý má za cieľ postupné znižovanie administratívnych nákladov podnikania. A po tretie bolo mojm cieľom začať pripravovať celý systém riadenia pre tzv. lepšiu reguláciu. Vláde onedlho predložíme návrh na jej inštitucionálne



zastrešenie, ktorým bude Rada vlády pre konkurencieschopnosť a produktivitu.

SBA komplexne podporuje malé a stredné podniky (MSP) na Slovensku už dlhé roky. Ako veľmi je dôležitá takáto podpora štátu? Je dostatočná, účinná?

Prípadne čo robiť lepšie?

- Podpora je dôležitá, aj keď môže byť vždy len doplnková. Nie je v silách štátu pomôcť každej jednej firme na Slovensku. Našou prvoradou úlohou je vytvárať našim firmám priaznivé podnikateľské prostredie. Pokiaľ ide o podporný rámec, za najdôležitejšiu úlohu považujem lepšiu koordináciu rôznych podporných schém a aktivít. To je výzva aj pre SBA, ktorej aktivity sa niekedy prekrývajú s inými agentúrami. Lepšia vzájomná koordinácia by veci prospela. Rovnako považujem za dôležitú nepretržitú spätnú väzbu od klientov SBA, aby ponúkala služby a produkty, o ktoré je záujem a pre MSP majú význam.

Čo by ste našim čitateľom popriali v novom roku?

- Aby boli zdraví. Aby ich deti mohli čo najskôr chodiť do školy a oni do práce, resp. aby sa mohli venovať rozvoju svojich firiem. Na to všetci potrebujeme potlačiť pandémiu a vrátiť sa k normálnejšiemu fungovaniu spoločnosti a ekonomiky.

(slo)



Foto: PhDr. Ján Oravec, CSc.



Jakub Nagy a Adam Bednár

SVETOVÉ NÁPADY BRÚSILI V COWORKINGU NPC A V AKCELERÁTORE

VYZERÁ TO TAK, ŽE ONEDLHO ICH BUDE POZNAŤ CELÝ SVET.
ICH NÁPADY SÚ SVETOVÉ, NO POTREBOVALI PRIESTOR,
ODBORNÉ RADY A VEDENIE. VĎAKA NÁRODNÉMU
PODNIKATEĽSKÉMU CENTRU TO V PLNEJ MIERE DOSTALI.

Adam Bednár a Jakub Nagy sú stredoškólači, ktorí spravujú platformu **Noove** (www.noove.org) orientovanú na moderné vzdelávanie stredoškolákov. Ich rozličné projekty majú výsledky, ktoré sú viditeľné v reálnom svete. Je to forma duálneho vzdelávania dostupná pre každého stredoškoláka. Medzi ich výtvyry patrí napríklad **Project Picoballoon**, v ktorom študenti vyvíjajú ultraľahké (1 g) a ultralacné meteorologické sondy schopné obletieť Zem aj niekoľkokrát (www.picoballoon.org). Svoje aktivity mohli Bednár s Nagyom rozvíjať aj v čase pandémie, v Coworkingu NPC. A dobré skúsenosti už majú aj so službou Akcelarátor – Úl nápadov.

Študujete na strednej, ako stíhate aj mimoškolské aktivity?

- Je to väčšinou boj priorít. V školskom systéme, ktorý, bohužiaľ, nie vždy podporuje práve vzdelávanie v oblasti podnikania, to nie je najľahšie.

V našom Akcelarátoře ste najprv svoje podnikateľské plány rozvíjali, potom ste využívali priestory Coworkingu NPC. Pokročili ste v podnikateľských aktivitách?

- Od začiatku júla, keď sme začali využívať služby Coworkingu, sme si vo svete podnikania rozšírili obzory. Máme nové kontakty a spätnú väzbu na náš projekt aj od ľudí z biznis sféry. Pre úspešný projekt je kľúčové, aby sa ľudia fyzicky stretávali, čo je nevyhnutnou súčasťou efektívnej komunikácie. Počas pandémie sme v Slovak Business Agency, vždy v rámci aktuálnych možností, mali v rámci Coworkingu priestory, kde sme sa mohli bezpečne stretávať. To pomohlo náš projekt

skutočne rozbehnúť a realizovať. Mimoriadne.

Čo vám dve služby, ktoré ste využívali, priniesli?

- Coworking nám dal priestor na brainstorming, na stretnutia s potenciálnymi partnermi projektu, ale aj možnosť robiť rôzne movie nights a teambuildingové stretnutia tímu. V Akcelarátoře sme okrem využívania priestorov mohli konzultovať s profesionálnymi mentormi a zúčastňovať sa na rozličných podujatiach alebo stretnutiach zameraných na jednotlivé sektory podnikania. Pomohlo nám to odhaliť nedostatky nášho plánu, ale predovšetkým sme sa naučili, ako ich riešiť.

Čo na pomoci NPC oceňujete najviac?

- Mali sme obrovské šťastie, že pri rozbiehaní projektu, teda od úplného začiatku, boli okolo nás ľudia, s ktorými sme sa mohli o naše nápady podeliť a rozoberať ich s nimi do detailov. Práve takýto prístup nám priblížil mnoho dôležitých spôsobov rozmyšľania pre rozličné odvetvia podnikania.

Kto budú vaši budúci zákazníci?

- Zruční a motivovaní študenti, stredoškólači, ktorí chcú na sebe pracovať v rôznych smeroch. Momentálne ponúkame projekty, v ktorých sa dokážu študenti rozvíjať v projektovom manažmente, marketingu, elektronickom inžinierstve, materiálovom inžinierstve, vo vývoji softvéru...

Vaše plány do budúcnosti?

- Plánujeme rozšíriť naše projekty aj o oblasti chémie a biológie. A nastavili sme si fixný dátum spustenia platformy pre širokú verejnosť.

Čo by ste poradili uchádzačom o členstvo v Coworkingu NPC a Akcelarátoře?

- Najdôležitejšie je nebáť sa rozprávať o svojich nápadoch, podeliť sa o svoj mindset s ľuďmi, ktorí chcú pomôcť.

(dr, slo)

Foto: Project Picoballoon

ZO ŽILINY NA ZAHRANIČNÉ TRHY



» be lenka

Žije svoj sen. Robí to, čo ju baví, a riadi sa heslom, že vo všetkom treba hľadať aj to dobré.

Zoznámate sa s **Lenkou Cenigovou**, zakladateľkou značky **Be Lenka**. Narodila sa s hendikepom (bez jednej ruky), no na svet hľadí pozitívne. Otec ju od detstva viedol k športu. Pod jeho vedením sa začala naplno venovať atletike. Vo svojej kategórii zdravotného znevýhodnenia to ešte pod dievčenským menom Gajarská dotiahla až k titulu majsterky sveta v skoku do diaľky, dva razy sa prebojovala aj na paralympijské hry (Sydney 2000 – 6. miesto, Londýn 2012 – 5. miesto). Dnes má vlastnú firmu a verí, že tá v tomto roku prekročí hranicu stotisíc predaných topánok za rok.

Zo športovkyne podnikateľka

Podnikať začala, keď sa po druhý raz stala matkou. Pôvodne to nemala v pláne, ale počas materstva si zamilovala nosenie detí v nosičoch. Keď na trhu nevedela nájsť nosič, ktorý by jej vyhovoval, vymyslela si vlastný. Vyrobila ho zo šatky, čím spojila dva jedinečné aspekty – pohodlnosť a nenahraditeľnosť šatky s praktickosťou nosiča. Keď sa svojím dielom pochválila na sociálnej sieti, písali jej mamičky správy, že aj ony by chceli taký nosič. Tak sa to celé začalo.

Na podnikateľské začiatky má pekné spomienky. S manželom skoro každý deň balili desiatky nosičov. Popri deťoch im to trvalo niekoľko hodín.

S nosičmi chodila aj do rozličných podporných skupín nosenia a na nosičské festivaly, na čo dnes rovnako rada spomína. Spokojné mamičky boli rady, že sa môžu osobne porozprávať, a tešili sa zo skvelého nosiča.

Dnes šije nosiče profesionálny tím krajčírov v jej rodnej Žiline. Produkcia však nestačí, a tak spolupracujú aj s ďalšou krajčírskou dielňou.



Úspech aj vo svete

Lenku detstvo a športová kariéra ovplyvnili aj pri vývoji ďalšieho produktu. Už ako malé dieťa najradšej chodila bosá a užívala si slobodu s tým spojenú. Pri športe v klasickej obuvi často trpela. Rozhodla sa preto nosiť barefoot obuv – topánky, ktoré imitujú chodenie naboso. Neskôr sa z toho stala jasná voľba aj pre jej deti.

Barefoot obuv, ktorá by jej maximálne vyhovovala, však nenašla. Aj preto so spoločníkom Jurajom začala vyrábať zdravé topánky sama. Výrobu a predaj spustili v roku 2017. Ich produkty si našli klientelu už vo viac ako päťdesiatich krajinách sveta. Veľkoobchodných partnerov má firma dnes približne štyristo, a to vo väčšine európskych krajín. Hoci ide o vyhľadávaný a vysoko hodnotený produkt aj na medzinárodných trhoch, firmu stále riadia zo Žiliny. Zamestnanci sú najmä zo Slovenska, no aj zo zahraničia.



Lenkina ingrediencia úspechu:
**„Večne pozitívny pohľad na svet.
Verím v dobro a v to, že pozitívny prístup
k ľuďom a problémom mi pomáhajú.“**



„V Národnom podnikateľskom centre sme využili individuálne poradenstvo. Mali sme výbornú konzultantku, ktorá individuálne rozvíjala zručnosti našich zamestnancov. Zameriavali sme sa predovšetkým na zavádzanie procesov vo firme,“ hovorí Lenka Cenigová, zakladateľka spoločnosti Be Lenka.

Atraktívny produkt v kombinácii s úspešným marketingom boli kľúčovými krokmi k zahraničnej expanzii. Vďaka tamajšiemu marketingovému tímu a dôrazu na kvalitné fotky, vlastnosti a výhody produktu poznajú dnes značku ľudia na celom svete. Prostredníctvom viacjazyčného e-shopu dokáže marketing osloviť zákazníkov v angličtine, nemčine, slovenčine, češtine, vo francúzštine aj v poľštine. Ako dôležité sa ukázalo aj rozšírenie tímu o native speakerov z krajín, do ktorých expandujú, ako sú Nemecko, Francúzsko a Poľsko. Vďaka nim komunikujú so zákazníkmi pohodlne v rodnom jazyku.



Minimum odpadu

V podnikaní uplatňujú udržateľný prístup a v tom sa snažia stále napredovať a zlepšovať. Napríklad ústrižky látky, ktoré vznikajú pri šití nosičov, posielajú zadarmo do chránenej dielne na ďalšie spracovanie. Eliminujú tým už aj tak minimálny odpad.

V spoločnosti sa zamerali aj na postupnú zmenu obalových materiálov na ekologické a recyklované. Snažia sa, aby ich výrobky zanechali čo najmenšiu ekologickú stopu.



Bez inovácií to nejde

Firma sa ustavične snaží posúvať vpred a produkty inovovať. Keďže všetkým záleží na používaní lepších a ekologickejších materiálov, rozhodli sa vyvíjať vlastné vzory látok a nové typy podrážok na topánky.

Okrem ekológie sa sústreďujú aj na pohodlie zákazníkov. Investujú preto čas aj do ergonomie a technickej konštrukcie produktov. Stále hľadajú riešenia, ako vyrábať ešte pohodlnejšie produkty.

„Snažíme sa sledovať aktuálne trendy a podľa toho navrhujeme naše nové modely. Okrem toho pracujeme na zlepšení logistiky a distribúcie a venujeme sa aj vývoju e-shopu,“ zdôrazňujú.

(vk)

Foto: be lenka



» PREČO NOSIŤ BAREFOOT TOPÁNKY « (LENKINÝMI SLOVAMI)

„Dôvodov je naozaj veľa. Medzi tie najdôležitejšie patrí určite to, že chôdza naboso je prirodzená. Všetci vieme, že chodiť naboso je zdravé a priaznivé pre naše telo. Prečo teda druhá najlepšia voľba po chôdzi naboso má byť hrubá, neohybná topánka, ktorá navyše utláča a deformuje prsty?

Sme presvedčení, že druhé najlepšie po samotnej chôdzi naboso sú práve barefoot topánky. Barefoot obuv nedeformuje a neutláča vaše prsty a tie môžu voľne pracovať.

Podrážka je tenká iba niekoľko milimetrov a je maximálne flexibilná. Vďaka tomu prijíma vaša noha impulzy z rôznych povrchov a stimulujú sa senzomotorické body na chodidle.

Zapájate aj svaly na chodidle, ktoré prispievajú k správnej chôdzi a pomáhajú zlepšiť držanie tela.

Vaša noha sa tak nemusí prispôbovať topánke, práve naopak. Topánka sa prispôbuje nohe – a tak to má byť.“





“

„Každý má svoje chute, preferencie a rád si skombinuje jedlo tak, ako mu to vyhovuje. Z toho vychádzame.“

”

Veg life



Reštaurácia
pre zdravý život

V Bratislave im vegetariánska reštaurácia podľa ich predstáv chýbala. A tak bratranci **PETER JURÍK** a **FILIP JAŠKO** vymysleli projekt Veg life. Najprv to mal byť len malý zdravý bufetík, ale po ôsmich rokoch fungovania už prevádzkujú šesť samoobslužných reštaurácií.

Vychádzali ste z predpokladu, že keď niečo chýba vám, tak zrejme chýba aj iným?

- Presne tak. Povedali sme si, že by to mohol byť celkom dobrý podnikateľský nápad. Vznikol úplne náhodne, na rodinnej oslave. Chýbalo nám miesto, kde by sa varilo zdravo, chutne. Nie dookola stále to isté. A navyše za rozumnú cenu. Stále viac ľudí má špecifické stravovacie potreby. Sú vegetariáni, vegáni, majú rôzne stravovacie obmedzenia, alergie. A nemajú sa kam ísť najesť. Všeobecne však ľuďom dnes oveľa viac záleží na tom, čoedia. Pre nás je dôležité, aby sme jedli zdravo každý deň. Nielen výnimočne. Aj preto sme presvedčení, že podnikanie v oblasti zdravej výživy má budúcnosť. Máme z toho, čo robíme, dobrý pocit.“

PRÍBEH FIRMY

Kedy a kde ste otvorili prvú reštauráciu?

- V roku 2012. Plánovali sme len malý zdravý bufetík, ale nakoniec nás okolnosti priviedli k väčším priestorom na Mickiewiczovej ulici v Bratislave, kde sme napokon reštauráciu otvorili. Veľa ľudí neverilo, že sa nám tam bude dariť, pretože predchádzajúce reštaurácie tam neprežili. Prvý rok bol naozaj náročný. Nezvládli by sme to bez dotovania z iných činností a presvedčenia, že sa venujeme správnej veci. Takej, ktorá má budúcnosť.

Ako sa projekt vyvíjal?

- Veg life sa v priebehu prvého roku zmenil z klasickej reštaurácie s obsluhou a obedovým menu na samoobslužnú. Funguje na princípe *nalož si, koľko chceš, a zaplať, koľko si si naložil*. Po dvoch rokoch prevádzky nás oslovili, aby sme otvorili prevádzku na Patrónke. Vtedy sme si nemysleli, že sme na také niečo pripravení. Presvedčil nás záujem ľudí. Motivoval nás, aby sme to skúsili. A tak sme otvorili druhú prevádzku, ďalší rok tretiu. Momentálne ich máme šesť. Teší nás, že ľuďom naše jedlo chutí. Podľa ich reakcií by boli radi, aby sme boli aj na viacerých miestach.



Koľko ľudí sa podieľa na fungovaní firmy?

- Viac ako štyridsať. Sme radi, že máme skvelých zamestnancov, ktorí vo veľkej miere stoja za úspechom našej značky.



V čom je váš nápad jedinečný?

- Stavili sme na možnosť výberu. Nenútime ľudí jesť presné kombinácie hlavných jedál a príloh, nevnučujeme im veľkosť porcie. Vychá-

dzame z toho, že každý má svoje chute, preferencie a rád si skombinuje jedlo tak, ako mu to vyhovuje. Neradi plytváme jedlom, takže tým, že si zákazníci naložia sami, väčšinou všetko zjedia a minimalizujeme tým odpad.

Zatiaľ pôsobíte len v Bratislave. Uvažujete aj o iných mestách, prípadne nejakých novinkách?

- Zatiaľ nám to takto vyhovuje. Keďže sme primárne obedová reštaurácia, radi by sme otvorili nové výdajne našej stravy v administratívnych budovách v Bratislave a priniesli tak fungujúci systém zdravého stravovania väčšiemu počtu ľudí. Pokiaľ ide o sortiment, pravidelne zaraďujeme nové jedlá i nápoje vlastnej výroby v závislosti od sezóny. To isté platí pre tovar v miniobchodíku, ktorý máme v každej prevádzke. Snažíme sa ponuku priebežne aktualizovať a zaraďovať produkty, ktoré si zákazníci žiadajú.

O RECEPTOCH

Kto tvorí recepty, ako vznikajú?

- Naši kuchári. Inšpirujeme sa rôzne. Niekedy pretvárame tradičné slovenské jedlá na bezmäsitú verziu. Inokedy siahneme po chutiach exotických kuchýň, ktoré mäso prirodzene nepoužívajú. Tým, že každý deň varíme iné jedlá, vzniká priestor na kreativitu pre všetkých našich kuchárov. Šéfkuchár potom dohliada a pravidelne kontroluje kvalitu jedla a dodržiavanie receptúr vo všetkých prevádzkach.

Reagujete aj na priame reakcie či požiadavky ľudí?

- Sledujeme. Čo zákazníkom chutí, ale aj čo chutí nám, keď sa stravujeme niekde inde. Všetky skúsenosti sa snažíme skĺbiť tak, aby výsledkom bolo chutné jedlo. Gastronómia je zvláštne odvetvie, v ktorom sa nedá vyhovieť úplne každému. Pre niekoho je dané jedlo splnený sen a niekto by ho nezjedol za žiadnych okolností.



Takže sa snažíme naše recepty dochutiť tak, aby vuspokojili väčšinu zákazníkov. Navyše každý deň pripravujeme štyri teplé jedlá a snažíme sa ich nakombinovať tak, aby si aj náročný zákazník vedel vybrať.

Na aký recept ste naozaj hrdí?

- Snažíme sa o to, aby sa jedno jedlo vyskytlo maximálne raz za tri týždne. Rešpektujeme sezónnosť, a tak máme v ponuke okolo štyristo jedál. Je ťažké vybrať z tohto množstva jedného favorita. Určite máme niekoľko jedál, ktoré z pultu miznú veľmi rýchlo, napríklad cviklové guľôčky alebo vegánska kačica, či rôzne fašírky a gratíny. To by bola skôr otázka pre zákazníkov, ktoré jedlo je to ich naj.

Ktorá klasika nesmie v ponuke chýbať?

- Zo slovenských chutí u nás nájdete napríklad kapustné strapačky či bryndzové krúčky s tempehom, čo je zdravšia verzia klasických halušiek. Snažíme sa zachovať tradičné chute a zároveň ich skĺbiť so súčasným moderným varením. To viac dbá na zdravie. Kedysi, keď človek väčšinu dňa strávil na poli fyzicky náročnou prácou, mal možnosť tie kalórie spáliť. Dnes väčšina našich klientov ocení ľahšie stráviteľné jedlo.



Aj vegetariánske stravovanie určite podlieha trendom. Čo momentálne frčí najviac, čo je práve moderné?

- Ľudia viac riešia pôvod potra-





si ho preberú v prevádzke. Rozšírili sme odbytové kanály cez rozličné donáškové portály. Aj tak však počet vydaných obedov predstavuje len zlomok toho, čo u nás bývalo štandardom.

Menu bez možnosti vybrať si podľa vlastného gusta nie je, bohužiaľ, to čo preferujete.

- U nás si zákazníci sami nakladajú jedlo. Na mieste si očami vyberajú, čo sa im páči. To v obmedzených podmienkach nie je možné. Koronakríza nám spôsobila veľké straty a stresy, nabúrila naše istoty.

Niektorí zamestnanci odišli do iných sektorov. Trh v oblasti obedového menu je historicky pokrivený. Ceny vstupov, či už sú to samotné potraviny, energie, či mzdové náklady, priebežne rastú, ale ceny menu sa držia nižšie, pretože ľudia nie sú zvyknutí za obed počas bežného pracovného dňa zaplatiť primeranú cenu. A tak pracujeme s nižšími maržami a musíme produkovať vyšší objem, aby sme sa uživil.

vín, záleží im na tom, či sa využívajú lokálne zdroje. S tým úzko súvisí aj sezónnosť menu. Kuchynia by mala reagovať na to, čo je v danom regióne aktuálne zrelé, resp. pripraviť sa na zimné obdobie šetrným a zdravým spôsobom uchovávania živín v zelenine, čo je napr. stará známa fermentácia. Do popredia sa dostáva aj otázka čo najlepšej využiteľnosti potravín s čo najmenším odpadom. V móde je aj vegetariánsky či vegánsky street food. Toto nie je úplne typ jedla, ktoré mávame bežne v ponuke. My sa skôr orientujeme na plnohodnotnú stravu. Domnievame sa, že ľudia by si mali nájsť na obed čas a najesť sa v pokoji, ale pokiaľ sa zúčastňujeme na nejakých festivaloch, vieme street food tiež chutne pripraviť. Na druhej strane je takýto trend dobrý v tom, že aj vegetariáni a vegáni majú možnosť dať si chutný burger alebo wrap, čo pred pár rokmi bolo sci-fi.

O KORONA KRÍZE

Gastro prevádzky dostali v roku 2020 poriadne zabráť. Ako zasiahla kríza vás?

- Zastihla nás v čase, keď sme mali rozbehnúť ďalšiu prevádzku, do ktorej sme dost' investovali. Od januára sme pripravovali nové priestory, plánovali sme ich otvoriť v apríli. Nakoniec sme až v novembri otvorili okienko. Zákazník si len preberie už nabalené obedové menu. Celkovo sme sa museli obmedziť na klasické menu porcie, ktoré si klienti objednávajú prostredníctvom donášky alebo





Dá sa na tejto situácii nájsť aj niečo pozitívne?

- Sú to naši zamestnanci, ktorí napriek stále sa meniacim opatreniam boli veľmi flexibilní a nápomocní. Dokázali sa prispôbiť. Tešíme sa, že naši klienti si aj napriek týmto ťažkým časom u nás objednávajú a že nám vyjadrujú podporu. Pozitívom je, že nás to donútilo uvedomiť si, že musíme niektoré veci zmeniť. Nemôžeme sa spoliehať na to, čo sme v minulosti brali ako istotu.

Aké podnikateľské skúsenosti si z tohto roka odnesiete?

- Sme vďační za to, že sa nám pred krízou podarilo vybudovať viacero prevádzok, pretože aj to sa prejavilo ako určité rozloženie rizika. Z pohľadu tržieb reagovali jednotlivé prevádzky na krízu rozdielne. Niektoré s oveľa výraznejším poklesom než iné. Musíme byť prísnejší pri aplikovaní zlatého

bilančného pravidla, že dlhodobé investície potrebujú dlhodobé zdroje. Uvedomili sme si aj to, aké je dôležité vytvárať väčšiu finančnú rezervu, aby sme vedeli zvládnuť neočakávané udalosti.

Akú radu by ste dali iným podnikateľom? Mnohí sa nachádzajú v podobnej situácii ako vy. Čo robiť, aby nestratili firmu či nádej?

- Psychicky nám pomohlo zamerať sa na vyšší zmysel nášho podnikania. Prakticky nás nad vodou udržali nové úvery, ktoré sme si vedeli zobrať na základe dobrých hospodárskych výsledkov z minulých rokov. Keby sme ich nezískali, kríza by vo veľkej miere zredukovala naše podnikanie. Pravdepodobne by sme museli niektoré prevádzky zatvoriť a časť zamestnancov prepustiť.

(slo)

Foto: Veg life





Tímové aktivity v NPC

Zamestnanci firmy absolvovali opakovane v Národnom podnikateľskom centre (NPC) tímové a motivačné aktivity, jednu z mnohých služieb, ktorú NPC ponúka v Bratislave i v regiónoch.

“

„Vo firme sme dlhodobo hľadali spôsob, ako našim zamestnancom naplánovať nejakú formu teambuildingu. Mali sme predstavu vytvoriť niečo zábavné s pridanou hodnotou. Lektor nám excelentne zostavil program priamo pre naše potreby. Všetci zamestnanci boli nadšení. Akcia splnila náš cieľ utužiť tímového ducha, podporiť spoluprácu medzi ľuďmi a zabezpečiť spomienky na príjemne strávený čas. Keby boli podmienky v roku 2020 vhodné, určite by sme našu spoluprácu s NPC zopakovali. Hádám tento rok už bude priaznivejší.“

Barbora Arendášová
executive manager Veg life

”

A man in a green t-shirt and light-colored shorts is jumping joyfully on a paved road. His arms are outstretched, and his legs are in mid-air. The road leads towards a hillside with several houses and lush green trees under a clear blue sky. The title 'Na ceste za úspechom' is overlaid on the lower part of the image in large white letters.

Na ceste za úspechom

Prišli k nám s nápadom, s túžbou realizovať ho a stať sa nezávislé. No chýbala im skúsenosť, poznatky, aby vlastnú víziu mohli uchopiť za ten správny koniec. Dnes sú z nich podnikateľky a plnia si sny. Predstavujeme vám príbehy žien, ktoré sa rozhodli s odvahou vplávať do búrlivých vôd biznisu. A darí sa im. Teší nás, že im na tejto ceste môžeme byť partnerom, vďaka ktorému sú schopné napredovať.



1

Interiérovému dizajnu sa venuje už viac ako päť rokov. Odvtedy služby rozšírila o homestaging, poradenstvo v oblasti krásy či koučing. Prečítajte si príbeh firmy Reform Design, o ktorý sa s nami podelila jeho majiteľka BEÁTA VORÁKOVÁ.

Na začiatku hľadala Beáta spôsob, ako zladit' súkromný život s prácou. Chcela si vytvoriť dostatok času a venovať sa svojim záľubám, no zároveň zužitkovať talent, ktorý má. A to všetko spojiť do biznisu, ktorý by ju živil.

„Obracali sa na mňa známi a priatelia, aby som im poradila so zútlulnením priestorov, rozmiestnením a výberom nábytku a materiálov v byte, dome či v kaviarni. Pýtali si radu v oblasti vizáže alebo hľadali riešenie nejakého problému vo svojom živote,“ spomína na začiatky Beáta.



Už ako dieťa vzbudzovala prirodzenú dôveru okolia a to jej ostalo. Nie je vraj ničím výnimočným, ak sa jej zdôveria aj úplne cudzí ľudia. I to Beátu motivovalo absolvovať viaceré kurzy na získanie potrebných certifikátov. Jej podnikanie dnes stojí na troch pilieroch. Design home – interiérový dizajn a homestaging

”

S NPC to spolu ťaháme asi tri roky. Môžem ho nazvať mojím biznís sprievodcom.

Život nie je o tom, aby sme prečkali búrku, ale aby sme sa naučili tancovať v daždi.

”

(príprava nehnuteľnosti na predaj s dôrazom na dizajn a efektívnu prezentáciu), Design you – poradenstvo v oblasti krásy a cvičenie s trénerom, Design life – služby životného kouča.

„Predošlé skúsenosti ma podnietili prinášať krásu do životov ľudí – do ich prostredia, ich zovňajšku aj vnútra. Aby poznali seba a aby si dopriali domov, kde je radosť žiť,“ hovorí o svojej motivácii Beáta.

Podnikateľské začiatky jej dali zabráť. Beáta potrebovala sama „robiť biznis aj pracovať na biznise“. Musela si nájsť zákazníkov a poskytovať kvalitné služby, tvoriť branding, web a cashflow. Keďže portfólio jej služieb je široké, zaberá jej veľa času a stále je veľkou výzvou. Postupne sa musela naučiť delegovať prácu. Pomoc v neľahkej situácii jej poskytlo aj Národné podnikateľské centrum.

Na prvé podujatie, kurz pre nepodnikateľov, prišla na popud kamarátky. V období, keď len zvažovala, či sa pustiť do podnikania, akú službu či produkt ponúknuť. „Vtedy som v tom nemala jasno. Nenapadlo mi, že moje záľuby sa dajú skombinovať do podnikania a povolania,“ hovorí Beáta.

Odvtedy využila mnohé služby, offline či online podujatia aj individuálne krátkodobé poradenstvá na rôzne témy.

„Dlhodobé individuálne poradenstvo mi, žiaľ, nebolo schválené. No mala som šťastie zúčastniť sa na najväčšej technologickej konferencii na svete Web Summit, ktorá združuje zakladateľov a riaditeľov technologických spoločností, rýchlorastúcich startupistov a politikov. Okrem obsahovej stránky podujatí zameraných na napredovanie v digitalizácii a neprespatie doby sa mi naskytla príležitosť spoznať zaujímavých ľudí, hoci len na diaľku,“ hovorí nadšená Beáta.

Ani v dnešnej zložitej situácii nechýba Beáte drive či nadšenie. Hovorí, že život je ustavičná zmena a prekážky treba prekonať. Aj tie, ktoré jej dnes v biznise postavila koronakríza, vníma skôr ako príležitosť vyjsť z komfortnej zóny a učiť sa novým veciam. Prispôbovať sa technologickým trendom pri oslovovaní klientov a komunikácii s nimi.

„Som rojko. Mojm snom je stať sa Podnikateľkou Slovenska. Rozšíriť a zautomatizovať poskytované služby a potom expandovať do ďalších krajín EÚ,“ prezrádza Beáta.

REFORMDESIGN.SK



2

VASILIJU JOVANOVIČ a REBEKA FARKAŠOVÁ, študentky psychológie z Paneurópskej vysokej školy v Ružinov, učia deti komunikovať po starom. Hlavnou motiváciou podnikáť bola ich láska k deťom, tímovej práci, ale predovšetkým záujem o zamestnanie, v ktorom im nebude nikto diktovať, čo a ako majú robiť. „Jednoducho sme mali sen a vedeli sme, že pokiaľ si ho nezrealizujeme sami, nikde inde sa nám to nepodarí.“

Bez elektronických zariadení a internetu, tak, aby sa deti opäť naučili komunikovať medzi sebou osobne, nie cez sociálne siete. To je hlavná myšlienka agentúry eDetox, ktorú založili študentky spoločne. Obe mali podobný pohľad na vec. K nápadu podnikáť doiedla Vasiliju a Rebeku realita, s ktorou sa stretávali. A ako tvrdia, pasujú sa s ňou každý jeden deň vo svojom okolí.



V dnešných rýchlych časoch, plných moderných technológií, zabúdame, aké dôležité sú sociálne zručnosti, sociálny kontakt, a najmä komunikácia zoči-voči.

Národné podnikateľské centrum nám pomohlo firmu nielen založiť, ale aj rozbehnúť. Bez tejto pomoci by sme určite neboli tam, kde sme. Možno niekde na polceste.

„V dnešných rýchlych časoch, plných moderných technológií, zabúdame, aké dôležité sú sociálne

zručnosti, sociálny kontakt, a najmä komunikácia zoči-voči. Záujem šíriť osvetu a učiť deti správne a zdravo využívať elektronické zariadenia bol pre nás prirodzenou reakciou,“ vysvetľuje Rebeka Farkašová.

Ak chcete dosiahnuť svoj podnikateľský sen a niečo zarobiť, je potrebné najprv okolie presvedčiť, že práve váš produkt alebo služba je to, čo momentálne potrebuje. Získať si priazeň rodičov, ktorú v súčasnosti majú, nebolo podľa ich slov vôbec jednoduché. Dnes však už vedia, že to, čo robia, robia správne – pretože rodičia im naďalej a opakovane zverujú deti do opatery. Podľa dievčat z agentúry je kľúčovým faktorom robiť prácu s láskou. Druhá strana to vycíti. Rovnako ako rýchlo zistí, keď vás práca nebaví.

O službách, ktoré ponúka SBA prostredníctvom Národného podnikateľského centra (NPC), sa Vasilija a Rebeka dozvedeli vďaka školskej exkurzii do NPC.

A potom, ako tvrdia, to už šlo rýchlo. Nielenže mali možnosť prejsť sa priestormi SBA, ale aj zoznámiť sa so službami, ktoré SBA mladým, začínajúcim podnikateľom

ponúka. „V našom podnikaní to bolo rozhodujúce. Od toho dňa sme oficiálne požiadali o prijatie a vzápätí začali využívať všetky možnosti,“ uviedla Rebeka. Vďaka pomoci, ktorú SBA ponúka, získali základné informácie. Tie im pomohli firmu založiť, rozbehnúť a neskôr aj rozvíjať a rozširovať formy podnikania.

„Vždy keď sme mali problém zistiť si nejaké informácie, prípadne nájsť človeka, ktorý by nám poradil s konkrétnymi vecami, obrátili sme sa na SBA, ktorá nám pomohla s riešením. Zatiaľ vždy úspešne.“ V rámci podnikateľského centra dievčatá z agentúry eDetox využili možnosť konzultácií s mentormi a expertmi z rôznych oblastí, zúčastnili sa na letnej škole a na viacerých workshopoch a prednáškach.

Tak ako ostatných podnikateľov, aj agentúru eDetox zasiahla koronavírusová kríza. Napriek tomu, že ich podnikanie je sezónnou záležitosťou a tábory prevádzkujú len počas letných a jarných prázdnin, mali, ako sami tvrdia, šťastie. Jarný tábor stihli zrealizovať tesne pred zavedením prísnych opatrení. Letnými táborami zasa preklenuli obdobie medzi prvou a druhou vlnou epidémie.

Na druhej strane, čas strávený doma, najmä počas zákazu vychádzania, využili na ďalší rozvoj

podnikania. Spomalenie života im prinieslo nové nápady a typ podnikania, ktorý plánujú onedlho oficiálne sprevádzkovať.

„NPC nám pomohlo firmu nielen založiť, ale aj rozbehnúť. Bez tejto pomoci by sme určite neboli tam, kde sme. Možno niekde na polceste. To je aj dôvod, prečo vo využívaní služieb SBA plánujeme pokračovať. V blízkej budúcnosti chceme zrealizovať ďalší veľký sen. Nebudeme viac prezrádzať, lebo už sme naplno v procese jeho realizácie. Držte nám palce,“ uviedla Rebeka Farkašovská.



EDETOX.SK



3

Ak budete niekedy vidieť chodiť po Modre, Svätom Jure či Pezinku ľudí s lampášmi alebo ich stretnete na niektorom z miestnych cintorínov, nezľaknite sa. Aj takéto výlety má v portfóliu **MARTINA KLÚČIKOVÁ**, miestna sprievodkyňa a majiteľka cestovnej kancelárie **Modra tours**.

Pomocnú ruku Martine na jej podnikateľskej ceste poskytlo aj Národné podnikateľské centrum. V roku 2017 prostredníctvom sociálnej siete našla kurz podnikateľských zručností, ktorý neskôr absolvovala.

Nespokojnosť s prácou, záľuba v cestovaní a histórii, skúsenosti so spoznávaním cudzích krajín, ale najmä láska k milovanej Modre dovedli Martinu k myšlienke založiť si vlastnú lokálnu cestovnú kanceláriu.

„Pracovala som v oblasti, ktorá ma v podstate vôbec nezaujímala. Prácu, akú by som chcela, trh neponúkal. Tak som sa jednoducho motivovala myšlienkou, že keď nie je príležitosť, vytvorte si ju,“ opisuje Martina moment rozhodnutia.

Nápad sa rodil postupne. Martina v minulosti veľa cestovala, pracovala na výletných lodiach a mala možnosť spoznať, ako funguje cestovný ruch v zahraničí. „Povedala som si, že keď my máme toľko pamiatok a krásy okolo seba. Treba ich len spropagovať a ponúknuť ľuďom. Tak sa to celé naštartovalo,“ spomína.

Po vyše dvoch rokoch od začiatku podnikania poskytuje rôzne služby pre záujemcov o spoznávanie krás Malých Karpát. Na svoje si prídu turisti, milovníci dobrých vín, ale aj nadšenci histórie či dobrodruhovia.

Priznáva však, že začiatky neboli ľahké. Aj preto sa obrátila na osobnú koučku, ktorá jej pomohla posunúť biznis vpred.

“

Život je v podstate jednoduchý. Len my si ho komplikujeme. Vždy si musíte položiť otázku, čo najhoršie sa vám môže stať. Na všetko existuje riešenie.

Odkedy čerpám služby NPC, môj biznis napreduje. Vzdelávanie a informácie vás vždy posúvajú ďalej.

”





„Je úžasné, že existuje takýto projekt pre budúcných podnikateľov,“ hovorí Klúčiková.

Okrem spomínaného kurzu Martina využila aj konzultácie s Michaleou Gallee zamerané na marketing na sociálnych sieťach. V súčasnosti jej pomáha konzultant Milan Fraňo. Vedie ju k tomu, ako si zlepšiť webovú stránku.

„So službami som nadmieru spokojná. Obaja konzultanti sú veľmi profesionálni, príjemní a ľudskí. Teším sa z takejto spolupráce,“ pochvaľuje si Martina.

Koronakríza však neobišla ani Martinino podnikanie. I preto hľadá nové možnosti a chce ľudí presvedčiť, že čas strávený v prírode je pre nich veľkým benefitom. Aj nové produkty orientuje týmto smerom.

„Snažím sa byť kreatívna. Robím veci, na ktoré doteraz nebol čas alebo som na ne nenašla odvahu,“ hovorí Martina.

V budúcnosti by chcela naďalej ponúkať mestské prehliadky, no predovšetkým vytvoriť dovolenkové pobyty v prírode Malých Karpát. Možno jej k tomu dopomôže jej záujem zúčastniť sa na podujatiach NPC o copywritingu či online sfére.

[MODRATOURS.COM](https://modratours.com)

(pp, mg)

Foto: Edetox, Modratours, Reformdesign



A woman with long brown hair and a warm smile is holding a colorful children's book. The book's cover features a whimsical illustration of a town with a large church, a hot air balloon, and a biplane. The title 'BRAT' is prominently displayed in large, bold letters, with the subtitle 'HĽADAJ A NÁJDI' below it. The background of the image is a soft, out-of-focus green.

NAŠTARTOVALA JU MIKROPÔŽIČKA OD SLOVAK BUSINESS AGENCY

Martina Kráľová kedysi pracovala v nadnárodnej kozmetickej spoločnosti ako obchodná marketingová manažérka. Po piatich rokoch na materskej však už nedostala šancu vrátiť sa do firmy. Zariskovala a rozhodla sa splniť si podnikateľské sny. Prišla s myšlienkou dvoch detských knížiek, ako aj odevnej značky BEKVĀM, inšpirovanej Švédskom. Koronakríza vytrápila aj Martinu, no napriek tomu neúnavne hľadá alternatívy. A má nové plány, ktoré – ako dúfa – raz dokáže zrealizovať.

Prečo ste začali podnikat'?

- Po päťročnej materskej dovolenke s mojimi dvoma ratolesťami, Stelkou a Félixom, som sa, žiaľ, nemohla vrátiť do pôvodného zamestnania. Mrzelo ma to, no povedala som si, že si splním podnikateľské sny. Založila som odevnú značku BEKVĀM. Moju prvú kolekciu inšpirovala láska k Švédsku a jeho minimalizmu. Okrem úsilia, ktoré značke venujem, som s mojou maminou Zuzanou Revúckou začala pracovať aj na detskej knižke. Vydali sme si ju samy pred dvoma rokmi. Dostala názov Bratislava hľadá a nájdi, pričom vlni sme na ňu nadviazali titulom SLOVENSKO hľadá a nájdi.

Ako vám vôbec napadlo tvoriť knižky a vydávať ich?

- Spolu s maminou sme vášnivými cestovateľkami a obdivovateľkami detských kníh. Pred cestou do nejakej destinácie sa mi osvedčilo nachystať sa na ňu knižkou o danom meste či krajine. Deti hltali farebné obrázkové knižky, v ktorých videli napríklad Paríž či Viedeň. Úplne prirodzene spoznali veľa zaujímavých osobností z danej krajiny. Reálne na mieste spoznávali pamiatky, ulice a známe miesta, čo som vnímala ako veľký bonus. Vďaka našim deťom sa tak zrodil nápad vymyslieť vlastnú knihu o Bratislave, keďže sa prirodzene zaujímali o mesto, v ktorom bývajú.

Čo vás na začiatku najviac vytrápilo? A čo posúvalo vpred?

- Začiatky boli ťažké. Začínala som od nuly, bez akýchkoľvek skúseností. Veľa som čítala, oslovovala tlačiarne, rozmyšľala o ilustrátoroch, s ktorými by sme mohli spolupracovať. Nakoniec sa však všetko rozběhlo, nzbierala som odvahu a vďaka jednej kampani, ktorá nám pomohla aj zafinancovať tlač knižky, sme zistili, že je o ňu záujem. Vydali sme ju aj napriek tomu, že sme nemali žiadne skúsenosti s vydávaním kníh a že nás pár ľudí z brandže odhovárало. Neverili nášmu projektu, no rozhodli sme sa ho zrealizovať.





Hovorili sme si, že keď čo i len pár detí bude vďaka našim knižkám lepšie poznať rodnú krajinu či hlavné mesto, naša práca bude mať zmysel.

Akú úlohu v tom zohrala, resp. zohráva SBA?

- Veľmi mi pomohlo, že som si od SBA mohla zobrať podnikateľskú pôžičku. V komerčných bankách by sa mi pôžičku získať nepodarilo, prípadne len za veľmi nevýhodných podmienok. So Slovak Business Agency sa veľmi dobre komunikovalo a spolupracovalo. Pomohli mi rozbehnúť biznis.

Kedy a odkiaľ ste sa o SBA a jej službách dozvedeli?

- Približne v čase, keď som rozbiehala podnikanie. Nie som si istá, no myslím si, že o SBA som sa dozvedela na Facebooku – buď cez reklamu, ktorá mi vyskočila, alebo cez nejakú skupinu. Vzápätí som sa dostala na jej webovú stránku a získala som viac informácií.

Aké služby ste dosiaľ využili?

- Spomínaný podnikateľský úver a bezplatné prednášky s rôznymi odborníkmi. Pred dvoma rokmi som mala možnosť ísť na veľtrhy do Londýna či Milána a využila som aj projekt 80 hodín konzultácie s profesionálom v odbore.





Splnili vaše očakávania?

- Určite áno, veľmi mi pomohli. Veľkým prínosom boli pre mňa medzinárodné podujatia. Boli dobre zorganizované, čo pomáha podnikateľom posunúť sa vpred. Na druhej strane, konzultácie s odborníkom sú veľmi individuálne. Záleží na tom, akého odborníka danému podnikateľovi priradia. Je tak trochu nevýhodou, že si začínajúci podnikateľ nemôže vybrať sám.

Ako prežívate súčasnú zložitú situáciu?

- Pandémia spomalila nielen naše predaje, ale aj výrobu. Nemôžeme chodiť na predajné trhy, pričom tie predstavujú významnú časť nášho obratu. Zároveň sú miestom, kde sa môžeme stretávať s našimi zákazníkmi. Všade vládne neistota, nedajú sa dodržiavať termíny, keďže pandémia takmer všetko spomaľuje. Preorientovali sme sa do online prostredia, to však nedokáže pokryť všetky oblasti. Najmä počas prvej vlny sme v prípade knížiek zaznamenali veľký výpadok. Pociťili sme, že boli kamenné predajne zatvorené.

Čo robíte preto, aby ste prežili?

- Veľkou výhodou je, že aj za bežných okolností sme fungovali cez e-shop www.bekvam.sk. Počas pandémie sa zvýšila frekvencia komunikácie so zákazníkmi online, teda buď cez sociálne siete, alebo e-mail. Keďže cítime veľký výpadok tržieb v dôsledku toho, že nie je možné organizovať predajné trhy či akcie, rozhodli sme sa investovať viac financií do online reklamy na Facebooku. Pokiaľ ide o knižky, snažím sa spolupracovať s blogermi na Instagrame, zapájam sa do rôznych súťaží, aby sa knižky dostali do povedomia čitateľov. Využívam aj marketingové balíčky, ktoré ponúkajú kníhkupectvá.

Čo plánujete do budúcnosti?

- Dostať sa na úroveň, keď nebudem musieť všetky zarobené peniaze ihneď investovať do firmy. Ďalšie knihy zatiaľ neplánujem vydávať, pretože už som si splnila sen. V prípade značky BEKVÁM by som sa chcela dostať tam, kde som bola pred rokom. A chcela by som prinášať nové produkty a dostať ich na európske trhy.

Posunul sa váš biznis, odkedy spolupracujete s SBA a využívate služby Národného podnikateľského centra?

- Áno, pretože bez úveru by som sa nedokázala tak rýchlo rozbehnúť, bez veľtrhov by som nezískala nové kontakty a bez prednášok nemala možnosť rozvíjať sa.

„Produkty značky BEKVÁM sú vyrobené iba z prírodných materiálov. Pre trvalo udržateľný dizajn sú šité v spojených veľkostiach a môžu sa nosiť aj viac sezón. BEKVÁM znamená po švédsky pohodlné, jednoduché, prirodzené, bezstarostné. Všetky slová definujú ideu, ktorá stála za zrodením značky.“



Aké ďalšie služby NPC plánujete využiť?

- Určite sa nebudem brániť zaujímavým prednáškam, ktoré mi dali veľmi veľa. Keď sa skončí pandémia a bude možnosť ísť na medzinárodné veľtrhy, veľmi rada ju využijem. Mojim snom je ísť na knižný veľtrh alebo na taký, ktorý je zameraný na plavky a plážovú módu. S odstupom času by som privítala, keby by som mohla svoje skúsenosti odovzdať začínajúcim podnikateľom na prednáškach, ktoré organizuje SBA. Bolo by mi cťou pomáhať im a odovzdávať nadobudnuté know-how.

(pp)

Foto: Martina Kráľová



NAKOPLA ICH PANDÉMIA

S možnosťou podnikania sa pohrávali už dlhšie. Naplno sa do toho vložili až v čase, keď mnohí zvažovali z existenčných dôvodov presný opak – počas pandémie koronavírusu. Predstavujeme vám **Janku Mackovú, Tomáša Samčíka a Zuzanu Jančokovú** – trio odvážlivcov, ktorých spája veľa vecí. No najmä vízia, vytrvalosť a chuť budovať vlastný biznis aj napriek zložitej situácii okolo nás.

1

Knihorožky pre každého

Jana Macková

Jana Macková začala podnikáť popri robote. „Zladiť prácu zdravotnej sestry na plný úväzok s rodinou a podnikaním bola moja škola krízového manažmentu,“ hovorí dnes s úsmevom.

Aj s pomocou kurzov Slovak Business Agency vytvorila značku Knihorožka. Šije obaly na knihy, tašky a originálne rohové záložky do kníh, ktorým hovorí knihorožky. Podľa toho vznikol aj názov jej firmy. „Každá kniha potrebuje svoju knihorožku a knihoobal,“ tvrdí Macková, ktorá podniká v malebnej obci Demjata v okrese Prešov.

Koronakríza jej síce vzala možnosť prezentovať svoje ručne robené výrobky na trhoch a jarmokoch, ale zato umožnila pridať do portfólia aj rúška veľmi potrebné v dnešných časoch.

„Práca zdravotnej sestry bola pre mňa výbornou školou v odhodlaní, vo viere, vytrvalosti a v nasadení. Po vyzlečení skafandra v práci som si doma sadala k šijaciemu stroju a šila obaly na knihy a knihorožky. Úžasne

sa pritom dokážem odreagovať,“ priznala.

Mackovej e-shop hýri vzormi a knihorožky kreativitou. Určite nemôžeme hovoriť o žiadnych nudných obaloch. V dielni sa snaží aj o inováciu technológie, aby boli knihorožky i vyšívané a tvorba aplikácií rýchlejšia a nápaditá. Chcela by vedieť rýchlo reagovať na knižné trendy. Zákazníci si totiž pýtajú knihorožky s Harrym Potterom či Gregom Heffleym z Denníka odvážneho bojka. V ponuke už má aj knihorožky s futbalovou loptou, Malým princom či koňmi. No vybrať si dokážu i dospelí. Vízia a idea Knihorožky spočíva totiž v tom, aby si zákazník odniesol domov knihy z knižníc a kníhkupectiev v knihotaške a ochránil sa knihorúškom.

„Ak má človek sen, víziu, je dôležité veriť jej. Nevzdávať sa a každý neúspech vnímať ako výzvu. Poučiť sa z neho. Nebáť sa riskovať, vzdelávať sa a úspech je zaručený,“ hovorí Jana.



Aj ona zariskovala. Opúšťa rady sestier v odbore anestéziológia a intenzívna medicína a chce sa viac venovať synovi a firme. Aby mohla lepšie zladať synove záujmy a Knihorožku, rozhodla sa pre prácu na čiastočný úväzok vo veterinárnej ambulancii.

S podnikateľskou víziou Jane výdatne pomáha aj Slovak Business Agency. Absolvovala už kurz podnikateľských zručností, vďaka ktorému Knihorožka získala ochrannú značku. Využila aj individuálne poradenstvo. Odborníci jej pomohli naštartovať e-shop a vyjasniť si marketingové stratégie. Keďže chce Jana svoj biznis poriadne rozbehnúť, požiadala aj o dlhodobé poradenstvo.

Knihorožky od Jany Mackovej sú veselé a ich autorka by bola rada, keby neboli len módnym doplnkom, ale inšpirovali deti aj k čítaniu.

knihorozka.sk



2 Po výpovedi nový začiatok

Tomáš Samčík

S myšlienkou podnikat' v oblasti poskytovania upratovacích služieb sa Tomáš pohrával už dlhší čas. Keď s príchodom pandémie zostal bez práce, pustil sa do toho s plným nasadením.

V júli 2020 sa rozhodol skúsenosti z oblasti čistiacich a upratovacích prác vniesť do vlastného podnikania. Rozbeh firmy TSC Services nebol jednoduchý. Veľa podnikov zaviedlo home office a o poskytovanie upratovacích služieb nebol taký veľký záujem ako v minulosti. Príležitosť sa však vyskytla inde. Okrem klasického upratovania sa zamerával aj na dezinfekciu priestorov, o ktoré bol v danom čase zvýšený záujem.

Začínajúcim podnikateľom by Samčík odporučil ísť si za svojím

cieľom. Nebáť sa prispôbiť podnikanie aktuálnej situácii na trhu. Ešte ako nepodnikateľ sa zúčastnil na kurze podnikateľských zručností SBA. „Kurz mi ukázal, ako by to v ideálnom svete malo vyzeráť. Ako by sa pri zakladaní firmy malo postupovať. Záber školenia je však veľmi široký, zameraný na rozličné oblasti podnikania. Pred založením firmy má však budúci podnikateľ veľa konkrétnych otázok, ktoré potrebuje prediskutovať s odborníkmi alebo ľuďmi, ktorí sa v danej oblasti vyznajú. Národné podnikateľské centrum poskytuje aj túto možnosť – využiť poradenstvo v rozsahu určitého počtu hodín,“ spomína Tomáš Samčík.

Profesionálne upratovacie služby ponúka v Košickom a Prešovskom



kraji. Vykonávajú pravidelné, generálne aj expresné upratovanie domácností, kancelárií, umývanie okien, čistenie parou, dezinfekciu ozónom, tepovanie.

Tomášovou víziou je vybudovať úspešnú a prosperujúcu spoločnosť a zaradiť sa medzi známe, úspešné firmy na lokálnom trhu. Chce zamestnávať ľudí, ktorí by boli hrdí, že pracujú pre firmu ponúkajúcu kvalitu, precíznosť poskytovaných služieb a schopnú konkurovať nadnárodným spoločnostiam. Potešila by ho väčšia podpora lokálnych spoločností na slovenskom trhu. Tie podľa neho dokážu poskytnúť rovnako kvalitné služby. Niekedy dokonca za prijateľnejšie ceny ako konkurencia so zahraničným kapitálom.

„Sme tím ľudí, ktorý vie, čo robiť. Vieme poradiť zákazníkovi vhodné, účinné a cenovo dostupné riešenia. A čo je najdôležitejšie, nás naša práca baví,“ hovorí Tomáš Samčík, zakladateľ TSC Services.

tscservices.sk



3

Ako žijú zdravé deti

Zuzana Jančoková

Na začiatku sa jej mnohé mamičky pýtali, ako to, že jej deti sú stále zdravé. Môže za to vraj kniha Paula Ferriniho. Po jej prečítaní dostala nápad napísať knižku o zdraví vlastných detí *Ako žijú zdravé deti*.

Prináša v nej príbeh svojej rodiny a približuje okolnosti, ktoré prispeli k tomu, že má takých zdravých potomkov. Kniha sa nesnaží deti liečiť, ale udržiavať ich zdravé a v súlade so samým sebou. Pri zmene života a stravovacích návykov sa vraj choroba potom objaví iba výnimočne. A keď sa už objaví, je to vraj preto, aby sa telo dostalo do rovnováhy.

Choroba nemusí byť naším nepriateľom. Môže byť naším učiteľom. Podľa Zuzky sa v takých chvíľach telo len očisťuje od nezdravej stravy. Dopraje si odpočinok, ktorý si človek v niektorých prípadoch nedoprial dlhé týždne. Telo nám len dáva indície, že niečo nie je v poriadku.

„Telo je veľmi múdre, dokáže sa uzdravovať samo. Je to ako s nádchou. Keď si doprajete oddych, telo sa vylieči samo. Vy mu iba vytvoríte ideálne podmienky na to, aby sa mohlo ľahšie liečiť. Napríklad zdravou stravou, oddychom, psychickou pohodou a kvalitným spánkom. Ono si už potom s nádchou poradí. Nemusíme mu prikazovať, čo má robiť, ono presne vie, ako na to,“ hovorí Zuzana Jančoková, autorka knihy.

Knižku si vydala na vlastné náklady. Tvorba, korektúry, grafika či tlač – všetko finančne ťahala sama, a pritom nešlo o malú sumu.

Publikácia sa dnes predáva v kníhkupectvách, kamenných predajniach aj prostredníctvom e-shopov. Zuzka má však už aj nové plány. Jej podnikateľskou víziou je mať knižné vydavateľstvo, ktoré mení ľuďom životy k lepšiemu.

V súčasnosti je už kniha preložená do angličtiny a tento rok by ju autorka chcela predávať aj v krajinách hovoriacich po anglicky. Zároveň má rozpísanú ďalšiu knižku o partnerskej tematike, láske a ženských radoostiach.

V Národnom podnikateľskom centre Zuzka využila možnosť individuálneho poradenstva s expertom. Poradenstvo po prvý raz čerpala ešte pred začatím podnikania. „Požiadala som o desať hodín konzultácií pre budúcich podnikateľov. Pridelili mi konzultanta, odborníka na elektronické podnikanie. S jeho pomocou sme vytvorili e-shop, s ktorým som veľmi spokojná. Úplné dokončenie si však vyžaduje ešte desať hodín času, aby bol obchod plne funkčný a obsahoval všetky právne náležitosti. Preto som po založení podnikania požiadala o ďalších desať hodín konzultácií pre podnikateľov,“ prezrádza Zuzana Jančoková.



Pandémia ovplyvnila jej podnikanie aj v tom, že ľudia viac dbajú na svoje zdravie. Viac sa starajú o imunitu, viac sa vzdelávajú a snažia sa robiť veci lepšie. Koronakríza nám ukázala, že zdravie nie je samozrejmé a veľkú rolu zohráva práve zdravotný stav človeka a jeho imunita. „V týchto časoch by sme mali o to viac dbať



na budovanie imunity. Ješť zdravo, žiť zdravo a šíriť osvetu namiesto strachu, pretože strach iba znižuje imunitu a pocit šťastia,“ dodáva Zuzana Jančoková.

Zuzka si praje, nech nám pod nosom vyrastá nová, zdravá generácia ľudí. Generácia, ktorá bude spokojne žiť bez nutnosti návštev lekára, bez liekov a v súlade so sebou. Verí, že v dôsledku toho sa zmenia mnohé zaužívané zvyky a tradície.

Napríklad klasické umelé sladkosti na Mikuláša či narodeniny by mohli byť nahradené ich zdravými verziami – čerstvým či sušeným ovocím alebo malým množstvom kvalitnej osemdesiatpercentnej čokolády. Odporúča napiecť si domáce medovníčky z celozrnnnej múky, s ryžovým sirupom alebo kokosovým cukrom namiesto bieleho cukru, s orieškami namiesto bielej cukrovej výzdoby.

Pamätajme si, že zdravé deti sú šťastné deti a šťastní rodičia sú šťastná spoločnosť. A výrobcovia budú vyrábať to, čo budeme my zákazníci kupovať. Podporujme teda to, čo nás pomáha udržiavať zdravých.

zdravedeti.sk

(abk, vk)

I SVOJ BIZNIS

Prečo milujete to, čo robíte, čím sa živíte? Čo robí vaše podnikanie jedinečné? Čo vás reprezentuje? Čo vám vždy urobí radosť a zlepší deň?

Fotografií na túto tému ste nám na prelome rokov poslali naozaj veľa. Najpodarenejšie fotky ponúkame na tejto dvojstrane.

Všetkým ďakujeme za účasť.



„Sme rodinná firma, rodičia dvoch krásnych chlapcov. Preto sme sa zamerali aj na tento druh obchodu. Vďaka hračkám sa snažíme deťom vyčarovať úsmev na tvári. To, prečo nás naša práca naplňa, je moment, keď dostaneme spätnú väzbu od rodičov, ako veľmi sa ich dieťa tešilo.“

Ing. Miroslava Tomčíková
www.littlebird.sk

„Milujem svoju prácu. Je maximálne kreatívna, výrobky krásne vyzerajú a skutočne chutia. Jednoducho tešia ľudí. Kombinácia zodpovednosti a neobmedzenej kreativity vo vlastnom biznise je dôvod, prečo mám podnikanie tak rada.“

Mgr. Petra Rendková, CEO FRESH SNACK
www.freshsnack.sk



LD
LUCIA ĎURAČOVÁ
STORY SELLER



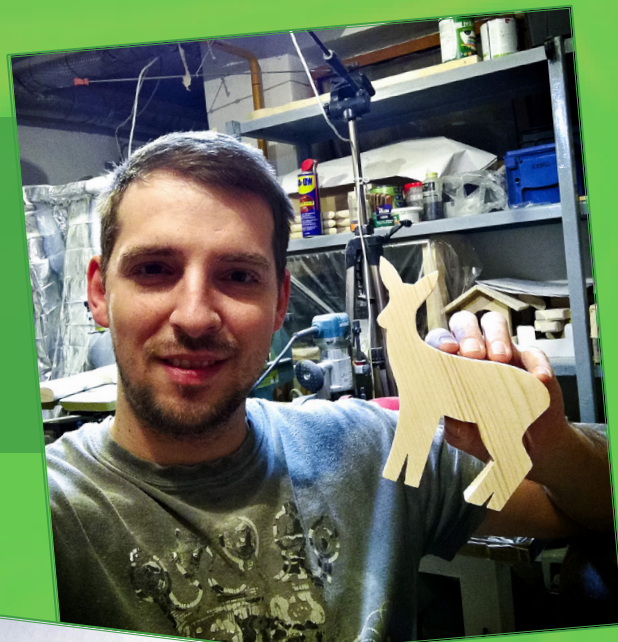
„Pozerať sa do očí spokojného klienta, ktorý vám podáva ruku, usmieva sa a v tvári mu vidíte iskru radosti a nadšenia. To je najcennejší moment, aký môže človek zažiť pri práci, ak ju robí skutočne so srdcom.“

Mgr. Lucia Ďuračová, profesionálny Story Seller
www.luciaduracova.sk

„Venujem sa práci s drevom a včelím voskom. Na remesle mám rád to, že prostredníctvom mojich výrobkov môžem robiť radosť ľuďom, keďže často slúžia ako darčeky pre druhých. A zároveň robím to, čo ma baví.“

Tomáš Trúnek

www.facebook.com/TTart.drevorezba.woodcarving



„Niekoľko rokov sa venujem technike pokovovania prírodnín. Je to konzervovanie spomienok z prechádzky. Vlaňajšok je môj prvý rok, v ktorom som záľubu vo výrobe šperkov premenila na stopercentné zamestnanie.“

Barbora Kočíšová

www.facebook.com/borajewellery



„Mám rada prírodu. Obdivujem ručné remeselné práce a všetko, čo sa dá vyrobiť prírodnou cestou. Práve pre takéto handmade výrobky s výšivkou remeslo milujem.“

Vladimíra Vašutová – VavaVysivky, duvlaska

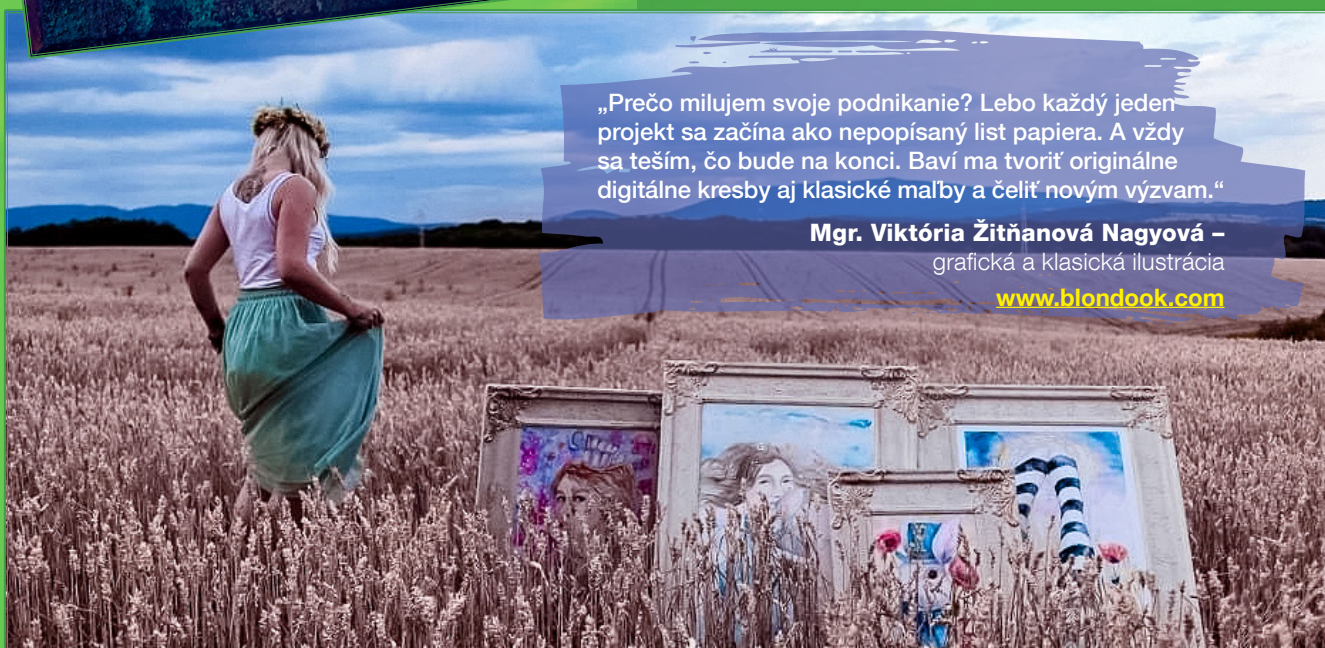
www.vavavysivky.sk

„Prečo milujem svoje podnikanie? Lebo každý jeden projekt sa začína ako nepopísaný list papiera. A vždy sa teším, čo bude na konci. Baví ma tvoriť originálne digitálne kresby aj klasické maľby a čeliť novým výzvam.“

Mgr. Viktória Žitňanová Nagyová –

grafická a klasická ilustrácia

www.blondook.com



MADE BY SBA

Premýšľate o podnikaní, ale neviete, ako začať? Podnikáte, ale potrebujete poradiť? Je Slovensko pre váš biznis už primálne? Alebo by ste radi svoje dlhoročné podnikanie presunuli na vašich potomkov? Radi vám pomôžeme. Vyberte si službu a využite skúsenosti našich odborníkov. Naším klientom môžete byť dlhý čas. Od úplných začiatkov v podnikaní až po prosperujúcu firmu...

Všetky naše služby nájdete na www.npc.sk a www.sbagency.sk

NEPODNIKATELIA

Coworking
(4 mesiace)

Semináre

Letná škola

Workshopy

Networking

Kurz
podnikateľských
zručností

Akcelerátor

Podpora
startupov

Roadshow
na školách

Medzinárodné
projekty
pre MSP

Poradenstvo
(10 hodín)

Mentoring
(10 hodín)

Technologická
dielňa
Creative Point

 **SBA**
SLOVAK | BUSINESS | AGENCY

ZAČÍNAJÚCI PODNIKATELIA

(DO 3 ROKOV OD ZAČIATKU PODNIKANIA)

Mikropôžičky

Semináre
a prednášky

Technologická
dielňa
Creative Point

Účasť na
medzinárodných
podujatiach

Workshopy
a newtorking

Vzdelávacie
podujatia

Poradenstvo
a mentoring
(10 alebo 80 hodín)

Inkubátor NPC

Fyzický
inkubátor

Virtuálny
inkubátor

Poradenstvo

Medzinárodné
projekty
pre MSP

Pri získavaní
grantov
z komunitárnych
programov EÚ

Pre sociálne
podniky

Podpora
startupov
(do 5 rokov)

Teambuilding

PODNIKATELIA

(NAD 3 ROKY OD ZAČIATKU PODNIKANIA)

Expandovanie
na zahraničné
trhy

Semináre
a prednášky

Mikropôžičky

Podpora
rodinného
podnikania

Workshopy
a networking

Vzdelávacie
podujatia

Poradenstvo

Pri získavaní
grantov
z komunitárnych
programov EÚ

Pre sociálne
podniky

Teambuilding

Enterprise
Europe
Network
(EEN)

Technologická
dielňa
Creative Point

Medzinárodné
projekty
pre MSP

Využívanie
nástrojov
elektronického
podnikania

Účasť na
medzinárodných
podujatiach

www.inbiznis.sk



časopis nielen pre podnikateľov



SLOVAK | BUSINESS | AGENCY

SLOVAK BUSINESS AGENCY | KARADŽIČOVA 2 | 811 09 BRATISLAVA 2

WWW.SBAGENCY.SK