

TÉMA ČÍSLA:

PRERAZILI VO SVETE

ECOCAPSULE®

NA HRANICI PRÍRODY A CIVILIZÁCIE

EKONOMICKÁ DIPLOMACIA SR

SVETOVÉ SLOVENSKÉ

EKOFIRMY

ICH TAJNOU INGREDIENCIOU JE **LÁSKA**

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





**Ecocapsule® - Na hranici
prírody a civilizácie**
str. 4



**Tradícia. Inovácie.
Tailoring.**
str. 10



**Podnikanie v zahraničí?
Štát môže výrazne pomôcť**
str. 16



**Najväčšia podpora?
Informácie.**
str. 20



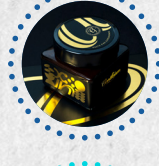
**Je príjemné byť
na začiatku procesu**
str. 24



**Ich tajnou ingredienciou
je láska**
str. 28



**Partner vo svete
podnikania**
str. 34



**Žilinské džemové
unikáty chutia aj vo svete**
str. 38



**Svetovo slovenské
EKOfirmy**
str. 44



**Svetová výstava
Expo Dubaj**
str. 52



Miliónové nápady
str. 56

EDITORIÁL

Nápad a realizácia nestačí

Aj aktuálny slovenský pavilón na svetovej výstave EXPO v Dubaji je dôkazom, že slovenské firmy a naši ľudia majú svetu čo ponúknuť. Prezentované inovácie, výrobky a stroje, ktorými sa pýšime v Spojených arabských emirátoch, sú však len zlomkom tvorivosti, akeľ sú naši ľudia schopní.

Viacero slovenských firiem už v rôznych odvetviach potvrdilo svoju konkurencieschopnosť v porovnaní so zaužívanými svetovými spoločnosťami a značkami. Presadiť sa v mori dnešných firiem je však čoraz zložitejšie. Aj preto existuje niečo ako ekonomická diplomacia – čiže okrem iného aj snaha presadzovať slovenský export v zahraničí či podporovať záujmy Slovenska v medzinárodných organizáciách. „Je to jeden z pilierov aktivít vlády v oblasti zahraničnej politiky,“ prezentoval nám dobrú správu v rozhovore štátny tajomník Ministerstva hospodárstva Ján Oravec.

O tom, ako si poradiť s byrokratickými či jazykovými prekážkami sme sa pohovárali s ekonomickou diplomatkou zastupiteľského úradu v Pekingu Martinou Mihálovou Šteliarovou. A tému rozoberáme aj so štátnou tajomníčkou Ministerstva zahraničných vecí Ingrid Brockovou.

Svet sa rýchlo mení, prichádzajú nové trendy a výzvy a sme radi, že slovenskí podnikatelia a firmy sú stále konkurencieschopní. Držíme im palce, nech je im na tejto ceste ekonomická diplomacia čo možno najväčším pomocníkom. Slovensko z toho môže len a len profitovať.

Rastislav Hríbik
editor

IBIZNIS | **3-4**
ČASOPIS NIELEN PRE PODNIKATEĽOV 2021

vydáva:

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

redakcia:

Šéfredaktorka: Petra Palenčárová
Editor: Rastislav Hríbik
Redaktori: Prokop Slováček, Viktória Kiripolská, Martina Gyenes
Grafický dizajn: Peter Drengubiak, Kristína Kiseláková

Vychádza štyrikrát ročne.

Fotografie: pokiaľ nie je uvedené
inak, archív redakcie.

ISSN 2644-562x | ISSN 2644-6618

ECOCAPSULE®

NA HRANICI PRÍRODY A CIVILIZÁCIE

Baví ho robiť architektúru viac eko a mimo štandardov. **TOMÁŠ ŽÁČEK** a jeho kolegovia už dvanásť rokov pracujú na projekte autonómneho bývania v špeciálnom minidomčeku. O „zelené“ bývanie v slušnom komforte, ale na hranici prírody a civilizácie je veľký záujem.



Ako ekokapsula pristála na tomto svete?

- V roku 2009 sa v Amerike konala súťaž so zadaním mobilné bývanie. Na realizáciu súťažného projektu sme mali sotva jeden deň, ale vedeli sme, že chceme navrhnuť niečo netradičné, zaujímavé. Výsledkom bolo asi štyri razy väčšie vajčko ako terajšia ekokapsula, ale s podobným konceptom, ako máme teraz. Nevyhrali sme, dokonca sme veľmi rýchlo vypadli, ale projekt sa zapáčil jednému portálu pre udržateľnú architektúru. Napísali o nás, ozvali sa ďalšie médiá, ľudia prejavovali veľký záujem. V tých časoch však ešte nebolo možné postaviť dom úplne nezávislý od sietí. Vtedajšie technológie to neumožňovali.

Takže ste celý projekt nechali odpočívať. Ako dlho?

- V podstate áno. Sem-tam sme niečo domysleli, na niečom popracovali. No nie veľa. Až do roku 2014, keď bolo v Dubline jedno z najvplyvnejších technologických podujatí na



svete – Web Summit. Motiváciou prihlásiť sa naň bola ohlasovaná účasť Elona Muska. Náš projekt uspel, vybrali nás, pricestovali sme, ale Elon Musk napokon neprišiel. Bol to náš úsmevný omyl. Zle sme si to prečítali, bol tam pred rokom. Čo však bolo podstatnejšie, prezentovali sme kapsulu, ktorá už bola podstatne lepšie prepracovaná. A hoci

sme mali v rukách zatiaľ len pár obrázkov a mohli sme sa stratiť v stovkách startupov, ktoré sa tam prezentovali, vzbudili sme záujem.

Čo nasledovalo?

- Za vlastné peniaze sme dali postaviť prototyp. A začal sa kolotoč. V roku 2015 sme sa predstavili na Pioneers Festivale vo Viedni. Veľmi prestížnym



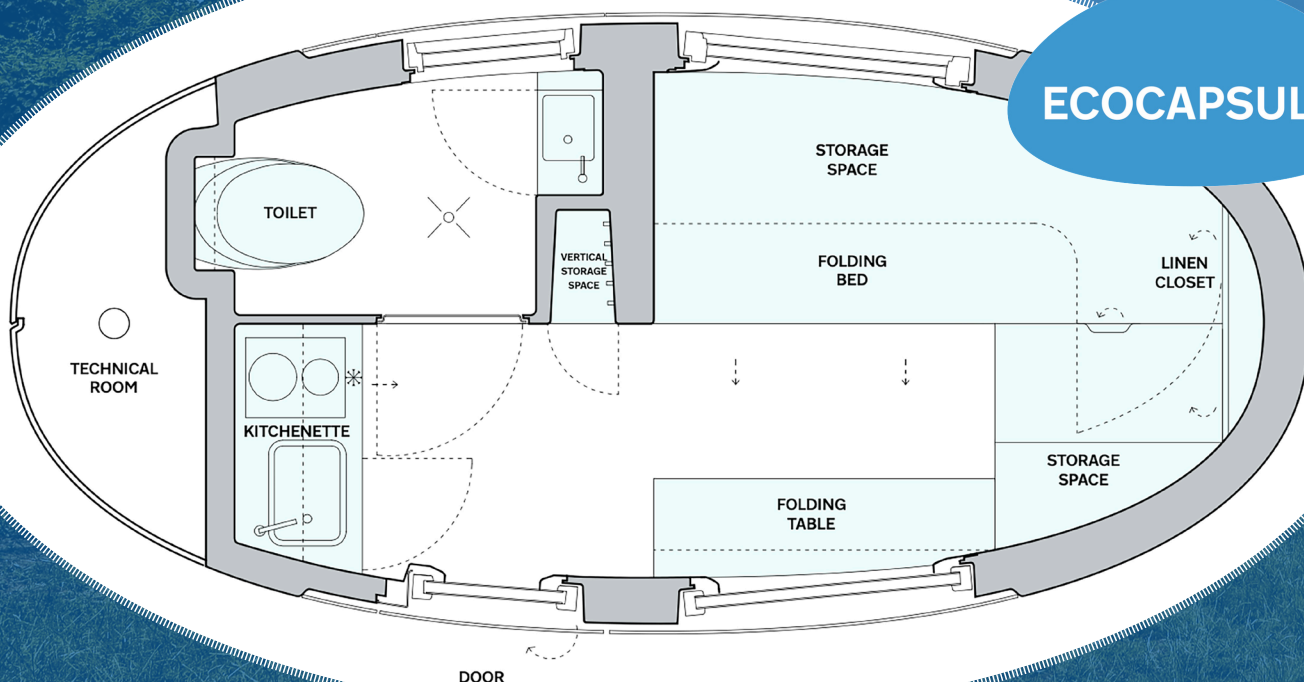


podujatí, kde sa prezentuje vždy to najnovšie zo sveta vedy a technológií. Rok predtým tam napríklad mal svetovú premiéru prototyp slovenského lietajúceho auta AeroMobil 3.0. Po festivale sme zažili obrovskú mediálnu vlnu. Chodili nám stovky mailov denne, o projekt ekokapsuly bol obrovský záujem. Bolo načasе pustiť sa do toho naplno. Nájst' investora, dorobiť funkčné prototypy, zrealizovať naše nápady.

Akí sú vaši typickí klienti?

- Teraz máme vo svete asi 15 kapsúl. V rozličných destináciách – v Japonsku, USA, Karibiku, na Bahamách, v Kostarike, na Britských Panenských ostrovoch či vo Švajčiarsku. Niektoré majú súkromníci, niektoré dlhodobo prenajímame. Vyberáme si atraktívne lokácie a využitie. Ak to mám zhrnúť, súkromníci si ekokapsulu kupujú, pretože sú fanúškmi eko alebo vlastnia pozemok, kde sa nedá stavať ani sa tam nedajú dotiahnuť inžinierske siete, a využívajú ju

ECOCAPSULE





ako výborné autonómne bývanie. Alebo je to aj skvelé zážitkové bývanie.

Napríklad?

- Jedna švajčiarska kapsula je trvalo na vrchnej stanici lanovky na vrchu Mount Titlis, vo výške 3 020 m. S ďalším Švajčiarom máme dohodnuté rôzne spolupráce, momentálne je ďalšia kapsula na brehoch Ženevského jazera ako súčasť veľkej dizajnovej výstavy. Dá sa prenajímať na bývanie. Je to pre nás obrovská reklama. Na Bahamách ju vlastní jeden z najbohatších miestnych mužov, má ju ako chatku na vlastnom ostrove. Na Balatone ju zasa bude mať jeden hotelík s coworkingom ako kanceláriu.

A má ju aj oscarová herečka Susan Sarandonová. Ako sa o nej dozvedela a kde ju má?

- V Kostarike, kúsok od pláže. Nesmie sa tam stavať ani sa tam nemôžu ťahať žiadne inžinierske siete, takže hľadala nejaké autonómne riešenie. Napísala nám už dávnejšie, vlni sme jej kapsulu vyrobili a predali, ale pre covid trvalo dlho, kým sa k nej reálne dostala. V septembri však už zverejnila na svojom Instagrame video, kde hovorí, prečo sa jej ekokapsula páči.

Okolo vás sa ustavične dejú zaujímavé veci. Dobré sa zrejme chváli samo.

- Áno, máme za sebou zaujímavé zlomy. Napríklad na konci roka 2016 nás oslovili producenti od Jamesa Cordena, populárneho britského šoumena, že nakrúca s veľkou americkou bankou Chase reklamu na kreditnú kartu. A že by v nej chceli mať ekokapsulu. Zaplatili jej cestu a vtedy kapsula prvý raz

letela. Bol pre mňa obrovský zážitok vyskúšať si jeden deň nakrúcania s veľkou produkciou. A zároveň to bola pre nás reklama ako hrom, ale na ich náklady. Neskôr nás takto pozvali na veľkú dizajnovú výstavu, ktorá sa konala v uliciach New Yorku. Takmer tri týždne sme mali ekokapsulu priamo na Times Square, videli ju desaťtisíce ľudí, dokonca sme získali špeciálnu cenu festivalu za dizajn.





Ekokapsula je teraz aj na EXPO v Dubaji. Aké sú zatiaľ ohlasy?

- Výborné. Stojí priamo pred vstupom do slovenského pavilónu, takže sa nedá prehliadnuť. Určite je to jeden z hlavných motívov nášho pavilónu. Má o ňu záujem aj dubajský princ, všetko je v štádiu rokovaní. Ohlasy sú dobré, hoci sa objavuje výčitka, že 80-tisíc eur je priveľa. No to je daň za kusovú výrobu. Momentálne nevieme cenu stlačiť. Pracujeme však na tom, aby sme vyrábali vo väčšom, a potom budeme môcť predávať za nižšie ceny.

Čo by teda malo nasledovať?

- Momentálne máme vonku, v teréne, prvú sériu kapsúl.

Rozdielne miesta, klimatické pásma a využitie. To všetko nám spätne dáva informácie o tom, čo funguje, čo treba zlepšiť, zmeniť. Získané dáta zapracujeme do ďalšieho vývoja. Fáza, ktorá by mala nasledovať, je stabilizácia vývoja a vytvorenie jedného prototypu s vychytenými muchami, ktorý budeme môcť predávať vo väčších počtoch.

Kde ekokapsulu vyrábate?

- V Hornom Srní máme fabriku, ktorá vyrába laminátové škrupiny. Iná firma nám ekokapsulu kompletizuje, montuje systémy, ďalšia vyrába nábytok. Všetko koordinujeme na dennej báze. Nábytok, dizajn vieme prispôbiť potrebám a požiadavkám

zákazníka. Na vývoji a výrobe pracuje interne do dvadsať ľudí, máme technické oddelenie, ktoré sa skladá z troch zložiek. Dizajnová má na starosti vývoj nových funkcií, novinky a riešenie špeciálnych požiadaviek. Mechanická zložka rieši mechanické veci, systémové oddelenie sa stará o systémy.

Čo všetko v minidomčeku nájdeme?

- Základné vybavenie, posteľ, kuchynku, toaletu, sprchu, skrinky, stôl. Všetko, čo môže jedna alebo dve osoby potrebovať na krátkodobé bývanie, mobilnú kanceláriu alebo zážitkové ubytovanie.

Akými systémami kapsula disponuje?

- Je poháňaná na princípe elektrickej energie. Zdrojmi sú solárna a veterná energia. Ak je prírodných zdrojov menej, dajú sa použiť aj opakovane nabíjateľné batérie, ak je najhoršie, ponúkame možnosť pripojiť sa na klasickú elektrickú prípojku. Veľmi záleží na tom, kde kapsula stojí. V Karibiku môže fungovať celý rok naozaj autonómne, ale sú aj také oblasti, kde nemôže byť stopercentne sebestačná. Máme systém na zachytávanie dažďa, ale to pokryje do tridsať percent spotreby. No ak ste pri vodnom zdroji, pri jazere či rieke, môžete si vodu prečerpať cez systém filtrov. Sporák je na elektrinu, toaleta má kompostovateľný odpad, ale ponúkame aj chemický záchod.

Ako dopravujete ekokapsulu na miesto určenia?

- To už máme celkom zvládnuté. Za hodinku vieme kapsulu naložiť aj vyložiť, prevážame ju na špeciálnom vozíku. Ak treba, zavesíme ju na ušká a dá sa previezť helikoptérou.

Bolo by možné v kapsule trvalo bývať?

- Áno. V našom koncepte Space by Ecocapsule si zákazník

zvolí, čo konkrétne by vo svojej ekokapsule Space chcel mať. Napríklad len obývačku alebo len pracovňu. Space potom možno používať spoločne s originálnou ekokapsulou, ktorá má kuchynku aj toaletu. Takže dostanete všetko, čo potrebujete na trvalé bývanie. Ale myslíme si, že okrem limitujúcich rozmerov obytnej plochy bude rozhodujúca aj cena, ktorú by zákazník zaplatil. Podľa nás bude stále vyhrávať využitie, ktoré sme navrhli ako prvotné: prechodné autonómne eko bývanie. Tam vidíme najväčší zmysel nášho konceptu.

Dokážete odhadnúť, kde môže byť vaša firma o 15 rokov? Kam až sa môže váš koncept posunúť?

- Máme ideovú štúdiu FUTURE NOMADS. Kapsuly by sa – predovšetkým vo veľkých mestách

– pohybovali na autonómnych podvozkoch, najmä v noci, keď sú cesty prázdne. Okrem ubytovania by mohli plniť aj funkciu taxíkov alebo doručovacích jednotiek. Uvidíme, čo prinesie realita.

A čo tak bývanie na Marse?

- Ak príde taká požiadavka alebo ponuka na spoluprácu, sme tomu naklonení.

Ako ste na tom s konkurenciou?

- Samozrejme, podobné domčeky sa vyvíjajú, ale nikto ešte nie je tak ďaleko ako my. Nedávno nás veľmi pobavili fotky z Číny, kde na dvore stáli ekokapsuly jedna vedľa druhej. Očividne skopírovali len vzhľad, ale bolo vidieť, že sú napojené na elektrické siete. S autonómnym bývaním, ako si ho predstavujeme my, to nemalo nič spoločné.

Aj vy ste využívali služby Slovak Business Agency (SBA). Ktoré?

- Dostali sme odporúčanie, a tak sme sa začali zaujímať, aké sú možnosti. Vďaka SBA sme cestovali na medzinárodné odborné podujatia a využívali sme aj dlhodobé individuálne poradenstvo – absolvovali sme osemdesiat hodín konzultácií s mentorom. V danom momente to bol pre nás veľký prínos, konzultácie nám pomohli posunúť sa v niektorých veciach o krôčik ďalej. Máme dobré skúsenosti aj s papierovačkami. Podľa nás nie je ten proces príliš zložitý. Ak by som to mal porovnať napríklad so získavaním grantov z EÚ, tak s procesom získavania služby od SBA nebolo veľa práce.

Prokop Slováček

Foto: Marek Baláž a Ecocapsule®





TRADÍCIA INOVÁCIE TAILORING

Tri indície z titulku spájajú súčasnú značku NEHERA s tou bývalou s rovnakým názvom, ktorá tu bola už takmer pred sto rokmi. Reštart značky **NEHERA** sa podaril v roku 2013 ako pokusný projekt v rámci činnosti agentúry JANDL pod vedením **Ladislava Zdúta**. Bola to snaha expandovať v rámci kreatívneho priemyslu aj do iných oblastí.

Cieľ firmy, ktorá dnes sídli v Bratislave, bol jasný: nadviazať na výrobný potenciál textilného priemyslu, ktorý bol v našom regióne už za prvej republiky na vysokej úrovni, a zužitkovať ho. A to všetko prostredníctvom univerzálneho jazyka. „Nie je ním slovenčina ani angličtina. Odev je dobrý prostriedok pre univerzálny jazyk dizajnu. Dá sa ním komunikovať na celom svete,“ tvrdí firma.

Osem rokov spoločnosť vyrába lokálne. „Už vtedy bola minimálna mzda na takej úrovni, že Slovensko nepredstavovalo dielňu pre diskontné alebo strednoprádové značky zo západnej Európy. Bolo nám jasné, že budeme mať vyššiu cenu. Móda je v tomto smere zaujímavá a perspektívna ako súčasť kreatívneho priemyslu s potenciálne vyššou pridanou hodnotou.“

Maloobchodná sieť kvality

Prostějov, rodné mesto Jana Neheru (jedného z najtalentovanejších československých podnikateľov v prvej polovici dvadsiateho storočia, ktorý dokázal úspešne prepojiť výrobu až po maloobchod), sa

mohol pochváliť prvou konfekčnou manufaktúrou už v roku 1868. Sto percent textilného priemyslu zostalo po rozpade Rakúsko-Uhorska v roku 1918 v novovzniknutom Československu. Nehera s Arnoštom Rolným, ďalším módnym magnátom tých čias, predstavovali novú alternatívu textilného odvetvia – lacnejšiu verziu krajčírskeho šitia na mieru a súčasne dostupnú alternatívu domáceho šitia.

Zároveň Nehera rozvíjal maloobchodnú sieť takej kvality, úroveň ktorej by možno stačila ešte aj dnes. Firma prevádzkovala veľkopriestorové predajne s kompletným sortimentom ženského, mužského a detského oblečenia aj s pridanými službami, ako sú úprava odevov, čistiarne, predajne s oddychovou zónou, časopismi, detským kútikom a podobne.

„Takýto modus operandi v prvej Československej republike ma viac než zaujal. Fascinovalo ma to. To, čo známi americkí futurologovia, manželka Heidi a Alvin Tofflerovci opísali v knihe Powershift v roku 1990 ako budúcnosť, Jan Nehera zrealizoval už 50 rokov predtým,“ uviedol Ladislav Zdút.

NEHERA





Nové modely ako tímová práca

Tvorba nových modelov je náročný kreatívny a logistický proces. Ak chce niekto uspieť s dizajnovou výrobou globálne, musí dosiahnuť určitú minimálnu úroveň kvality súčasne v celom priereze marketingu a v každom prvku marketingového mixu. (Pozn: marketing sa nerovná marketingovej komunikácii).

„Bratislava nie je žiaden svetový kreatívny hub. To je aj jeden z dôvodov, prečo skôr dostanete zahraničného spolupracovníka do Krakova ako do Bratislavy. My sme preto boli nútení si od začiatku

vytvárať celú potrebnú infraštruktúru sami,“ opisuje Zdút.

Odkaz Martina Margielu

Značka NEHERA si musela budovať nielen tím, ale aj dodávateľskú infraštruktúru (dizajnéri, konštruktéri strihov, vývojári, výrobcovia atď.). Všetko od podlahy.

Dialo sa tak pod vedením Bibiány Zdútovej, ktorá je managing a collection directorkou značky NEHERA. Vedie tím od začiatku roka 2014. Je to najmä jej zásluha, kam až sa NEHERA odvtedy dostala.



” Je dobré nerozprávať o vybočení z komfortnej zóny, ale dokázať byť mimo nej aj niekoľko rokov nepretržite. Dôležité je mať len najvyššie nároky, a to bez výnimky na seba aj na okolie. “

Kreatívne vedenie značky je dnes v rukách Bibiány a Ladislava, čiže manželov Zdútovcov. Mimoriadne dôležitá je vždy aj osoba a pozícia hlavného dizajnéra, ale i celého tímu. Zdútovci ctia odkaz Martina Margielu. Tento známy belgický dizajnér často hovoril, že kolekcia je výsledkom práce mnohých rúk, mnohých hláv a mnohých srdcí. To je zrejme aj dôvod, prečo sa neukazoval na pódiu po prehliadke.

Súčasný tím NEHERY tvoria prevažne Slováci, ale so skúsenosťami z USA, Talianska, Francúzska či Belgicka. Dokážu sa orientovať vo svete a v nárokoch svetových trhov.

Lokálna vs. svetová NEHERA

V čom sú výrobky značky jedinečné? Sú autentické, kvalitné, iné a bez zliav. V tomto sú svetové. Firma sa snaží popracovať aj na tom, aby ich ohlas vo svete zostal trvalý, udržateľný a globálny. Aby to nebolo len o Južnej Kórei, Číne či Viedni. V NEHERE nesledujú primárne svetové trendy, nemyslia na ne, ako tvrdí Zdút. Snažia sa skôr svojimi nápadmi inšpirovať iných.

Zdútovci majú byť na čo hrdí. Firma nielenže stále žije, ale ustavične napreduje.





Jej objednávky rástli dokonca aj počas pandémie.

„Zatiaľ sme dokázali málo. Rady rozdávať nebudeme, ale jedno všeobecné odporúčanie by sme vedeli vyzdvihnúť. Je dobré nerozprávať o vybočení z komfortnej zóny, ale dokázať byť mimo nej aj niekoľko rokov nepretržite. Dôležité je mať len najvyššie nároky, a to bez výnimky na seba aj na okolie,“ myslí si Zdút.

Dôsledky pandémie

Ani pandémie chod firmy neohrozila. Zamestnanci robili to isté čo pred ňou. „Mám pocit, že sme sa na ňu pripravovali niekoľko rokov. Vytvárali sme si vlastnú lokálnu infraštruktúru, selektovali výroby, Vyberali tie, ktoré akceptovali naše kvalitatívne nároky a malé série. Vlni v apríli sme aj trochu zúžili kolekcie. Začali

sme cestovať do Soulu, prestali chodiť do Paríža a Milána. Amerika a Európa nám padli objednávkami skoro na nulu, ale Kórea a Čína začali prudko rásť. Aj preto sme celkovo i počas pandémie zvyšovali zaknihované objednávky.“

Prekážky v podnikaní

Situácia vo firme však nie je jednoduchá. Kým podobné zahraničné značky – či už z Fínska, alebo z Francúzska – dostávajú širokú a cielenú podporu od štátu aj od profesijných združení, NEHERA nie.

„Žijeme v krajine hlboko postihnutej podvodmi a korupciou. To negatívne zasahuje malé a stredné firmy. My sme na začiatku nevedeli skoro pol roka získať súhlas daňového úradu, keď sme sa chceli stať platiteľmi DPH. Bez toho – ako takmer stopercentný vývozca – by sme neboli úplne konkurencieschopní, keďže všetky vstupy by sme mali o dvadsať percent drahšie,“ vysvetľuje Zdút.

Z hľadiska podnikania je podľa neho Slovensko priam preregulovaná krajina, v ktorej však oproti iným preregulovaným krajinám nefunguje takmer žiadna reálna podpora kreatívneho priemyslu. Výpočet nešťastných rozhodnutí pri slovenskej regulácii by bol dlhý. Najhoršie je podľa Zdúta tzv. ustavičné „zlepšovanie“ zákonov, čiže ustavičné zmeny pravidiel. Ako sám tvrdí, radšej nech nie sú ideálne, ale aspoň pár rokov rovnaké.





Na druhej strane úplne chýbajú regulácie, ktoré by mali ambíciu vyžadovať spoločensky a ekologicky zodpovedné správanie. Hrdinami ekonomických a marketingových fór sú stále firmy, ktoré dovážajú „odpad“ z Číny alebo Bangladéša za pár centov. Alebo vyrábajú napríklad v Brazílii na úkor pracovných miest v EÚ.

Aj služby od SBA

Aj NEHERA má skúsenosti so službami SBA. „Využili sme poradcu pre corporate finance, strategické plánovanie a M&A. Prvý raz sme dostali a cítili podporu z verejného okruhu, za čo, samozrejme, ďakujeme. Plánujeme využiť aj poradenstvo pri rozvoji rodinných firiem a výchove manažérskych kádrov. Ak to všetko dobre dopadne,“ dodáva na záver Ladislav Zdút.

Spoločnosť NEHERA získala od SBA podporu vo forme poradenstva pre rodinné firmy (pozn. redakcie).

Martina Gyenes
Foto: Nehera





PODNIKANIE V ZAHRANIČÍ? Štát môže výrazne pomôcť

Ekonomická diplomacia v spolupráci s aktivitami ministerstva hospodárstva môže výrazne prispieť k prieniku slovenských firiem na zahraničné trhy. O téme sme sa zhovárali so štátnym tajomníkom Ministerstva hospodárstva SR **JÁNOM ORAVCOM**.



Ako vnímate na ministerstve pojem ekonomická diplomacia?

- Je to jeden z pilierov aktivít vlády v oblasti zahraničnej politiky. Primárna pozornosť sa venuje podpore exportu, prílevu zahraničných investícií a presadzovaniu záujmov Slovenska v medzinárodných organizáciách. Ministerstvo hospodárstva má za úlohu vytvárať vhodné podnikateľské prostredie na národnej úrovni a vytvoriť podmienky pre firmy, ktoré majú záujem exportovať. Využitím dostupných nástrojov, identifikáciou perspektívnych teritórií, servisom. Zároveň musíme reflektovať aktuálne hospodárske trendy a zameriavať sa na nové perspektívne oblasti, napríklad na inovácie.

Ako veľmi je ekonomická diplomacia dôležitá pre slovenské

MSP pri prienikoch na zahraničné trhy?

- Môže výrazne prispieť. Prostredníctvom proaktívneho prístupu ekonomických diplomatov a proexportne orientovaných nástrojov v spolupráci s ostatnými relevantnými subjektmi vonkajších ekonomických vzťahov.

Aj keď diplomacia je iný rezort, aké aktivity v tejto súvislosti vyvíja Ministerstvo hospodárstva SR? Čo všetko patrí do jeho agendy?

- Sú to predovšetkým medzirezortné a konzultačné



PhDr. Ján Oravec, CSc.
štátny tajomník Ministerstva hospodárstva SR

komisie. Komisie sú platformou, ktorá má podporovať bilaterálnu spoluprácu na úrovni štátnych orgánov a inštitúcií vo všetkých oblastiach spoločného záujmu. A aj spoluprácu medzi podnikateľskými subjektmi pri realizácii investičných zámerov a spoločných projektov.

Súčasťou zasadnutí komisie sú aj podnikateľské fóra a B2B rokovania, ktoré organizačne zabezpečuje SARIO. Medzivládne, rezortné a konzultačné komisie sú spoločne so zahraničnými pracovnými cestami vedúcich predstaviteľov ministerstva hospodárstva významným nástrojom na podporu bilaterálnej hospodárskej spolupráce s vybranými krajinami, a to najmä v prípade ich kombinácie s účasťou predstaviteľov podnikateľskej sféry.

A nezabudnime ani na Národný projekt Podpora internacionalizácie MSP...

- Áno, zabezpečujú ho agentúra SARIO a Slovak Business Agency. Projekt podporuje slovenské malé a stredné podniky so sídlom

mimo bratislavského kraja formou aktivít a nástrojov, ktoré chcú posilniť ich internacionalizačné aktivity a pomôcť s prienikom na zahraničné trhy vo fáze rozvoja vrátane prezentácie podnikateľského potenciálu a poskytnutia bezplatných prezentačných, kooperačných a poradenských služieb MSP s cieľom zvýšiť mieru ich zapojenia do medzinárodnej spolupráce. Spolupráca si kladie za úlohu aj stimulovať ďalší rozvoj a rast MSP a posilniť ich konkurencieschopnosť a postavenie v národnom hospodárstve, čo vytvára predpoklady pre ich úspešný prienik na zahraničné trhy.

Úlohou projektu je vytvoriť komplexný systém podpory internacionalizácie MSP a vytvárať

činnosti na jej podporu v rámci Trade Pointu ako komplexného podporného miesta so širokým portfóliom služieb, na ktorom MSP získa ucelenú podporu pri prieniku na zahraničné trhy. Širokú paletu služieb poskytovaných v rámci projektu tvorí okrem iného poskytovanie krátkodobého a dlhodobého individuálneho poradenstva, účasť MSP na propagačných podujatiach v zahraničí, propagácia MSP prostredníctvom elektronických médií, poradenstvo pri príprave žiadostí o podporu z komunitárnych programov EÚ.

Ktoré trhy sa javia ako najzaujímavejšie pre slovenské MSP?

- Dominujú krajiny EÚ. Pre slovenských exportérov sú tieto trhy atraktívne najmä pre geografickú blízkosť, politickú stabilitu a dobrú predvídateľnosť hospodárskeho vývoja. S tým súvisia sekundárne dôvody, ako napríklad nízka cena a ľahká organizácia logistiky a pod., ktoré majú sumárne v celkovom manažmente rizika ktoréhokoľvek exportéra značný význam.

Aké najväčšie prekážky majú MSP pri expanzii?

- Za najväčšie prekážky možno považovať nedostatok kapitálu, neschopnosť spĺňať požiadavky zákazníkov na kvalitu, náklady alebo ťažkosti súvisiace s administratívou potrebnou na prepravu, iné zákony a predpisy v cudzej krajine, clá alebo iné prekážky obchodu na cudzom trhu (napr. fytosanitárne obmedzenia pri vývoze do tretích krajín), či kultúrne rozdiely (vrátane podnikateľskej kultúry).

Máte štatistiky, koľkým MSP sa podarí presadiť s vašou pomocou? S vašim príspevom sa etablovať v zahraničí?

- V rámci aktivít, ktoré pre MSP ponúkame cez Národný projekt pre internacionalizáciu MSP, máme spätnú väzbu od firiem hneď po využití niektorého z nástrojov. Dôležitejšie pre nás je vedieť zhodnotiť po určitom čase, ako sa napríklad účasť

KAM SA OBRÁTIŤ O POMOC



EXIMBANKA SR

Exportno-importná banka SR (EXIMBANKA SR) – podporuje export MSP i veľkých podnikateľských subjektov cez bankové a poisťovacie činnosti. Na strane importu je to dovoz technológií, ktoré potom umožňujú vývoz kvalitnejšej produkcie.

SARIO

SLOVENSKÁ AGENTÚRA PRE
ROZVOJ INVESTÍCIÍ A OBCHODU

Agentúra SARIO – pripravuje kalendár podporovaných aktivít, ktorý je na <https://www.sario.sk/sk/np>. Podporné programy sú určené MSP. SARIO realizuje komplexné technicko-organizačné zabezpečenie, finančne zastrešuje prenájom výstavných plôch, realizáciu expozícií, vstupy na kľúčové medzinárodné konferencie, či zabezpečuje renomovaných spíkov na seminároch určených na sprostredkovanie zručností v oblasti zahraničného obchodu.

Slovenské firmy sa môžu na veľtrhoch a výstavách prezentovať, predstaviť zahraničným partnerom a nadviazať obchodné kontakty. Prostredníctvom podnikateľských misíí môžu využiť prienik na zahraničný trh, získať informácie o príležitostiach pre obchod a investície v danej krajine, nadviazať užšie spolupráce. V rámci seminárov a webinárov Exportnej akadémie môžu zvýšiť úroveň znalostí techník a praktík v oblasti zahraničného obchodu.





na medzinárodnom veľtrhu, resp. účasť v podnikateľskej misii vedenej ministrom predstavila do konkrétneho výsledku v podobe zvýšenia exportu do existujúceho teritória, resp. prieniku na nový trh. Tieto informácie však často firmy z pochopiteľných dôvodov nechcú poskytovať.

Majú, resp. dostávajú slovenské MSP dostatok informácií o možnostiach, ktoré im štát ponúka?

- Informácie sa dajú nájsť. To nie je problém. Výzvou skôr je sústrediť ich na jednom mieste tak, aby boli ľahko dostupné a dokázali poskytnúť odpovede na otázky a problémy, ktorým MSP čelia. Určite by sa zišiel centralizovaný portál, kde by boli vždy najaktuálnejšie informácie.

Čo nové pripravuje ministerstvo hospodárstva v rámci ekonomickej diplomacie?

- V rámci pripravovanej Koncepcie vonkajších ekonomických vzťahov bude napríklad venovaná samostatná kapitola ekonomickej diplomacii. Naším cieľom je nastaviť požiadavky na ekonomických diplomatov tak, aby to boli správni ľudia na správnom mieste. Dôležité

je vedieť identifikovať aktivity, ktoré majú plniť, tak, aby rešpektovali špecifiká teritórií, v ktorých pôsobia. Radi by sme sa viac pozreli aj na vyhodnocovanie ekonomickej diplomacie. Aby sme vedeli prijať závery, kde je potenciál väčší,

a podľa toho smerovať prostriedky na posilňovanie aktivít, ktoré sú súčasťou ekonomickej diplomacie.

Čo by koncepcia vonkajších ekonomických vzťahov a ekonomickej diplomacie mala celkovo priniesť?

- Sleduje hlavný cieľ podpory inkluzívneho a udržateľného hospodárskeho rastu založeného na generovaní kvalitných a udržateľných pracovných miest a zvýšení konkurencieschopnosti slovenskej ekonomiky v medzinárodnom meradle. Pre efektívnu a účinnú implementáciu koncepcie budú pravidelne vypracované akčné plány s konkrétnymi úlohami, pomenovanými nositeľmi úloh a merateľnými ukazovateľmi. Akčné plány budú spracované za účasti všetkých kľúčových orgánov štátnej správy, ktoré vo svojich aktivitách vstupujú do oblasti vonkajších ekonomických vzťahov, a v úzkej komunikácii so zástupcami inštitúcií zastupujúcich záujmy podnikateľov a exportérov. Akčné plány sa budú pravidelne vyhodnocovať a aktualizovať.

Prokop Slováček
Foto: Ján Oravec





Najväčšia podpora? INFORMÁCIE

Ekonomická diplomacia je jednou z priorít Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí SR. Jej cieľom je podpora vývozu tovarov a služieb, prílev priamych zahraničných investícií a zvyšovanie konkurencieschopnosti hospodárstva sprostredkovaním inšpiratívnej praxe zo zahraničia. Viac nám o fungovaní celého systému prezradila štátna tajomníčka ministerstva **INGRID BROCKOVÁ**.



Ekonomická diplomacia má viacero rovin

Tú základnú predstavuje sieť zastupiteľských úradov v zahraničí. Ich hlavným zameraním je poskytovanie asistenčných, poradenských a konzultačných služieb na podporu exportu a investícií.

„Vyhľadávajú aj potenciálnych obchodných partnerov, sprostredkujúajú stretnutia so súkromnými spoločnosťami či s vládnymi inštitúciami a podieľajú sa na príprave podnikateľských misí. Ide o procesy, ktoré sú dlhodobo zabehnuté a fungujú pomerne dobre,“ hovorí Brocková.

Svet sa však rýchlo mení. Vynárajú sa nové výzvy, trendy. „Usilujeme sa nastaviť efektívnejšiu komunikáciu. Zvýšiť informovanosť, získať väčšiu adresnosť zadani od našich klientov. Prioritne sú nimi malé a stredné podniky. Preto sme zaviedli viacero nových alebo inovovaných

formátov, ako sú aktivity Z regiónov do sveta, Inovačný deň alebo naše vlajkové podujatie Exportné fórum. Chceme, aby podnikatelia, ale aj vedecké inštitúcie či mestá vedeli, čo ponúkame. My si zároveň mapujeme slovenské podniky a ich potenciál. Všetky naše aktivity vnímajte ako platformu na kvalitnejší dialóg a prepojenie so zahraničným prostredím,“ vysvetľuje štátna tajomníčka.

Nie sme v tom sami – spolupráca je nutná

Rezort diplomacie nie je jediným subjektom ekonomickej diplomacie.



Ing. Ingrid Brocková CSc., MIPP
štátna tajomníčka Ministerstva zahraničných vecí
a európskych záležitostí SR

Spolupracovať musia viaceré verejné inštitúcie a vytvárať tak podporný systém.

„Slovensko musí využívať synergické efekty, kde sa dá. Či už ide o ľudské, alebo finančné zdroje. Preto sme nedávno spustili



ČO JE TO EKONOMICKÁ DIPLOMACIA?

- Aktivity štátu, ktorými presadzuje svoje hospodárske záujmy voči zahraničnými partnerom z verejného či súkromného sektora.
- Jej cieľom je podpora vývozu tovarov a služieb, prílev priamych zahraničných investícií a príspevok na presadzovanie opatrení na zvýšenie konkurencieschopnosti hospodárstva sprostredkovaním dobrej praxe zo zahraničia.
- Koordinátorom aktivít je Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR. To spolupracuje s Ministerstvom hospodárstva SR, ostatnými hospodárskymi rezortmi a ich špecializovanými agentúrami – Slovak Business Agency, SARIO, Slovakia Travel a iné.
- Výkonnou zložkou ekonomickej diplomacie v zahraničí je sieť našich veľvyslanectiev. Tie pomáhajú pri sprostredkovaní obchodných kontaktov pre slovenské firmy, v podpore investičných projektov, príprave podnikateľských misií, účasti firiem na veľtrhoch a výstavách, prezentácii cestovného ruchu, analýze globálnych trendov či podpore v oblasti vedecko-výskumnej spolupráce.

iniciatívu s názvom *Tím Slovensko*. Pod záštitou nášho rezortu sa mesačne stretávajú zástupcovia jednotlivých inštitúcií. Informujú sa o tom, čo plánujú a čo robiť lepšie. Aktuálne pracujeme na príprave manuálu určeného pre exportéra. Ten v kocke zhrnie všetky služby, nástroje a potrebné kontakty štátnych aktérov poskytujúcich proexportné nástroje a štátnu pomoc. Na ministerstve sme zrealizovali aj viaceré interné zmeny. Posilnili sme naše Podnikateľské centrum. Rozvojovú spoluprácu sme prepojili s hospodárskou spoluprácou s cieľom viac zapájať našich podnikateľov aj do agendy pomoci iným krajinám. Hľadáme spôsoby, ako skvalitniť elektronickú komunikáciu s klientmi a zbierať potrebné údaje na lepšie nastavenie systému podpory. Prirodzene trvalým procesom je vyhodnocovanie efektívnosti ekonomickej diplomacie. Rámcom nášho snaženia bude koncepčný

materiál, ktorý pripravujeme spoločne s Ministerstvom hospodárstva SR – *Koncepcia vonkajších ekonomických vzťahov a ekonomickej diplomacie*.“

Podporné mechanizmy existujú

Je viacero možností, ako podporiť potenciálneho exportéra. Priame finančné nástroje od Eximbanky, podpora účasti na veľtrhoch, výstavách, obchodných misiách v zahraničí až po analýzy trhu alebo nájdanie vhodného obchodného partnera.

„Konkurencieschopný podnikateľský subjekt musí mať vlastný biznis plán s vyhodnotením výrobných a personálnych kapacít či marketingovej stratégie. Najvhodnejšie je obrátiť sa na Podnikateľské centrum Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí SR, prípadne priamo na jednotlivé zastupiteľské úrady SR. Odporúčia najvhodnejšiu formu pre ich obchodný prípad. Naše služby poskytujeme bezplatne,“ prízvukuje Brocková.

Každá krajina, podobne ako Slovensko, má svoj vlastný legislatívny rámec, ktorým upravuje podnikateľské prostredie vrátane colného režimu, daňových úľav či investičných stimulov pre zahraničné firmy. „Práve s týmito informáciami vedia najlepšie pomôcť naše zastupiteľské úrady v zahraničí. Zároveň vedia upriamiť pozornosť aj na vypísané zahraničné tendre, ktoré ponúkajú možnosti na zapojenie sa aj našim spoločnostiam. Ako úspešný príklad môžem spomenúť podporu



spoločnosti Aliter Technologies, ktorá vyhrala významný tender v rámci obstarávania NATO.“

Akékoľvek porovnávanie sa so svetom, čo funguje lepšie a čo horšie, nie je namieste. Každý má vlastný systém inštitúcií a nástrojov. „My sa sústreďujeme na prinášanie dobrej a overenej praxe. V mnohom sú pre nás inšpiráciou škandinávské krajiny,“ hovorí Brocková.

Informácie sú kľúčové

Ministerstvo neposkytuje podnikateľom priame financie na exportné aktivity. Jeho najsilnejšou stránkou sú informácie. „Naše zastupiteľské úrady v zahraničí vedia svojím know-how a znalosťou prostredia poskytnúť praktické poradenstvo, nájsť obchodného partnera či zorganizovať osobné stretnutia, podnikateľskú misiu alebo účasť na výstave. Na realizáciu konkrétnych podujatí máme Projektovú schému ekonomickej diplomacie, ktorej cieľom je minimalizovať náklady podnikateľa pri účasti na podujatí v zahraničí.“

Mimobratislavským firmám môže agentúra SARIO z prostriedkov Národného projektu Podpora internacionalizácie MSP prispieť na účasť na výstavách a veľtrhoch, podnikateľských misiách alebo na

iných podujatiach. Priame finančné nástroje poskytuje primárne Eximbanka, ktorá vie slovenským malým a stredným podnikateľom poskytnúť buď priame finančné exportné úvery, alebo poisťovacie a záručné produkty na ochranu ich vývozných aktivít.



AKTIVITY MINISTERSTVA PRE PODNIKATEĽOV – ČÍSLA A FAKTY

- Až **3 000 firiem** ročne dostane informácie o možnostiach exportu a potrebné kontakty.
- Posilnená komunikácia cez sociálne siete.
- **Z regiónov do sveta** – séria podujatí v spolupráci s VÚC.
- **Exportné fórum** – možnosť raz ročne na jednom mieste stretnúť našich ekonomických diplomatov z celého sveta a diskutovať s členmi vlády o tom, ako lepšie a efektívnejšie podporiť ich aktivity smerom do zahraničia.
- **Iniciatíva Tím Slovensko** – Pod záštitou ministerstva sa mesačne stretávajú zástupcovia jednotlivých verejných inštitúcií, aby sa informovali o tom, čo plánujú a čo robiť lepšie.
- **Predbežné čísla (napriek pandémie) realizovaných aktivít za rok 2021** – 31 podnikateľských misií, 44 firiem sa zúčastnilo na 44 veľtrhoch a výstavách, uskutočnilo sa 107 prezentačných podujatí našich firiem.

Najzaujímavejšie trhy

Jednotkou záujmu sú, prirodzene, krajiny Európskej únie s podielom na vývoze presahujúcim 80 percent. Pre MSP sú najvyhľadávanejšie susedné krajiny na čele s Českou republikou.

„Uvedomujeme si potenciál ázijského kontinentu a tradičné teritória v blízkom susedstve západného Balkánu a východnej Európy. Príkladov úspešných firiem je veľa. Vyberiem najzaujímavejšie. Spoločnosť Seak, ktorá úspešne pôsobí v Izraeli a na Ukrajine. Chirane Stará Turá sa podaril transfer technológií zo Slovenska do USA a Uzbekistanu, kde kompletizujú plúcné ventilátory pre trh strednej Ázie. Spoločnosť MultiplexDX sa aj prostredníctvom humanitárnej pomoci a rozvojovej spolupráce podarilo dostať do viacerých krajín. Alebo firma Slido. Aj s príspevom diplomacie sa vypracovala z pôvodného startupu na firmu so 150 zamestnancami a zákazníkmi po celom svete.“

Prokop Slováček

Foto: Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR

KAM SA OBRÁTIŤ

PODNIKATEĽSKÉ CENTRUM

www.mzv.sk/podnikajme-v-zahranici

Poskytuje informácie nevyhnutné na presadzovanie podnikateľských ambícií v oblasti exportu výrobkov a služieb, vývoz kapitálu, vytváranie kooperačných väzieb a zakladanie spoločných podnikov v zahraničí.

E-mail: bizinfo@mzv.sk

Tel.: +421 2 59 78 59 59, +421 906 075 959

FACEBOOK – EKONOMICKÁ DIPLOMACIA SR

<https://www.facebook.com/EkonomickaDiplomaciaSR>





JE PRÍJEMNÉ BYŤ NA ZAČIATKU PROCESU

Aj **MARTINA MIHÁLOVÁ ŠTELIAROVÁ** pomáha slovenským firmám v ďalekom svete preraziť na tamojších trhoch. Ako ekonomická diplomatka zastupiteľského úradu v Pekingu.



Ako sa žije slovenskej diplomatke v Číne?

- Každá krajina má svoje čaro. Do Číny som pricestovala pred dvoma rokmi s manželom a dvoma malými deťmi. Začiatky sú všade ťažké, ale časom si na miesto vyslania zvyknete a vnímate ho ako domov. Krajine aj kultúre sme sa prispôbili rýchlo. Náročné bolo skôr vzájomné polročné odlúčenie počas pandémie v roku 2020. Všetky generácie tu veľa a aktívne športujú. O tom som sa presvedčila, keď ma v parku počas prechádzky takmer uniesol dav bežcov. Stále ma prekvapuje chaotická cestná premávka či otáčanie sa na križovatke cez dva pruhy. Napriek tomu všetko funguje. Súčasťou každodenného života je digitalizácia. Stratiť mobil je horšie ako stratiť cestovný doklad. Páčia sa mi krásne parky v mestách, ale aj možnosť vidieť robotickú výmenu batérie v aute NIO na parkovisku či prejsť rýchlovlakom 1 300 km z Pekingu do Šanghaja za štyri a pol hodiny.

Čo všetko má na starosti ekonomický diplomat?

- Sledovanie vývoja ekonomiky, hlavných trendov, legislatívnych

zmien v Číne, SR aj v EÚ, rôzne spravodajstvo, analýzy, a najmä spracovávanie dopytov, vyhľadávanie obchodných partnerov, sprostredkovanie obchodných a investičných ponúk slovenským firmám a inštitúciám, organizáciu kooperačných podujatí, prezentáciu Slovenska v teritóriu, prípravu prezentácií SR, rokovania a komunikáciu s čínskymi a so slovenskými firmami, inštitúciami, účasť na zasadnutiach odborných pracovných skupín delegácií EÚ. Pokrýva vlastne všetky oblasti hospodárstva od dopravy, energetiky, cestovného ruchu, obchodu vrátane agroproblematiky a dovozu potravín, digitalizácie, vedy, výskumu, technológií a mnoho iného.



Mgr. Martina Mihálová Šteliarová
Ekonomická diplomatka
na Zastupiteľskom úrade v Pekingu

Aké osobnostné a profesijné kvality by nemali dobrému ekonomickému diplomatovi chýbať?

- Pracovitosť, schopnosť pokryť veľa odborných tém a projektov súčasne, záujem o samoštúdium

a analýzu aj zložitých odborných oblastí, prezentačné schopnosti, schopnosť improvizácie, schopnosť mať nadhľad a trpezlivosť.

Čo považujete na svojej práci za najkrajšie? Kedy si poviete, že to úsilie za to stálo?

- Keď mám dobrý pocit z úspešne pripraveného podujatia, prezentácie SR, výstavy a úprimného ocenenia práce od zapojených inštitúcií a firiem z oboch krajín. Je rovnako príjemné vidieť reálny rozvoj spolupráce medzi firmami a vedieť, že ste boli na začiatku procesu.

Čo je na vašej misii najťažšie?

- Často žonglujeme s mnohými loptičkami vo vzduchu a snažíme sa uzavrieť veľa úloh naraz a vyčistiť si stôl. Dosiahnuť takýto stav v Číne je nereálne.

Ako funguje vzájomná spolupráca oboch štátov?

- Čína je od roku 2017 najväčším obchodným partnerom SR v Ázii, a tak to bolo aj v prvom polroku 2021. Dlhodobu výrazne dominuje aj v rámci exportu tovaru zo Slovenska do Ázie. Dlhodobým cieľom SR je dosiahnuť väčšiu vyváženosť tovarovej štruktúry a zvýšiť podiel produkcie MSP na vzájomnej výmene tovarov a služieb. Perspektívy spolupráce sú aj v oblastiach cestovného ruchu, rozvoja športu, logistiky, vedecko-technickej spolupráce či priamych zahraničných investícií. Existujú rezervy vo vývoze tovarov v sektore strojárstva, energetiky, vodohospodárstva, poľnohospodárskych a potravinárskych produktov a ochrany životného prostredia. Slovenské MSP majú veľa príležitostí prezentovať služby a produkty zadarmo na výstavách, konferenciách a webinároch. Často však túto ponuku nevyužívajú. Ostatné dva roky funguje skôr virtuálny priestor a niekoľko rokov to asi tak aj zostane. Čína sa na jar v roku 2020 zatvorila, čo je jeden z dôvodov, prečo slovenské MSP strácajú o čínsky trh záujem.



Mnohé iné krajiny však online priestor aktívne využívajú na svoju prezentáciu a kontakty.

Aké sú najväčšie prekážky slovenských MSP pri expanzii?

- Zväčša je to neznalosť teritória a malý záujem MSP o vstup na čínsky trh. Mnohým slovenským firmám chýba cieľ, vízia a definovanie oblasti, v ktorej chcú v Číne pôsobiť. Čína je náročné teritórium najmä pre MSP, musia sa obrnúť trpezlivosťou a prispôbiť sa rýchlemu vývoju zmien, ktoré treba sledovať. Firma musí vyčleniť vlastné personálne a finančné kapacity na rozvoj obchodného vzťahu s Čínou, na prieskum trhu, odborné poradenstvo, právny a prekladateľský servis, marketing a prácu s influencerami a so sociálnymi sieťami a aj na ochranu svojej obchodnej značky.

V Číne je asi najviac zo všetkých zahraničných trhov potrebná znalosť miestneho jazyka alebo dobrý prekladateľ. Väčšina právnych noriem a internetových stránok inštitúcií je v čínskom jazyku. Ak chce slovenská firma uspieť v Číne, musí obchodnému partnerovi v prvom rade predložiť prezentačné materiály v čínskom jazyku. Nefungujú tu odkazy na webové

stránky, Youtube či Facebook. Čína má vlastné elektronické platformy a sociálne siete a Číňania ich radi využívajú – napríklad We Chat, Weibo, Tencent.

Vnímate nejaké legislatívne brzdy, ktoré môžu odradiť záujemcu o čínsky trh, od jeho snahy expandovať?

- Určite áno a je ich veľa. Čína sa síce prezentuje ako otvorená ekonomika, ale pre zahraničné firmy stále existuje veľa legislatívnych aj obchodných prekážok. Právne normy sú často písané vágne a práve priestor medzi riadkami je rizikom pre MSP nielen zahraničné, ale aj domáce. Čína postupne zavádza mnohé ekonomické reformy, napríklad finančný sektor je pre zahraničné firmy už viac prístupný ako v minulosti. Často to súvisí aj so stratégiou Číny podľa toho, ktoré oblasti chce sprístupniť.

EÚ predstavila nedávno aktualizovaný portál Access2Markets, kde uvádza obchodné prekážky pre celý svet vrátane Číny – je ich 46. Na stránke možno podať aj podnet na prešetrenie obchodnej prekážky pri vstupe na trh (<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home>).

Koľkým MSP sa podarilo presadiť s vašou pomocou, vašim prispením v Číne?

- Vstup do Číny je dlhodobý proces a je ťažké vyhodnocovať ho len v jednotlivých rokoch. Z niektorých úspešných firiem už pôsobiacich v Číne sú to napríklad Spinea, Shark, Photoneo, Virtual Reality Media, Rona, Karloff, Lyra Chocolate a ďalšie.

O aké oblasti sa slovenské firmy najviac zaujímajú?

- Väčšinou o export tovaru, zväčša potravín a nápojov. Ale v Číne majú zastúpenie aj spoločnosti v robotike, strojárstve, sklárskej technike. Záujem slovenských firiem aj Číny je o oblasť IT, digitalizácie, blockchain. Veľmi žiadané zo strany Číny sú inovatívne spoločnosti pôsobiace v agrosektore, medicíne a zdravotnej technike. Najväčší dopyt je teraz po zelených technológiách a inovatívnych energetických riešeniach vrátane „best practices“.

Majú slovenské MSP dostatok informácií o možnostiach podnikania v Číne?

- Mnohé majú skreslené informácie o aktuálnom ekonomickom vývoji a príležitostiach v Číne. Informácií je k dispozícii dostatok. No treba, aby sa dostali

k správne adresátovi včas. Pre európske MSP je v Číne zriadené centrum EU SME CENTRE. Poskytuje zdarma poradenstvo, konzultácie, analýzy a webináre, ktoré si možno pozrieť aj spätne, zo záznamu (<https://www.eusmecentre.org.cn/>). Naše veľvyslanectvo je s ním v kontakte a plánujeme pripraviť spoločné webináre len pre slovenské firmy.

Má Čína nastavené nejaké možnosti ekonomických stimulov, grantov, podporných programov?

- Existuje podpora vlády ČĽR v niektorých oblastiach pre zahraničné spoločnosti. EU SME CENTRE napríklad v októbri zverejnilo analýzu Incentives, Subsidies and Funding for Tech SMEs in China (Stimuly, podpora a financovanie pre Tech SME v Číne). Je to skôr sektorová záležitosť. Granty a programy sa líšia aj v závislosti od toho, či ide o podporu na národnej úrovni, alebo o grant provinčnej vlády.

Sú nejaké plány, ako podnikateľskú spoluprácu v budúcnosti zlepšiť?

- Pravidelne zasielame veľa zaujímavých analýz a ponúk pre účasť MSP na veľtrhoch, výstavách, webinároch rezortom, komorám aj združeniam. Stretávame sa

však s tým, že nemáme koho prezentovať, pokiaľ firmu priamo neoslovíme my sami. Preto chceme začať prinášať vybrané analýzy, spravodajstvo, ponuky účasti na veľtrhoch a záujem čínskych firiem o obchodovanie so SR podnikateľom priamo na webovej stránke zastupiteľského úradu v Pekingu. Podnikateľskú spoluprácu podporí aj vzájomná znalosť ekonomického vývoja krajín a najmä jasná ponuka a dopyt. V Číne vedia o Slovensku stále minimum a rovnako na Slovensku vedia málo o reálnom obraze ekonomiky Číny vrátane možností spolupráce. Plánujeme pravidelne pripravovať informačné webináre pre MSP na aktuálne témy.

Som slovenská firma, a chcem podnikateľ v Číne. Čo mám urobiť, aby som od vás dostala podporu?

- Najprv si treba určiť cieľ a vedieť, prečo chcem ísť práve do Číny, čo viem ponúknuť a či je o produkt alebo službu na trhu záujem. Dôležité pri exporte je poznať svoje exportné kapacity. Mnohí odberatelia v Číne vyžadujú veľké objemy tovaru a intenzívny marketing. Odporúčam aj odhad nákladov, napr. pri exporte náklady za transport, colnú deklaráciu, preklad dokumentov, personálne zdroje, poradenstvo, prekladateľov (či sa mi to oplatí).

Pre nás je dôležité dostať od slovenskej firmy jasne zadaný dopyt. Jeho súčasťou musí byť leták alebo stručná informácia o spoločnosti (najlepšie v powerpointe) o tom, čo ponúka alebo hľadá, v čínskom jazyku a kontakt na svojho obchodného zástupcu. Takto spracovaný požiadavku vieme obratom postúpiť inštitúciám, firmám, komorám. Privítame aj záujem firiem o účasť na veľtrhu alebo seminári. Často nevieme, o čo majú MSP aj sektory v Číne záujem.

Prokop Slováček

Foto: archív Martiny Mihálovej Šteliarovej

Rozhovor bol krátený, jeho plnú verziu nájdete na <http://inbiznis.sk/>

KONTAKTY V OBLASTI EKONOMICKEJ DIPLOMACIE V ZAHRANIČÍ

<https://bit.ly/3q4D5pj>



Každá firma, ktorá má záujem o expanziu na zahraničné trhy, si môže prvotné informácie vyžiadať od zástupcu Slovenska v tej-ktorej krajine. Zoznam nájdete na stránke Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí SR v sekcii Podnikajme v zahraničí – Kontakty v oblasti ekonomickej diplomacie v zahraničí.





ICH TAJNOU INGREDIENCIOU JE LÁSKA

Jablká – malé, veľké, zelené i červené, kyslé či sladké. Milujeme ich čerstvé, sušené, ale aj spracované v koláčoch, vo výživách alebo ako dekoráciu. Môžeme ich použiť do nápojov alebo z nich nápoj vyrobiť. Napríklad vo forme cideru. Jablčné vína vyrábané kvasením jablčného muštu pod značkou SIGELSBURG CIDER vyrába rodinná firma Piarg house. O ich podnikateľskom príbehu nám porozprávala Ivana Hodulíková.



„K výrobe cideru sme sa dostali zhodou okolností. Sigelsberg cider vznikol neplánovane. Len vďaka nápadu, ktorý podnietila nadpriemerná úroda jabĺk v roku 2011 na našej milovanej chalupe v Štiavnických Baniach,“ spomína Ivana.

Keď sa minuli všetky tradičné možnosti na spracovanie či uchovanie ovocia, nezostávalo nič iné, len ho nechať zhnúť. S tým sa však Igor, hlava rodiny Serváčkovcov, odmietol zmieriť. Prišiel s nápadom na výrobu cideru.

„Nikto z nás nemal vzdelanie či skúsenosti s jeho výrobou. Tak si otec naštudoval všetky procesy sám. Keďže v tom čase ešte na Slovensku cider neexistoval, musel čerpať zo zahraničnej literatúry,“ opisuje prvé kroky Ivana.

Nasledovala dvojročná cesta pokusov a omylov. Skúšali a hľadali tie správne pomery, procesy, hrali sa s chuťami. Najvdčačnejšími degustátormi boli v tom čase ich priatelia. Postupne prichádzali prvé pozitívne reakcie. „Vtedy sme dostali nápad vyrábať cider aj pre ostatných. Nielen pre seba a známych ako do tých čias. Dali sme hlavy dokopy, a tak vznikol Sigelsberg cider,“ spomína Ivana na začiatky vstupu do biznisu.

Tajomstvo Sigelsbergu

Sigelsberg cider je vyrobený zo stopercentnej jablčnej šťavy z niekoľkých druhov jabĺk. Podstatou celej výroby je kvasenie, niekoľkonásobné stáčanie, filtrovanie a následné dozrievanie v sudoch.

Celý proces trvá niekoľko mesiacov.

Aká je ich tajná prísada? „Našou tajnou ingredienciou je láska, ktorú do toho dávame. Tá vytvára výnimočnosť. Keď sa do práce vložíte, robíte ju s radosťou a dáte jej to najviac zo seba, vytvoríte niečo unikátne,“ prezrádza Ivana.

Jedným zo znakov rodinného podniku, ako ho identifikovali samotní zástupcovia rodinných podnikov, je okrem iného aj participácia členov rodiny na jeho fungovaní.

V prípade rodiny Serváčkovcov je to úplne jasné. Na výslednom produkte sa podieľajú všetci členovia rodiny. Otec Igor, mama Alena, dcéra Ivana aj syn Tomáš.

Spočiatku to však vôbec nebolo jednoduché. „Začiatky boli ťažšie. Každý si musel nájsť svoje miesto a pozíciu vo firme. Stanoviť si, kto má čo na starosti. Prestali sme vnímať svoje doterajšie pozície z hľadiska rodinnej hierarchie a začali sa akceptovať ako rovnocenní partneri. Až v momente, keď sme



“

Keď sa do práce vložíte, robíte ju s radosťou a dáte jej to najviac zo seba, vytvoríte niečo unikátne.

”



”

**Až v momente,
keď sme dokázali
oddeliť súkromné
vzťahy od
pracovných, išlo
všetko ľahšie.**

“



dokázali oddeliť súkromné vzťahy od pracovných, išlo všetko ľahšie.“

Dnes vo firme oveľa viac vnímajú najmä výhody rodinného biznisu. Prácu s ľuďmi, ktorých poznajú celý život a sú ich vlastní, poznanie svojich silných a slabých stránok, úplnú dôveru, podporu či vzájomné dopĺňanie sa.

Rodinný biznis je špecifický

Rodinný biznis je v niečom špecifický. V súčasnosti sa o ňom a jeho podpore rozpráva podstatne viac ako v minulosti. „Pre rodinné firmy je určite potrebný odborný mentoring/couching. Niečo také nám v začiatkoch veľmi chýbalo. Je veľká škoda, že sa nám ho dodnes nepodarilo získať,“ zamýšľa sa Hodulíková nad možnosťami podpory práve rodinných podnikov.

Privítala by aj účasť na networkingových stretnutiach organizovaných len pre rodinné firmy, na ktorých by sa mohlo diskutovať práve o špecifikách či úskaliach takéhoto biznisu. Ako prínosné by vraj vnímala aj poradenstvo od už skúsenejších podnikateľov.

Sigelsberg cider vo svete

Preraziť vo svete nápojov, ktorý má skutočne obrovskú konkurenciu, určite nie je jednoduché. Najmä ak vyrábate produkt, ktorý v danom regióne nemá tradíciu. Rodine Serváčkovcov sa to s ich ciderom predsa len podarilo. Aj keď sú len na začiatku. „Postupnými krokmi sme získali zopár pravidelných odberateľov v zahraničí. Prvým krokom bola účasť na medzinárodných súťažiach



ako Great Taste International Beer Festival v Českých Budějovicích či International Cider Challenge vo Veľkej Británii.“

Na každom z týchto podujatí získali ocenenia, ktoré im začali otvárať dvere na zahraničné trhy. Dôležitými míľnikmi na ich podnikateľskej ceste bola účasť na viacerých festivaloch cideru v Astúrii. Postupne ich začali oslovovať odberatelia sami. „Aj vďaka EEN databáze sa nám podarilo získať niekoľko kontaktov mimo Slovenska. Dokonca sa nám podarilo získať jedného klienta z Belgicka prostredníctvom Instagramu, kde nás objavil vďaka kampani Sigelsberg na cestách,“ hovorí Ivana.

Aj Serváčkovcov, rovnako ako iných podnikateľov, zasiahla koronakríza. A to najmä preto, že sa zameriavali na priamy predaj a osobný kontakt. Obmedzenia zabráňujúce šíreniu ochorenia Covid 19 priniesli zákaz organizovať hromadné podujatia. Zatvorili sa festivaly, puby a reštaurácie. V minulosti práve tieto miesta predstavovali najväčší odbyt cideru. To plánuje firma v blízkej budúcnosti zmeniť a sústrediť sa

“ Plánujeme rozšíriť našu klientelu predovšetkým v retaile a zamerať sa na export do zahraničia. ”

prevažne na B2C predaj (cez internet a prostredníctvom virtuálnych obchodov).

„Plánujeme rozšíriť našu klientelu predovšetkým v retaile a zamerať sa na export do zahraničia. S tým súvisí potreba navýšiť naše výrobné kapacity. To sa týka nielen cideru, ale aj nášho nealko nápoja SIIIIGL.“

Všetko zlé je na niečo dobré

Koronakríza pripravila Serváčkovcov o väčšiu časť odberateľov. Nezľakli sa však a zamerali sa na iný spôsob predaja. „Ľudia začali meniť nákupné správanie, podporovať lokálnych výrobcov. Maloobchodné prevádzky



na to zareagovali ponukou miestnych výrobkov. Nám sa tým otvorili dvere do ich regálov. Číže obmedzenia, resp. regulácie vyplývajúce z koronakrízy by som pre nás z tohto hľadiska brala rovnako pozitívne, ako aj negatívne,“ hovorí Ivana.

Ako dobré vníma i zrušenie daňovej licencie od roku 2018, ktorá pre nich predstavovala veľké zaťaženie v prvých rokoch podnikania. Bolo to obdobie, keď museli veľa investovať do výroby.

„Určite by každej začínajúcej spoločnosti prospelo aj zníženie daňových odvodov a finančná podpora. Taký štartovací balíček na prvé dva roky, keď spoločnosť potrebuje najviac investovať. Tiež by sme ocenili jemnejšie podmienky pri získavaní rozličných štátnych podpôr,“ konštatuje.

Spolupráca s SBA

Okrem toho, že spoločnosť Piarg house, s. r. o., je členom EEN databázy, mala pred pár rokmi možnosť spolupracovať so Slovak Business Agency formou prezentácie na tému Ako preraziť v gastro biznise.

„Veľmi si tú príležitosť vážime. Organizácia podujatia bola úžasná.



Celý tím SBA bol milý, ústretový. Okrem toho, že sme mali možnosť odprezentovať sa, získali sme nové kontakty na ďalšie spolupráce,“ opisuje skúsenosť Ivana.

Zároveň mali zástupcovia firmy príležitosť vypočuť si zaujímavé podnikateľské príbehy úspešných gastropodnikateľov na Slovensku.

Zaujala ich najmä oblasť marketingu v tomto odvetví. „V SBA ponúkate počas celého roka množstvo zaujímavých online kurzov, školení, seminárov. Na niektorých by sme sa radi v najbližšom čase zúčastnili,“ plánuje Hodulíková.

Petra Palenčárová, Foto: Ondrej Irša

”

Celý tím SBA bol milý, ústretový. Okrem toho, že sme mali možnosť odprezentovať sa, získali sme nové kontakty na ďalšie spolupráce.

“



Čo je cider?

Jablčné víno vyrábané riadeným kvasením jablčného muštu. Nápoj je populárny najmä v západnej Európe.

O jeho pôvode a rozšírení sa vedú dlhodobé spory. Vznik výroby cideru je pravdepodobne spojený s oblasťou dnešného Baskicka.

Obsah alkoholu v nápoji sa pohybuje od 1,2 do 8,5 percenta. Aby sa však cider mohol nazývať ciderom, v krajinách, ktoré tento nápoj označujú za svoj tradičný, musí obsahovať určitý podiel jablčnej šťavy. Každá krajina má tento pomer nastavený individuálne.





PARTNER VO SVETE PODNIKANIA

Od západu po východ vnímame chuť a odhodlanie pomáhať slovenským podnikateľom. Ukazujú nám to nielen počty podporených podnikov, ale najmä rozhovory s podnikateľmi či získaná spätná väzba. Tento rok sme získali spätnú väzbu aj vo forme medzinárodných ocenení.

S projektom Národné podnikateľské centrá sme získali v medzinárodnej súťaži InBIA Awards až dve ocenenia. Prvé – Podnikateľské centrum roka (Entrepreneurship Center of the Year Awards) – je určené pre podnikateľské podporné inštitúcie so širokým portfóliom služieb. Druhým ocenením je prestížna cena Dinah Adkins pre podnikateľské centrá, ktoré slúžia širokej verejnosti a vynikajú v podpore podnikania, inkubácie a manažmente programov.

Ceny každoročne udeľuje v Spojených štátoch amerických Medzinárodná asociácia pre inováciu podnikania (International Business Innovation Association). Ocenenia sa udeľujú inštitúciám, ktoré podporujú podnikanie, technologický vývoj a rôzne formy rozvoja inovácií a podnikateľských aktivít.

Podpora SBA je rôznorodá

Spektrum našej podpory podnikateľského prostredia je široké. V praxi sa stretávame najmä s potrebou získať nové informácie či zodpovedať prichádzajúce otázky súvisiace s rastom firiem. Užitočné informácie si podnikatelia odnášajú z odborných seminárov, workshopov či zahraničných konferencií. Obracajú sa na nás, aj keď potrebujú riešiť komplexnejšie výzvy. Experti z praxe im pomáhajú nastaviť marketingovú stratégiu, obchodné podmienky či objasniť legislatívu





v rámci individuálneho poradenstva. Tímového ducha zas stmelujú na motivačnom teambuildingu v priestoroch NPC. Uľahčujeme im aj prístup k financiám formou mikropôžičky za veľmi výhodných podmienok.

Tvorivé dielne v Bratislave, Žiline a Košiciach sú vybavené technológiami, na ktorých dávajú podnikatelia svojim nápadom tvar. Podporu u nás nachádzajú,

aj keď chcú expandovať za hranice Slovenska. Sme členom globálnej siete Enterprise Europe Network a vieme pootvoriť bránu na európsky trh. Špeciálne sa venujeme rodinným podnikom, ktoré často riešia generačnú výmenu či hľadajú možnosti rozvoja potenciálu zamestnancov. Podporu môžu firmy získať aj startupy cez projekt Startup Sharks. Grantová schéma na podporu podnikateľských

zručností oceňuje projekty zamerané na budovanie podnikavosti a podnikateľských zručností u žiakov v základnej škole, študentov, absolventov i pedagogických pracovníkov.

Detailne monitorujeme podnikateľské prostredie na Slovensku a vydávame hodnotné prieskumy a analýzy. V tejto oblasti spolupracujeme aj s medzinárodnými inštitúciami ako EK, OECD alebo Svetová banka. Medzi naše ciele patrí i znižovanie neprimeranej regulačnej záťaže MSP. V rámci toho meriame vplyvy navrhovanej legislatívy na MSP a vyhodnocujeme alternatívne riešenia k podaným návrhom.

Ocenenie aj vďaka zamestnancom

Ocenenie sme získali aj vďaka zamestnancom, ktorí búrajú stereotypy o úradníkoch. Vstúpte do našich podnikateľských centier a privítajú vás usmiatimi tvármi. Stretnete sa s veľkou ochotou pomôcť. Mnohí z vás majú so zamestnancami národných podnikateľských centier vybudované dôverné vzťahy a vedia, na koho sa obrátiť, keď potrebujú vyriešiť problém. Dbáme na to, aby slovenskí



podnikatelia v biznise úspešne napreďovali a prerazili aj vo svete. Hľadáme skryté podnikateľské nápady na školách a medzi mladou generáciou. Vedíme ju k podnikateľským zručnostiam a záujem o podnikanie prehľbujeme tým, že jej dávame priestor na vypočutie úspešných slovenských podnikateľov.

Podnikatelia, SBA je tu pre vás

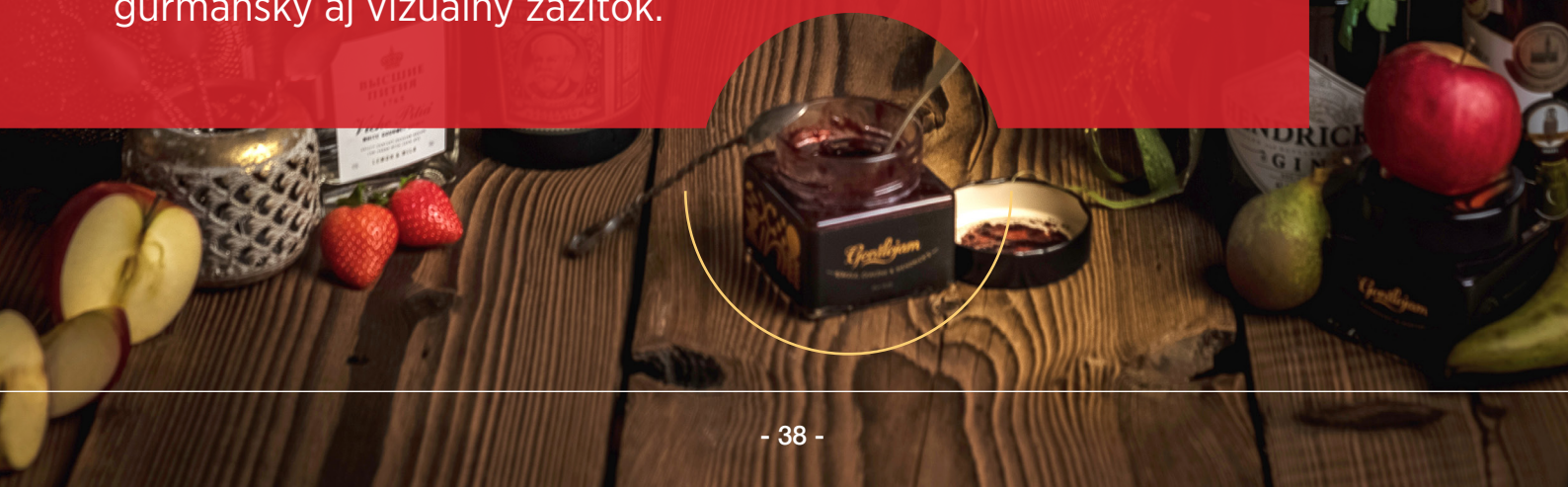
Malí a strední podnikatelia, na Slovensku máte veľké zastúpenie a ste hybnou silou našej ekonomiky. Sme pripravení aj v roku 2022 podieľať sa na riešení vašich každodenných výzev a podporovať zrod podnikateľských nápadov. Sme tu pre vás, aby ste prerazili nielen na Slovensku, ale aj vo svete. Presne tak ako značky, ktoré tvoria toto číslo.

Martin Holák, generálny riaditeľ SBA
Foto: archív redakcie



ŽILINSKÉ DŽEMOVÉ UNIKÁTY CHUTIA AJ VO SVETE

Zabudnite na klasické džemy a omáčky. Vyskúšajte **GENTLEJAM** – džem s veľkým podielom ovocia a prémiového alkoholu. Produkt manželov Hrabovských zo Žiliny ponúka gurmánsky aj vizuálny zážitok.



Za Gentlejamom stoja manželia Iveta a Matej Hrabovskí. Spoločne budujú značku, ktorá už stihla zaujať aj za hranicami Slovenska. „Matej je pragmatická, finančná hlava firmy. Má jasno v tabuľkách, dokumentoch, hygiene a vo všetkých legislatívnych veciach. Úradníčky ho doslova milujú, lebo má vo všetkom stopercentný poriadok. Veľa ráz sme sa pohádali, lebo ja som ten vizionár a rojko, on, naopak, ten, ktorý všetko trikrát prepočíta a skosí mi hrebienok,“ prezrádza Iveta.

Kým začala Iveta Hrabovská podnikať, pracovala v médiách. Najskôr ako moderátorka a redaktorka, neskôr prešla do sveta online médií. Skvelá práca, ešte lepší kolegovia a šéfovia. Napriek tomu jej po takmer troch rokoch začala chýbať voľnosť. Zvažovala podnikanie. „Chcela som však podnikať v niečom, čo mi bude dávať zmysel, čo bude unikátne, jedinečné a odvážne,“ spomína Iveta.

Môže za to víno

Myšlienka začať vyrábať džemy a omáčky s alkoholom im napadla pri popíjaní červeného vína. Paradoxom bolo, že Iveta nikdy nijaký džem ani omáčku predtým nevytvorila. No už na druhý deň si spravila analýzu trhu a zistila, že

nikto nič podobné nevyrába.

Odvtedy pracuje na svojom sne a budovaní silnej značky. „Moja najkrajšia spomienka na podnikateľské začiatky je tristo eur. Tie mi svietili na účte, keď som si povedala, že sa idem pustiť do podnikania. Chvalabohu, bola som

“ Chcela som však podnikať v niečom, čo mi bude dávať zmysel, čo bude unikátne, jedinečné a odvážne. ”





“ Ak objavím novú unikátnu kombináciu, otestujem, prípadne zlepšujem, dotváram a skúšam tú kombináciu pretaviť do džemu. ”

v tom čase ešte zamestnaná, takže nejaký balík peňazí sa nakopil,“ smeje sa Iveta.

O receptúre

Džemy vyrábajú rovnako ako naše staré mamy. Ovocie rozvaria a redujú na požadovanú konzistenciu. Pridávajú tam však ešte rozličné koreniny a byliny, aby vznikli unikátne chute. V niektorých

receptúrach pridávajú alkohol už počas výroby. Vždy ho pridajú aj na konci, keď sa už neodparuje. V konečnom dôsledku majú produkty od 2 do 12 percent čistého alkoholu.

Spojiť ovocie a alkohol tak, aby všetko tvorilo dokonalú harmóniu, je alchymia. Ide o zdĺhavý proces. Kým uzrie svetlo sveta nejaká nová receptúra, trvá to aj pol roka. No vždy je na konci pôžitok z chuti.

„Inšpiráciu čerpám v zahraničí. Milujem jedlo a kvalitný alkohol, preto často sledujem aj rôzne relácie a dokumenty z gastronomickej oblasti. Inšpirujem sa alkoholickými drinkmi. Ak objavím novú unikátnu kombináciu, otestujem, prípadne zlepšujem, dotváram a skúšam tú kombináciu pretaviť do džemu,“ vysvetľuje Iveta.

Receptúry si manželia tvoria sami, ale minulý rok oslovili



slovenskú gastronomickú špičku. Traja uznávaní slovenskí šéfkuchári vytvorili vlastný Gentlejam. V ponuke teda majú okrem vlastných receptúr aj tie od známych kuchárov. „Od šéfkuchárov máme len pozitívnu spätnú väzbu. Dávajú nám zelenú aj tí najväčší odborníci z gastro oblasti. Jedným z milovníkov Gentlejamov je aj prezident Slovenského zväzu kuchárov a cukrárov Vojto Artz. Som hrdá na to, že ľudia, ktorí získali vo svete desiatky ocenení za svoju prácu, pozitívne hodnotia aj naše produkty,“ hovorí Iveta.

Na začiatku nepotrebovali technológie, všetko si varili sami. Kvôli zvýšeniu kapacity si však medzičasom kúpili obrovský poloautomatizovaný stroj do výroby. Aktuálne sú schopní vyprodukovať až 5000 výrobkov pri jednozmennej prevádzke.

Džemy s alkoholom sa najviac hodia k slaným pokrmom. Ich

produkty sa dobre párujú so syrmí a s mäsom ako príloha. Zabudnite na vianočku s maslom, skúste Gentlejam. V kombinácii s alkoholom vytvára na jazyku neopakovateľnú chuť. Produkty žilinských manželov sa hodia k trvácnym, zrejúcim či plesňovým syrom, k sušenému mäsu a steakom. Kúpите ich v e-shope, odkiaľ sa expedujú do 24 hodín, alebo v Žiline v syrotéke Rúfus na Bulvári, čiže v Parku Antona Bernoláka.

Chute sveta

Chuť unikátnych džemov už objavili aj zákazníci v zahraničí. V rámci EÚ dodali Hrabovskí produkty takmer do každej krajiny a začínajú sa im ozývať aj zo štátov mimo EÚ. „Naposledy bol o ne záujem v Afrike a Rusku. Aktuálne riešime Indiu. Najďalej sme posielali objednávku do USA a Singapuru.

“ V Národnom podnikateľskom centre firma čerpala aj poradenstvo. „Zaregistrovať sa do NPC bola skvelá voľba. V rámci jednej série konzultácií sme riešili oblasť online marketingu a celkovo nášho e-shopu (čo treba zlepšiť, nastaviť a pod.). Venovali sme sa aj zahraničnému obchodu a manažmentu firmy. Každá konzultácia mala pre nás zmysel, bol to užitočne strávený čas. Mali sme veľké šťastie na konzultantov a nemôžem povedať ani jedno krivé slovo na priebeh. NPC projekt som už odporučila viacerým mojim známym. Bol to maximálne zúčinený čas,“ hovorí Iveta.

”



Tam nám odišlo už niekoľko objednávok,“ dodáva Iveta. Dôraz kladú aj na balenie, pretože džemy a omáčky sú vhodným darčekom.

Pochváliť sa môžu i svetovými oceneniami. Najvýznamnejšou je zlatá medaila na celosvetovej súťaži džemov v Azerbajdžane. Súťažilo tam vyše 40 krajín sveta a zlatú medailu získali Slováci za celé portfólio produktov.

Iveta sa tešila aj z titulu Začínajúca podnikateľka Slovenska v roku 2016. „Prekvapilo ma to a potešilo, pretože je to súťaž organizovaná spoločnosťou Slovak Business Agency. Pokorne a s úctou môžem povedať, že práve tento titul nám otvoril dvere do sveta biznisu. Dozvedeli sa o nás mnohí vplyvní ľudia. Aj vďaka tomu sme aktuálne hrdým produktom štyroch slovenských ministerstiev a Gentlejam sa používa na ich oficiálnych akciách,“ uzatvára Iveta.

Viktória Kiripolská,
Foto: Gentlejam



ŠŤAVNATÉ GRILOVANÉ KURACIE KRÍDLA S CITRÓNOM A POMARANČOM

Postup:

1. Kuracie krídelká poriadne umyjeme.
2. Pomaranče a citrón vyumývame v horúcej vode. Nastrúhame kôru z jedného pomaranča a s ošúpaným zázvorom, nakrájaným na tenké plátky, ju dáme do misky.
3. Pridáme šťavu z jedného pomaranča, sójovú omáčku, 2 PL oleja, mletú sladkú papriku a dobre premiešame.
4. Krídelká osolíme z oboch strán, okoreníme, vložíme do misky, polejeme marinádou a dobre premiešame. Potom misu zavrieme a dáme na 2 až 4 hodiny do chladničky.
5. Namarinované krídelká ugrilujeme z oboch strán do zlatista. Počas grilovania ich niekoľkokrát obrátime.
6. Citrón ošúpeme, pokrájame na kolieska, ktoré prepolíme, a krátko pred koncom grilovania ich rozložíme na porcie krídeliek.
7. Pre dokonalý zážitok odporúčame podávať s niektorým z produktov značky Gentlejam: s úžasnou BBQ omáčkou so škótskou whisky alebo so sladkou čili paradajkovou omáčkou s cabernetom savignon.

Ingrediencie:

- » 1 kg kuracích krídel
- » 2 PL oleja
- » 1 pomaranč
- » 1 citrón
- » 3 cm zázvoru
- » 1 KL mletej červenej papriky
- » 1 PL sójovej omáčky
- » soľ
- » mleté čierne korenie



Zdroj: gentlejam.sk/stavnete-grilovane-kuracie-kridla-s-citronom-a-pomarancom/

3 OTÁZKY NA ZÁVER:



Ktorú príchuť džemu ste varili ako prvú?

Bol to marhuľový džem s bourbonom. Presne si na to pamätám. Dokonca mám ešte z danej šarže odloženú jednu fľaštičku v komore. Neraz sa na ňu usmejem a spomeniem si na začiatky.

Čo vás viedlo k rozhodnutiu začať budovať vlastný biznis?

Sloboda – chcela som byť paňou vlastného času. No bola tam aj vízia dosiahnuť v živote niečo jedinečné a vytvoriť čosi zmysluplné, o čom sa bude hovoriť.

Čo z pohľadu regulácií podnikateľského prostredia považujete za prínosné a uľahčuje vám podnikanie? A naopak, ktoré zákony považujete za nešťastné?

Za prínosnú považujem informatizáciu verejnej správy, a teda zefektívnenie komunikácie verejnej správy s podnikateľmi. Veľakrát sa ušetrí čas tým, že človek nemusí stáť v rade a vybaví veci z pohodlia kancelárie. Na druhej strane sa mi neraz stalo, že to najpodstatnejšie, čo som potrebovala vybaviť cez online systém, nefungovalo. Za negatívnu považujem jednostrannosť. Stáva sa, že dokumenty alebo žiadosti posielame elektronicky, ale príslušný úrad nám odpoveď nevie dať elektronicky. To nám spôsobilo nejednu vrásku na čele.





SVETOVO SLOVENSKÉ EKOFIRMY

EKOlogický obal na jedlo, **EKOlogické sviečky** nahrádzajúce dezinfekciu či **EKOlogický typ biolúhovania**. Aj viacerí slovenskí podnikatelia sa rozhodli ísť cestou **EKO**, svojím biznisom chrániť planétu a preraziť vo svete. Prečítajte si ich **EKO**príbehy, plné nových podnetov, inšpirácií a túžby robiť veci inak.

1

SHUFLIK

OBAL, KTORÝ SA PRISPÔSOBIL JEDLU

*Spojila ich škola, nadšenie pre inovácie a túžba pomáhať. Založili spoločnosť **SAMKO & HANZELY INOVATION** a rozbehli výrobu produktu, ktorý má pomôcť znížiť náklady gastropodnikom, ochrániť životné prostredie a klientom ponúknuť väčšiu rôznorodosť. O jedinečnom projekte sme sa rozprávali s jedným z jeho tvorcov **IVANOM SAMKOM**.*

Predstavte sa našim čitateľom. Kto ste, čo robíte, čo ponúkate?

- Sme dvaja nadšení ľudia, ktorých najprv spojila vysoká škola. Už počas nej sme si vraveli, že máme nápadov viac než dosť, a preto sme sa rozhodli s tým niečo urobiť. Najskôr sme sa pustili do prieskumu trhu, ktorý nám mal potvrdiť originalitu našich nápadov. Dopadol výborne. Ani jeden z nás však nemá skúsenosti s budovaním startupu. Museli sme niekoho takého nájsť, aby nám s tým pomohol.



Projekt dostal formu a koncept. Aj preto dnes môžeme povedať, že naša spoločnosť sa úspešne etablovala na trhu s obalovými materiálmi. Navyše s konceptom, ktorý aktuálne nemá v Európe obdobu. Ide o inovatívny obalový materiál, ktorý sa prispôbuje jedlu, a nie jedlo obalu.

V čom je váš produkt svetový?

- Naš produkt je certifikovaný chránenými patentovými známkami, rovnako aj značka SHUFLIK. Celý koncept je založený na jednoduchom systéme WIN-WIN. Reštaurácia s obalom vie pri správnom nastavení kombinácií predať viac menu v jednom obale. Zákazníci si zasa vedia objednať viac rôznorodej chuti a v konečnom dôsledku zaplatiť menej.

Štefan pracoval v gastronómii dlhé roky. Keď túto oblasť zasiahla

koronakríza, snažil sa priniesť do reštaurácií viac potrebných financií pre stabilný chod prevádzky. Uvedomil si, že je výhodnejšie spraviť desať donášok jedla po 50 eur než sto donášok po 5 eur. Preto sa rozhodol prihliadať na kombinácie menu v rozličných variantoch. Žiaľ, pri kombinácii dvoch a viacerých menu vždy stroskotal na nutnosti využívať viac a viac obalov. To preňho znamenalo náklady navyše.

Ja som sa na celú vec pozeral ako konzument. Môžem povedať, že tak ako Štefan vniesol do SHUFLIK-a technickú stránku produktov, ja som tomuto začínajúcemu projektu dal dušu a koncept.

Ako sa vám podarilo preraziť do sveta?

- To sú veľmi silné slová. K celému konceptu pristupujeme



maximálne obozretne, pokiaľ ide o budovanie siete zákazníkov, marketingové prieskumy, aktivity spojené s inováciami. V zahraničí zatiaľ testujeme trh, skúmame naše produkty na hŕstke reštaurácií. Či už je to v Českej republike, Maďarsku, na Malte alebo v Británii.

Čo by ste odporučili podnikateľom, ktorí chcú preraziť na inom trhu?

- Hlavným činiteľom pri plánovaní ďalších krokov je určite prieskum trhu na základe jeho segmentácie. Nespoliehal by som sa na agentúry a ani na dodávateľa z danej krajiny. Sami sme sa stretli s tým, že nikto nevie predať topánky tak dobre ako obuvník, ktorý nad nimi strávil množstvo hodín. Stačí, ak komunikačný šum zapríčiní jednu-dve nezrovnalosti v koncepte, a produkt môže nadobudnúť úplne iný význam a posolstvo.

Čo vám z pohľadu regulácií podnikateľského prostredia, uľahčuje podnikanie a ktoré pravidlá, naopak, považujete za nešťastné?

- Zatiaľ s reguláciami až také skúsenosti nemáme. Naš biznis je len na začiatku, ale nepochybujem o tom, že aj toto bude oblasť, s ktorou si budeme musieť poradiť.

Aké služby ste čerpali v SBA? Plánujete využiť ďalšie?

- Väčšinou to bolo poradenstvo v marketingu, uvedenie nových produktov na slovenský trh alebo právne poradenstvo. SBA nám zabezpečila aj konzultácie s patentovým zástupcom, priniesla mnoho poznania aj známostí. S SBA budeme chcieť spolupracovať, pokiaľ to bude možné. Služby SBA môžeme len odporučiť.

Petra Palenčárová

Foto: SAMKO & HANZELY INOVATION



2

ŤAŽBA NERASTNÝCH SUROVÍN

= POMOC POĽNOHOSPODÁRSTVU

*Startup ekolive dáva priemyselnému odpadu druhý život. Nahrádza nebezpečné metódy ťažby a spracovania nerastných surovín a odstraňuje kovy z priemyselných minerálov tak, že z nich produkuje prírodné biohnojivá, biostimulanty a biopesticídy pre organické poľnohospodárstvo. Bližšie nám o tomto špecifickom projekte porozprávala **DARINA ŠTYRIAKOVÁ**, výkonná riaditeľka projektu ekolive, ktorá stojí na jeho čele.*

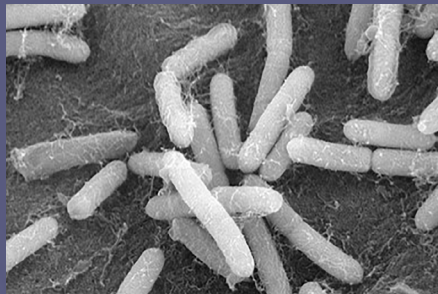
Predstavte sa našim čitateľom. Kto ste, čo robíte, čo ponúkate?

- Ekolive je startup podporený európskym inštitútom pre inovácie a technológie EIT Food a EIT RawMaterials. Rovnako prvým poskytovateľom novej ekologickej metódy biolúhovania (InnoBioTech®), registrovanej ako patent Európskej únie na ekologické uvoľňovanie prvkov a degradáciu toxických kontaminantov z rôznych materiálov baktériami microlive®.

Vďaka inovatívnej biologickej technológii riešime environmentálne riziká a čistíme kontaminované lokality znečistené ťažkými kovmi alebo toxickými látkami.

V čom je vaša služba svetová?

- Naša firma je prvou a jedinou na svete, ktorá ponúka nový a ekologický typ biolúhovania. Klasické biolúhovanie využíva baktérie, ktoré produkujú kyselinu sírovú a veľmi nízke pH, čo je nebezpečné pre životné prostredie. Naše baktérie pracujú pri vyššom pH a produkujú len organické kyseliny, ktoré sú biologickou náhradou za nebezpečné pesticídy.



Je to prvá priemyselná produkcia prírodných organických kyselín pre organické poľnohospodárstvo. Ide o bezpečný a prírodný proces, v ktorom sa dajú upravovať rôzne nerastné suroviny či odpady. Výsledkom sú biohnojivo, biostimulanty a biopesticídy pre bezpečnú a zdravú produkciu jedla bez chemikálií.

Ako sa vám podarilo preraziť do sveta?

- Tvrdou prácou, prezentovaním sa na rozličných konferenciách a hľadaním zákazníkov všade po svete. Veľkou pomocou bol a je európsky inštitút pre inovácie a technológie EIT Food a EIT RawMaterials, kde sa nám podarilo spolupracovať a nadviazať kontakty s rozličnými európskymi univerzitami a aj s priemyselnými partnermi. Dokonca sa nám podarilo začleniť znečistené lokality zo Slovenska do európskych projektov, aby sa vyvinula najlepšia metóda na ich vyčistenie.



Je niečo, čo by ste odporučili podnikateľom, ktorí chcú preraziť na inom trhu?

- Predovšetkým to skúsiť. Preraziť v zahraničí je často jednoduchšie ako u nás doma. Prekážkou je napríklad nedôvera západných krajín voči východným krajinám, a teda je výhodou získať do tímu lokálnych ľudí.

Čo vám z pohľadu regulácií podnikateľského prostredia uľahčuje podnikanie a ktoré pravidlá, naopak, považujete za nešťastné?

- Zavedenie eGovernmentu pre elektronickú komunikáciu podnikateľov a štátnej správy je z nášho pohľadu dobrý krok. Mohol by veľa vecí zjednodušiť, no systém občas nefunguje. Administratívne zaťaženie je vysoké a právne predpisy sú komplikované. Treba zlepšiť prehľadnosť, zjednodušiť legislatívu a znížiť administratívnu náročnosť úkonov. Inventúra existujúcich právnych predpisov s cieľom znížiť administratívne



a regulačné zaťaženie podnikania o viac než štvrtinu je prínosná. Neopodstatnené regulačné a finančné bariéry, byrokracia, nákladové a časové zaťaženie podnikateľov sú stále dosť vysoké.

Aké služby ste čerpali v SBA? Plánujete využiť ďalšie?

- Každému odporúčame bezplatné poradenstvo pri podávaní európskych projektov a konzultácie s expertmi. Je skvelé, že máme na Slovensku takúto podporu. SBA vyhlasuje rôzne výzvy, ktoré treba sledovať, lebo dokážu navigovať a poradiť, pokiaľ ide o získanie financií na podnikanie či legislatívu. Ak ste podnikateľ, a nevíete, na koho sa obrátiť, SBA by mala byť prvá voľba.

Martina Gyenes

Foto: ekolive



3

MMP CANDLE

BIOSVIEČKA NAMIESTO DEZINFEKcie

BRONISLAVA SUCHÁ prišla na to, ako vyčistiť vzduch a vydezinfikovať domácnosti a iné uzavreté miestnosti bez použitia chémie. Stačia vám na to len čisto prírodné produkty. Ako je to možné, objasňuje v rozhovore.

Predstavte sa našim čitateľom. Kto ste, čo robíte, čo ponúkate?

- Vyrábam sviečky, ktoré pomáhajú pri liečbe rôznych ochorení a zdravotných problémoch. Zároveň slúžia ako dezinfekcia prostredia. Firmu som založila v roku 2020 a v tom istom roku, som bola aj na dovolenke v Ománe. Tu som objavila myrhu a myrhový olej. Zistila som, že olej sa používal ako dezinfekčný, antibakteriálny, antivirový a antiseptický prostriedok v domoch a chrámoch. Myrha pôsobí antibakteriálne, protizápalovo a má priaznivý vplyv na dýchací systém. Hneď som začala premýšľať, ako tento produkt priniesť na Slovensko.

V čom je váš produkt svetový?

- Sviečky, olejčky a dezinfekcie do auta sú jedinečné, lebo sú prírodné, ručne vyrobené z myrhy a zo stopercentných olejov v GMP kvalite (Good Manufacturing Practice – správna výrobná prax, pozn. red.). Poskytujú viacero benefitov súčasne. Pomáhajú pri liečbe chrípky, vírusových ochorení, prechladnutia, bolesti v krku, migrény, astmy, pri chronickej bolesti, alergií a strese. Zabezpečujú aj komplexnú dezinfekciu domovov, auta, kancelárií a ostatných uzavretých priestorov, podporujú duševné zdravie, relaxáciu, zdravý spánok, majú antioxidačné účinky, chránia pred oxidáciou a pôsobením voľných radikálov. Oleje nakupujem





vo Francúzsku a sú stopercentne prírodné.

Ako sa vám podarilo preraziť do sveta?

- Vďaka pozitívnej reklame spokojných zákazníkov a ich odporúčaniam.

Je niečo, čo by ste odporučili podnikateľom, ktorí chcú preraziť na inom trhu?

- Dôkladne si zmapovať konkrétny trh a krajinu, v ktorej chcú preraziť. Preveriť si konkurenciu a vyzdvihnúť silné stránky a jedinečnosť vlastných produktov.

Čo vám z pohľadu regulácií podnikateľského prostredia uľahčuje podnikanie a ktoré pravidlá, naopak, považujete za nešťastné?

- Pôsobím na trhu krátko. Zatiaľ som sa nestretla s reguláciami, ktoré by ma v biznise ovplyvňovali.

Aké služby ste čerpali v SBA? Plánujete využiť ďalšie?

- Poradenstvo v oblasti marketingu a reklamy. Plánujem využiť poradenstvo pri reklame na sociálnych sieťach.

**Viktória Kiripolská
Foto: MMP Candle**

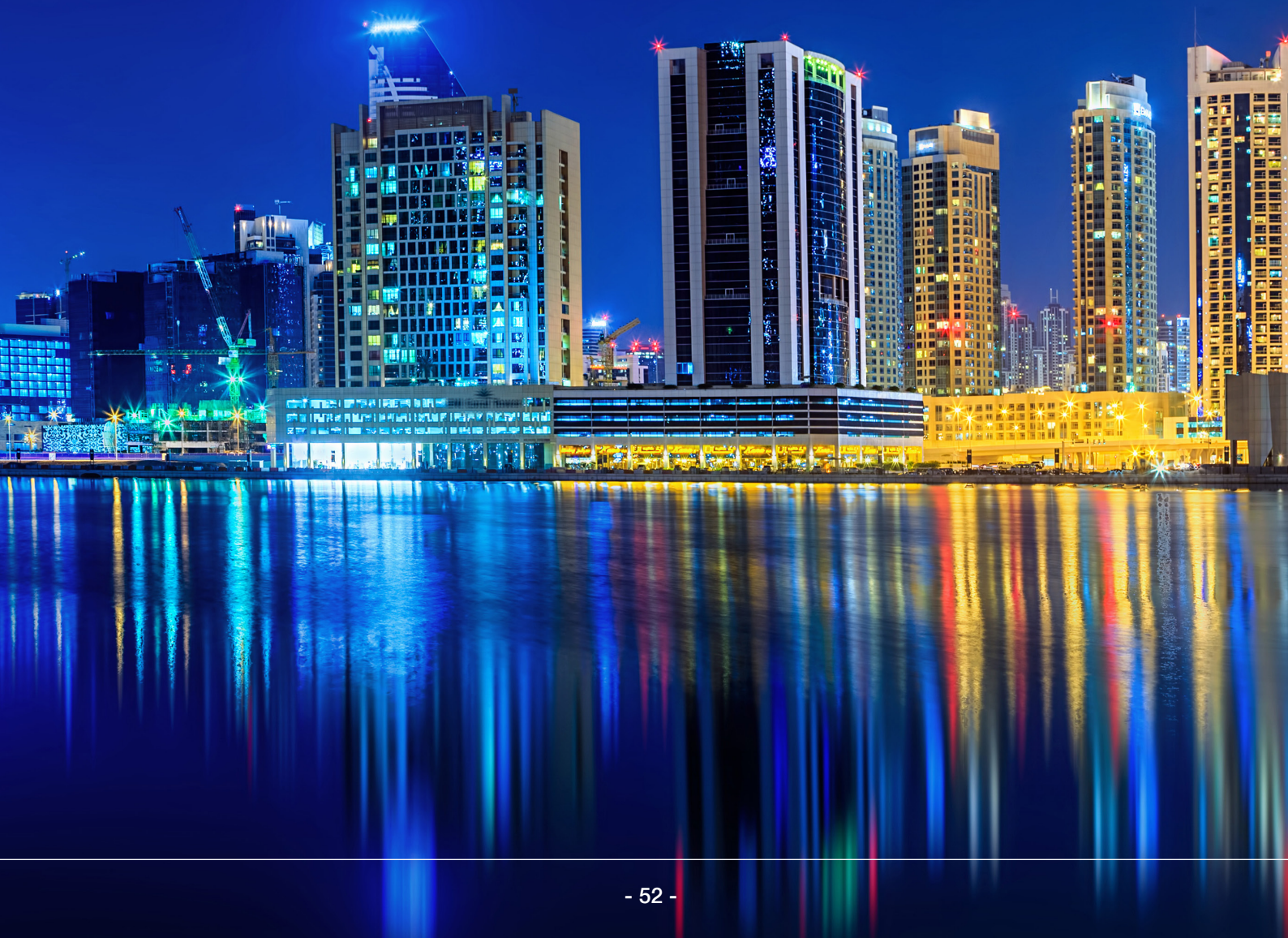




EXPO
2020
DUBAI
UAE

SVETOVÁ VÝSTAVA EXPO DUBAJ

Ani napriek ročnému odkladu spôsobenému pandémiou Svetová výstava Expo Dubaj, ktorá sa začala v októbri 2021 a potrvá do konca marca 2022, malou účasťou netrpí. Zúčastňuje sa na nej 192 krajín, či už vyspelých, alebo rozvojových. Všetky tak okrem iného deklarujú spolupatričnosť a vyjadrujú globálnu solidaritu v boji s ochorením COVID-19.



Ani napriek ročnému odkladu spôsobenému pandemiou Svetová výstava Expo Dubaj, ktorá sa začala v októbri 2021 a potrvá do konca marca 2022, malou účasťou netrpí. Zúčastňuje sa na nej 192 krajín, či už vyspelých, alebo rozvojových. Všetky tak okrem iného deklarujú spolupatričnosť a vyjadrujú globálnu solidaritu v boji s ochorením COVID-19.

EXPO Dubaj je prvá Svetová výstava v regióne Blízkeho východu a zároveň prvá v arabskom svete. Predpokladá sa, že vzhľadom na veľkolepé oslavy 50. výročia založenia Spojených arabských emirátov sa bude líšiť od predchádzajúcich Svetových výstav. Organizátori očakávajú návštevnosť okolo 25 miliónov záujemcov.

Tvoríme budúcnosť

Hlavná téma Expo Dubaj Spájanie myšlienok, vytváranie budúcnosti (Connecting Minds, Creating the Future) je symbolom inovácie a progresu. Podľa šejka Mohammeda bin Rášida Ál Maktúma ju navrhli tak,



aby reflektovala víziu pokroku a rozvoja založenú na spoločnom zámere, odhodlaní a spolupráci.

Tri podtémy Príležitosť, Mobilita a Udržateľnosť umožňujú jednotlivým krajinám prezentovať svoj príbeh prostredníctvom danej témy a zároveň tak podporovať synergický efekt pri vzniku inšpirujúcich partnerstiev, progresívnych myšlienok a kreatívnej globálnej spolupráce. Podtémy poukazujú na kritický

stav súčasnosti a jej potreby. Rovnako vytvárajú priestor na globálny dialóg a nové myšlienky. Slovenská republika sa prezentuje v Dubaji v rámci podtémy Mobilita.

Slovenský pavilón

Slovensko má z historického hľadiska viaceré zásluhy na pokroku v oblasti mobility. Aj preto je to pre našu krajinu jedinečná príležitosť prezentácie.



Obsahový koncept slovenskej expozície predstavuje inovatívne a sofistikované technológie v rôznych segmentoch mobility. Dôraz sa kladie na technológie vodíkového pohonu ako paliva budúcnosti a technológie v leteckom a vo vesmírnom sektore.

V slovenskom pavilóne si návštevníci z celého sveta môžu pozrieť aj prvé slovenské vodíkové auto. Predstavuje sa aj dizajnový inteligentný mobilný mikrodom Ecocapsule. Spoločnosť Virtual Reality Media prichádza s VRM simulátorom, ktorý vďaka množstvu inovácií umožňuje globálny letecký výcvik blížiaci sa reálnym podmienkam.

Firma RoboTech Vision sa prezentuje s dvoma mobilnými robotmi. Topolčianska spoločnosť Jokertrike už stihla zaujať vírnikom Nisus, ktorý patrí medzi

elitu novej éry vírnikov. Vzhľadom a vrtulami síce pripomína menšiu helikoptéru, patrí však stále medzi ultraľahké lietadlá, keďže na rozdiel od helikoptéry rotor vírnika nepoháňa motor.

Pýchou slovenského pavilónu v Dubaji je aj ultraľahké lietadlo Shark či lietadlo Viper SD4 ATTACK od slovenskej firmy Tomark, vhodné pre skúsených aj začínajúcich pilotov.

Slovenskí podnikatelia tak majú až do konca marca prostredníctvom unikátnej globálnej platformy a exkluzívnych prezentačných kanálov šancu zviditeľniť svoje špičkové produkty, čím pomáhajú Slovensku presadiť sa medzi technologicky vyspelými krajinami sveta.

Martina Gyenes

Foto: Adobe Stock a Fosali



FOSALI®

FOSALI®
fibre optic solutions & lighting

Ani popredný slovenský výrobca luxusných lustrov nechýba na výstave v Dubaji. Lustre sa vyrábajú ručne, s najnovšími LED technológiami. Sú remeselne spracované, ide o ručne fúkané sklo.

Pozornosť návštevníka v slovenskom pavilóne okamžite upúta obrovská svetelná socha LURE. Vyrobili ju na mieru práve na túto udalosť. Je dlhá päť metrov a vysoká dva metre, vďaka čomu je už vstup do slovenského pavilónu zážitkom. Luster sa vyznačuje aj špeciálnym biodynamickým svetelným efektom, ktorý umožňuje vytvoriť dynamickú svetelnú atmosféru všetkých odtieňov bielej farby.

Spoločnosť FOSALI® sa špecializuje na vytváranie originálneho svetelného zážitku prostredníctvom dizajnových lustrov a svietidiel vyrobených z optických vlákien a LED technológií doplnených najvzácnejšími materiálmi ručne fúkaného českého skla a kryštálmi Swarovski. FOSALI® je známa značka vďaka množstvu veľkých lustrov a projektov po celom svete. Ako firma vníma účasť na Svetovej výstave, sme sa porozprávali s **MARIANNOU SLIVKOVOU**, obchodnou riaditeľkou spoločnosti FOSALI®.



Aké najzaujímavejšie celosvetové, resp. slovenské projekty vás v Dubaji zaujali?

-Upútalo ma množstvo slovenských firiem, ktoré už teraz majú celosvetový dosah. To ma veľmi teší. Som pyšná na široké spektrum záberu firiem so zahraničným potenciálom a na skutočnosť, že práve touto formou sa môže Slovensko prezentovať.

Expo trvá do marca 2022. Čo by podľa vás naši čitatelia určite nemali vynechať?

- Samozrejme, slovenský pavilón. Som ním nadšená a zároveň naň pyšná. A najmä ho môžem porovnať aj so zahraničnými pavilónmi, ktoré som navštívila. Veľa silných krajín malo podľa mňa slabú prezentáciu. Nezaujali nás ani po profesijnej, ani po zážitkovej stránke. Naopak, náš pavilón ponúka zaujímavé atrakcie pre široké spektrum ľudí, nehovoriac o krásnom lustri z našej dielne. Určite odporúčam pavilón Ruska, hlavný pavilón Mobility alebo nemecký pavilón.

Je priam úžasné len tak chodiť po areáli, nasávať atmosféru či zúčastniť sa na predstaveniach na hlavnom námestí. Dubaj jednoducho splnil naše náročné očakávania.

Súčasťou Svetovej výstavy sú rôzne tematické konferencie na týždennej báze. Zúčastní ste sa na niektorých z nich?

- To som, žiaľ, počas našej októbrovej návštevy, nestihla. Plánujeme však ešte jednu cestu v novom roku. Atmosféra výstavy je skvelá a zúčastniť sa na tematickej konferencii o problematike, ktorá ma osobne zaujíma, je fantastické prepojenie zážitku pri získavaní nových vedomostí.

Aké služby aktuálne čerpáte z SBA? Odporučili by ste ich aj iným podnikateľom?

- Dlhodobé poradenstvo. Určite ho odporúčame aj iným podnikateľom. Umožňuje nám to vyriešiť problematiku, na ktorú si z našich obmedzených finančných prostriedkov nenájdeme financie.

MILIÓNOVÉ NÁPADY

Majú svetové nápady a výrobky s domicilom Slovensko. Na náš i zahraničný trh priniesli niečo nové, neopozierané. Mimoriadne si vážime, že predstavované slovenské firmy na ceste za úspechom sprevádzalo aj Národné podnikateľské centrum.



www.slowlandia.com

1. SLOWLANDIA

Nestáva sa často, aby sa naša potravinárska firma zaradila medzi najlepšie na svete. Slowlandii sa to nepochybne podarilo.

Inšpirácia v zahraničí, výroba doma

Nitrianska rodinná firma sa od zdravých sladidiel a predaja čokolády postupne prepracovala k vlastnej výrobe. Všetky svoje oceňované a najobľúbenejšie orieškové krémy, či už je to Slowtella, alebo mandľový krém, vyrába podľa vlastných receptúr.

„Inšpirovali sme sa návštevami remeselných producentov a farmárov v Taliansku a nespočetnými kilometrami nachodenými po odborných veľtrhoch a podujatiach,“ uvádza v manifeste firmy jej zakladateľ Michal Repík.

Firma sa preslávila predovšetkým orieškovým krémom Slowtella (lieskovcovo-kakaový krém), mandľovým krémom (mandľové maslo, kokosový cukor, kakaové maslo) a výrobkom, ktorý sa volá Mandľové Maslo (mandle, kakaové maslo a soľ). Unikátna je aj Neškvarková nátierka - vegánska chrumkavá nátierka s mandľami údenými na bukovom dreve, dochutená vyváženou zmesou korenín. Na nerozoznanie od tradičnej oškvarkovej nátierky. Ale Slowlandia predáva aj lyofilizované (mrazom sušené) ovocie, či slovenské bio vína.

Menej je viac

„Konzistencia, zloženie a chuť našich produktov sú jedinečné. Riadime sa heslom, že menej je



viac. Nenájdete v nich veľa bieleho cukru, žiadne emulgátory, palmový olej ani mlieko. Všetky naše krémy sú vegánske. Veríme v silu kvalitných surovín a snažíme sa, aby jednotlivé ingrediencie boli vždy v rovnováhe a nechali vyniknúť tú hlavnú – vybraný, čerstvo pražený orech. Rovnako dôležitá je pre nás konzistencia. Domnievame sa, že krém má byť krém. Je preto otázkou výberu správnej technológie, ingrediencií a čokolatérskeho umu, ako bude výsledný produkt vyzeráť. Rozmixovaná oriešková pasta v skle, v ktorej sa na polici oddelí vrstva oleja a cukor v nej škrípe pod zubami, je pre nás nepodarok,“ dodáva Repík.

Svetové ocenenia

- Slowlandia ako prvá slovenská firma v histórii získala v súťaži Great Taste Awards tri zlaté hviezdy za Mandľové Maslow.
- Úspech zopakovala aj po roku s Neškvarovou nátierkou.
- V roku 2021 získali tri hviezdy dokonca dva produkty, a to Slowtella a Slowtella KÁVOVÁ, čo robí zo Slowlandie najúspešnejšiu slovenskú potravinársku firmu v histórii! Súťaž Great Taste je považovaná za prestížne medzinárodné ocenenie potravín najvyššej kvality.

Prokop Slováček, Foto: Slowlandia

O FIRME



„Naším poslaním je vytvárať výnimočné produkty. Z vybraných surovín. Také, ktoré vždy bez zaváhania ponúkneme aj vlastným deťom,“ hovorí Michal Repík, zakladateľ a riaditeľ firmy Slowlandia. Spoločnosť vyrába výnimočné produkty z prémiových orechov, kakaa, zo zdravých sladidiel a z vybraných surovín na Slovensku.



NPC

NÁRODNÉ
PODNIKATELSKÉ
CENTRUM

O spolupráci s NPC:

Firma využila krátkodobé odborné poradenstvo (10 hodín s mentorom).



www.fusakle.sk

2. FUSAKLE

Najprv intenzívne budoval s obchodným partnerom Martinom Šestákom bistro a donášku pod značkou Moshi Moshi. „Po piatich rokoch naplno v gastro prevádzke som vyhorel – práca ma netešila, všetko mi trvalo štyridsaťkrát dlhšie. Do všetkého som sa musel nútiť. Inšpirácia a nápady takmer nijaké. Keď som si to priznal, pochopil som, že potrebujem zmenu,“ spomína Ján Anguš, spoluzakladateľ spoločnosti Fusakle.


NPC

 NÁRODNÉ
PODNIKATEĽSKÉ
CENTRUM

O spolupráci s NPC:

Firma využila krátkodobé odborné poradenstvo (10 hodín s mentorom).

Nová inšpirácia

Hľadal ju kade-tade, aj v slepých uličkách, ale napokon ju našiel. „Cestovanie je moja vášeň. No z ciest som si nechcel nosiť žiadne lapače prachu. A tak som si začal nosiť ponožky. Praktické, lacné, na každodenné použitie. A na Slovensku sme predsa mali vždy silný a dobrý textilný priemysel, aj výrobu ponožiek, tak prečo to neoživiť a prostredníctvom drobnosti neukázať ľuďom, že kto chce, môže podnikáť aj doma. Keď sa ľuďom vysvetlí rozdiel výroby doma a v lacnej Ázii, vedia prijať aj vyššiu cenu. Dáme prácu našim ľuďom, podporíme ich, aby si mohli dovoliť viac, a prostredníctvom farieb možno vyčarujeme úsmev na zachmúrených slovenských tvárach.“

Fusakle sa po prvý raz objavili v roku 2015 na Dobrom trhu v Bratislave. Tam sa vydali na svoju podnikateľskú misiu.

Ponožky môžu aj pomáhať

Fusakle už od začiatku nemali byť len obyčajným produktom. A tak sa zrodila aj kolekcia Pomáham. V nej sú ponožky použité aj ako nosič na sprostredkovanie nejakého posolstva. „Že máme lokálny pôvod, spolupracujeme s tretím sektorom alebo upozorňujeme na rôzne dôležité udalosti, napríklad na sté výročie založenia Československa či na tridsať rokov od nežnej revolúcie. Z každého predaného páru odvedieme jednotlivým organizáciám finančný príspevok na podporu ich aktivít. Takéto spolupráce máme napríklad s Ligou proti rakovine, organizáciami Úsmev ako dar, My sme les alebo so zbierkou Belasý motýľ.“

Prečo Fusakle? Lebo...

- Nohy nás nosia celý život, zaslúžia si starostlivosť.
- Chceme ukázať našu individualitu, kto sme, čo si myslíme a cítime. Každý z nás je predsa jedinečný. Tak prečo to neukázať?
- Aj nohy o nás veľa povedia, preto im doprajeme farby a vzory. Stačí detail a vieme dať druhým najavo, čo cítime a akí sme.
- Sú vyrobené na Slovensku a v Českej republike – sú naše, poctivé, veselé aj vážne, kvalitné, do koča aj do voza.
- Ožívujeme výrobu po celom Česku a Slovensku. Vraciame prácu a život tam, kde sa kedysi tvorilo dobré meno nášho textilného priemyslu.

Prokop Slováček, Foto: Fusakle

O FIRME



„Fusakle fungujú na slovenskom trhu už šesť rokov. Začali sme ponožkami. Dnes ponúkame široký sortiment, vďaka ktorému sa oblečiete od hlavy po päty. Cesta nebola vždy úplne jednoduchá, ale s naším úsilím a vašou podporou sa nám darí vyrábať kvalitné oblečenie a doplnky na Slovensku aj v Česku,“ hovorí spoluzakladateľ Ján Anguš na svojom blogu na stránke fusakle.sk.



www.dezinfekcnabrana.sk | www.spanner.sk

3. SPANNER SK

Firma v roku 2020 uviedla na trh skvelý nápad, ktorý reflektoval časy, v ktorých sme sa nachádzali. Časy pandémie koronavírusu.



Dezinfekčné brány so zabudovanými bezkontaktnými výškovými senzormi pomocou dýz rozptyľujú dezinfekčnú hmlu na osoby, ktoré nimi prechádzajú. Môžu byť nainštalované vo vstupných priestoroch do budov, kancelárskych priestorov, výrobných závodov, obchodných reťazcov, zdravotníckych či iných zariadení.

- Umiestnenie v exteriéri aj interiéri. Dezinfekčný prostriedok neobsahuje alkohol, takže ak sa brána používa v zime (pri vonkajších teplotách pod bodom mrazu), musí byť v interiéri.
- Hygienickosť zabezpečí bezdotykové ovládanie.
- Výškové senzory zachytia pohyb a automaticky spustia proces dezinfekcie (trvá do 5 sekúnd). Zároveň si môžete vydezinfikovať aj ruky.
- Kapacita vyše 600 ľudí za hodinu. Je to rýchle, efektívne a dezinfekcia oblečenia a rúk sa vykoná ešte pred vstupom osoby do budovy.
- Brány sa dajú prispôbiť na bezbariérový prístup aj na nákupný vozík.
- Dezinfekčný prostriedok dodáva partnerská firma a požadovanú dezinfekciu zabezpečuje bez podráždenia pokožky alebo poškodenia oblečenia.
- Výškové senzory sú nastavené tak, aby sa dezinfekcia nedostala priamo do očí a nepodráždila ich.

O FIRME



Spanner SK, k.s. je súčasťou úspešnej skupiny stredne veľkých spoločností združených v skupine Spanner Group s viac ako 60 ročnou tradíciou v strojárskom priemysle. Na Slovensku bola založená v roku 2005 ako dcérska spoločnosť nemeckej rodinnej firmy Otto Spanner GmbH so sídlom v Bayerbach Spolkovej republiky Bavarsko.



NPC

NÁRODNÉ
PODNIKATEĽSKÉ
CENTRUM

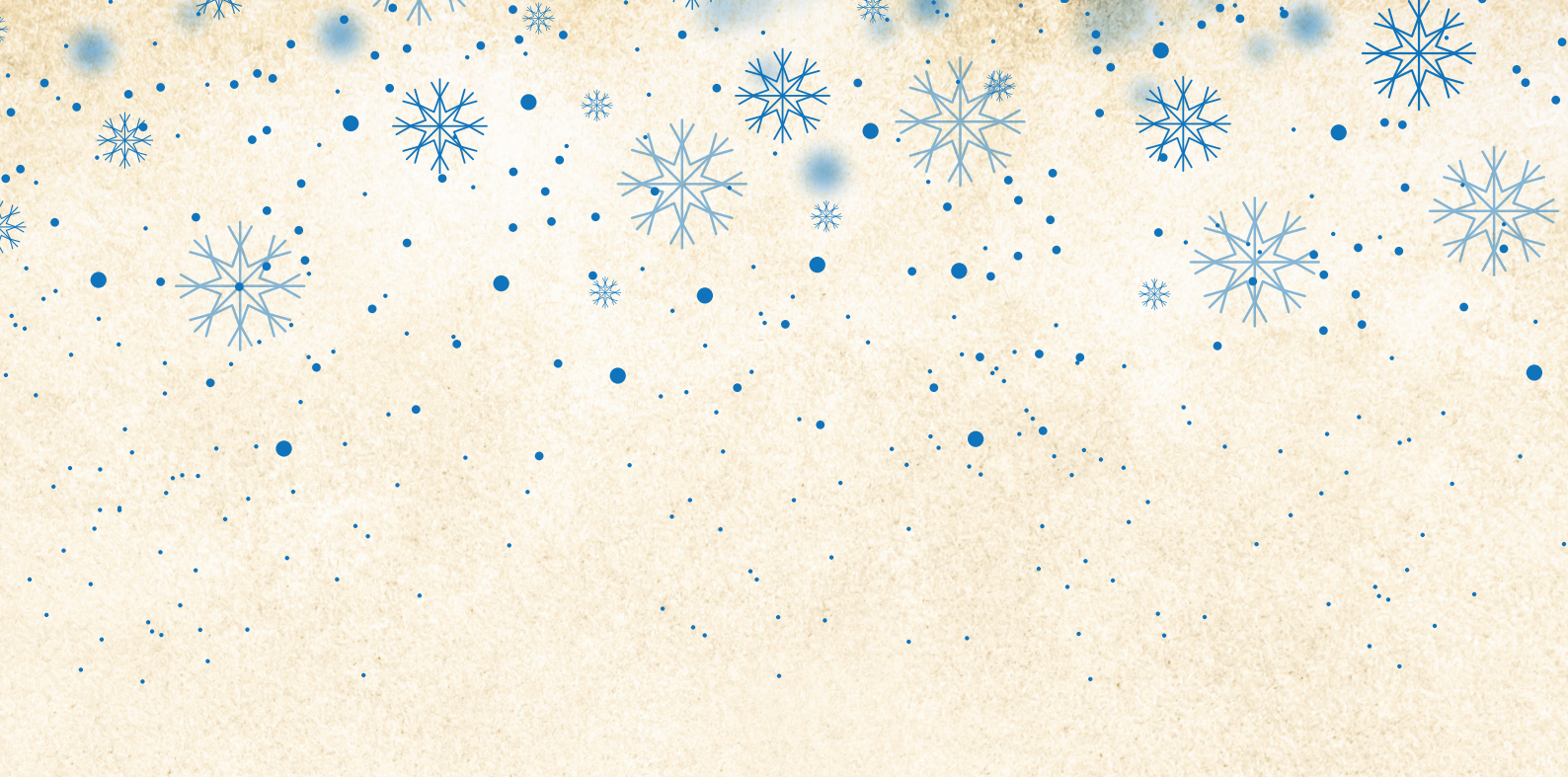
O spolupráci s NPC:

Firma využila krátkodobé (10 hodín s mentorom) i dlhodobé poradenstvo (80 hodín s mentorom), spolupracuje s projektom pod gesciou SBA - Enterprise Europe Network - firma má vytvorený profil v Partnering Opportunities Database (POD). Prostredníctvom neho môže vyhľadávať obchodných partnerov po celom svete, ale tiež si môžu firmy z celého sveta nájsť túto úspešnú firmu v databáze a osloviť ju na spoluprácu.

Smart dezinfekčný stojan Stela šikovne spája dve funkcie. Prepája reklamnú a informačnú plochu s bezdotykovou dezinfekciou rúk.

- Vďaka stojanu môže firma zabezpečiť ciele zobrazenie elektronických upozornení, reklám či oznamov hneď pri vstupe do prevádzky.
- Zároveň pomáha firme budovať nové hygienické štandardy. Dezinfekcia rúk sa stáva prirodzenou súčasťou každého vstupu do spoločných priestorov ako účinná prevencia šírenia rozličných ochorení.
- Zabudovaný 12-palcový LCD displej.
- Firma svoj obsah spravuje rýchlo a jednoducho prostredníctvom webového prehliadača vďaka CMS webovej aplikácii na Cloud platforme.
- Možné je napríklad aj prepojenie s dochádzkovým systémom.
- Vysokokapacitný zásobník vystačí na viac než 30 000 dezinfekčných dávok.
- Stojan sa dá personalizovať firemnými farbami a logom.

Prokop Slováček, Foto: Spanner SK



www.inbiznis.sk



časopis nielen pre podnikateľov



SLOVAK | BUSINESS | AGENCY

SLOVAK BUSINESS AGENCY | KARADŽIČOVA 2 | 811 09 BRATISLAVA 2

WWW.SBAGENCY.SK

