

INBIZNIS

2-3
2023

ČASOPIS NIELEN PRE PODNIKATEĽOV



TÉMA ČÍSLA:

NÁRODNÉ PROJEKTY V SLOVAK BUSINESS AGENCY



BIZNIS ► INFO

ZMENY V ZÁKONNOCH REČOU PODNIKATEĽA



UPOZORŇUJE NA LEGISLATÍVU
A PODPORNÉ PROGRAMY

ŠETRÍ ČAS
PRI SLEDOVANÍ ZMIEN

POMÁHA VYHNÚŤ SA
ZBYTOČNÝM POKUTÁM

www.biznisinfo.sk



ZPS
ZDRUŽENIE PODNIKATEĽOV
SLOVENSKA

SBA
SLOVAK | BUSINESS | AGENCY



Združenie mladých
podnikateľov Slovenska®



**Značka Zvolenský
oslavuje**

str. 4 ○



**Tuli - slovenský
fenomén**

str. 10 ○



**Dopyt po službách,
ktoré končia**

str. 14 ○



**Zviazať ruky byrokratom,
nie firmám**

str. 20 ○



**O krok vpred pred
zdravotným rizikom**

str. 24 ○



Ako druhá rodina

str. 28 ○



GRIZZLY.SKI

str. 30 ○



**Kráľovstvo malých
zvierat**

str. 34 ○



**Život
na projektoch**

str. 38 ○

EDITORIÁL

Za päť rokov vyše 28-tisíc služieb

Viac než 28-tisíc služieb v rámci štyroch národných projektov – taká je bilancia Slovak Business Agency (SBA) v posledných piatich rokoch svojho fungovania. „Projekty, ktoré poskytli zásadnejšie financovanie potrieb malých a stredných podnikov aj záujemcov o podnikanie na Slovensku, naplnili svoje ciele. Nielen z hľadiska počtu podporených klientov, ale aj z hľadiska kvality poskytovaných služieb.“ pochvaľuje si riaditeľ Sekcie národných a medzinárodných projektov Marián Letovanec.

Práve hodnotenie projektov, keďže sa im končí programovacie obdobie, na ktoré boli zmluvy naviazané (2017 – 2023), je ústrednou témou aktuálneho čísla IN BIZNISU.

Prinášame vám okrem nevyhnutných štatistických údajov opäť aj príbehy firiem, ktoré sa aj vďaka pomoci zo strany SBA, dokázali posunúť na vyššiu úroveň. Či už ide o Tuli, Zvolenskú mliekareň, Minifarmu v Lubine neďaleko Nového Mesta nad Váhom, slovenský startup DNA ERA, popradskú HOSSA Family či spoločnosť GRIZZLY.SKI so sídlom v Kriváni, ktorá priniesla svetu revolučný koncept lyžiarskeho viazania.

S Jánom Solíkom, prezidentom Združenia podnikateľov Slovenska, ktoré patrí medzi zakladateľov SBA, sme sa venovali aj aktuálnym témam a výzvam podnikateľského prostredia na Slovensku. Riešili sme aj nutnosť vylepšenia podmienok, keďže napriek pozitívnym číslam a relatívnej spokojnosti klientov, musia podnikatelia zvládať neustále nové prekážky a výzvy pri napredovaní.

Výskum poprednej organizácie združujúcej podnikateľské a zamestnávateľské združenia Business Europe ukázal neradostné výsledky. Až 90-percent členských organizácií sa domnieva, že investičné prostredie EÚ je v porovnaní s globálnymi menej atraktívne ako pred tromi rokmi. Nie je dôvod spať na vavrínoch, biznis nepočká.

A čo k ďalšiemu napredovaniu naše firmy potrebujú? „Stabilné a predvídateľné podmienky, minimum byrokracie, jednoduché a zrozumiteľné pravidlá,“ vymenúva Ján Solík.

Rastislav Hríbik, editor

INBIZNIS

ČASOPIS NIEN PRE PODNIKATEĽOV

GYDÁVA:

**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 Slovák, Viktória Kiripolská, Martina Gyenes, Kristína Kiseláková, Marek Baláž, Rastislav Hríbik

Grafický dizajn: Peter Drengubiak, Kristína Kiseláková

Vychádza štyrikrát ročne.

Fotografie: pokiaľ nie je uvedené inak, archív redakcie.

ISSN 2644-562x | ISSN 2644-6618



ZNAČKA ZVOLENSKÝ OSLAVUJE

.....

Zvolenská mliekareň prežila francúzskych i amerických majiteľov. Dnes je v čisto slovenských rukách a produkuje najpredávanejší jogurt v krajine.

VÝŽIVOVÉ ÚDAJE (na 100 g výrobku)	
Energia / Energetická hodnota	578 kJ / 138 kcal
Tuky	9,1 g
z toho: nasýtené / nasycené	
masťné kyseliny	5,6 g
Sacharidy	11,4 g
z toho: cukry	11,1 g
Bielkoviny / Bilkoviny	

Zvolenská mliekareň, ktorá dnes pod značkou Zvolenský produkuje najpredávanejší jogurt na Slovensku, má za sebou zaujímavý príbeh. Mliekarenský závod fungoval vo Zvolene už od roku 1947. Štát ho v rámci reštitúcií v roku 1998 vrátil do rúk vnučky slovenského emigranta Ignatza Wittmana. Ten v meste založil bryndziareň už v roku 1891 a jeho syry patrili neskôr medzi najvychytenejšie v celom bývalom Československu.

Neskôr sa mliekareň stala majetkom dvoch francúzskych firiem (od roku 2001 Bongrain, od 2005 Senoble), odkiaľ putovala do rúk amerického potravinového koncernu Schreiber Foods, jednej z najväčších mliekarenských spoločností na svete. Americký vlastník sa rozhodol po 3 rokoch opustiť slovenský trh. V roku 2018 Zvolenská mliekareň prešla do vlastníctva vtedajšieho generálneho riaditeľa pána Juraja Bladu, ktorý ju viedol ešte pred vstupom Američanov. Dnes je výrobný závod v čisto slovenských rukách, posledných päť rokov pod názvom Zvolenská mliekareň.

Obchodná značka Zvolenský však funguje už dvadsať rokov. „Dve dekády od registrácie značky by sme budúci rok určite chceli aj oslaviť. Máme to v pláne,“ prezrádza nám obchodná riaditeľka Zvolenskej mliekárne Zuzana Žubor Kágerová.

Cenné medzinárodné skúsenosti

Firma dnes zamestnáva 138 ľudí, viacerí z nich si pamätajú aj časy pod francúzskou či americkou značkou. Aj podľa Žubor Kágerovej to boli cenné skúsenosti. „Každá zahraničná firma vám prinesie niečo nové, inovatívny know-how, výškolenie zamestnancov. Francúzi nám implementovali systém, nastavili procesy, ktoré nám pomohli posunúť sa vpred. Kvalita výrobkov bola pre nich prvoradá,“ tvrdí.

Američania podľa jej slov v tomto smere pokračovali. „Dokázali vylepšiť ďalšie veci. Bola to pre podnik výborná skúsenosť. Ten dotyk s medzinárodným prostredím bol naozaj citeľný,“ tvrdí obchodná riaditeľka firmy.

„Snažíme sa neustále posúvať, inovovať a držať si vysokú úroveň kvality. Tá je zo všetkého najdôležitejšia.“

Zuzana Žubor Kágerová,
riaditeľka Obchodu a marketingu Zvolenskej mliekárne





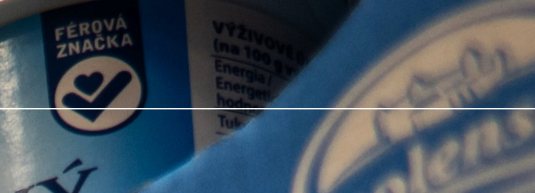
Firma prechod do slovenských rúk zvládla znamenite. Ba dokonca pribudli krajiny, do ktorých dnes svoje výrobky ako jogurty, mliečne nápoje, kyslú smotanu či zmrzliny vyváža. „Dnes vozíme tovar do desiatich európskych krajín. Pred prechodom do slovenských rúk sme vyvážali do Francúzska, Španielska, Dánska. Teraz pribudlo Chorvátsko, Slovinsko, Portugalsko, Nemecko či Česko, kde sú zákazníci extrémne nároční, pokiaľ ide o cenu. Keď ich nejaký výrobok presvedčí svojou chuťou a kvalitou tak sú nesmierne lojálni.“

Medziročné tržby vo firme narástli zhruba o 50 percent, pričom tržby sa vyšplhali na 41 miliónov eur. „Snažíme sa neustále posúvať, inovovať a držať si vysokú úroveň kvality. Tá je zo všetkého najdôležitejšia,“ prízvukuje Žubor Kágerová.

Napriek tomu udržať si na strednom Slovensku zamestnancov dokáže byť občas neľahká úloha. „Ich odliv smerom na Západ je cíteľný. Je to pre nás občas dosť veľká výzva,“ netají obchodná riaditeľka Zvolenskej mliekárne.

„Naša ekonomická situácia je o to náročnejšia, že v porovnaní s takým Francúzskom či Nemeckom my také vysoké dotácie nemáme. Podpora nie je taká intenzívna ako v západných krajinách.“

Zvolenská mliekareň sa však so situáciou pasuje najlepšie ako vie. „Snažíme sa presadiť tak, že ideme na trh s produktmi, ktoré sú jedinečné a nemajú na trhu konkurenciu. Ako je napríklad kilová kyslá smotana, kilový grécky jogurt či 1,5 litrové fľaše s mliečnymi nápojmi, ktoré vozíme do Španielska



či Portugalska. Vo veľkom, keďže pre nich je to základ pitného režimu," vraví Žubor Kágerová.

Jednotka v jogurtoch

To všetko zároveň popri značnej domácej konkurencii. „Za pomyselným rohom je spoločnosť Agro Tami v Nitre, ďalšiu konkurenčnú firmu by ste našli v Liptovskom Mikuláši. A to nehovorím o zahraničných firmách ako Rajo či Bánovecká mliekareň Milsy. Mliekarní na Slovensku je



dnes 15. O to viac nás teší, že sme jednotkou v jogurtoch. Zvolenský je najpredávanejší jogurt na Slovensku," teší sa obchodná riaditeľka.

To všetko sa firme darí aj napriek faktu, že stravovacie návyky ľudí sa predsa len trochu menia. „Vďaka tomu, že ľudia v dnešných časoch začínajú mať čoraz viac intolerancií. Začínajú sa predávať vegánske jogurty, vegánske syry a pudinky. Trendom sú však proteínové jogurty, výrobky pre športovcov s nízkym obsahom tuku, bez pridaného cukru a vysokým obsahom bielkovín. To všetko má za následok mierny odliv zákazníkov. Pokles predaja jogurtov je však v súčasnosti okolo troch-štyroch percent. To nie je nič zásadné.“

V segmente HORECA sa však Zvolenská mliekareň posilnila svoju pozíciu. V roku 2020 uviedla na trh nové gastro balenia. „Troj- až päťkilové balenia kyslej smotany a jogurtov nám postupne rastú a vďaka výbornej kvalite sa stávajú úspešnými.“

Mlieko? Podhodnotená potravina

Ešte do vlaňajška produkovala mliekareň aj produkt, ktorý má spoločnosť v názve. „Bolo to štvorpercentné mlieko, no, bohužiaľ, pri tom extrémnom zdražovaní sme jeho výrobu museli zastaviť. Dôvod? Jeho cena sa začala blížiť k hranici dvoch eur, čím sa pre nás stávalo v zásade nepredajné. Takže ho momentálne nevyrábame, aj keď si dovoľím tvrdiť, že mlieko je dnes extrémne podhodnotená surovina. Keď si porovnáte, že litrová voda sa predáva za 1,50 eur a mlieko za 50 centov a čo všetko sa za jeho výrobou skrýva.“

Firma nakupuje surové kravské mlieko od miestnych farmárov (súkromníkov). „Výrobky z nášho mlieka, ktorého kvalitu si extrémne strážime, má výbornú chuť a vysokú výživovú hodnotu. Kvalita sa kontroluje pri každej jeho nakúpenej dodávke. A stále sa testuje. Ak



požadované parametre nespĺňa, tak buď znižujeme cenu alebo mlieko farmárom vraciame.“

Žubor Kágerová však mrzí, že sa počet súkromníkov, ochotný pracovať v tomto segmente,

postupne znižuje. „Nejde o nejaký zásadný skok, ale klesá to. Priznám sa však, že sa tomu nečudujem. Každý rodič chce mať doma manažéra, nikto netuži po technológovi či dojičke.“

Desať testerov

K záruke kvality patrí, prirodzene, aj kontrola chuti výrobkov tesne predtým než dorazia k zákazníkovi. Zvolenská mliekareň má na to vyhradených testerov, pričom medzi nich patrí aj obchodná riaditeľka. „Je nás desať, pričom všetci sme museli dopredu podstúpiť skúšky. Degustujeme každý typ výrobku a niekedy je to naozaj náročný proces. Kým sme napríklad chuťovo doladili jednu z našich novinek – lieskovo-orieškový dezert – strávili sme s tým trištvrte roka,“ priznáva Žubor Kágerová, ktorá sa netají tým, že je na výrobky vlastnej firmy mimoriadne kritická. „Dovolím si tvrdiť, že náš výrobok spoznáš podľa chuti hneď,“ usmieva sa.

A na aké novinky z produkcie Zvolenskej mliekárne sa môžeme tešiť? „Kúpili sme novú výrobnú linku na výrobu termizovaných dezertov. Všetky sú z čerstvého mlieka. My technológiu UHT, pri ktorej sa mlieko krátkodobo zahrieva na veľmi vysokú



teplotu, aby potom produkt dlhšie vydržal, nepoužívame. Naozaj nám záleží na tom, aby kvalita výrobku zostala zachovaná. Aby tie živiny, ktoré sú v ňom hodnotné, tam skutočne aj zostali.“ Vo firme testujú aj nové príchute, rozhodli sa pre redizajn obalov, ktorý by mohol predaju ešte viac napomôcť.

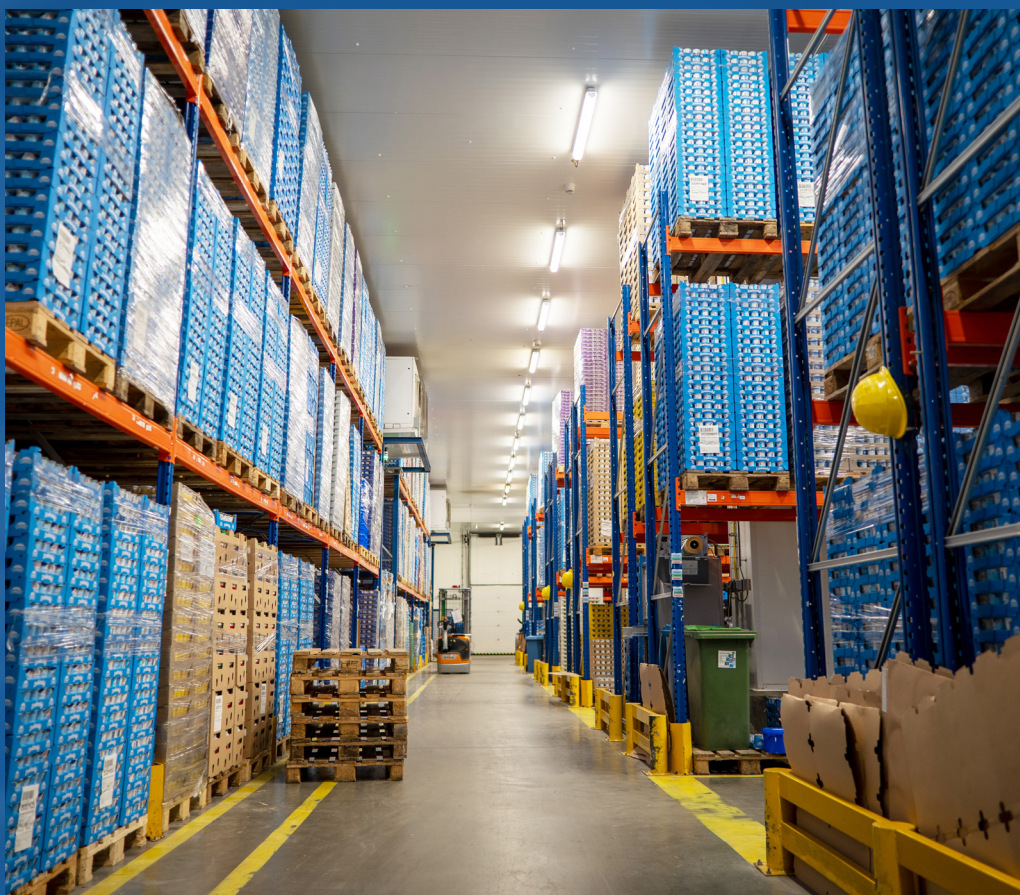
Mimochodom, viete, ktoré mesiace sú na predaj mliečnych produktov a jogurtov najvýhodnejšie. „Jeseň, no najmä január. Vtedy si ľudia dajú najviac novoročných predsavzatí, že idú chudnúť a jogurty kupujú vo veľkom. Naopak, cez letné mesiace, spotreba našich výrobkov mierne klesá.“

Audit na jednotku

V Zvolenskej mliekarni si dlhodobo udržiavajú vysoký štandard kvality aj vďaka neohláseným auditom. Spoločnosť si finančne náročné výrobné linky hradí z vlastných zdrojov. Medzičasom však firma využila menšie dotácie a rada prijala pomoc aj zo strany Slovak Business Agency. „Najskôr sme v rámci odborného poradenstva zastabilizovali rozvoj manažmentu spoločnosti. A v tomto roku sme sa rozhodli využiť aj interný procesný audit a musím skonštatovať, že sme s ním boli veľmi spokojní,“ teší sa Žubor Kágerová.

„Našli sme výbornú českú spoločnosť, ktorá nám urobila hĺbkový audit. Dalo nám to veľmi veľa. Po jeho ukončení sme prijali 13 opatrení s rôznymi prioritami, ktoré teraz vo firme budeme implementovať. Je pravda, že sme dostali od audítorov výborné hodnotenie už na začiatku, ale radi by sme boli ešte lepší,“ pochvaľovala si Žubor Kágerová. „Vďaka predošlej skúsenosti som vedela, aké služby ponúkate a čo všetko by sme mohli v náš prospech využiť. Som rada, že tá spolupráca dopadla na výbornú.“

Rastislav Hríbik



tuli®

slovenský fenomén

Ak sa povie sedací vak, pravdepodobne aj vám príde ako prvý na myseľ Tuli vak. Až takú popularitu si na Slovensku táto značka vybudovala.

Za všetkým stojí Martin Guttman a jeho tím. Porozprával nám, čo je vo firme nové a akú úlohu v tom zohrala Slovak Business Agency.



„Bolo to v roku 2006, keď som na dovolenke v Thajsku sedel na čomsi mäkkučkom a bolo to veľmi príjemné. Keď som sa vrátil na Slovensko, chcel som si to kúpiť aj domov. Ale nebolo kde. Taký produkt u nás na trhu nebol, neexistoval dokonca ani názov pre niečo také. Keď som sa pýtal v predajniach s nábytkom, vôbec mi nerozumeli, čo od nich chcem. A tak som začal zvažovať. Uvedomil som si tú „dieru na trhu“, dobrú podnikateľskú príležitosť, možnosť predstaviť produkt, ktorý by mohol mať úspech,“ spomína na svoje úplné začiatky Martin Guttman.



Martin Guttman, zakladateľ značky Tuli

Test na Pohode

Písal sa rok 2007. Na hudobnom festivale Pohoda, ktorý vtedy tiež naberal na popularite, si ľudia po prvý raz mohli vyskúšať, aké to je sedieť na Tuli vakoch. „Dostali sme možnosť predstaviť náš produkt, doviezli sme jednu dodávku sedacích vakov a rozložili ich. Bol to pre nás úžasný spotrebiteľský test, čakali sme, čo na to ľudia povedia. Boli veľmi spokojní, hovorili, že sa na nich super sedí. Spravili

sme aj prvé objednávky a to bol pre nás definitívny impulz, aby sme sa výrobe sedacích vakov začali venovať naplno. A tak som z bankového sektoru presedlal na podnikanie. Ak sa nad tým spätne zamyslím, nikdy som to neoľutoval, aj keď v podnikaní sú, samozrejme, aj chvíle, keď človek zapochybuje.“

Fenomén sedacích vakov

V nasledujúcich rokoch sa tak na Slovensku začal rodiť nový fenomén. Tuli vaky sa postupne

stali synonymom pohodlného sedenia, ale bolo treba na tom tvrdo pracovať. „Až do roku 2010 to bolo hlavne o edukácii, museli sme ľudí učiť, vysvetľovať, ukazovať, argumentovať. Ako sa na tom sedí, ako si vak nastaviť, že je to príjemné, pohodlné... Väčšina ľudí bez predošlej skúsenosti bola napokon nadšená, ľady sa prelomili vo chvíli, ako si na vak sadli,“ spomína na pionierske časy Martin Guttman.

Vráv, že ho veľmi teší, že dodnes mnohí volajú Tuli vakom



akýkoľvek sedací vak. „Je to práve vďaka úspechu našich originálnych značkových vakov, ktoré sú stále najobľúbenejšími produktmi z našej dielne.“

Dizajn medzinárodnej úrovne

Martin Guttman má v internom tíme doteraz len sedem ľudí, no o to intenzívnejšie sú rôzne spolupráce s profesionálnymi úspešnými dizajnérmi, ako sú napríklad Michal Staško, Michal Riabič, Adrián Macho či Nina Joklová. „Ich návrhy majú skutočne medzinárodnú úroveň, preto s nimi veľmi radi spolupracujeme. Ďalšou možnosťou, ktorú sme si tiež už neraz vyskúšali, je spolupráca s dizajnovými školami. Dohodneme sa s učiteľmi, vymyslíme nejakú kooperáciu a najlepšie návrhy môžeme dokonca zaradiť aj do výroby.“

Nová výzva – kancelársky nábytok

Sedacie vaky Tuli dlho nemali na Slovensku prakticky žiadnu konkurenciu, poznajú ich aj v Čechách a blízky cieľom firmy je expanzia na ďalšie trhy okolitých krajín. Počas covidovej krízy sa firme podarilo posilniť online predaj natolko, že je to momentálne predajný kanál číslo 1.



Ďalším míľníkom pre firmu bolo rozhodnutie vstúpiť do nového nábytkárskeho segmentu a vytvoriť nové portfólio produktov. „Robili sme si analýzu, ako a kam by sme firmu mohli posunúť. Bolo nám jasné, že ak chceme posilniť značku a rásť, potrebujeme nové produkty. Rozmýšľali sme, do ktorého segmentu v nábytkárstve by sme mohli vstúpiť. Úplne najviac nám zapasovalo zariadenie kancelárií.

Tie sa v súčasnosti robia veľmi pekné, moderné. Zamestnávatelia si dávajú záležať, aby sa tam ľuďom pracovalo dobre.“

Trend moderných kancelárií je tu už pár rokov. Architekti vytvárajú koncepty, ktoré majú charakter, sú dizajnové, často s prihliadnutím na ekológiu, ale zároveň aj veľmi dobre využiteľné.

„Zatiaľ čo výrobu Tuli vakov už máme výborne zabehanú, pri výrobe kancelárskeho nábytku sme stále na začiatku a je to aj oveľa zložitejšie na prototypovanie a výrobu. Ale je to pre nás výzva. Predaje a spolupráce rastú. Ďalšou našou ideou je pomôcť školám so zariadením niektorých priestorov. Hovorili sme s viacerými riaditeľmi škôl a vidíme tam dostatočný priestor na realizáciu.“

Spolupráca s SBA – strategická pomoc

Aj Slovak Business Agency mala tú česť podieľať sa so svojimi službami na rozvoji firmy. Najprv to boli motivačné a tímové aktivity, ktorých sa „Tuli tím“ zúčastnil. Potom SBA poskytla firme dlhodobé individuálne poradenstvo.



„Toto poradenstvo si veľmi cením. Prišlo v správnu dobu a veľmi nám pomohlo. S naším lektorom sme sa venovali celkovej firemnej stratégii, novému smerovaniu firmy. Bolo to práve v dobe, keď sme sa rozhodovali pre vstup do nového nábytkárskeho segmentu, robili sme si analýzu trhu, hľadali pre nás ten najvhodnejší. Aj vďaka poradenstvu a znalostiam konzultanta sme sa napokon rozhodli pre spomínaný kancelársky nábytok,“ hovorí Martin Guttman a verí, že aj v tomto segmente sa firme podarí uspieť tak, ako v produkcii Tuli vakov.

„Potrebovali by sme sa ukázať na biznisových výstavách v zahraničí, prezentovať naše kolekcie officového nábytku, nájsť tam distribútorov, architektov, ktorí by s nimi mohli následne pracovať a zaradiť ich do svojich konceptov. To je pre nás výzva na najbližšie obdobie.“

Slow design po slovensky

Tak ako je v móde slow fashion opakom fast fashion, svojich priaznivcov si postupne nachádzajú aj výrobky v štýle slow designu. Ide o nábytok, doplnky do domácnosti či dekorácie, ktoré boli vyrobené udržateľne, s ohľadom na životné prostredie, a eticky. Nevyrábajú ich ľudia v továrni na druhom konci sveta v nevhodných podmienkach a za minimálne mzdy.

„Toho sa snažíme držať. Vysoká kvalita, ktorá vydrží roky, nadčasový dizajn od domácich návrhárov, dobre fungujúce dielne, zdravotne neškodná a recyklovateľná náplň. Taký je náš pohľad na ekológiu a toho sa mienime držať aj naďalej,“ dodal Martin Guttman.

Rastislav Hríbik, Prokop Slováček

**Foto: Marek Baláž, Tuli
v spolupráci s: Dynameet studio,
Roman Skyba, Zeit Studios**





DOPYT PO SLUŽBÁCH, KTORÉ KONČIA

.....

Štyri národné projekty pre pomoc malým a stredným podnikateľom, ktoré SBA postupne realizovala od roku 2017, sa chýlia ku koncu. O napĺňaní cieľov, výzvach a prekážkach, ktorým počas svojho fungovania museli čeliť, rovnako ako o ďalších aktivitách SBA v danom období, sme sa rozprávali s riaditeľom Sekcie národných a medzinárodných programov MARIÁNOM LETOVANCOM.

Vráťme sa do roku 2017. Aké boli prvotné pohnútky vytvorenia štyroch národných projektov? Prečo vlastne vznikli a aké mali ciele?

- Odpoveď je jednoduchá. Projekty poskytli zásadnejšie financovanie potrieb malých a stredných podnikov (MSP) a záujemcov o podnikanie na Slovensku. Zároveň sme podporované aktivity vďaka dostatočným zdrojom nastavili horizontálne, teda tak, aby kopírovali životný cyklus firmy a boli sme schopní podporovať rozvoj podnikania v jeho rôznych štádiách. Naše služby tak mohli využívať aj tí, ktorí rozmyšľali o začiatku podnikania, rovnako tí, ktorí podnikali len krátku dobu, ale aj tí, ktorí boli na trhu už etablovaní a chceli expandovať. Či už doma alebo v zahraničí. Prípadne potrebovali riešiť zásadnejší problém, ktorý obmedzoval efektívny rast firmy. Zároveň sa časť aktivít orientovala na výskum podnikateľského prostredia, v rámci ktorého sa zbierajú a analyzujú dáta pre potreby tvorby politík v tejto oblasti. Za obdobie projektu sme vydali 144 analýz a 21 prieskumov. Ako príklad môžem uviesť Správu o stave MSP na Slovensku, Prieskum prekážok v podnikaní mladých na Slovensku, Názory MSP na kvalitu podnikateľského prostredia na Slovensku, medzinárodný Globálny monitor podnikania a desiatky ďalších.

Každoročne sme zrealizované výstupy prezentovali na výročnej konferencii. Zúčastňovali sa jej nielen podnikatelia, ale aj zástupcovia akademického sektora, verejných a mimovládnych inštitúcií. Analýzy aj prieskumy sú dostupné online na stránke www.monitoringmsp.sk, takže budeme radi, ak sa nimi tvorcovia politík nechajú inšpirovať.



Naplnili projekty stanovené ciele?

- Naplnili. Nielen z kvantitatívnej stránky, teda počtu podporených klientov, ale aj z hľadiska kvality poskytovaných služieb. Podľa hodnotiacich správ, ktoré pripravujeme zo spätnej väzby klientov, sa celková spokojnosť pohybuje na úrovni 93 percent.

Dokázali projekty zlepšiť podnikateľské prostredie na Slovensku v súlade s potrebami MSP?

- Určite k tomu prispeli. Za obdobie trvania projektov sme poskytli viac ako 28-tisíc služieb, podporili sme vyše 24-tisíc MSP a vyše 20-tisíc záujemcov o podnikanie. Z analýz efektívnosti poskytovania služieb Slovak Business Agency vyplýva napríklad, že počas posudzovaného obdobia vzrástla kumulatívna hodnota tržieb podporených klientov o 16,4 percent na úroveň 1 905,7 mil. Eur. Kumulatívna hodnota pridanej hodnoty podporených klientov sa v období 2018 – 2020 zvýšila o 15,4 percent a mediánové tržby podporených klientov súhrnne narástli o 22,3 percenta.

Trvalo však projekty podnikateľské prostredie určite nezachránili. Jednak potreby trhu sú ďaleko vyššie, ako boli disponibilné zdroje projektov. Jednak pre chýbajúcu stratégiu podpory podnikania na Slovensku neexistuje potrebná kontinuita z hľadiska nástrojov a príslušných rozpočtov.

Od roku 2024 budú poskytované len niektoré služby, na ktoré boli klienti zvyknutí. Navyše v zásadne limitovanom rozsahu. Veľká časť služieb nebude pokračovať a teda potreby MSP nebudú napĺňané v rozsahu ako do roku 2023.

Ako ovplyvnila pandémia koronavírusu fungovanie projektov?

- Časť služieb sa preniesla do online sveta. Za päť týždňov sme konvertovali všetky služby a súvisiacu byrokráciu, ktorá je mimochodom obrovská, do režimu, ktorý nevyžadoval fyzický kontakt. Samozrejme, časť služieb, ktorá bola orientovaná napríklad na podporu fyzickej účasti na zahraničných podujatiach rôzneho typu, sa zastavila. Nedalo sa cestovať, podujatia sa vo veľkej miere rušili.

Ako v tomto období dokázali projekty pomôcť malým a stredným podnikateľom?

- Myslím, že zásadne. Odrazilo sa to aj v rozsahu poskytovaných služieb. V kritickom období, mám na mysli najmä roky 2020 a 2021, počet klientov narástol o takmer 40 percent. Vráťane tých, ktorým pandémie ohrozovala podnikateľskú existenciu.

Pri komunikácii s klientami sme pri žiadostiach o čerpaní služieb

„Kumulatívna hodnota tržieb podporených klientov počas posudzovaného obdobia vzrástla o viac než 16 percent na úroveň vyše 1,9 miliardy eur. Kumulatívna hodnota pridanej hodnoty podporených klientov sa v období 2018 – 2020 zvýšila o vyše 15 percent a mediánové tržby podporených klientov súhrnne narástli o viac než 22 percent.“

Marián Letovanec,
riaditeľ Sekcie národných a medzinárodných programov SBA

občas narážali na obavy z prílišnej administratívy. Dokázali sme tieto predsudky našim prístupom zmierniť?

- Už som spomenul, že byrokracia na Slovensku má obľudné rozmery. Na strane agentúry sme podnikli všetky kroky, ktoré zmiernili požiadavky na klientov pri využívaní služieb. Netvrdím, že stav je ideálny, ale je znesiteľný - viac ako 74 percent klientov je spokojných s procesom náročnosti registrácie. Aj keď priestor na zjednodušovanie je pomerne veľký. My však nie sme tí, ktorí byrokraciu vytvárajú. Ako poskytovateľ služieb ju znášame spolu s klientami SBA. Zdroje, ktoré vynakladáme na plnenie administratívnych povinností by sme radšej vynakladali na služby pre podnikateľov.

Po ktorých službách podnikatelia najviac volajú?

- Rôzni klienti využívajú rôzne

služby. Tých v rôznych kombináciách poskytujeme takmer 40. Našou filozofiou je poskytovať horizontálnu pomoc rôznym skupinám podnikateľov alebo budúcim podnikateľom. V poslednom čase to však boli procesné audity, pri ktorých sme malým a stredným podnikateľom financovali realizáciu auditov v ich firmách s cieľom odhaliť slabé miesta a navrhnúť riešenia pre rozvoj a rast konkurencieschopnosti. Počas roka sme takto podporili vyše štyri stovky firiem, pričom záujem bol viac ako dvojnásobný.

Pridám aj niekoľko ďalších čísiel. V minulom roku služby SBA využilo viac ako 4 061 záujemcov o podnikanie a 5 642 MSP, zorganizovaných bolo 515 podujatí, na ktorých klienti strávili viac ako 1 600 hodín. Zrealizovalo sa 7 804 poradenstiev, na ktorých klienti strávili viac ako 87 600 hodín. Dokumentuje



to solídny záujem o podporu podnikania rôznymi formami a kvalitu poskytovaných služieb. Z dotazníkov spokojnosti vyplýva viac ako 90-percentná spokojnosť so službami, komunikáciou a odbornými zamestnancami.

Čo ste počas realizácie služieb v rámci jednotlivých projektov vnímali ako najväčšiu prekážku, resp. výzvu?

- Už spomínanú byrokráciu. Tej čelíme všetci. Výzvou bolo rozšírenie tímu SBA a otvorenie pobočiek v krajských mestách s cieľom priblížiť služby podnikateľom do regiónov. V agentúre sa stretli skvelí ľudia, ktorí podporovali podnikateľov s veľkým zánietením. Žiaľ, politici rozhodli, že od roku 2024 rozsah aj forma podpory bude iná. Je to paradoxné, pretože podľa výsledkov viacerých prieskumov Slovensko v porovnaní s ostatnými krajinami EÚ, ale aj s krajinami V4, zaostáva vo využívaní podporných programov pre MSP. Z výsledkov prieskumu EK 2022 napríklad vyplýva, že kým verejnú podporu (granty a finančné nástroje) v rámci EÚ využíva alebo plánuje využiť v budúcnosti viac ako 40 percent malých a stredných podnikov, na Slovensku sa k nej dostane kvôli limitovanej ponuke len 24 percent podnikateľov. Inak povedané, Slovensko stále disponuje značným potenciálom pre výraznejšie uplatňovanie rôznych podporných programov v sektore malých a stredných podnikov. V realite sa však udial presný opak a rozsah služieb sa zúžil.

Čo vnímate ako najväčší úspech projektov?

- SBA je na trhu už 30 rokov, počas ktorých podporuje malé a stredné podnikanie na Slovensku rôznymi službami. Počas uplynulých rokov sme sa na malú chvíľu priblížili k civilizovanému svetu. Tisíce existujúcich a budúcich podnikateľov mohli využiť služby SBA a rozbehnúť alebo zlepšiť svoje podnikanie, čo je v súlade s našim poslaním.

NÁRODNÉ PROJEKTY V ČÍSLACH

NAŠE SLUŽBY VYUŽILO



24 160
malých a stredných
podnikateľov



20 439
záujemcov
o podnikanie



47 094
účastníkov

BOLO ZORGANIZOVANÝCH



25 742
poradenstiev



2 603
podujatí

na ktorých klienti strávili
292 330
hodín

na ktorých klienti strávili
10 380
hodín

MENTOROVALO, KONZULTovalo A PREDNÁŠALO



3 842
odborníkov

Platí, že približne každý šiesty MSP (resp. 17,6 percenta) na Slovensku, ktorý využíva verejnú podporu, ju čerpal z portfólia služieb SBA.

Preto sa aj napriek meniacim sa podmienkam otvorene pozeráme do budúcnosti. Súčasťou našich aktivít je aj osвета a podpora podnikania univerzálna, nielen cielene, napríklad orientáciou len na inovatívne firmy. Aj preto, že na Slovensku a v Európe pretrvávajú fenomén vlačného postoja k podnikaniu. Prieskum iniciatívy Global Entrepreneurship Monitor (GEM) naznačuje nízke vnímanie podnikania ako vhodnej kariérnej voľby (SR 52 percent; Európa 62 percent).

Našou konkurenčnou výhodou oproti iným organizáciám je, že sme verejno-súkromným partnerstvom. Zakladateľmi SBA je Ministerstvo hospodárstva SR – ako reprezentant verejného sektora a tvorca politik pre podnikanie a dve podnikateľské organizácie – Združenie podnikateľov Slovenska (mimoichodom najstaršia

podnikateľská organizácia na Slovensku) a Slovenský živnostenský zväz. Práve účasť podnikateľských organizácií vytvára unikátne predpoklady pre systematickú a intenzívnu spoluprácu s podnikateľským sektorom a umožňuje nám flexibilne reagovať na potreby trhu.

Čo by ste – po niekoľkoročnej skúsenosti – v poskytovaní služieb a pomoci podnikateľom zmenili?

- Budem sa opakovať, ale radi by sme poskytovali služby pri minimálnej byrokracii. Mrzí ma aj obmedzenie a rušenie niektorých služieb kvôli pandémie, ktoré mali pomôcť malým a stredným podnikateľom s internacionalizáciou ich podnikania na zahraničných veľtrhoch a začínajúcim inovatívnym podnikateľom s ich účasťou v podnikateľských a technologických centrách vo svete. A rovnako aj vlačná podpora našej iniciatívy zo strany niektorých inštitúcií poskytovať poukážky na podporu digitalizácie v malých a stredných podnikoch.

Sme v období, keď sa národné projekty chýlia ku koncu. Akým spôsobom plánuje SBA podporovať podnikateľov v najbližšom programovacom období?

- Podľa výsledkov prieskumu Slovak Business Agency z roku 2020 viac ako polovica malých a stredných podnikateľov (51 %) plánuje v budúcnosti využiť verejnú podporu pre svoje podnikanie, čo poukazuje na dostatočný budúci potenciál využitia podporných programov pre MSP na Slovensku.

Veľkostná štruktúra podnikateľského sektora na Slovensku vykazuje vo svojich základných znakoch určitú mieru podobnosti s veľkostnou štruktúrou podnikov v celej EÚ. Za typickú črtu Slovenska však možno v tomto kontexte označiť vyššie zastúpenie mikropodnikov. MSP sú oproti veľkým podnikom vo zvýšenej miere citlivé na kvalitu podnikateľského prostredia a zlyhania trhu. Pre prekonanie prekážok je potrebné vytváranie nových, ako aj ďalšie rozvíjanie



„Približne každá šiesta firma na Slovensku, ktorá využíva verejnú podporu, ju čerpá z portfólia služieb SBA.“

Marián Letovanec,

riadiť Sekcie národných a medzinárodných programov SBA

existujúcich podporných nástrojov pre podnikateľov s cieľom dlhodobo udržať rast hospodárstva a podporiť zamestnanosť.

Činnosti SBA v novom národnom, resp. nástupníckom projekte budú orientované dvomi základnými smermi. Na podporu začínajúcich podnikateľov, vrátane potenciálnych a na podporu etablovaných podnikateľov. Okrem tradičných mäkkých služieb, ako poradenské služby, ktoré požaduje 30 percent podnikov, sa budeme venovať vo veľkej miere podpore prostredníctvom poukážok. Tie budú smerovať napríklad na realizáciu firemných auditov, podporu rozvojových plánov pre rodinné podniky, podporu zapájania sa do komunitárnych programov (programov organizovaných priamo Európskou komisiou, ktoré sú veľmi flexibilné s minimálnou administratívnou náročnosťou, napríklad Horizon Europe).

Druhou zásadnou časťou bude výskum podnikateľského prostredia a činnosť Centra lepšej regulácie, teda služby využiteľné celou cieľovou skupinou podnikateľov.

Aké by - v súvislosti s rozvojom podnikateľského prostredia - malo byť zameranie nových služieb? Ako by sa naše služby mali inovovať, aby vyhověli požiadavkám trhu MSP?

- Z reprezentatívneho prieskumu SBA vyplýva, že takmer jedna tretina podnikateľov (30 percent) by uprednostnila výraznejšiu podporu prostredníctvom vzdelávania a poradenstva pre podnikateľov. Túto službu, aj keď v obmedzenej podobe oproti minulosti, zachováваме aj pre obdobie po roku 2023.

Už niekoľko rokov sa Slovak Business Agency venuje podpore rodinného podnikania a pomoci podnikom pri generačnej výmene. Keďže rodinné podniky tvoria zásadnú časť slovenskej ekonomiky, resp. malých a stredných podnikov, v novom období, pribudnú pre tento typ firiem nové služby.



Novinkou je aj zavádzanie opatrení pre rozšírenie obehového hospodárstva do slovenských MSP. Jednak v rámci agentúry vznikne pre poskytovanie základných informácií kontaktný bod a zároveň prinesieme konkrétne nástroje, ktoré firmám pomôžu implementovať princípy cirkulárnej ekonomiky vo svojich prevádzkach.

Z prieskumu názorov MSP na kvalitu podnikateľského prostredia na Slovensku, ktorý realizovala SBA (2022), okrem iného vyplýva, že treťou najvýznamnejšou prekážkou je nestabilita a nejednoznačnosť zákonov a právnych predpisov (takmer 89 percent). Registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti voči štátu vníma ako prekážku takmer 82 percent MSP. Aj preto sa zásadnejšie budeme venovať výskumu podnikateľského prostredia a téme lepšej regulácie.

Tieto aktivity nemajú význam iba v rovine kreovania podkladov pre tvorcov politik, akademický sektor, či medzinárodné inštitúcie, ktorým pravidelne reportujeme dáta za slovenské podnikateľské prostredie. Okrem už spomínanej výročnej konferencie je mnoho zistení prezentovaných aj prostredníctvom špecializovaných stránok SBA

(monitoringmsp.sk a lepsiezakony.sk), informačných materiálov, infografík, mediálnych výstupov a pod. Čo sa týka témy lepšej regulácie, dlhodobo spolupracujeme s podnikateľmi pri zbere negatívnych skúseností z existujúcej legislatívy a návrhov na jej úpravy. Informujeme ich o možnostiach zúčastňovať sa konzultácií pri tvorbe legislatívy a ich výsledkoch, na ktorých sme pravidelným účastníkom. V neposlednom rade pripravujeme vstupy do aplikácie BiznisInfo, ktorá upozorňuje podnikateľov na zmeny legislatívy, umožňuje im vyjadriť sa k týmto zmenám, ale obsahuje aj užitočné informácie o rôznych nástrojoch pre podporu podnikania.

Headlinom našej agentúry je slogan SBA – Váš partner vo svete podnikania. Napíšme tento slogan?

- Verím, že áno. Snažíme sa neustále zlepšovať služby a prinášať nové riešenia pre podnikateľov v súlade s iniciatívou Európskej komisie, ktorá sa volá Small Business Act for Europe. Dlhodobo nahrádza chýbajúcu stratégiu rozvoja malého a stredného podnikania na Slovensku.

Redakcia

ZVIAZAŤ RUKY BYROKRATOM, NIE FIRMÁM

**BYROKRATI HÁDŽU PODNIKATEĽOM
POLENÁ POD NOHY - TVRDÍ PREZIDENT
ZDRUŽENIA PODNIKATEĽOV SLOVENSKA
JÁN SOLÍK. PRÁVE S NÍM SME PREBERALI
PROBLÉMY, VÝZVY A KVALITU DNEŠNÉHO
PODNIKATEĽSKÉHO PROSTREDIA
V NAŠICH KONČINÁCH.**

Čo podnikateľom najviac komplikuje život?

- Vysoké dane a odvody, komplikovaná legislatíva, ktorá sa často mení, nízka vymožitelnosť práva a zlý stav vzdelávacieho systému. To sú problémy, ktoré dlhodobo dominujú väčšine prieskumov a rebríčkov týkajúcich sa kvality podnikateľského prostredia. Pre 9 z 10 podnikateľov sú prekážkou v podnikaní vysoké daňovo-odvodové zaťaženie či nestabilita a nejednoznačnosť právnych predpisov. Osem z 10 podnikateľov vidí prekážku v dostupnosti a kvalite pracovnej sily. V poslednom období k týmto dlhodobým problémom pribudla inflácia a nestabilné ceny energií. Približne každý tretí podnikateľ hovorí, že nedokáže fungovať bez toho, aby nikdy neporušil žiaden zákon. Príčinou je neprehľadná a často sa meniaci splet predpisov.

Ako hodnotíte záujem o riešenie týchto problémov?

- Väčšina z nich je dlhodobo známa, no zásadné zlepšenie neprichádza. Odvahu presadzovať zásadné reformy vidíme vo

výrazne menšej miere v porovnaní s chuťou politikov míňať peniaze daňových poplatníkov. Zo slovníka politikov sa postupne vytráca diskusia o konkurencieschopnosti ekonomiky. Ak sa má situácia zlepšiť a zastaviť prepád Slovenska, potrebujeme politiku prerozdelenia nahradiť politikou zameranou na podporu tvorby hodnôt a ekonomickej aktivity. Do tvorby legislatívy musíme vrátiť elementárnu predvídateľnosť a odbornú diskusiu. Kým podnikatelia dlhodobo volajú po väčšej stabilite a kvalite prijímaných regulácií, realita je opačná.

Ako vyzerá prijímanie zákonov v praxi?

- Počty skrátených konaní a poslaneckých návrhov zákonov schvaľovaných bez pripomienkovania a diskusie s tými, ktorých sa týkajú, lámu rekordy. Počet zákonov schválených v parlamente v skrátenom legislatívnom konaní bol v roku 2022 päťnásobne vyšší v porovnaní s rokom 2018. Tam,



kde pripomienkovanie prebehlo, sme v poslednom období tiež videli rekordy - približne 400 pripomienok k novele zákonníka práce, asi 2 500 k plánu obnovy či viac ako 4 500 k stavebnej legislatíve. Analýzy tiež ukazujú, že tvorcovia regulácií zohľadnia v priemere len 1 z 10 zásadných pripomienok. Zmeny uskutočnené návrhmi v parlamente sú často nekvalitne pripravené a mnohokrát sa schvaľujú na poslednú chvíľu. Dáta nám ukazujú, že v prípade poslaneckých noviel majú podnikatelia približne o polovicu menej času na prípravu v porovnaní s vládnyimi návrhmi zákonov. Ďalším problémom je chýbajúce vyčísl'ovanie dopadov navrhovaných zmien. Dáta Centra lepšej regulácie SBA ukazujú, že z regulácií, ktoré mali vplyv na podnikateľské prostredie, vyčísl'ili predkladatelia vplyv iba v 37 percentách prípadov.

Akým spôsobom môžeme situáciu riešiť?

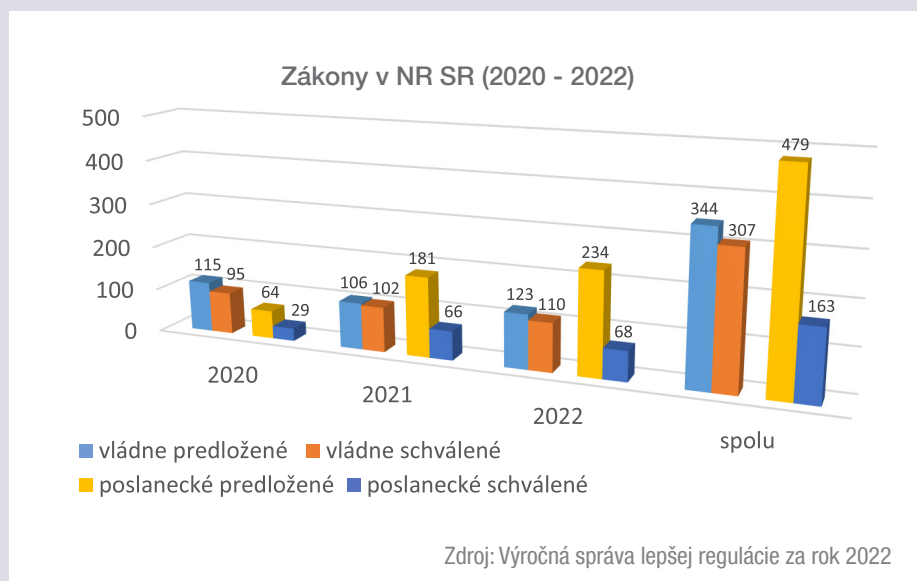
- Dlhodobo sme volali po pravidlách, ktoré zviažu byrokratom ruky. V uplynulom období sa zaviedlo niekoľko nástrojov, ktoré majú pomôcť systémovo zlepšiť podnikateľské prostredie. Na pravidelnú komunikáciu kľúčových problémov podnikateľského sektora vznikla Rada vlády pre konkurencieschopnosť a produktivitu. Bola prijatá „regulačná brzda“, ktorá má úradníkov automaticky nútiť návrhy nových povinností pre podnikateľov spojiť so zrušením dvojnásobného objemu tých nepotrebných. Rovnako sa zaviedlo pravidlo, že daňové a odvodové zákony sa budú meniť iba k 1. januáru. Od mája tohto roku sa má akákoľvek podnikateľská legislatíva meniť iba k 1. januáru alebo 1. júlu. Ani ten najlepší nástroj nám však nepomôže, ak sa nebude dodržiavať. Prax ukazuje, že s implementáciou nových pravidiel to zďaleka nebude také jednoduché. Stačí sa pozrieť na počty noviel daňových zákonov účinných počas roka, či na nápady na novú administratívnu záťaž. Sú predstavované bez adekvátnych kompenzácií. Vidíme, že vďaka širokému množstvu výnimiek regulačná brzda jednoducho nebrzdí.

Ako sa uvedené problémy odrážajú na konkurencieschopnosti Slovenska?

- Rada vlády pre konkurencieschopnosť a produktivitu nezasadala viac ako rok. Slovensko sa krajinám EÚ namiesto ich dobiehania začalo vzdávať. Chýbajú zásadné reformy v kľúčových oblastiach, pribúda zamestnancov vo verejnom sektore. Tých je takmer 440 000.

Hovoríte, že sa vzdávame krajinám EÚ, sú na tom teda lepšie ako my. Ako je však vnímané ekonomické prostredie Európskej únie na globálnej úrovni?

- Dych stráca nielen slovenská ekonomika, ale aj tá európska. Dobré to vystihujú výsledky



tohtoročného barometra reforiem poprednej organizácie združujúcej podnikateľské a zamestnávateľské združenia – BusinessEurope. Ukázali, že približne 90 percent členských organizácií sa domnieva, že investičné prostredie EÚ je v porovnaní s globálnymi konkurentmi menej atraktívne ako pred 3 rokmi. Prílev priamych zahraničných investícií do EÚ podľa BusinessEurope klesol v roku 2021 o 68 % v porovnaní s rokom 2019, v kontraste so 63 % nárastom v USA za rovnaké obdobie.

Má na tom podiel aj legislatíva EÚ? Ako ovplyvňuje podnikateľské prostredie členských štátov?

- Legislatíva a regulácie Európskej únie majú významný vplyv na malé a stredné podniky v členských štátoch, Slovensko nevynímajúc. Na jednej strane uľahčujú prístup na jednotný trh s viac ako 450 miliónmi obyvateľov, zjednodušujú zahraničnú expanziu a dávajú firmám príležitosti na rast. Zároveň však zavádzajú štandardy, požiadavky či obmedzenia, ktoré môžu zvyšovať náklady a administratívnu záťaž.

Ako sa k európskym reguláciám stavia Slovensko?

- U nás existuje iba minimálna verejná diskusia týkajúca sa európskych regulácií v čase ich tvorby. Hoci môžeme ovplyvňovať podobu európskych regulácií

už v ich zárodku, SR často v termíne nezašle stanovisko. Intenzívna odborná diskusia sa zvyčajne začína až pri preberaní európskych smerníc do národnej legislatívy a koncentruje sa najmä na problematiku goldplatingu - na zabránenie javu, keď nadpracou pri preberaní európskej legislatívy vznikajú prísnejšie požiadavky či obmedzenia, ako je nevyhnutné celoeurópske minimum.

Môžu sa do procesu tvorby regulácií zapojiť aj samotní podnikatelia?

- Áno a vzhľadom na široké dopady rozhodnutí prijímaných v Bruseli je pre firmy čoraz dôležitejšie zapájať sa do procesu tvorby regulácií ešte pred ich schválením a implementáciou. V ZPS si túto skutočnosť uvedomujeme. Preto spoločne s Centrom lepšej regulácie SBA spolupracujeme na aktivitách, ktoré približujú európske politiky malým a stredným firmám a pomáhajú ich vtiahnuť viac do ich tvorby. Regulácie v oblasti pracovného práva, digitálneho trhu, ochrany osobných údajov, či pribúdajúce environmentálne úpravy vyžadujú od podnikateľského sektora neustále prispôbovanie sa. Prinášajú firmám zásadné výzvy pre ich konkurencieschopnosť, pričom dopady týchto regulácií môžu byť zásadnejšie ako domáca legislatíva. Často však chýba rozhodovanie

na základe dát a porovnávanie nákladov so zamýšľanými prínosmi. Pri mnohých reguláciách vidíme preteky za zelenými cieľmi bez ohľadu na ich náklady. Problém však nie sú len regulácie obmedzujúce podnikanie a zvyšujúce náklady.

Čo ďalšie?

- Na obnovu ekonomík po pandémie si EÚ zobrala historický prvý spoločný dlh. Kým si naši politici prehadzujú zodpovednosť za to, čo z Plánu obnovy nestihneme financovať, europoslanci diskutujú o 14 nových celoeurópskych daniach, ktoré navrhujú zaviesť na jeho splácanie.

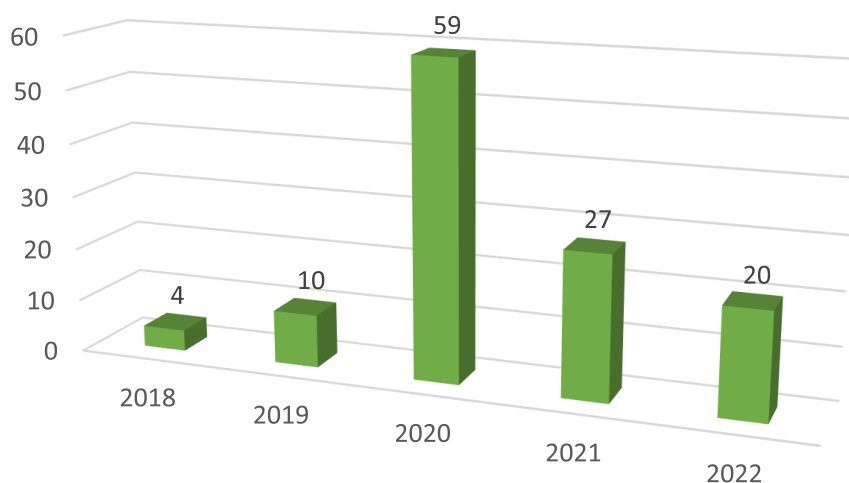
Regulácie prijímané na úrovni EÚ či štátu sa výrazne dotýkajú podnikateľov. Veľkú časť malých a stredných podnikov v Európe tvoria rodinné firmy. S čím sa musia popasovať podnikajúce rodiny?

- Generácia podnikateľov, ktorí zakladali svoje firmy v deväťdesiatych rokoch, ich postupne odovzdáva potomkom. Čelí rôznym výzvam. Podľa štatistík zvládne odovzdanie vedenia firmy druhej generácii približne jedna tretina rodinných firiem v Európe. Iba každú desiatu prevezme úspešne tretia generácia v rodine. Z viac ako 600 000 malých a stredných podnikov, ktoré tvoria 75 percent zamestnanosti, tvoria rodinné firmy rôznej veľkosti podľa odhadov väčšinu. To, do akej miery sa im podarí úspešne zvládnuť generačnú výmenu, je teda dôležité nielen pre ich majiteľov. Úspešnosť procesu ovplyvní aj budúci charakter slovenskej ekonomiky.

Prečo výmenu generácií zvládne tak málo rodinných firiem?

- Pre zakladateľov firiem je generačná výmena najväčším obchodom v ich živote a vyššie uvedené čísla ukazujú, že pre mnohých je odovzdanie firmy náročnejšie ako jej vybudovanie. O to dôležitejšie je, aby regulačný rámec rodinám nekomplikoval už beztak náročný proces.

Počet zákonov schválených v skrátanom legislatívnom konaní



Zdroj: Výročná správa lepšej regulácie za rok 2022

Aká je realita?

- Občiansky zákonník pochádza z čias, keď nikto na našom území neuvažoval o existencii podnikania. Obchodný zákonník pochádza z doby, keď bolo podnikanie v plienkach. Štát dokonca trestá odovzdanie rodinnej firmy druhej generácii ďalšími daňami, vo viacerých prípadoch pokladá bezplatnú výpomoc príbuzných v rodinnej firme za nelegálne zamestnávanie. V našej právnej úprave zatiaľ neexistujú ani nástroje ako zverenecké fondy či rodinné nadačné fondy, ktoré by umožňovali zachovanie majetku v jednom celku a eliminovali jeho drobenie.

Od 1.1.2023 však bola prijatá úprava rodinných podnikov do zákona o sociálnej ekonomike. Ako novinku vnímate?

- Zákon zaviedol definíciu rodinného podnikania a umožnil registráciu a evidenciu rodinných podnikov. Tá okrem ďalších administratívnych povinností prináša aj viacero obmedzení, kedy legislatíva určuje registrovaným rodinným podnikom, ako majú použiť 12 percent svojho zdaneného zisku. Úradníkom zasa umožňuje nazerať rodinám „do kuchyne“ a pýtať si zápisnice z ich rodinných rád. „Benefitom“ pre tých, ktorí sa

rozhodnú registrovať, je možnosť označiť svoju firmu za rodinnú v obchodnom registri. Predkladatelia hovoria, že ide o prvý krok a ďalšie benefity prídu neskôr. Rodinné firmy však nepotrebujú výnimky a úľavy.

Čo potrebujú?

- To, čo akákoľvek iná firma - stabilné a predvídateľné podmienky, minimum byrokracie, jednoduché, zrozumiteľné a vymáhateľné pravidlá a moderné školstvo, ktoré bude zodpovedať potrebám 21. storočia. Zároveň vyriešiť niekoľko špecifických problémov, aby im štát pri generačnej výmene, tak ako pri akejkoľvek inej časti podnikania, nezavadzal a nevytváral zbytočné prekážky.

Spomínate moderné školstvo. Ako sa kvalita školského systému odráža na podnikateľskom prostredí?

- Čoraz väčším problémom je dostupnosť pracovnej sily. Príčinu treba hľadať na jednej strane v demografickom vývoji, ktorý je dlhodobou negatívnou, a vyhladky na najbližšie obdobie zďaleka nie sú pozitívne. Slovensko sa stane najrýchlejšie starnúcou ekonomikou EÚ. Sme zároveň rekordérom v tom, koľko študentov odchádza študovať do zahraničia. Kým pred

desiatimi rokmi šiel študovať každý desiaty maturant, v súčasnosti je to už každý piaty. Priemer EÚ sú 4 percentá. Mladí ľudia, ktorí odídu študovať do zahraničia, sa zväčša nevracajú. Krajina tak prichádza o najlepších. Chýbajú vo firmách, ale aj na univerzitách, pretože odliv mozgov nekompenzuje príliv študentov zo zahraničia. Okrem kvantity je problém aj v kvalite. Školy často očakávajú od firiem odpoveď na to, čo zamestnávateľia potrebujú a akých absolventov majú vychovávať. Firmy síce veľmi dobre vedia, čo potrebujú v krátkodobom horizonte, no čím sú žiaci mladší, tým je vyššia pravdepodobnosť, že budú vykonávať povolania, ktoré nepoznáme a v súčasnosti neexistujú. Výskumy ukazujú, že 65 percent dnešných detí v primárnom vzdelávaní nastúpi po získaní diplomu na pracovné miesto, ktoré dnes neexistuje. Zároveň žijeme v dobe, kedy sa dramaticky mení aj obsah povolání.

Čo to znamená v praxi?

- Dôležitejšie ako odbor, ktorý ľudia vyštudovali, bude to, ako rýchlo sa vedú prispôbiť zmenám. Ako rýchlo sa dokážu naučiť nové veci, ako rýchlo si vedú osvojiť nové

technológie a zručnosti. Hovorí sa, že negramotní 21. storočia nebudú tí, čo nevedia čítať a písať, ale tí, ktorí sa nevedia učiť a prispôbiť zmenám.

Na čo by sa mal klásť v školách väčší dôraz?

- Je dôležité u študentov rozvíjať najmä tie zručnosti, ktoré využijú bez ohľadu na to, aké povolania budú vykonávať a ako sa bude meniť ich náplň práce. Nepripravovať študentov a deti na konkrétne pracovné miesto, ale rozvíjať v nich schopnosti adaptovať sa na zmeny. Budúcnosť vidíme najmä vo vzdelávaní zameranom na poznatky z oblasti matematiky, prírodných vied a technológií a zároveň rozvoji mäkkých zručností a charakterových vlastností. Takýto mix výrazne zvyšuje šancu mladých ľudí na uplatnenie sa v podmienkach neustále zrýchľujúcich sa zmien a narastajúcej neistoty.

Jedným z problémov školstva však je nedostatok vyučujúcich...

- Áno, bez férového odmeňovania učiteľov ťažko do školstva pritiahneme a udržíme v ňom dostatok kvalitných ľudí.

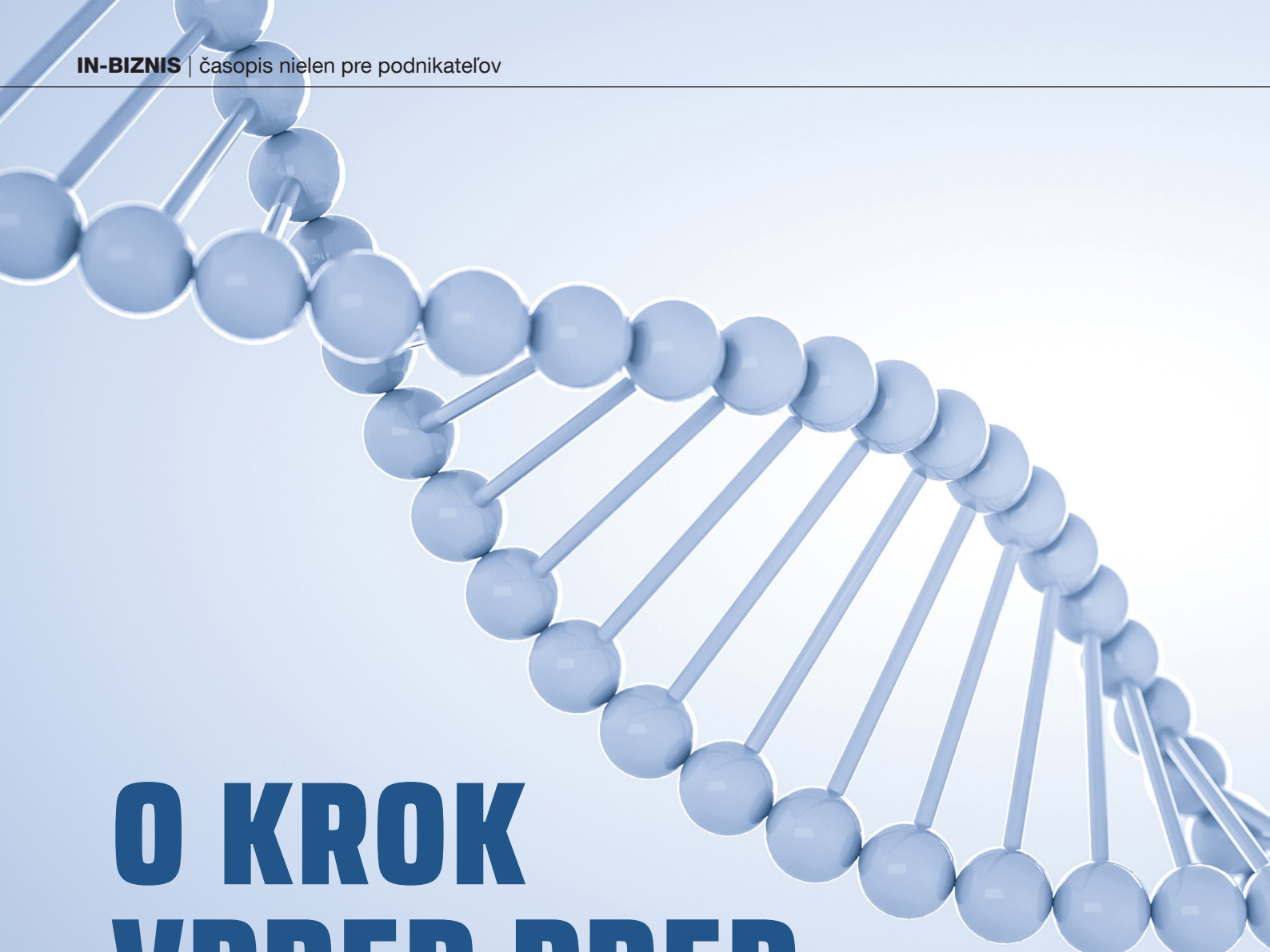
A tí sú základným predpokladom kvalitnejšieho vzdelávania. Férové odmeňovanie si však netreba zamieňať s rovnosťstvom. V súvislosti s témou plátov v školstve sa verejná diskusia redukuje na debatu o percente ich zvyšovania. Výrazne menej sa hovorí o tom, do akej miery tento prístup pomôže vyriešiť kľúčové problémy v školstve, do akej miery pomôže zvýšiť kvalitu a odstrániť nedostatok učiteľov niektorých predmetov alebo v ekonomicky vyspelejších regiónoch.

Ako sa podieľa na riešení problematiky školstva Združenie podnikateľov Slovenska?

- Uvedomujeme si, že pre úspech ekonomiky je kvalita vzdelávania nevyhnutým predpokladom. Preto nielen komunikujeme s kompetentnými o potrebných zmenách, ale v rámci našich možností pomáhame aj aktívnym riaditeľom základných a stredných škôl meniť ich školy zdola. Od toho, ako sa školám podarí zvládnuť výzvy, ktoré prichádzajú, závisí v konečnom dôsledku aj budúcnosť našich firiem na Slovensku.

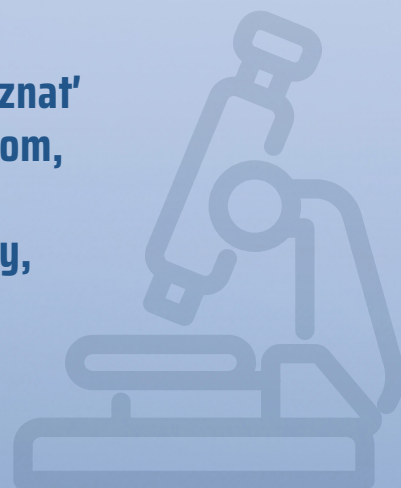
Redakcia





O KROK VPRED PRED ZDRAVOTNÝM RIZIKOM

Slovenský startup DNA ERA, ktorý prináša možnosť spoznať vlastné gény, dnes pôsobí už na troch trhoch – slovenskom, českom a čerstvo aj na poľskom. Zakladateľka firmy Michaela Šišková približuje svoje podnikateľské začiatky, no aj výzvy, ktorým musela čeliť.



Prvotný nápad vznikol, keď Michaela študovala na vysokej škole. Počas prednášky o DNA a o tom, čo všetko sa z molekúl nášho tela, ktoré nesú genetickú informáciu, dá zistiť. Fascinovalo ju, ako veľmi dokážu nadobudnuté vedomosti ovplyvniť naše zdravie. Šiškovú prednáška nadchla natoľko, že sa rozhodla vyhľadať spoločnosť, ktorá ponúkala analýzu vlastnej DNA. Po dlhom hľadaní ju našla až v USA, no testy nebolo možné objednať na Slovensko. Vďaka známym sa jej to však podarilo. Keď prišli výsledky, uvedomila si, že takéto dáta by mal mať o sebe každý.

„Od prvej myšlienky prešlo už neuveriteľných 7 rokov. Naše DNA testy sú v každej krajine plne lokalizované, pretože vnímame potrebu čítať o svojich zdravotných predispozíciách v rodnom jazyku. Od založenia firmy ubehlo 5 rokov a máme predaných vyše 10 000 testov DNA a dve investície v celkovej výške 1 250 000 eur,“ hovorí Michaela.

Genetiku si zamilovala

Michaelu a jej manžela fascinovali dlhoročné štúdie a fakt, že vďaka výskumným tímom vedcov z celého sveta si v súčasnosti môžeme dať prečítať svoju DNA aj z malej vzorky slín. „Zdravotné problémy často vznikajú z nedostatočnej prevencie a neskorej diagnostiky. Pochopenie našich génov nám umožňuje zamerať sa na rizikové oblasti zdravia a pomáha predchádzať chorobe alebo aspoň nájsť problém v počiatočných štádiách,“ hovorí Michaela Šišková.

Michaela je presvedčená, že DNA testy sa stanú štandardom a budú patriť medzi prvé testy pri narodení dieťaťa. „Napríklad Estónsko touto budúcnosťou už žije. Krajina sa rozhodla analyzovať DNA všetkým svojim obyvateľom. Momentálne má svoju DNA analýzu už viac ako



„Vďaka DNA testom často odhalíme riziká, o ktorých by sme sa bežne nedozvedeli. Sme o krok vpred pred možným rizikom. DNA test patrí medzi rozhodnutia, ktoré ak spravíme dnes, môžu nám zajtra zachrániť život,“ hovorí Michaela Šišková.

20% populácie. Vo výsledku tak Estónci ušetria obrovské náklady na zdravotnú starostlivosť vďaka včasnej a personalizovanej prevencii a liečbe a najmä zachránia množstvo životov,“ dodáva.

Výsledky DNA zrozumiteľne

V DNA ERA začínali ako start-up, ktorý priniesol na slovenský trh nový produkt. Priniesli spôsob testovania, ktorý odhalí náchylnosť na choroby, ale aj poradiť, koľko kávy je zdravé piť a aké cvičenie je pre daného človeka najvhodnejšie. Podrobná správa hodnotí a vysvetľuje genetické riziko viac ako 100 ochorení, informuje, čo dané ochorenie znamená a ako

často sa vyskytuje v populácii. V správe nájdete aj informácie, čo robiť v rámci prevencie.

Skúmvku so vzorkou slín posielajú do certifikovaných laboratórií v Nemecku a Dánsku, kde z nej DNA izolujú. Prostredníctvom vedeckých technológií sa analyzujú jednotlivé polymorfizmy. Výstupným materiálom z laboratória je tabuľka plná čísel a písmen. „V našom tíme sme vyvinuli na spracovanie surových dát vlastný softvér, ktorý ich dokáže vyhodnotiť. Údaje poskytujú obrovské množstvo informácií, ktoré vďaka dlhoročným vedeckým štúdiám vytvárajú obraz o genetickej predispozícii vzniku rôznych ochorení,“ vysvetľuje Šišková.



Zákazníci prostredníctvom testov často zisťujú svoje predispozície, histamínovú či laktózovú intoleranciu. Výsledky ich častokrát privedú na špecializovanejšie vyšetrenia - kožné či srdcovo-cievne. „Jeden z krásnych príkladov je aj príbeh našej zákazníčky, ktorú čakala operácia. Mesiac pred plánovanou operáciou jej prišli výsledky našej analýzy DNA, kde sa dozvedela, že je nositeľkou mutácie faktor V Leiden. Tá zvyšuje riziko vzniku krvných zrazenín. Rovnako riziková na vznik krvnej zrazeniny je aj operácia. Išla teda s výsledkami DNA analýzy za svojim všeobecným lekárom a aj za hematológom. Kvôli zistenému riziku jej predpísali lieky

na riedenie krvi. Aj operačný tím bol pripravený, že takáto komplikácia sa môže vyskytnúť. Plúcna zrazenina sa nakoniec aj vyskytla. Našťastie, vďaka liekom na riedenie krvi a pripravenosti personálu dopadlo všetko dobre. Veľmi silné boli slová pani doktorky, ktorá viedla operáciu. Hneď po prebratí z anestézy jej povedala - chvalabohu, že ste o tomto riziku vedeli, inak by sme sa tu zrejme už nerozprávali,“ spomína zakladateľka firmy.

Nevzdať sa

Testy DNA ERA boli na slovenskom trhu nový produkt.

Presadiť a udržať sa na trhu si stále vyžaduje úsilie. Začínajúcim startup-om odporúča veriť vo vlastný nápad či produkt, pretože vtedy ho viete posúvať ďalej zákazníkom, investorom. „Z môjho pohľadu startupom na Slovensku chýba rizikový kapitál a podpora v úplných začiatkoch. Okrem toho vnímam veľký priestor priamo už na školách, viac inšpirovať a podporovať k tvorbe a realizácii vlastných nápadov. Tam je podpora podnikateľským smerom minimálna až nulová. Nevzdať sa, nenechať sa odradiť. Len keď svojmu nápadu a produktu veríte, viete ho posúvať ďalej zákazníkom, investorom. Je to náročné a zároveň veľmi obohacujúce. A aj keby to nevyšlo, je to úplne v poriadku, pretože skúsenosti, ktoré počas tejto cesty človek nadobudne, sú veľmi cenné,“ myslí si Michaela Šišková.

Nedávno spoločnosť expandovala aj na poľský trh. „Momentálne je pre nás veľkou výzvou. Je v porovnaní so Slovenskom a Českom naozaj obrovský, plus mentalita ľudí je úplne odlišná. Zároveň som veľmi vďačná za lokálny tím, ktorý je naozaj skvelý. Jedna z najväčších výziev je neustála edukácia a budovanie povedomia,“ tvrdí Michaela.

„Zdravotné problémy často vznikajú z nedostatočnej prevencie a neskorej diagnostiky. Pochopenie našich génov nám umožňuje zamerať sa na rizikové oblasti zdravia a pomáha predchádzať chorobe alebo aspoň nájsť problém v počiatočných štádiách.“



Spoločnosť DNA ERA v Slovak Business Agency získala viaceré formy podpory. V počiatočnej fáze podnikania konzultovali startup s mnohými odborníkmi, napríklad z oblasti marketingu a účtovníctva. Taktiež boli súčasťou inkubátora, ktorý im pri rozvoji poskytol priestory a komunitu. „Konzultácie boli praktické a cenné. V počiatočných fázach by sme si takéto služby nemohli dovoliť, no zároveň boli dôležité pri rozvoji. Za túto možnosť sme veľmi vďační. Je fajn byť súčasťou podnikateľskej komunity, mnohí zakladatelia si prechádzajú veľmi podobnými štádiami a trápzeniami. Pomáha vedieť, že nie ste v tom sami. S mnohými účastníkmi inkubátora sme dodnes v kontakte a stretávame sa,“ uzatvára Šišková.

Viktória Kiripolská
Foto: DNA ERA



„Je fajn byť súčasťou podnikateľskej komunity, mnohí zakladatelia si prechádzajú veľmi podobnými štádiami a trápzeniami. Pomáha vedieť, že nie ste v tom sami. S mnohými účastníkmi inkubátora sme dodnes v kontakte a stretávame sa.“



AKO DRUHÁ RODINA

Firma Hossa Family, ktorej prepožičal meno legendárny slovenský hokejový útočník, zásobuje mrazenými potravinami všetky slovenské regióny.

Pirohy, šúľance a knedličky. Presne s takýmto typom tovaru začal podnikáť legendárny slovenský hokejista Marián Hossa. Dnešný člen Siene slávy NHL sa tak rozhodol ešte v roku 2008. V čase, keď rodák zo Starej Ľubovne, ktorý sa dnes hrdo hlási k Trenčínu, ešte v najprestížnejšej hokejovej lige sveta pôsobil. Firma trojnásobného víťaza Stanley Cupu s mrazenými a chladenými polotovarmi vznikla pod Tatrami. Spočiatku bola rýdzo výrobná, produkty dodávali vlastnými autami do

blízkych, neskôr aj vzdialenejších reštaurácií.

Práve vyťaženie vozidiel bolo neskôr impulzom na rozšírenie dodávateľskej služby o ďalší potravinový tovar pre gastro. Logicky nasledovala vlastná doprava, nákupné oddelenie a distribučný sklad.

Súčasnú výrobnú halu v priemyselnom parku v Matejovciach, v priemyselnej časti Popradu, spustili v novembri 2009. Firma sa najskôr volala HOaPe, čo sú skratky priezvisk bratrancov Mariána Hossu a Petra Peštu, ktorí

firmu založili. Hossa najskôr ako investor podporil biznis svojho bratranca Petra Peštu. Po skončení hráčskej kariéry sa na konci roka 2018 stal jediným spoločníkom firmy, a tak bola zmena názvu prirodzená. O to viac, že vo firme pôsobí aj jeho otec, bývalý hokejový tréner František Hossa.

Meno ako pomoc

Marián Hossa mal pri rozbiehaní biznisu na čom stavať. Pod jeho športový úspech sa podpísal disciplinovaný a cieľavedomý



prístup k hokejovým povinnostiam. Ten si preniesol aj do biznisu. Aj preto si firma Hossa Family zakladá na kvalite a dôveryhodnosti ako základe pre podnikanie.

„Je to dôveryhodné meno. Aj tento dôvod prispel k výberu názvu spoločnosti. Veríme, že mu pomáha. Do DNA firmy vstúpuje jeho meno hodnoty a logicky tak ručí za kvalitu našich produktov svojím menom,“ prezrádza Juraj Sopko, prokurista spoločnosti Hossa Family.

Marián Hossa je v prvom rade investor, ale všetky dôležité rozhodnutia s ním vo firme konzultujú. Tak to bolo aj pri projektovaní, ako by mala firma v budúcnosti vyzerat'. Snažila sa byť moderná a inovatívna, s kvalitnými produktami aj logistickou službou pre gastro sektor. *„Zároveň na týždennej báze riešime výsledky firmy, projekty, kvalitu. Operatívne a ekonomické riadenie zabezpečujem ja so štyrmi odbornými riaditeľmi,“* doplnil Sopko.

Firemní srdciari

Čo sa pre Sopka dnes skrýva pod označením podnikanie? *„Najmä vytváranie podmienok pre mojich výkonných manažérov. Hľadať výzvy, pretavovať ich do plánov, riešiť kapitál, viesť a motivovať ľudí. Potom sledovať procesy a prijímať opatrenia. S dobrými kolegami, akých mám, je také podnikanie radosťou,“* tvrdí.

Na druhej strane s podnikaním prichádza

zodpovednosť. Za 200 rodín, 100 dodávateľov. Juraj Sopko zastupuje v podnikaní známeho majiteľa, podniká pod jeho menom a zodpovedá za výsledky. *„Spomínal som korunu a požiar, dnes sú tu aj surovinová a energetická kríza v podobe nevídaných rastov cien a poklesu dopytu pri znižovaní reálnych miezd. Úprimne, trochu stresu z toho predsa len plynie.“*

Prepojenie pracovného a rodinného života dá každému zabrat'. *„Áno, je to časovo náročné, ale ak vás to baví, žijete s firmou 24 hodín. Ja i moji riaditelia sme srdciari. Milujeme túto firmu, túto prácu. Stále pritom myslíme na kvalitu a nastavené výzvy. Samozrejme, ukrajuje to z času a pozornosti v rodinnom živote, ale nie je to negatívom,“* dodal Sopko. S úsmevom potvrdil, že každý si môže vybrať, veď život je otázka priorit.

Vo firme pracujú tímovo, pomáhajú si a zastupujú sa, chodia na teambuildingy, takže sú už vlastne druhá rodina. *„Vždy, keď niečo robíte naplno, sa niečoho iného vzdávate. Vzdal som sa vlastného podnikania, vzdal som sa pracovného času od šiestej do druhej, vzdal som sa práce typu „čistá hlava“. S tým som však počítal a patrí to k tomu, som s tým vysporiadaný,“* konštatuje Sopko.

Aj 25 pod nulou

Hossa Family sa špecializuje na mrazené produkty, prevažne mäsové polotovary, múčne polotovary či obalovaný

sortiment. Procesy vo firme plánujú naďalej modernizovať, manuálnu prácu nahradiť strojovou, strojovú automatickou linkou a uľahčiť prácu výrobným operátorom.

Zákaznícky dopyt spoločnosť zároveň núti investovať do vyšších kapacít. Ruka v ruku s tým prichádza aj nutnosť posilniť kvalitu výrobného procesu. *„Nielenže plníme slovenské normy, ale aj medzinárodnú normu kvality IFS a vysoké požiadavky nadnárodných potravinových sietí. To potom znamená aj iné dispozičné riešenia vo výrobe.“*

Výzvou sú aj plány uľahčiť a automatizovať prácu v mraziacom sklade, kde zamestnanci firmy pracujú v teplote -25°C. *„Prácu v mraze by sme chceli urýchliť a čiastočne automatizovať. Výsledkom by malo byť lepšie pracovné prostredie pre našich ľudí a kvalitné predpripravené jedlá pre gastro a retailového zákazníka.“*

Napriek všetkým pozitívam je Juraj Sopko náročný. S pozíciou, na ktorej sa firma dnes nachádza, stále nie je celkom spokojný. S trendom, ktorým sa uberá, však áno. *„Našími konkurentmi sú zahraničné nadnárodné výrobné a logistické firmy, ktoré mali štartovaciu čiaru niekde inde. Ale pracujeme na tom, aby ich slovenská rodinná firma, so slovenským kapitálom, slovenským manažmentom a slovenskou múdrosťou dobehla,“* zakončil.

Martina Gyenes
Foto: Hossa Family

GRIZZLY.SKI

DO SVETA S UNIKÁTNYM KONCEPTOM VIAZANIA



Zatiaľ sú len štyria, ale stačí to na to, aby si firma GRIZZLY.SKI so sídlom v Kriváni vybudovala vo svete skvelé renomé. Prestížne ceny na medzinárodných výstavách, vlnajúca cena Ministerstva hospodárstva či najvyššie ocenenie v kategórii výrobková inovácia boli pre firmu so sídlom v obci Kriváň – zhruba v strede cesty medzi Bratislavou a Košicami – sľubným odrazovým mostíkom do sveta podnikania. Ich výrobky dnes kupuje osem európskych krajín, ba aj skialpinisti v USA. Firma už nadväzuje kontakty v Kanade a vzorky svojich produktov už poslala aj do Japonska a Kórejskej republiky.

Na každom grame záleží

Dušou firmy je 47-ročný Jozef Gáborík z Kriváňa. Práve on vymyslel revolučnú platformu pre najľahšie skialpinistické viazanie na svete. S unikátnym konceptom upínania k lyži. „Ako vám to čo najjednoduchšie opísať? Ide o viazanie s jedným pevným a jedným pohyblivým ramenom. Na tom pohyblivom ramene je zaisťovací mechanizmus, ktorý jednoduchým pritlačením k lyžiarke rameno zaistí. Je to pákový systém upínania, o ktorý sa predtým nikto nepokúsil,“ vraví Gáborík, ktorý sa vo firme stará o vývoj, výrobu a montáž viazaní.

Veľkou výhodou ponúkaných produktov firmy GRIZZLY.SKI je samotná hmotnosť viazania. Dosahuje len 48 gramov, čo z neho robí najľahšie viazanie na svete. „V skialpinizme je to dôležitý faktor. Aby sa človek netrepal s veľkou váhou na kopec. Keď na hmotnosti ušetríte, ľahšie hore vyjdete,“ vysvetľuje Gáborík.

Chce to vraj čas, kým si na takýto spôsob viazania skialpinista zvykne, ale potom sa z toho stane veľká výhoda. „Aj v extrémnych podmienkach sa dá viazanie rýchlo zapnúť. Je to lepšie, rýchlejšie a pohodlnejšie. Najmä atletické a behavejšie typy takýto spôsob



viazania ocenia.“ Viazanie oceňujú aj ženy, keďže tento mechanizmus je neporovnateľne ľahší na ovládanie.

Začiatky podnikania neboli ľahké. „Časť ľudí novinka, s ktorou sme šli na trh, oslovila hneď. Pri ostatných to chvíľu trvalo,“ priznáva obchodný riaditeľ firmy Marián Zátka. Ani Gáborík však možno nečakal, že jeho nápadu, ktorý si nechal patentovať, sa bude vo svete tak dariť. „Už na prvej medzinárodnej výstave v Mníchove 2019 sme sa stali finalistami v kategórii BRAND NEW, o rok sme už za náš výrobok brali zlaté ocenenie. Dnes je produkt ešte lepší, keďže sme ho na základe podnetov od pretekárov dokázali vylepšiť. A to všetko bez toho, aby sa hmotnosť viazania zvýšila,“ hrdí sa Gáborík.

Viac času na horách

O obchodné záležitosti firmy sa 38-ročný Banskobystričan Marián Zátka nestará sám. Súčasťou trojčlennej partie je aj Peter Šipula, ktorý zabezpečuje predaj zo Švajčiarska. Zátka sa v minulosti živil v marketingovej agentúre. Nad ponukou stať sa súčasťou GRIZZLY.SKI však

nepremýšľal. „Bol som rozhodnutý hneď, ale ešte som si to prešiel s manželkou. A musím povedať, že nebol deň, kedy by som to ľutoval,“ prezrádza.

„A čo ma presvedčilo? Jozefa som poznal už predtým a zároveň ma fascinovala možnosť, že budem môcť efektívne využívať a pracovať s niečím, čo mne samotnému umožní tráviť viac času v horách. Hovorím si toto je presne ono. Ku skialpinizmu som vtedy ešte len pričuchával, ale teraz ho robím častejšie. Robí mi to dobre a je to popri práci výborný relax,“ chváli tento šport Zátka.

Aj Gáborík má skialpinizmus v krvi. Obaja so Zátkom aj pretekajú. Síce na lokálnych pretekoch, ale to im radosť z pohybu v hornatom teréne neberie. „Je to o tom, že nás to baví. Teším sa vždy, keď sa niektorí pretekári s našimi viazaniami dokážu prebojovať na stupne víťazov. Aj v tomto roku sme vždy mali niekoho na slovenských pretekoch medzi najlepšimi. Darí sa nám odchytiť aj nejakých mladých skialpinistov. Máme aj pár svetových, ale tých najlepších si zaviažu silné svetové značky. V tomto smere my im zatiaľ nevládzeme konkurovať.“



Ešte lepším odrazovým mostíkom by sa pre firmu mohol stať aj fakt, že sa skialpinizmus pretlačil do programu zimných olympijských hier v talianskej Cortine d'Ampezzo v roku 2026. O ich začlenení rozhodol v júli 2021 Medzinárodný olympijský výbor na zasadnutí v japonskom Tokiu. „Skialp tam bude prvý raz. Dúfam, že sa našim športovcom podarí siahnuť aj na medailu,“ želá si Gáborík.

Desať ráz drahšie

Typy viazania, ktoré dnes GRIZZLY.SKI vyrába, sú síce vhodné aj na zjazdovky a bežné lyžovanie, no rekreační lyžiari nie sú pre firmu vhodnou klientelou. „Naše viazania sú asi desať ráz drahšie ako bežné viazanie na lyže. Je teda logické, že rekreační lyžiari siahnu po inom. V tomto odvetví platí: čím ľahšie, tým drahšie,“ vraví Gáborík.

Firma má v pláne so svojim produktmi expandovať aj do iných krajín. „Rozpracované máme Španielsko, Rakúsko, Taliansko, Kanadu a Japonsko. Radi by sme boli v každej krajine, ktorá má hory. V každej, kde sú na skialpinizmus vytvorené dobré podmienky,“ naznačuje plány pre najbližšie mesiace Zaťko.

S vývojovým dlhom na pleciach

Hoci získané ocenenia posúvajú firmu vpred, prekážok na ceste za úspešným podnikaním, je stále dosť. „Priznávam, že keď som sa do toho púšťal, čakal som, že to bude zarábať lepšie. Stále si so sebou ťaháme vývojový dlh. Vývoj nás stál veľa času, energie, peňazí. Aj preto zháňame nejaký grant, aby sme vývojový dlh trochu stiahli, lebo nás dosť blokuje v napredovaní. Máme stále aj problém zaplatiť si výrobu. Grantové schémy na Slovensku na takéto veci príliš nefungujú.“ pošťazoval sa Gáborík, ktorý v minulom roku získal ocenenie INOVÁTOR ROKA.

GRIZZLY.SKI sa zatiaľ síce dokáže užiť, ale je na hrane.

„Musíme žiť skromne, aby sme to celé dotiahli,“ pokračoval Gáborík. Motiváciou nepoddať sa problémom však určite boli aj dosiahnuté ocenenia. „Keby neustále nejaké neprichádzali, možno by som si aj niekedy v minulosti už povedal, že to celé nemá zmysel. Teraz, naopak, dúfam, že ešte pekných pár rokov vydržím. Stále ma to baví, veď skúškam a testom sa venujem už dlhé roky,“ dodáva.

Aj jeho spolupartner vo firme dosiahnuté obchodné renomé značky kvituje. „Vo svete nám ceny dodali kredit. Pomohli zviditeľniť sa. Ľudia nás aj vďaka vnímajú, že sme sa s našim výrobkom prebojovali medzi veľkých hráčov. A ma teší, lebo vďaka tomu sme schopní naplňovať naše poslanie,“ usmieva sa Zátka.

Pomoc SBA? Dôležitá a prínosná

Pomôcť k ešte lepším ekonomickým výsledkom by

GRIZZLY.SKI mal aj procesný audit, o ktorý firma prostredníctvom Slovak Business Agency požiadala. „Potrebujeme si nastaviť vnútorné procesy tak, aby sme fungovali čo najefektívnejšie. Nastaviť si presné časové rámce, kedy čo spustiť, čo robiť. Hlavnú kostru máme, len je nutné tie veci doladiť. Nastaviť si procesy tak, aby fungovali pre náš systém,“ vysvetľuje Gáborík.

„My vnímame, že sme sa dostali na nejakú úroveň. No dokážeme si priznať, že napriek tomu, že sa nám podarilo vyhrať nejaké svetové ceny a máme svetový produkt, nie sme vo všetkom dokonalí,“ dopĺňa jeho slová Zátka.

Aj preto v GRIZZLY radi využili ponuku na spoluprácu s SBA. „Bola pre nás dôležitá a prínosná. My si chceme nechať rozprávať do toho, ako to robíme. Nechceme sa zavrieť a tváriť sa, že sme najlepší a že všetko vieme. Je to práve naopak. Radi si pustíme profesionála do firmy, nech sa na to pozrie,“ pripúšťa Zátka.

Ruksak aj pre zdravotne znevýhodnených

Firma nemá v pláne zostať len pri viazaní. Jednou z noviniek chystaných do predaja má byť špeciálne upravený ruksak určený pre aktívnych skialpinistov. Vytvoril ho zdravotne znevýhodnený Michal Šnajdr. Keďže mu chýba ruka, upravil si ho tak, aby vyhovoval jeho potrebám, čo z neho robí vhodný produkt aj pre ostatných podobne znevýhodnených ľudí. „Počas skialpinistického prechodu sa s ním naozaj veľmi ľahko manipuluje,“ vraví Zátka.

Za jednu z tvárí GRIZZLY.SKI možno pokojne označiť slovenského skialpinistu Jakuba Šiarnika. „Chodí na svetové poháre a prezentuje nás po celom svete. Zároveň nám dáva aj hodnotnú spätnú väzbu k viazaniam,“ teší sa z nadviazanej spolupráce obchodný riaditeľ firmy.

Rastislav Hríbik
Foto: GRIZZLY.SKI





KRÁĽOVSTVO MALÝCH ZVIERAT

**FARMAPARK LUBINA PONÚKA DEŤOM
I DOSPELÝM MOŽNOSŤ SPOZNAŤ DOMÁČICH
MILÁČIKOV UŽ DESAŤ ROKOV.**

FARMAPARK
Lubina 

Na farme si môžete pohladkať či nakrmiť miniatúrne ovce, kozy, prasatá, kone, somárik, kravy, sliepky, králiky, kačky, lamy, ba dokonca aj pštrosy, andulky či klokany. „Máme tu dnes 136 zvierat naozaj rozmanitých druhov. Všetko sú to miniatúrne druhy hospodárskych zvierat,“ prezrádza nám Katarína Ježíková v prvý prázdninový pondelok - v deň, keď sme sa vybrali na návštevu útulného zariadenia ležiaceho na slovensko-moravskom pohraničí v podjavorinskej oblasti.

Najskôr kasting

FarmaPARK Lubina nehľadáte v obci, nájdete ju až za dedinou - na polosamote s rozsiahlym parkoviskom, ktoré návštevníkom uľahčuje návštevu. FarmaPARK práve oslavuje desiate výročie a Ježíkovú teší, že počet návštevníkov neustále stúpa. Určite aj preto, že majitelia nespia na vavrínoch, stále pridávajú nové ohrádky a nové zvieratá.

„Najnovším prírastkom sú malé jahniatka, no máme aj malého klokánčeka. Každý rok pridávame jednu-dve ohrádky. Ale tie zvieratká musia najskôr prejsť výberom i výcvikom. Musíme hľadať také povahy, ktorým náš režim bude vyhovovať. Aby to tu pre ne nebolo trápenie a aby sa cítili komfortne. Takže chodíme po chovateľoch a sledujeme, ktoré sú priateľskejšie ako ostatné,“ vysvetľuje majiteľka za súhlasného békania malých čiernych ovečiek, ktoré náš rozhovor starostlivo sledujú.

No len do momentu, kým do ohrádky nevstúpi rodina s dvoma malými deťmi. Okamžite sa stáva centrom pozornosti ona. „Tie zvieratká sú na ľudí zvyknuté, vyhľadávajú ich spoločnosť. Ja to vnímam ako takú win-win situáciu. Tešia sa deti, zvieratá aj rodičia. A keď deti už zvieratká omrzia, máme tu drevené vodné ihrisko,



detské brodisko, trampolínu aj iné atrakcie,“ ukazuje nám Katarína počas spoločnej prechádzky jej kráľovstvom.

Človek má niekedy pocit, že sa ocitol v rozprávkovom svete. Aj vďaka jedinečným dreveným príbytkom, v ktorých malí hrdinovia areálu žijú. „Máme veľmi šikovného správcu a tie domčeky sú jeho dielom. Mimochodom, je to náš najdlhšie zamestnaný pracovník,“ chváli svoj tím Ježíková. Badateľne spokojná, ako to vo FarmaPARK-u momentálne funguje.

Správny cit je základ

„Na trvalý pracovný pomer zamestnávame maximálne desať ľudí, počas sezóny však navyše aj 25 brigádnikov, študentov. Je to pohyblivý počet, pričom platí, že ľudia sa musia na jednotlivých stanovištiach striedať,“ vraví. Zaučiť nového zamestnanca vo firme takéhoto typu nie je až tak jednoduché. „Môže trvať aj pol roka, kým noví ošetrovatelia získajú správny cit pre dané zviera. Treba

sa to postupne naučiť. Máme ich veľa a každý druh má svoje vlastné špecifiká,“ prezrádza.

FarmaPARK je počas bežného roka otvorený cez víkendy a sviatky, no počas prázdnin každý deň. „Platí, že v každej sekcii zvieratiek máme jedného-dvoch animátorov, ktorí sa návštevníkom venujú. Zvieratká si návštevníci môžu pohladkať, nakrmiť. Chceme, aby si ich naozaj užili tak ako my. Niekedy sa nás ľudia pýtajú, či tým zvieratám nevadí, že je okolo nich toľko detí a krik. Ale pre ne je to celý ich život, je to pre ne prirodzené. My sme mali problém, keď to tak nemohlo byť. Napríklad počas korony. Farma musela byť zatvorená, zvieratá sa nudili, lebo im chýbala spoločnosť. Aj preto sme tie, ktorým kontakt veľmi chýbal, umiestňovali do rodín s deťmi.“

Neplánovaný biznis

Zostáva paradoxom, že Ježíkovci podobnú farmu pôvodne ani neplánovali vybudovať. „Sťahovali sme sa sem kvôli podnikateľskej



príležitosti môjho vtedajšieho manžela, zakladal v Novom Meste strojársku predajňu. A keďže som už vtedy ako tínedžerka chovala miniatúrne zvieratká, či písala chovateľský blog, tak som si ich sem presťahovala. Bolo to vtedy len moje hobby.“

Ježíkovci starý sad a neobývaný rodinný dom kúpili v roku 2010. Lubina všetko zmenila. Väčší pozemok a viac miesta inšpirovali ku kúpe väčšieho počtu a druhov zvierat. „Vozili sme ich z Nemecka, Holandska, Dánska. Dnes sú plemenné chovy aj v Česku, nemusíme cestovať až tak ďaleko,“ teší sa.

S rastúcim počtom zvierat rástol počet záujemcov, ktorí si ich chceli prísť pozrieť. „Kočíkovala som tu dcéru a ľudia sa mi sami začali ozývať, že chcú ísť s deťmi moje zvieratká pohladkať. Niektorí sa ani nepýtali a rovno si otvorili bránku do nášho dvora. Tak som si povedala, že si popri materskej skúsím privyrobiť a farmu otvoríme pre verejnosť,“ spomína Katka.

Oficiálny vznik firmy sa datuje na rok 2013. Farmu nazvali podľa miniatúrnych hospodárskych zvierat, ktoré chovali, jednoducho – Minifarma. Podnikatelia, ktorí nerozumeli, v čom tkvie úspech Minifarmy a chceli niečo podobné zopakovať, si aj svoje prevádzky nazvali rovnako. Veľa z nich však už zaniklo. Starat' sa o zvieratká, ktoré sú vystavené blízku kontaktu s verejnosťou nie je nič jednoduché. „Dôležitá je aj prevencia. Musíme vedieť všetko aj o vonkajších a vnútorných parazitoch, ktoré zvieratá môžu trápiť. Rýchlokvasení zakladači fariem to často neriešia, alebo o tom nič nevedia, no keď robíte prevenciu správne, vychytáte 95 percent problémov. Navyše sú to živé zvieratá. Nemôžete ich zatvoriť do skrine, keď skončí sezóna. To naše know-how sa veľmi ťažko napodobňuje. Nejde to zo dňa na deň. Viem, o čom hovorím, veď tie zvieratká chovám od pätnástich rokov,“ objasňuje Ježíková.



„My tie zvieratá nechceme držať v klietkach. Chceme, aby mali čo najväčší výbeh. Čo najviac kontaktu s ľuďmi. Aj preto sme vďační, keď sa staneme pre niekoho obľúbenou farmou. Keď sa sem ľudia vracajú a majú svojich favoritov.“

Žiadne ZOO

Obaja spolumajitelia farmy svorne pripomínajú, že nie sú ZOO. „V minulosti nebol problém kúpiť mláďať tигра alebo leva a mali by sme farmu plnú. Ale my tie zvieratá nechceme držať v klietkach. Chceme, aby mali čo najväčší výbeh. Čo najviac kontaktu s ľuďmi. Aj preto sme vďační, keď sa staneme pre niekoho obľúbenou farmou. Keď sa sem ľudia vracajú a majú svojich favoritov. Väčšinou naozaj rôznych. Nieкто sa k nám vracia každoročne kvôli koze, ktorá podáva packu, iný kvôli andulkám, ktoré im priletia po zrnko na ruku. Nieкто kvôli najobyčajnejšiemu zajačikovi, aj keď tie naše sú vskutku jedinečné povahy.“

Mimochodom, majiteľka ovláda mená takmer všetkých miláčikov, ktoré vo FarmaPARK-u má. „Aj keď

pri tých malých čiernych ovečkách je to niekedy problém,“ smeje sa.

Vylepšiť marketing

Aj FarmaPARK Lubina sa rozhodol využiť služby Slovak Business Agency. Dal si spraviť firemný audit. „Marketing nám čiastočne viedla tri roky marketingová spoločnosť. Spočiatku sme boli spokojní, ale neskôr tam boli nedostatky, tak sme spoluprácu ukončili. Aktuálne nám audit pomôže nedostatky pomenovať a čakáme, že nám odhalí nevyužitú príležitosť, ktorých sa môžeme chytiť. Už v tejto chvíli, ako sme ten marketing vzali do vlastných rúk, je efektívnejší, no chceme v tomto smere čo najviac napredovať. Síce nám to zaberá veľa času, ale určite sa to oplatí,“ vraví.

A ako sa o SBA dozvedeli? „Prostredníctvom sociálnych sietí. Aj my sa snažíme byť na nich čo najviac aktívni. Teraz sme v rámci propagácie začali pridávať a strihať videá. Kedysi som bola pri zvieratách väčšinu času, odkedy je farma otvorená pre verejnosť, je to skôr opačne.“

No ani menej času na svojich obľúbených miláčikov pani Ježíková od plánov zlepšiť prevádzku FarmaPARK-u neodrádza. Spokojnosť návštevníkov popri spokojných zvieratách je pre ňu tou najlepšou odmenou. „Stále však nie sme destináciou, kam by chodili aj návštevníci zo zahraničia. Aj to je niečo, čo by sme veľmi radi posilnili,“ žela si.

Po našej návšteve FarmaPARK-u môžeme len držať palce. Rozprávková farmička v kopaničiarskom sade na úpätí najvyššieho vrchu Bielych Karpát si návštevu určite zaslúži.

Rastislav Hríbok
Foto: Marek Baláž,
FarmaPark Lubina

ŽIVOT NA PROJEKTOCH

ANKETA SO ZAMESTNANCAMI

Aj vďaka ich mravčej práci bolo možné projekty v SBA posunúť bližšie k podnikateľom a podporiť rast MSP. O skúsenosti s realizáciou projektov sa s nami podelil rovný poltucet zamestnancov, z ktorých polovica prežila v agentúre naozaj dlhé roky.

Čo považujete za najväčší prínos projektu, na ktorom ste pracovali?



Ivica Forrová, Oddelenia podpory rastu MSP:

Dve skutočnosti – široké portfólio individuálnych služieb pre podnikateľov a regionálna dostupnosť po celom Slovensku. Podnikatelia kvitovali, že je tu „niekto“, kto prišiel za nimi, veľa krát drobnými a začínajúcimi podnikateľmi, priamo do ich regiónu, s ponukou pomôcť im naštartovať nový biznis či rozvinúť rastúcu firmu. Unikátny charakter agentúry a naša úzka spolupráca s podnikateľskými združeniami nám pomohli vytvoriť také služby, aké podnikatelia potrebovali. Vnímala som počas tých rokov, ako oceňujú, že sa majú s kým poradiť, riešiť ich podnikateľský problém, osvojiť si nové postupy a zručnosti, ale aj inšpirovať sa inými podnikateľskými príbehmi. A to všetko bez potreby finančne participovať.



Stanislav Bíroš, Oddelenie podpory rastu MSP:

Značný počet malých a hlavne začínajúcich podnikateľov dostal možnosť bezplatne konzultovať a riešiť problémy s profesionálmi v oblastiach, v ktorých potrebovali. Získali tak úplne iný pohľad a odporúčania pre riešenie.



Júlia Straková, Rastový program v Trenčíne:

Pomoc začínajúcim podnikateľom. Sú to všetko šikovní a cieľavedomí ľudia. Vďaka našim konzultantom sme im vedeli odborne pomôcť, nasmerovať ich.



Juraj Bartakovics, Podpora internacionalizácie MSP:

Služby projektu Podpora internacionalizácie MSP pomohli stovkám slovenských podnikateľov získať prehľad o trhoch mimo našich hraníc. Práve vďaka tomu sa nám podarilo pozitívne zviditeľniť Slovensko a pomôcť širokej škále slovenských produktov a služieb preniknúť do širšieho povedomia v Európe, aj inde vo svete.



Renáta Madzinová, Monitoring podnikateľského prostredia:

Náš projekt nie je primárne zameraný na poskytovanie služieb podnikateľom, sústreďujeme sa na systematické monitorovanie podnikateľského prostredia nielen v SR, ale aj v ďalších krajinách EÚ. Najväčším prínosom je príprava komplexných informácií. Služia nielen podnikateľom, ale aj akademickej obci, ministerstvám a širokej odbornej verejnosti, s cieľom systematicky prispieť k zlepšovaniu podnikateľského prostredia v SR a prispieť k tvorbe politik a rozhodnutí na základe dát.



Beáta Macušová, Oddelenie podpory rastu MSP:

Podnikatelia mali možnosť bezplatne sa obrátiť na odborníka presne v momente, keď potrebovali vyriešiť nejaký problém.



Ktorý pozitívny moment počas vášho pôsobenia v organizácii by ste označili za najsilnejší?



Forrová:

Zaujali ma príbehy niektorých našich expertov, ktorým sme aj našimi službami a príležitosťami pomohli prejsť cestu od klienta NPC po úspešného experta spolupracujúceho s SBA. Napríklad jeden z podnikateľov prišiel do SBA na začiatku projektu ako majiteľ gastro prevádzky. Zakladateľ siete rýchleho občerstvenia sa prišiel informovať o mikropôžičke pre svoj gastrobiznis. Stal sa klientom NPC a neskôr ponúkol skúsenosti a odbornosť v gastro sektore ako lektor a konzultant. Bol našim prvým príkladom úspešného podnikateľa a externého spolupracovníka. Iná klientka spojila svoj podnikateľský príbeh s SBA ešte ako nepodnikateľka. Dva roky na sebe pracovala a systematicky sa pripravovala na podnikateľskú dráhu. Využila viacero služieb, absolvovala množstvo podujatí. V súčasnosti spolupracuje s SBA ako expertka.



Bíroš:

Asi to bolo dlhšie obdobie ako moment. A možno to vyznie aj paradoxne, ale z môjho pohľadu to bolo obdobie na začiatku pandémie. Po počiatocnom šoku, ktorý zasiahol mnohé firmy sme začali prispôbovať procesy tak, aby sme mohli poradenstvo poskytovať aj za splnenia vtedy platných opatrení. Pre podnikateľov to boli ťažké časy. Som rád, že sme vtedy zareagovali promptne a snažili sa pomôcť v maximálnej možnej miere. Od viacerých z nich sme dostali spätnú väzbu, že práve poradenstvo v tomto období bolo pre

nich kľúčové z hľadiska zachovania ich podnikateľskej činnosti.

Straková: Bolo ich viac – v podstate vždy, keď prišiel za mnou podnikateľ a ďakoval za poskytnutú pomoc. Za to, že sme mu poskytli kvalitného konzultanta, ktorý ho správne nasmeroval. To bola najväčšia motivácia.

Bartakovics: Podarilo sa mi pomôcť partii robotníkov z Oravy vybaviť všetku potrebnú dokumentáciu na prácu v Rakúsku – počnúc slovenskými úradmi až po papiere od rakúskych úradov, na čo mi zavola manželka vedúceho partie, aby mi osobne poďakovala keďže od toho závisel osud všetkých rodín. Až vtedy som sa dozvedel, že nebyť toho že sa im podarilo vybaviť dokumentáciu tak by nezískali zákazku po tom čo si už rok nevedeli nájsť prácu v SR. Ešte roky na to som im pomáhal s papiermi, až kým si na to trúfli sami.

Madzinová: Najsilnejšie sú stretnutia s podnikateľmi a ďalšími aktérmi nami organizovaných okrúhlych stolov, riadených rozhovorov alebo dotazníkových prieskumov. Pomáhajú nám lepšie porozumieť a pochopiť správanie sa jednotlivých podnikateľských a nepodnikateľských subjektov a odhaliť reálne problémy, s ktorými sa v podnikateľskej praxi stretávajú.

Macušová: Každý moment, keď sa klienti vyjadrili, že im služba pomohla. Že sa im jej prostredníctvom podarilo preklenúť problematické obdobie, alebo sa posunuli smerom, ktorý by možno bez našej pomoci neobjavili.

Aký podnikateľský príbeh, s ktorým ste sa v projekte stretli, na vás najviac zapôsobil?

Forrová: Viacero, o naše služby žiadali stovky podnikateľov. Mali sme firmy, ktoré sa pri nás rozvíjali 2 - 3 roky, neraz aj dlhšie. Využili viaceré služby, posúvali sa dopredu, prešli s nami aj cez ťažké pandemické obdobie. Vyberiem však firmu s veľmi zaujímavým biznisom. Rieši konkrétny zdravotný problém úzkej cieľovej skupiny. Vyvinula softwarovú platformu Sonorias a mobilnú aplikáciu na počúvanie špeciálnej hudby pre deti s vývinovými poruchami ako je komunikácia, reč či koncentrácia. Najprv sa orientovala na slovenský a český trh, v súčasnosti je už dostupný po celom svete. Podnikateľ prišiel do NPC v štádiu, kedy plánoval rozšíriť platformu na zahraničný trh a potreboval poradiť v oblasti ochrany a spracovania osobných a citlivých medicínskych údajov klientov a nastaviť dodržanie všetkých legislatívnych povinností.

Bíroš: Najviac na mňa zapôsobili tie, pri ktorých malo naše poradenstvo zásadný vplyv na smerovanie a rozvoj firmy nášho klienta. Asi najviac príbeh spoločnosti, ktorá sa venuje barefoot obuvi. Spolupracovali sme s ňou od jej začiatkov a dnes hovoríme o nadnárodnej spoločnosti s miliónovými tržbami.

Straková: Máme klientku, ktorá začala vyrábať prírodnú kozmetiku, aby pomohla dcére s ekzémom. Boli sme s ňou v podstate od začiatku. Dnes predáva svoje výrobky po celom Slovensku. Alebo módna návrhárka, ktorá sa aj vďaka nám presadila vo vysoko konkurenčnom prostredí a dnes má svoje krajčírky a módný ateliér v Bratislave.

Madzinová: Z pozitívnych príkladov to boli najmä príbehy mladých podnikateľov, ktorí začali podnikáť na strednej alebo vysokej škole. Zaujímavé boli aj príbehy začínajúcich podnikateliek, ktoré to najmä v období 90. rokov 20. storočia medzi mužmi nemali vôbec ľahké.

Macušová: Viacero. Ale ak to zovšeobecním, vždy som mala radosť, ak sme mohli byť pri raste malých firiem, keď sa posúvali na iný level. Prípadne, ak klient na základe poradenstva neurobil rozhodnutie, ktoré mal v pláne a ktoré by ho inak mohlo finančne potopiť. Avšak s príspením rád experta sa vybral iným, pre neho výhodnejším smerom.

Aké úlohy bolo počas trvania projektu najťažšie splniť?

Forrová: Nedôveru podnikateľov. Počas celého trvania projektov sme museli vysvetľovať náš zámer pomôcť im v podnikaní a ako môžu benefitovať zo služieb. Zároveň však aj vysvetľovať základné podmienky poskytovania pomoci z eurofondových projektov a presvedčiť ich, aby pred využívaním samotných služieb prekonal bariéru vstupných administratívnych krokov.

Madzinová: Najmä počas obdobia koronakrízy bolo náročné získavať klientov, ktorých sme oslovovali ako účastníkov okrúhlych stolov, riadených rozhovorov alebo dotazníkových prieskumov. Túto úlohu by bez spolupráce s kolegami z regiónov z NPC nebolo možné realizovať.

Straková: Začiatok korony bol náročný. Myslím, že sme to nakoniec dobre zvládli, zaviedli sme online podujatia aj konzultácie, elektronické podpisovanie dokumentácie. Vďaka korone sme naše procesy zjednodušili, stali sa flexibilnejšie. Podnikatelia na Slovensku majú, žiaľ, stále veľké predsudky voči

eurofondovým projektom. Myslím si však, že sa nám ich dario búrať. Boli sme tím ľudí, ktorých práca bavila. Hľadali sme riešenia, nie prekážky, čo klienti vždy ocenili.

Bartakovics: Najťažšie je zosúladiť predstavu podnikateľskej obce o tom čo by mali služby pre MSP obsahovať s reguláciami a predpismi obmedzujúcimi štrukturálne fondy. Sú to dva úplne odlišné myšlienkové pochody. My sa ako poskytovateľ služieb nachádzame niekde uprostred. Snažíme sa to čo najviac prikloniť na stranu podnikateľov.

Macušová: Medzi najťažšie úlohy vždy patrilo spárovanie dvojice klient – expert. Každý klient sa nachádza v inom štádiu podnikania, potrebuje čosi iné. Bolo zaujímavé pozorovať ako a či si klient a expert sadnú, či sme zvolili dobre. Za veľmi dôležité a niekedy ťažké považujem výber tém pre semináre či workshopy. Aby sme podnikateľov zaujali, bolo potrebné vhodne reagovať na aktuálnu situáciu v podnikateľskom svete. A nielen počas koronakrízy.

www.inbiznis.sk



časopis nielen pre podnikateľov



SLOVAK | BUSINESS | AGENCY

SLOVAK BUSINESS AGENCY | KARADŽIČOVA 2 | 811 09 BRATISLAVA 2

WWW.SBAGENCY.SK