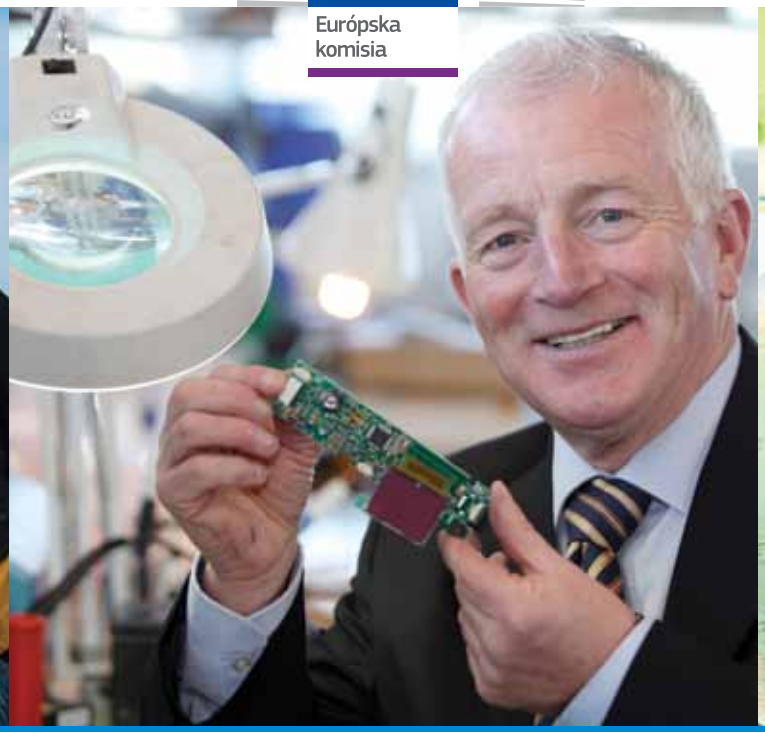
Európska komisia



Tajomstvo úspechu 2012-13

Európske MSP ako medzinárodní šampióni

Podnikanie a priemysel

EURÓPSKY TÝŽDEŇ MSP

Európska komisia ani žiadna osoba konajúca v jej mene nezodpovedá za použitie informácií obsiahnutých v tejto publikácii, ani za chyby, ktoré sa môžu vyskytnúť napriek starostlivej príprave a kontrole. Táto publikácia nevyjadruje bezpodmienečne názory alebo stanoviská Európskej komisie.

Luxemburg: Úrad pre vydávanie publikácií Európskej únie, 2012

Titulné fotografie: fotografia holandského podnikateľa so žeriavom
© foto: Job Boersma

ISBN 978-92-79-24929-7
DOI 10.2769/37600

© Európska únia, 2012
Rozmnožovanie je povolené len so súhlasom autora.
Pre akékoľvek použitie alebo reprodukciu fotografií, na ktoré sa nevzťahujú autorské práva Európskej únii, je potrebné získať povolenie priamo od držiteľa/držiteľov autorských práv.

Táto správa je financovaná z Rámcového programu pre konkurencieschopnosť a inováciu, cieľom ktorého je podporiť konkurencieschopnosť európskych podnikov.

Predslov k brožúre Tajomstvo úspechu 2012-13

Vitajte pri čítaní brožúry „Tajomstvo úspechu“ na rok 2012-13! Inšpiratívni podnikatelia v tohtoročnej brožúre Tajomstvo úspechu dokazujú, že nemusíte začať vo veľkom na to, aby ste mali veľký vplyv. Sú to všetko malé a stredné podniky (MSP), ktoré sa vo veľkej miere zviditeľnili pri rozvíjaní medzinárodného obchodu – sú našimi skutočnými „medzinárodnými šampiónmi“!

Medzinárodný úspech je pre MSP na dosah a zo strategického hľadiska je momentálne dôležitejšie ako kedykoľvek predtým, že aj malé podniky uvažujú o medzinárodnom pôsobení. Podniky, ktoré príjmu výzvu a nazrú za najbližší horizont, aby sa chopili medzinárodných príležitostí, sú konkurencieschopnejšie, inovatívnejšie a tieto kvality sa môžu stať súčasťou prirodzeného cyklu, ktorý bude viesť k ešte väčšiemu úspechu.

Nachádzame sa v období, kedy nás hľadanie príležitostí rastu musí viesť z hľadiska spolupráce k nazretiu za hranice našich tradičných trhov a miestnych oblastí. Najvyššie miery rastu môžu byť v oblastiach, na ktoré sme sa predtým nezameriavali, avšak ktoré nie sú mimo náš dosah. Stále sa rozvíjajúca a cenovo dostupnejšia technológia znamená, že projektanti, manažéri, marketingoví odborníci a predajcovia môžu spolupracovať novými spôsobmi na rozvoji obchodného potenciálu a poskytovať služby na trhoch a zákazníkom po celom svete, aj napriek vzájomnej vzdialenosti, ba dokonca nemusia zdieľať ani spoločnú domovskú základňu.

Tento rozvoj znamená, že pre naše malé a stredné podniky predstavuje internacionalizácia významný zdroj nevyužitého potenciálu. Zatiaľ len jedna štvrtina európskych MSP vyváža za hranice svojej domovskej krajiny a ešte menej – asi 13 % – vyváža mimo Európy.

Toto je dôležité memento, aby sme na konci tohto roka mohli osláviť 20 rokov jednotného trhu. Zrušením fyzickej hranice a kontroly ciel medzi krajinami EÚ od 1. januára 1993 sa vytvoril najväčší integrovaný trh na svete s ďalšími príležitosťami pre európske spoločnosti. Od roku 1993 prispel až 3 miliónmi ďalších pracovných miest v Európe.

Avšak fragmentácia vnútroštátnych trhov s množstvom nevyužitého potenciálu rastu tu existuje stále. Napríklad, jednotný trh ešte nie je v prípade online obchodu ukončený a mnoho poskytovateľov služieb sa pri snahách o expanziu za hranice svojej domovskej krajiny stretáva s prekážkami a byrokraciou.

Jednotný trh ponúka európskym spoločnostiam dobrú platformu pre internacionalizáciu. Spoločné normy v Európe vytvárajú príležitosti na vstup na vnútroštátne trhy a premenu na globálnejšie spoločnosti.

Teší ma tiež a som hrdý, že tohtoročné vydanie brožúry „Tajomstvo úspechu“ prináša profily zvyšujúceho sa počtu úspešných podnikateliek. Potenciál podnikateliek v Európe a celosvetovo nie je ešte stále plne docenený, preto je mu potrebné ponúknuť kompletnú príležitosť na úspech. Ženy, ktorých profily sú uvedené v tejto brožúre dokazujú, čo všetko sa dá urobiť.

Dvadsiate výročie jednotného trhu nepredstavuje len príležitosť obzrieť sa späť na to, čo sme dosiahli. Musíme vykonať ešte veľa práce – pre mužov a ženy, mladých a starších podnikateľov, doma v Európe a mimo nej. Verím, že táto brožúra vám poskytne inšpiráciu pri našom spoločnom úsilí riešiť tieto problémy.

Antonio Tajani

Antonio Tajani
podpredseda Európskej komisie
zodpovedný za priemysel a podnikanie

Obsah

Majlinda Angoni
Venice Art SH.P.K 4

Eveline Pupeter-Fellner a Albert Fellner
Emporia Telecom Produktions- und Vertriebs GesmbH & CoKG 6

Thierry Vandererfven
Belberry Preserves bvba 8

Ivaylo Penkov
Ikarov L.P. 10

Dinos Antoniou
Globalserve Consultants & Dinos Antoniou and Co. 12

Karel Plotěný
ASIO, spol. s.r.o. 14

Joachim Krüger
Solarlite GmbH 16

Anne-Mette Elsborg
PJ Diesel Engineering A/S 18

Tõnis Liivamägi
LCDVF OÜ 20

Juan Imedio
Salto Systems 22

Minna Parikka
Minna Parikka Shoes 24

Anne Midavaine
Atelier Midavaine 26

Iskra Vetadzokoska-Mucunska
Vitalia Nikola d.o.o 28

Polymnia Alexiadou
Paxil 30

Vjekoslav Majetić
DOK-ING Llc 32

Tibor Balogh
Holografika Kft. 34

Liam Ryan
BMS Ireland 36

Dr. Sobhi Basheer
TransBioDiesel Ltd. 38

Vilborg Einarsdottir
InfoMentor 40

Caterina Lucchi
Campomaggi & Caterina Lucchi s.r.l 42

Reinhard Braun
Pantec AG 44

Andrius Rupšys
Ruptela, UAB 46

Michèle Detaille
Codiprolux 48

Juris Zariņš
JZ Microphones 50

Jovan Jovetić
Montcarton d.o.o. Podgorica 52

Alex Scicluna
skupina spoločností Jubilee 54

Thecla Bodewes
Shipyards Bodewes & Shipyard De Kaap 56

Gry Cecilie Sydhagen
Metizoft AS 58

Roman Martyna
Laboratórium „LRM“ 60

Purificação Tavares
CGC Genetics 62

Ingrid Vlasov
SC Ingrid Vlasov SRL 64

Slobodan Raketić
Elex Commerce 66

Kersti Kempe
Popomax AB 68

Petra Marko
ExtravaDansa 70

Rok Uršič
Instrumentation Technologies, d.d 72

Dr. Mevlüt Büyükhelvacigil
Helvacizade Food, Pharma and Chemistry Inc. 74

Rami Ranger
Sun Mark Ltd. 76

Príďte s vlastným podnikateľským nápadom 79

Majlinda Angoni

Názov spoločnosti: **Venice Art SH.P.K**
Výrobky/Služby: **výroba a export benátskych masiek a remeselných výrobkov**
Rok vzniku: **1997**
Počet zamestnancov: **96**
Kľúčové trhy: **Taliansko, USA, Austrália, Francúzsko, Spojené arabské emiráty**

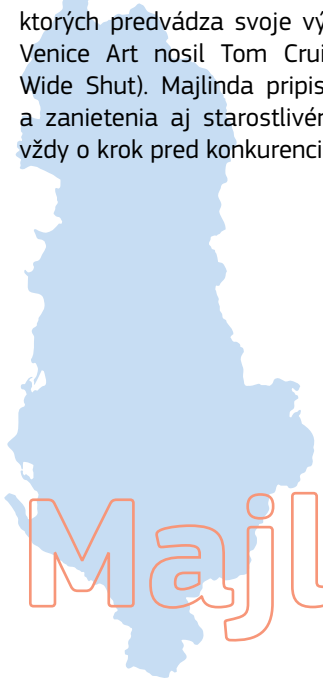
majlindangoni@yahoo.it
www.veniceartshkoder.com
Shkoder, Albánsko

„Musia tvrdo pracovať, aby zaistili kvalitu svojich výrobkov“

Keď rodina Angoni odišla z Albánska do Talianska, vždy mali v úmysle prípadne sa vrátiť domov a začať podnikať. Semienko zasiali, keď sa u nich počas pobytu v Taliansku rozvinula vášeň pre benátske masky.

To inšpirovalo Majlindu Angoni, aby v roku 1997 založila spoločnosť Venice Art. Spočiatku čelila prekážkam, ako bol nedostatok znalostí o nástrojoch a postupoch potrebných na výrobu masiek, ako aj o trhu s týmito výrobkami. Keď ich získala, musela Majlinda sama vyškoliť nových zamestnancov spoločnosti.

Vďaka tvrdej práci však Majlinda tieto prekážky prekonala a spoločnosť Venice Art, ktorá začínala len so štyrmi zamestnancami, ich má dnes 96. Vyrobí viac ako 24 000 benátskych masiek ročne spolu s benátskymi kostýmami. Vyvážajú sa do 15 krajín a predávajú sa v šiestich obchodoch Venice Art, z ktorých je jeden v Benátkach a ďalší v Las Vegas. Spoločnosť organizuje bály, na ktorých predvádza svoje výrobky a preslávila sa tým, že masky Venice Art nosil Tom Cruise vo filme Spaľujúca vášeň (Eyes Wide Shut). Majlinda pripisuje úspech spoločnosti okrem vášne a zanietenia aj starostlivému sledovaniu trhu a schopnosti byť vždy o krok pred konkurenciou.



Majlinda Angoni

Moje motto...

...je, ako povedal Walt Disney, ak o niečom viete snívať, dokážete to urobiť.

Čo by ste poradili podnikateľom uvažujúcim o expandovaní do zahraničia?

Ak chcú byť konkurencieschopní, musia tvrdo pracovať, aby zaistili kvalitu svojich výrobkov, ich širokú paletu a ponúkali také výrobky, o ktoré bude mať trh záujem.

Čím zvláštnym sa, z pohľadu kvality, líšia vaše výrobky a služby od konkurencie?

Celý výrobok je vyrobený ručne a má vysokú kvalitu. V rámci našej spoločnosti ponúkame flexibilitu, množstvo modelov, rýchle doručenie a bohaté skúsenosti.

Váš najväčší úspech alebo niečo, na čo ste veľmi hrdá...

... je naša pozícia lídra na trhu s výrobou masiek v samotných Benátkach, rodisku masiek.

A vy, ako by ste vytvorili podnikateľský nápad a začali nové podnikanie?

Eveline Pupeter-Fellner a Albert Fellner

Názov spoločnosti: **Emporia Telecom Produktions- und Vertriebs GesmbH & CoKG**
Výrobky/Služby: **slúchadlá k mobilným telefónom s jednoduchou obsluhou**
Rok vzniku: **1991**
Počet zamestnancov: **130**
Kľúčové trhy: **Rakúsko, Nemecko, Spojené kráľovstvo, Poľsko, Taliansko**

office@emporia.at
www.emporia.eu
Industriezeile, 36, 4020 Linz, Rakúsko

„Všetko sa začína dobrým nápadom...“

Keď začalo byť pre mamu Alberta Fellnera zložité telefonovať a prijímať hovory cez mobil, jej syn, technik, navrhol slúchadlá s jednoduchou obsluhou, aby tak splnil špecifické potreby starších občanov. Vďaka komerčnému úspechu bol založený podnik Emporia Telecom v Rakúsku, ktorý dostal rodinnú spoločnosť na medzinárodnú úroveň.

Albert sa usiloval získať tých najlepších obchodných partnerov, aby získal oporu na neznámych zahraničných trhoch. Napríklad zmluva podpísaná s telekomunikačným gigantom T-Mobile, minimalizovala riziko uzatvárania obchodov v krajinách mimo Rakúska. Spoločnosť je v súčasnosti zahrnutá do portfólia spoločnosti T-Mobile, ako aj do portfólií iných globálnych telekomunikačných operátorov, ako napríklad Vodafone. V roku 2011 vyhrala spoločnosť tiež cenu zlatého štandardu „iF“, medzinárodne uznávané nemecké ocenenie za inovatívny dizajn výrobku.

Spoločnosti z hľadiska rozvoja pomohla rakúska Agentúra pre podporu rozvoja (FFG). Dôležitú úlohu zohrala aj podpora od rakúskej hospodárskej komory.

S akými najväčšími výzvami ste sa stretli v podnikaní v zahraničí?

Museli sme pochopiť, čo je dôležité pre jednotlivé krajiny a zabezpečiť, aby produkty a služby boli pre miestne trhy vhodné.

Čo by ste poradili podnikateľom, ktorí uvažujú o expandovaní do zahraničia?

Všetko sa začína dobrým produktom alebo nápadom. Dôležité je domáce zázemie, ale musíte byť odvážni. Podstatné je tiež pochopiť miestny spotrebiteľský trh, mať k dispozícii správne štruktúry a uplatňovať harmonogram plánovania zameraný na rast.

Čo je najlepšie na expandovaní do zahraničia?

Vaša spoločnosť si osvojí nové nápady a trendy. Takisto bude intenzívnejšie vnímať nový vývoj a pripraví si pôdu pre svoj posun smerom vpred a nahor.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

... sú hnacím motorom inovácie. Veľké spoločnosti robia rozhodnutia často dosť pomaly, zatiaľ čo podnikatelia konajú rýchlejšie.

Čo by sa dalo naučiť od tohto podnikateľa?

Eveline Pupeter-Fellner a Albert Fellner

Thierry Vandererfven

Názov spoločnosti: **Belberry Preserves bvba**
Výrobky/Služby: **spracovanie potravín**
Rok vzniku: **2006**
Počet zamestnancov: **4**
Kľúčové trhy: **USA, Kanada, Japonsko, Hong Kong, Španielsko**

info@belberry.com
www.belberry.com
Doenaertstraat 11, 8500 Kortrijk, Belgicko

„Vďaka internetu a online bankovníctvu neexistujú skutočné prekážky v medzinárodnom podnikaní“

Thierry Vandererfven otvoril svoj prvý podnik, malé potraviny v Kortrijku, v Belgicku, v roku 1990 ešte ako 21-ročný a začal vyrábať džem a zaváraniny podľa tradičného receptu, ktoré v nich predával. Produkt bol taký obľúbený, že sa Thierry rozhodol, že ho bude predávať iným obchodom v okolí a v roku 2005 založil Belberry Preserves.

Postavil nový výrobný podnik a vybudoval vnútroštátne a medzinárodné distribučné kanály s veľkoobchodníkmi a dovozcami. Obohatil tiež sortiment spoločnosti Belberry o výrobky, ako napríklad ovocné sirupy, omáčky a ocot.

Ukázalo sa, že medzinárodná expanzia spoločnosti je úspešná. Výrobky Belberry sú na trhu v 30 krajinách a polovica obratu spoločnosti pochádza z podnikania mimo Belgicka. Spoločnosť v tomto smere podporila Flámska agentúra pre investície a obchod, ktorá Belberry umožnila účasť na medzinárodných potravinárskych veľtrhoch a zahraničných pracovných cestách a poskytol spoločnosti aj informácie o cieľových trhoch. Thierry sa teší z rozvoja firmy a je obzvlášť hrdý na otvorenie značkového obchodu Belberry v jednom z najprestížnejších tokijských nákupných centier.

Thierry Vandererfven

S akými najväčšími prekážkami a výzvami ste sa stretli v podnikaní v zahraničí?

Vďaka internetu a online bankovníctvu neexistujú skutočné prekážky v medzinárodnom podnikaní. Mojou veľkou výzvou je predávať naše výrobky v najvybranejších obchodoch pre labužníkov po celom svete.

Čo by ste poradili podnikateľom, ktorí uvažujú o expandovaní do zahraničia?

Dobre sa informujte vo vašej obchodnej komore, v štátnom oddelení pre vývoz a vo vašej banke. Môžu vám poskytnúť informácie, vďaka ktorým sa vyhnete problémom s administratívou a miestnymi zákonmi. Nebojte sa požiadať o radu iných podnikateľov.

Čo považujete za najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Účasť na hlavných výstavách a obchodných veľtrhoch. Môžete na nich nájsť mnohých potenciálnych zákazníkov a vidieť, čo robia vaši konkurenti.

Čím zvláštnym sa, z pohľadu kvality, líšia vaše výrobky a služby od konkurencie?

Kvalita nášho sortimentu, prezentácia a umiestňovanie našich výrobkov na trhu sú veľmi dôležité. Musíme byť v najlepších obchodoch pre labužníkov a v predajniach delikates.

Čo vás inšpirovalo pri čítaní tohto podnikateľského profilu?

Ivaylo Penkov

Názov spoločnosti: **Ikarov L.P.**
Výrobky/Služby: **kozmetika**
Rok vzniku: **1993**
Počet zamestnancov: **15**
Kľúčové trhy: **Lotyšsko, Španielsko, Poľsko, Ukrajina, Rusko, Lotyšsko**

office@ikarov.eu
www.ikarov.eu
Bratya Tarnevi Str. 29, 4003 Plovdiv, Bulharsko

„Dajte zákazníkom viac, ako očakávajú“

Ivaylo Penkov mal veľkú túžbu vyvinúť prírodné produkty pre ženy s citlivou pokožkou. To spolu s jeho odbornými znalosťami o prispôsobovaní rastlinných výrobkov na ľudskú spotrebu bolo hnacím motorom vytvorenia jeho kozmetickej spoločnosti Ikarov v Plovdive v Bulharsku.

Spoločnosť používa starodávne recepty na výrobu kozmetiky s upokojujúcimi a ozdravujúcimi účinkami s použitím len čisto prírodných zložiek.

Snaží sa udržiavať nízke ceny, pričom sa zároveň usiluje neohroziť kvalitu. Rozvíjanie svojej zákazníckej základne založil Ivaylo využívajúc trend odklonu od chemicky vyrábaných výrobkov, ktoré sa spájajú s alergiami.

V prvých etapách rozvoja pomohli Ikarovmu odbytu v iných krajinách EÚ rady o európskych smerniciach, ktoré mu poskytlo Bulharské kozmetické združenie. Ďalšia pomoc prišla prostredníctvom harmonizácie bulharských právnych predpisov v oblasti kozmetiky s predpismi EÚ pred vstupom krajiny do únie v roku 2007. Podľa Ivaylovho názoru je najlepšie na tom byť podnikateľom to, že môže vyvíjať niečoho z ničoho a vnímať užitočnosť vlastných nápadov pre celú spoločnosť.

Ivaylo Penkov

Akým výzvam ste čelili pri obchodovaní v zahraničí?

Ako malá, neznáma spoločnosť vo východnej Európe sme si museli získať dôveru, aby sme mohli vyvíjať a distribuovať výrobky založené na receptoch získaných z kníh o farmakológii.

Čo je kľúčom k úspechu v zahraničí?

Ponúkať maximálnu kvalitu za minimálnu cenu, zabezpečiť, aby sa vaše výrobky odlišovali od iných, byť náročný a dosiahnuť, aby si zákazníci kúpou vášho výrobku venovali darček.

Akú radu by ste dali iným podnikateľom, ktorí hľadajú nové trhy?

Nájdite si spoľahlivého a rešpektovaného partnera, ktorý pozná všetky aspekty miestnych trhov a ktorý bude sebaisto predávať vaše výrobky.

Čo bolo najlepšie na expandovaní do zahraničia?

Ikarov L.P. je prvou východoeurópskou spoločnosťou, ktorá vyrába prírodnú kozmetiku. Dokázali sme ponúknuť našim obchodným partnerom aj spotrebiteľom produkty, ktoré vypĺňajú medzeru na trhu.

Prečo sú podnikatelia dôležití pre spoločnosť ako celok?

Prinášajú nové príležitosti a pracovné miesta a zároveň znášajú riziká.

Dokázali by ste vymyslieť nový podnikateľský nápad na základe podnikania tohto podnikateľa?

Dinos Antoniou

Názov spoločnosti: **Globalserve Consultants & Dinos Antoniou and Co.**
Výrobky/Služby: **firemné, fiduciárne, účtovnícke a audítorské služby**
Rok vzniku: **1994**
Počet zamestnancov: **45**
Kľúčové trhy: **Rusko, Izrael, Ukrajina, Rumunsko, Spojené kráľovstvo**

dinosant@cytanet.com.cy
www.dinoscpa.com a www.globalserve.com.cy
Vasili Michaelides 9, 3026 Limassol, Cyprus

„Portfólio medzinárodných klientov prispieva k diverzifikácii rizika“

Dinos Antoniou opustil svoju cyperskú dedinku, aby získal univerzitné vzdelanie v Grécku a USA, kde pracoval ako čašník a predavač občerstvenia a zarábal si tak na štúdiá. Keď sa vrátil na Cyprus, pracoval v medzinárodnej audítorskej spoločnosti a potom v komerčnej banke, v ktorej ho nerealizované povýšenie v roku 1994 podnietilo k tomu, aby začal podnikať pod vlastným menom v oblasti účtovníckych a audítorských služieb.

Keďže Dinos pochádza z ostrova, rozhodol sa hľadať príležitosti v zahraničí. Najprv založil kanceláriu v Grécku, a potom expandoval do východnej Európy. Dinos musel tvrdo pracovať a stále cestovať a zároveň prichádzať na trh s novými produktmi a spôsobmi propagácie svojho podnikania.

Úsilie sa Dinosovi vyplatilo v roku 2004, keď expandoval do oblasti podnikových služieb a založil spoločnosť Globalserve Consultants. Jeho spoločnosti v súčasnosti pôsobia v 29 krajinách a ich medzinárodná činnosť je zdrojom 85 % ich obratu. Obe spoločnosti naďalej expandujú, dokonca aj v súčasnom finančnom prostredí, dostávajú sa na nové trhy a zavádzajú nové produkty a služby.

Dinos Antoniou

S akými najväčšími prekážkami a výzvami ste sa stretli v podnikaní v zahraničí?

Výzvou je vybudovanie si dôvery a najväčšou prekážkou je chápanie kultúrnych rozdielov a nadviazanie komunikácie. Dôveru klientov si získate tým, že budete úprimní, dostupní, priateľskí a profesionálni.

Aký je najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Komunikácia sa zrýchlila vďaka e-mailu, ale obmedzil sa tak osobný kontakt s klientmi. Najlepšie je angažovať sa osobne.

Čo bolo najlepšie na expandovaní do zahraničia?

Keďže celosvetová kríza zasiahla konkrétne trhy, portfólio medzinárodných klientov prispieva k diverzifikácii rizika. Zároveň musíme byť v strehu a prispôsobovať našu organizáciu, produktový mix a marketingové metódy meniacim sa potrebám trhu.

Čím zvláštnym sa, z pohľadu kvality, líšia vaše výrobky a služby od konkurencie?

Ponúkame kvalitu za primeranú cenu. Snažíme sa poskytovať rýchle a presné služby a zároveň monitorujeme trendy na trhu a ponúkame nové produkty.

Prečo si myslíte, že tento podnikateľ bol medzinárodne úspešný?

Karel Plotěný

Názov spoločnosti: **ASIO, spol. s.r.o.**
Výrobky/Služby: **úprava odpadových vôd, vody a vzduchu**
Rok vzniku: **1993**
Počet zamestnancov: **58**
Kľúčové trhy: **Slovensko, Maďarsko, Ukrajina, Rusko, Rumunsko**

ploteny@asio.cz
www.asio.cz
Spáčilka 83, 664 51, Jiříkovice, Česká republika

„Túžte po úspechu a získajte poznatky“

Spoločnosť ASIO, ktorú založil stavebný inžinier Karel Plotěný, vyrába technológie na úpravu odpadových vôd, vody a vzduchu. Okruh zákazníkov spoločnosti v 32 krajinách siaha od domácností, až po veľké továrenské podniky. Podľa Karla na založení spoločnosti mali hlavnú zásluhu dve osoby: jeho univerzitný profesor pán Rozkydálek a pán Kopčaj, autor knihy o teórii špirálového manažmentu.

V záujme expandovania do zahraničia bolo potrebné prekonať jazykovú bariéru a Karel je osobitne hrdý na to, že úplne prvé stretnutie oddelenia spoločnosti pre výskum a vývoj sa konalo v angličtine. Ďalšiu prekážku predstavovala všeobecná nedôvera Rakúšanov voči konkurencii z východnej Európy a prísne predpisy týkajúce sa vývozu. Pre vývoz niektorých výrobkov do Nemecka a Francúzska sa vyžadujú osobitné licencie a dodržanie prísnych noriem.

Spoločnosť tieto prekážky prekonala a zaistila si silné postavenie na medzinárodnom trhu prostredníctvom zastupujúcich spoločností v šiestich krajinách. Doterajším najväčším úspechom spoločnosti ASIO však bolo dodávanie technológií na spracovanie odpadových vôd do Nemecka, Rumunska a Baltských štátov. Karel je presvedčený, že pre úspech spoločnosti sú dôležité stála inovácia a priateľský prístup k zákazníkom.

Karel Plotěný

Čo predstavovalo najväčšie prekážky a výzvy, ktorým ste čelili pri podnikaní v zahraničí?

Veľkou výzvou bola potreba prekonať jazykovú bariéru a všeobecne zvýšiť úroveň angličtiny v celej spoločnosti. Podobne sme museli ukázať, že dokážeme podnikať v iných krajinách, a zistiť, ako by sme mohli čo najviac vyťažiť z príležitostí pre synergie.

Čo by ste poradili podnikateľom, ktorí sa usilujú rozširovať sa do zahraničia?

Dôležité je mať zaujímavý produkt, zamestnať motivovaných a lojálnych pracovníkov a investovať.

Aký je najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Prispôsobte svoju stratégiu svojim výrobkom a jednotlivým zákazníkom. V niektorých krajinách sme vybudovali výrobné prevádzky, v iných máme iba obchodníkov.

A čo je najlepšie na získavaní trhov v zahraničí...?

... najlepšie na našom expandovaní do zahraničia bola pre mňa príležitosť zamestnať a motivovať lojálnych ľudí.

Keby ste sa k tomuto podnikateľovi pridali, čím by ste mohli prispieť k jeho podniku?

Joachim Krüger

Názov spoločnosti: **Solarlite GmbH**
Výrobky/Služby: **obnoviteľné zdroje energie**
Rok vzniku: **2007**
Počet zamestnancov: **180 v Nemecku a Thajsku**
Kľúčové trhy: **Thajsko, Čína, Nemecko, Belgicko, Španielsko**

info@solarlite.de
www.solarlite.de
Schloss Duckwitz, 17179 Duckwitz, Nemecko

„Je dôležité **byť empatický** voči iným kultúram a venovať čas a úsilie pochopeniu týchto rozdielov“

Joachim Krüger získal inšpiráciu na založenie spoločnosti zaoberajúcej sa obnoviteľnými zdrojmi energie, Solarlite, na Univerzite Naresuan, Fakulte obnoviteľných zdrojov energie a technológií v Thajsku. Práve tam prišiel na to, ako by mohol začať fungovať parabolický žľab (druh kolektora solárnej energie) z kompozitných materiálov. Za uplynulých päť rokov Joachim dokázal nájsť pre svoje podnikateľské know-how a technické vedomosti získané zo štúdia PhD o elektrárňach využívajúcich parabolické žľaby dobré využitie pri budovaní svojej spoločnosti.

Juhovýchodná Ázia je hlavným trhom inštalácií solárnej energie spoločnosti Solarlite, ale prispôsobovanie technológie potrebám trhu je výzvou. V tomto smere Joachim zvýšil podiel materiálov z miestnych zdrojov, ktoré tvoria súčasť konečného výrobku, aby znížil náklady a zvýšil tak dostupnosť týchto zariadení. V tejto oblasti mu pomohlo aj zavedenie vstupných sadzieb pre malých výrobcov energie v Thajsku.

Veľmi angažovaný medzinárodný tím zohráva dôležitú úlohu v raste spoločnosti Solarlite. Jedným z jej hlavných doterajších úspechov je výstavba solárno-termálnych elektrární využívajúcich parabolické žľaby s technológiou priamej výroby pary. Solarlite je jedinou spoločnosťou na svete, ktorá vyvinula túto metódu výroby energie.

Máte nejakú radu pre podnikateľov, ktorí uvažujú o expandovaní do zahraničia?

Najprv sa zamerajte na jeden cieľový trh; snažte sa ho dôkladne pochopiť a potom túto koncepciu zopakujte v iných častiach sveta. Vymedzte si kritériá, keď sa rozhodujete o tom, kam expandovať, a opatrne napredujte, nie však za každú cenu.

Aké sú vaše tajomstvá úspechu v oblasti expandovania do zahraničia?

Je dôležité byť empatický voči iným kultúram a venovať čas a úsilie pochopeniu týchto rozdielov.

Čo bolo najlepšie na expandovaní do zahraničia?

Stály a dynamický rast. Jeho výsledkom je, že spoločnosť si získala medzinárodné uznanie a získala niekoľko súťažných ocenení.

Najlepšia vec na tom byť podnikateľom je, ...

... že môžem vyvíjať produkty a procesy, ktoré poskytujú riešenia pre najväčšie výzvy spoločnosti, ako napríklad zmena klímy.

A vy, ako by ste vytvorili podnikateľský nápad a začali nové podnikanie?

Joachim Krüger

Anne-Mette Elsborg

Názov spoločnosti: **PJ Diesel Engineering A/S**
Výrobky/Služby: **obnova a výroba palivového príslušenstva a dielov turbodúchadla**
Rok vzniku: **1979**
Počet zamestnancov: **45**
Kľúčové trhy: **Spojené kráľovstvo**

ame@pjdiesel.dk
www.pjdiesel.com
Skudehavnsvej 14, 2100 Kodaň, Dánsko

„Najdôležitejšie je vytvoriť si kvalitnú spoluprácu s miestnymi podnikmi“

Ropná kríza v 70. rokoch minulého storočia spojená s prevládajúcou tendenciou jednoducho zošrotovať staré motory priniesla Anne-Mette Elsborgovej nápad súvisiaci s obnovou a recyklovaním dielov použitých motorov tak, aby sa zvyšoval palivový výkon. Na základe svojej vášne pre námorné inžinierstvo a profesionálnych skúseností nadobudnutých na palubách lodí sa rozhodla v roku 1979 založiť spoločnosť PJ Diesel Engineering.

Táto spoločnosť opravuje a vyrába palivové príslušenstvo a diely turbodúchadla pre lodný priemysel. Dodáva tiež monitorovacie systémy emisií a výkonu a zabezpečuje technické poradenstvo. V priebehu rokov si spoločnosť PJ Diesel vybudovala stabilné vzťahy so zákazníkmi. Tento fakt viedol k vytvoreniu koordinovaného programu údržby zariadení, ktorý zahŕňa aj poskytovanie školení.

Priebežná inovácia a kreativita sa stali neoddeliteľnou súčasťou úspechu spoločnosti PJ Diesel. Nedávno spoločnosť napríklad prispôsobila svoje elektronické indikačné systémy a monitorovacie systémy emisií s cieľom integrovať najnovšiu technológiu. Anne-Mette uznávajú aj iní odborníci pracujúci v jej odbore. V roku 2009 jej bola udelená Dánska cena za inšpiráciu siete majiteliek spoločností a roku 2011 Dánska cena za kariéru udelená ženským profesijným fórom WOW Exenet.

Anne-Mette Elsborg

Čo by ste poradili podnikateľom, ktorí uvažujú o expandovaní do zahraničia?

Odporučila by som im, aby sa stali súčasťou celosvetovej siete.

Aký je najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Myslím si, že najdôležitejšie je vytvoriť si kvalitnú spoluprácu s miestnymi podnikmi.

Čo bolo najlepšie na expandovaní vášho podnikania do zahraničia?

Prostredníctvom našej svetovej výrobnej a servisnej siete sme schopní zabezpečovať služby pre celosvetové lodné odvetvie.

Váš najväčší úspech alebo niečo, na čo ste veľmi hrdá?

To, že sme pomohli vytvoriť stále sa rozrastajúci podnik, ktorý svetová finančná kríza nepostihla vďaka tomu, že sme kládli dôraz na udržateľnosť v rámci celej spoločnosti.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože ...

Inovácia je ich vášňou. Malé spoločnosti predstavujú medzery na trhu, najmä vo svojej začiatočnej fáze. Neskôr môžu väčšie spoločnosti do malej spoločnosti investovať alebo si obstarať podnikateľskú koncepciu.

Čo by sa dalo naučiť od tohto podnikateľa?

Tõnis Liivamägi

Názov spoločnosti: **LCDVF OÜ**
Výrobky/Služby: **výroba audiovizuálneho príslušenstva**
Rok vzniku: **2009**
Počet zamestnancov: **7**
Kľúčové trhy: **USA, Spojené kráľovstvo, Nemecko, Francúzsko, Nórsko**

tonis@kinotehnik.com
www.kinotehnik.com
Narva mnt. 101-210, Tartu 51008, Estónsko

„Vzbuďte celosvetový záujem na internete“

Odkedy si Tõnis Liivamägi pamätá, vyrábal a opravoval predmety. To ho primälo, aby navrhol, vyvinul a začal predávať jednoduchú pomôcku na zlepšenie využitia videofunkcií fotoaparátu. Toto zariadenie známe pod názvom LCDVF sa v súčasnosti predáva v 41 krajinách.

Ocenenia za LCDVF a pozitívne mediálne pokrytie spôsobilo veľký záujem o výrobok. Spoločnosť LCDVF OÜ, ktorú Tõnis založil, dostala podporu na ďalší vývoj výrobku od Európskeho sociálneho fondu a z projektu Enterprise Estonia. „V LCDVF OÜ výrobky sami navrhujeme a vyrábame. Chcem, aby mali tú najvyššiu kvalitu a aby dlho vydržali. Neverím v marketing, ktorý zakrýva nedostatky a predáva funkcie, ktoré poriadne nefungujú,“ hovorí Tõnis.

LCDVF mení videom podporovaný digitálny jednošošovkový odraz na prenosný fotoaparát. „Pre fotografov to znamená vidieť akoby 42-palcovú obrazovku zo vzdialenosti 140 cm,“ vysvetľuje Tõnis. Výrobok zaujal do tej miery, že LCDVF sa stalo skratkou v anglickom jazyku.

Akým najväčším výzvam ste čelili v oblasti podnikania v zahraničí?

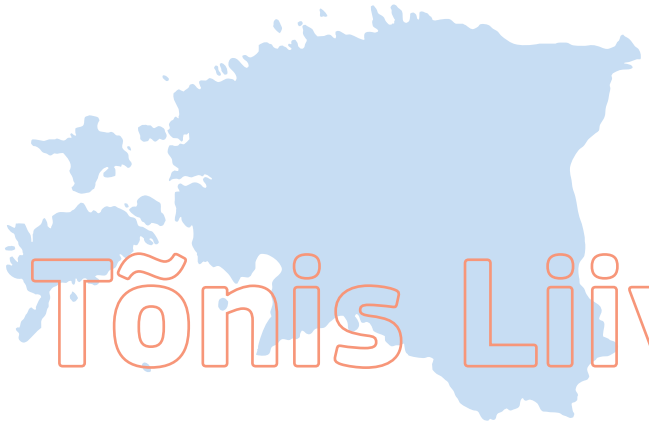
Museli sme prekonať ťažkosti pri spracovávaní platieb v rámci nášho online predaja. Neexistuje skutočný spoľahlivý poskytovateľ medzinárodných platieb pre estónske spoločnosti.

Aká je vaše rada pre tých, ktorí chcú svoj predaj rozšíriť do zahraničia?

Snažte sa vytvoriť 50 % zisku z vašich cien a nájdite distribútorov, ktorí vedia predať vaše výrobky. Predávajte ich takisto priamo cez vašu webovú stránku, keďže prijímanie medzinárodných platieb vám zabezpečí celosvetovo rovnakú úroveň cien.

Aký je najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Vzbuďte celosvetový záujem na internete. Nájdite tých, čo určujú trend a sú mienkotvorní v krajinách, kde chcete rozvíjať trhy, a nechajte ich, aby urobili recenziu vášho výrobku na internete v ich rodnom jazyku. Takto sa odbúravajú jazykové bariéry a kupujúci vám budú klopať na dvere.



Tõnis Liivamägi

Čo vás inšpirovalo pri čítaní tohto podnikateľského profilu?

Juan Imedio

Názov spoločnosti: **Salto Systems**
Výrobky/Služby: **elektronické systémy zamykania**
Rok vzniku: **2000**
Počet zamestnancov: **200**
Kľúčové trhy: **Spojené kráľovstvo, Rakúsko, USA, Holandsko, Dánsko**

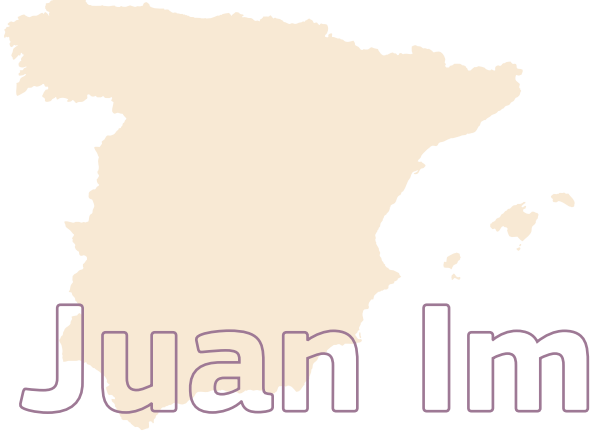
info@saltosystems.com
www.saltosystems.com
C/Arkotz 9 Pol. Lanbarren, 20180 Oiartzun, Španielsko

„Starajte sa o rozvoj svojej spoločnosti“

V roku 2000 telekomunikačný inžinier Juan Imedio vytvoril so štyrmi ďalšími podnikateľmi Salto Systems s cieľom vyvinúť nový elektronický systém zamykania. Produkty jeho spoločnosti sa odlišujú od svojej konkurencie, pretože vďaka najmodernejšej technológii je možné aktualizovať informácie o používateľovi zámku v rámci celej budovy bez nutnosti návštevy priestorov. Aktualizácia prebieha prostredníctvom používateľskej karty, ktorá automaticky aktualizuje údaje každého zámku v danej budove.

Regionálna vláda Baskitska poskytla spoločnosti Salto Systems bezúročnú dlhodobú pôžičku na jej rozbehnutie, vďaka čomu mohla spoločnosť investovať do nových zariadení. Ďalšia bezúročná pôžička zo Španielskeho strediska pre rozvoj priemyselných technológií pomohla spoločnosti s výskumom a rozvojom a súvisiacimi výdavkami.

Doteraz Salto Systems vytvorila 200 pracovných miest a rovnakou mierou stimuluje nepriamu zamestnanosť. Dodnes bolo vyrobených viac ako milión zámkov. Mieru úspechu spoločnosti odráža skutočnosť, že systémy sa používajú na univerzitách vrátane Oxfordu a Cambridge, a v takých budovách ako je ústredie spoločnosti T-Mobile v Rakúsku, televízia RTL v Holandsku a vo francúzskom parlamente.



Juan Imedio

S akými najväčšími prekážkami ste sa stretli v oblasti podnikania v zahraničí?

Asi najväčšími prekážkami bolo dodržiavanie miestnych produktových noriem a predpisov, ako aj podnecovanie záujmu zákazníkov o nový výrobok.

Čo by ste poradili spoločnostiam, ktoré sa pokúšajú expandovať do zahraničia?

Myslite globálne, ale konajte lokálne! Zamestnajte miestnych predajcov, počúvajte ich a dôverujte im. Preukážte oddanosť voči svojim zahraničným zákazníkom a dokážte im, že vám môžu dôverovať ako dlhodobému partnerovi.

Aký je najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Konajte veľmi podobne, akoby konala miestna spoločnosť. Vytvorte miestne štruktúry a decentralizujte odbytové a obchodné činnosti.

Čo bolo najlepšie na vašom expandovaní do zahraničia?

Získanie náskoku pred konkurenciou. Aby sme spĺňali požiadavky a očakávania našich zákazníkov, stále vyvíjame nové produkty a prispôsobujeme náš sortiment.

Dokázali by ste vymyslieť nový podnikateľský nápad na základe podnikania tohto podnikateľa?

Minna Parikka

Názov spoločnosti: **Minna Parikka Shoes**
Výrobky/Služby: **návrhárka topánok**
Rok vzniku: **2008 (značka od roku 2005)**
Počet zamestnancov: **štyria na plný úväzok, traja na čiastočný úväzok**
Kľúčové trhy: **Európa, USA, Japonsko, Čína**

minna@minnaparikka.com
www.minnaparikka.com
Bulevardi 24, 00120 Helsinki, Fínsko

„Vytvorte jedinečný výrobok, ktorý konkuruje tým najlepším“

Ako tínedžerka snívala Minna Parikka o tom, že sa stane návrhárkou topánok. Rozhodla sa, že sa tomu bude venovať profesionálne po tom, čo si prečítala článok o talianskom návrhárovi topánok, Andreovi Pfisterovi, ktorý napísala jej sestra pre ženský časopis. Titul v obuvníckom dizajne získala na De Montfortovej univerzite v Spojenom kráľovstve, potom pracovala v zahraničí a následne sa vrátila do rodného Fínska, aby tam len vo veku 25 rokov vytvorila vlastnú značku a spoločnosť.

Nedostatočné finančné zázemie nezahatalo jej ambície a značka Minna Parikka sa stala vedúcou domácou obuvníckou značkou vo Fínsku. Vybudovala si aj pevné zázemie na zahraničných trhoch a jej topánky momentálne ponúkajú maloobchodné predajne v 18 krajinách a objavujú sa v publikáciách, ako je Vogue, Elle a Marie Claire.

Jej receptom na úspech bolo spojenie svetových trendov s vlastným štýlom. V roku 2011 vzrástol obrat spoločnosti o 40 %, vďaka čomu Minna vyhrala ocenenie pre mladých podnikateľov vo Fínsku. Ďalším významným krokom v jej kariére bolo, že bola vybraná, aby navrhla oficiálny dvakrát platinový album pre medzinárodnú hviezdu populárnej hudby, Lady Gaga.

Na aké ťažkosti ste narazili pri obchodovaní v zahraničí?

Je dôležité pochopiť pracovnú etiku rôznych národností. Výroba kvalitných topánok je veľmi zložitý proces, pretože jedna topánka sa môže skladať až zo 40 rôznych častí a vyžaduje si aj niekoľko desiatok etáp ručného dokončovania.

Čo bolo najlepšie na expandovaní do zahraničia?

Od začiatku bolo mojím cieľom vytvoriť medzinárodne uznávanú značku. Moje prvé obchodné predstavenie sa uskutočnilo počas týždňa módy v Paríži a moja prvá objednávka bola odoslaná do Tokia. Značka bola predstavená aj v mnohých medzinárodných publikáciách.

Čo by ste poradili začínajúcim medzinárodným podnikateľom?

Po prvé, dobre pochopte vaše odvetvie a svetový dopyt po vašom výrobku. Keď ste už mimo vlastnej krajiny, súťažíte s veľkými aj malými firmami. Dajte si pozor na slepé nasledovanie toho, čo robí konkurenčná značka, ale zohľadnite to, čo sa deje všade a vytvorte jedinečný výrobok, ktorý konkuruje tým najlepším.

Prečo si myslíte, že tento podnikateľ bol medzinárodne úspešný?

Minna Parikka

Anne Midavaine

Názov spoločnosti: **Atelier Midavaine**
Výrobky/Služby: **lakovacie umenie**
Rok vzniku: **1994**
Počet zamestnancov: **7**
Kľúčové trhy: **Rusko, USA, Švajčiarsko**

m2paris@orange.fr
www.ateliermidavaine.com
54 rue des Acacias, 75017 Paríž, Francúzsko

„Nikdy nepodceňovať svojich obchodných partnerov“

V roku 1994 prevzala Anne Midavaine Atelier Midavaine, ktorý založil jej starý otec ako tradičné remeslo v roku 1919. Zavedením nových lakovacích techník a inovatívnych dizajnov sa rozrástlo ako reakcia na meniace sa trendy v oblasti bytového zariadenia a dekorácii.

Annin otec, Jacques, pôvodne hľadal medzinárodné trhy pre sortiment stolov, skriniek a lakovaných drevených náterov vyrábaných jeho spoločnosťou a jeho dcéra pokračovala v jeho šľapajach.

Získala podporu z UbiFrance, francúzskej agentúry na podporu exportu, ktorá pozvala Atelier Midavaine, aby sa zúčastnil na mnohých zahraničných. Obchodných podujatiach, cieľom ktorých bola propagácia francúzskych výrobkov v lokalitách ako Moskva a Dubaj.

Do dnešného dňa je jeden z najväčších úspechov spoločnosti lakovaná stena moskovskej jedálne, ktorú zrealizovali v spolupráci so známym francúzskym dekoratérom, Juanom Pablom Molyneuxom. Atelier Midavaine tiež spolupracoval s ďalším slávnym francúzskym dizajnérom, P.Y. Rochonom, pri vytváraní nábytku pod televízor a stolíkov pre Peninsula Hotel v Šanghaji. Podľa Anne odráža vysoká kvalita produktov spoločnosti vzájomnú výmenu poznatkov o lakovaní, ktoré prúdili medzi Áziou a Európou od 17. storočia.

Na aké prekážky ste narazili pri obchodovaní v zahraničí?

Týkajú sa zriaďovania distribučných sietí, dodržiavania colných predpisov a hľadania miestnych zástupcov, ktorí budú predávať naše výrobky.

Čo by ste poradili podnikateľom, ktorí zvažujú expandovať do zahraničia?

Cestovať a učiť sa o ľuďoch z iných krajín a nikdy nepodceňovať svojich obchodných partnerov. Tiež dávať pozor a vyhýbať sa nedorozumeniam, ktoré môžu vyplynúť z kultúrnych rozdielov.

Čo je najlepší spôsob, ako si získať trhy v zahraničí?

V každej krajine nájsť partnera, ktorému sa páčia vaše výrobky a ktorý ich chce propagovať.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

...malé podniky spájajú ľudí – mužov, ženy, kreatívnych ľudí, umelcov a dizajnérov – s túžbou dosiahnuť rovnaký cieľ.

A vy, ako by ste vytvorili podnikateľský nápad a začali nové podnikanie?

Anne Midavaine

Iskra Vetadzokoska-Mucunska

Názov spoločnosti: **Vitalia Nikola d.o.o.**
Produkty/služby: **Zdravé potraviny**
Rok vzniku: **1993**
Počet zamestnancov: **100**
Kľúčové trhy: **Srbsko, Cyprus, Portugalsko, Čierna Hora, Rumunsko**

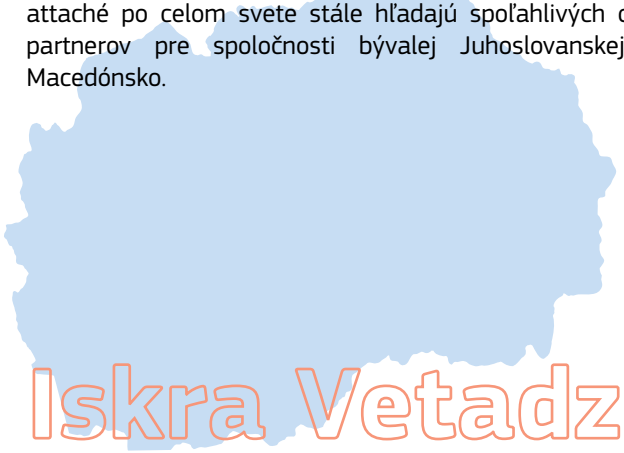
contact@vitalia.com.mk
www.vitalia.com.mk
Street 516, No. 10, 1000 Skopje, bývalá Juhoslovanská republika Macedónsko

„Žite hodnotami vašej značky“

„Zdravé potraviny pre zdravé generácie,“ tak znel cieľ otca Iskry Vetadzokoska-Mucunskej, keď v roku 1993 zakladal spoločnosť Vitalia Nikola zaoberajúcu sa zdravými potravinami. Spoločnosť dodáva výživové výrobky pripravené podľa tradičných receptúr na domáci aj medzinárodný trh.

Vďaka rastúcemu celosvetovému dopytu po zdravých potravinách v ostatných rokoch sa vízia Iskrinho otca naplnila. Spoločnosť zareagovala na dopyt zákazníkov a vyvinula svoje jedinečné výrobky. „Na trhu zameranom na potraviny s nízkou výživovou hodnotou sme zvýšili informovanosť zákazníkov o význame zdravých potravín,“ hovorí Iskra. Produkty firmy Vitalia sú teraz súčasťou stravy mnohých obyvateľov bývalej Juhoslovanskej republiky Macedónsko, dobré tržby však dosahuje aj v zahraničí, pričom výrobky sa predávajú v 24 krajinách po celom svete. Okrem toho spoločnosť získala štatút výnimočnej značky bývalej Juhoslovanskej republiky Macedónsko (Superbrand).

Vitalia vo svojej snahe o prístup na celosvetový trh získala financovanie na marketing a propagáciu z podporného fondu vlády bývalej Juhoslovanskej republiky Macedónsko pre spoločnosti zamerané na vývoz. Využila aj skutočnosť, že hospodárski vládni attaché po celom svete stále hľadajú spoľahlivých obchodných partnerov pre spoločnosti bývalej Juhoslovanskej republiky Macedónsko.



Iskra Vetadzokoska-Mucunska

Akým najväčším výzvam ste čelili v oblasti podnikania v zahraničí?

Získaniu uznania od zákazníkov pre značky „Vitalia“ a „Vyrobené v Macedónsku“ ako značky kvality.

Ako sa najlepšie expanduje do zahraničia?

Svoj vývoz rozvíjajte krok za krokom a začnite so susednými krajinami. Vytvárajte partnerstvá so spoľahlivými spoločnosťami so skúsenosťami, s ktorými máte spoločnú víziu a stratégiu podnikateľského rozvoja. Kľúčovou súčasťou stratégie každej spoločnosti musí byť propagácia jej výrobkov prostredníctvom účasti na hlavných svetových obchodných veľtrhoch.

Čo by ste poradili podnikateľom, ktorí zvažujú medzinárodnú expanziu?

Verte svojim vlastným schopnostiam a nápadom. Usilovne pracujte na vývoji jedinečných výrobkov a služieb, vďaka ktorým sa odlíšite od konkurentov.

Čo bolo najlepšie v súvislosti s medzinárodnou expanziou?

Nachádzanie nových miest odbytu nám dodalo ešte väčšiu motiváciu, aby sme pokračovali a vyrábali konkurencieschopné výrobky pre svetový trh. To nám pomohlo zabezpečiť vyššiu mieru medzinárodného uznania pre našu značku.

Čo by sa dalo naučiť od tohto podnikateľa?

Polymnia Alexiadou

Názov spoločnosti: **Paxil**
Výrobky/Služby: **výrobca drevospracujúcich strojov**
Rok vzniku: **1990**
Počet zamestnancov: **2**
Kľúčové trhy: **Taliansko, Argentína, Spojené arabské emiráty**

polymnia@hol.gr
www.paxil.gr
Trikoupi 15, P.O. Box 461, 57008 Ionia, Solún, Grécko

„Podnikanie nie je len zamestnaním, ale spôsobom života“

Rodičovská podpora pomohla Polymnii Alexiadou začať podnikať. V roku 1990 počas štúdia ekonomiky na Macedónskej Univerzite v Solúne požiadal otec Polymniu, aby mu pomohla založiť Paxil, výrobný podnik drevospracujúcich strojov.

Keďže Polymnia viedla podnik už ako veľmi mladá, stretla sa zo strany mužských klientov, dodávateľov a kolegov so zdržanlivosťou. Ako žena pohybujúca v oblasti s mužskou doménou, musela tiež prekonať predsudky, aby si získala profesionálne uznanie. Okrem toho bola pre ňu v období, keď trávila veľmi veľa času vedením spoločnosti, nenahraditeľná podpora manžela.

Dnes nemá Polymnia žiadne pochybnosti o tom, že táto práca stála za to. Paxil vyrába kvalitné výrobky za konkurenčné ceny a podniká v piatich krajinách vrátane Talianska, Argentíny a Spojených arabských emirátoch. Polymnia získala uznanie ako priekopníčka ženského podnikania a v roku 2005 ju vybral Eurochambres ako jednu z 39 podnikateliek, ktoré prekonali rodové predsudky. Zastávala pozície v obchodnej komore a podnikateľských združeniach a kľúčom k úspechu je podľa nej tvrdá práca, zmysel pre zodpovednosť a schopnosť identifikovať príležitosti a výzvy v ich začiatkoch.

Aké boli najväčšie prekážky a výzvy pri podnikaní v zahraničí?

Väčšinou pracujú v tomto odvetví muži, nielen v Grécku, ale aj v iných industrializovaných krajinách. Je naozaj náročné pracovať v takomto odvetví, keďže ženy sú v tomto podnikaní skôr výnimkou.

Čo by ste poradili podnikateľom uvažujúcim o expandovaní do zahraničia?

Je veľmi ťažké začať a rozvíjať vlastný podnik a zabezpečiť jeho rast, preto musíte byť odvážni a pripravení riskovať.

Čo považujete za najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Každý trh je iný, s novými výzvami a príležitosťami. Musíte si stanoviť cieľ a sústrediť sa na jeho dosiahnutie. Musíte veriť vo svoje schopnosti, pracovať húževnato, vždy veriť v to, čo robíte, byť zapálení, niesť zodpovednosť za svoje činy a veriť si.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

...podnikanie nie je len zamestnaním, ale spôsobom života, ktorý pridáva hodnotu spoločnosti a posúva ekonomiku.

Čo vás inšpirovalo pri čítaní tohto podnikateľského profilu?

Polymnia Alexiadou

Vjekoslav Majetić

Názov spoločnosti: **DOK-ING Llc**
Výrobky/Služby: **diaľkovo ovládané robotické systémy**
Rok vzniku: **1992**
Počet zamestnancov: **150**
Kľúčové trhy: **Švédsko, USA, Írsko, Austrália, Srí Lanka**

majetic@dok-ing.hr
www.dok-ing.hr
Kanalski put 1, 10000 Záhreb, Chorvátsko

„Porozprávajte sa s čo najviac ľuďmi“

Konflikt v jeho rodnom Chorvátsku začiatkom 90. rokov 20. storočia a s tým spojená deštrukcia inšpirovali Vjekoslava Majetića, aby pomohol znížiť dôsledky spúšte spôsobenej vojnou. Na základe svojho strojárskeho vzdelanie sa rozhodol, že výroba systémov odmínovania je spôsob, akým tento cieľ dosiahne a založil vlastnú spoločnosť DOK-ING.

Vjekoslav vytvoril systémy odmínovania MV-4 a MV-10. MV-4 je prenosný systém pre protipechotné míny a nevybuchnutú muníciu a MV-10 je odolný voči protitankovým mínam. DOK-ING takisto vyvinula široký sortiment iných výrobkov vrátane robotických protipožiarnych systémov a elektrických vozidiel. Spoločnosť okrem toho vyrába diaľkovo ovládané mechanizmy na použitie v podzemných baniach a v stavebníctve s cieľom reagovať na potreby banského priemyslu v Južnej Afrike.

V súčasnosti je celosvetovo v prevádzke viac ako 100 systémov odmínovania vyrobených spoločnosťou DOK-ING. Používajú sa na odmínovanie viac ako 10 rokov a neboli hlásené ešte žiadne zranenia obsluhujúceho personálu. Spoločnosť podniká v 13 krajinách vrátane USA, Austrálie a Srí Lanky, pričom 80 % jej obratu sa tvorí v zahraničí.

Vjekoslav Majetić

S akými najväčšími prekážkami a výzvami ste sa stretli v podnikaní v zahraničí?

Boli sme spoločnosťou bez minulosti alebo bez štátnej podpory. Musel som presadiť svoju víziu humanitárneho odmínovania, pri ktorom neposielate človeka vykonať prácu stroja.

Čo by ste poradili podnikateľom, ktorí uvažujú o expandovaní do zahraničia?

Nevzdávajte sa. Vždy sa nájdu ľudia, ktorí sú ochotní vám pomôcť – len ich musíte nájsť. Porozprávajte sa s čo najviac ľuďmi. Niekto z nich môže poznať niekoho iného a okruh vašich kontaktov sa rozšíri nad vaše očakávania.

Čím zvláštnym sa, z pohľadu kvality, líšia vaše výrobky a služby od konkurencie?

Nekonečným príbehom inovácie. Všetky naše výrobky pravidelne prechádzajú skúškami, skúmaním a podliehajú zmenám zameraným na zlepšenie ich výkonnosti, zvýšenie bezpečnosti a poskytnutie dodatočných služieb.

Váš najväčší úspech alebo niečo, na čo ste hrdý...

Odmínovanie v Chorvátsku a v mnohých iných krajinách, ktoré sa podarilo vďaka našim strojom a mnoho zachránených životov vďaka týmto strojom.

Dokázali by ste vymyslieť nový podnikateľský nápad na základe podnikania tohto podnikateľa?

Tibor Balogh

Názov spoločnosti: **Holografika Kft.**
Výrobky/služby: **technológia holografického zobrazovania**
Rok vzniku: **1996**
Počet zamestnancov: **20**
Kľúčové trhy: **EÚ, USA, India, Južná Kórea, Japonsko**

t.balogh@holografika.com
www.holografika.com
Baross u. 3., 1192 Budapešť, Maďarsko

„Svoje výrobky správne vysvetlite a predveďte“

Tibor Balogh, ktorý získal kvalifikáciu v odbore elektroinžinierstvo, založil v roku 1989 v Maďarsku svoju prvú spoločnosť, vyrábajúcu reliéfne bezpečnostné hologramy. Potom v roku 1996 založil spoločnosť Holografika, vyvíjajúcu optoelektronickú technológiu a prototypy laserových holografických displejov 3D a holografických displejov so zobrazením reálnych farieb.

Spoločnosť Holografika je držiteľkou niekoľkých 3D patentov a vyvinula zobrazovaciu technológiu 3D vrátane zobrazovacích zariadení, softvérových aplikácií a riešení v oblasti komprimovania údajov používaných v medicíne, v bezpečnostnom sektore a v sektore hazardných hier. V roku 2004 spoločnosť predstavila 26” a 32” displeje používajúce technológiu HoloVizio, ktorá získala ocenenie a umožňuje divákom sledovať 3D obrazy voľným okom. Spoločnosť pracuje na vývoji projekčných systémov s väčším rozlíšením na prieskum ropy a plynu, simulácie a zábavu, ako aj na vývoji kamerových 3D systémov a softvérového prostredia.

Spoločnosť je zapojená do projektov výskumu a vývoja, financovaných maďarskými podpornými programami a 6. a 7. Rámcovými programami EÚ. Tieto programy sa sústreďujú na vývoj ďalšej generácie holografických 3D aplikácií. Holografika nadviazala spoluprácu s poprednými celosvetovými spoločnosťami a ústavmi a v súčasnosti pôsobí v 10 krajinách, pričom 70 % jej obratu pochádza z medzinárodného obchodu.

Tibor Balogh

Osoba alebo udalosť, ktorá ma inšpirovala pri založení môjho podniku:

Inšpirovala ma myšlienka stavať na práci maďarského nositeľa Nobelovej ceny, Dennisa Gábora. Keď som v deväťdesiatych rokoch videl prvé holovideo, bolo mi jasné, že dokážeme oveľa viac.

S akými najväčšími výzvami ste sa pri podnikaní v zahraničí stretli?

Súčasne s vybudovaním silného programu výskumu a vývoja sme čelili výzve v súvislosti s financovaním marketingu, účasťou na výstavách a budovaním značky na diaľku.

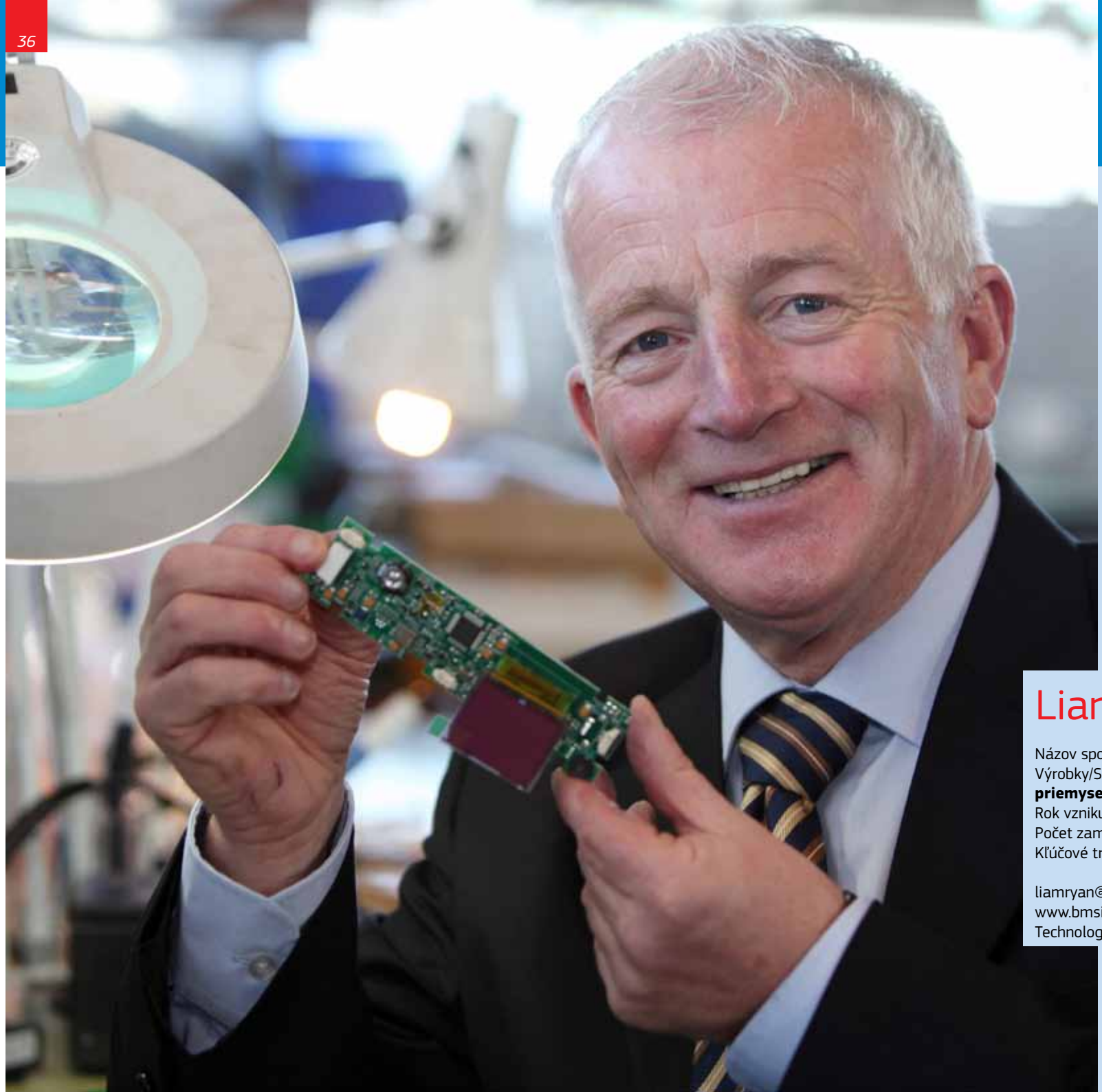
Čo pokladáte za najlepší spôsob, ako podnikať v zahraničí?

Závisí to od odvetvia, v ktorom pôsobíte, ale je veľmi dôležité správne vysvetliť a predviesť svoje výrobky, či už virtuálne alebo osobne, na konferenciách, výstavách a prostredníctvom miestnych partnerov a zastúpenia.

Čím zvláštnym, čo sa týka kvality, sa líšia vaše výrobky od konkurencie?

Naše riešenie na najvyššej úrovni poskytuje skutočný 3D zážitok, ktorý vám bežné systémy 3D zobrazenia neposkytnú. Naše displeje pracujúce na báze systému Holovizio poskytujú 60 až 80-krát viac informácií ako iné systémy.

Prečo si myslíte, že tento podnikateľ bol medzinárodne úspešný?



Liam Ryan

Názov spoločnosti: **BMS Ireland**
Výrobky/Služby: **výroba technologických priemyselných výrobkov**
Rok vzniku: **1980**
Počet zamestnancov: **18**
Kľúčové trhy: **USA, Austrália, Čína**

liamryan@bmsireland.com
www.bmsireland.com
Technologické centrum, Annacotty, Limerick, Írsko

„Čo najviac preskúmať svoju cieľovú krajinu“

Kreatívny duch rodičov Liama Ryana ho inšpiroval v roku 1980 k založeniu spoločnosti BMS Ireland. Spoločnosť začala distribuovať strojárske výrobky, neskôr sa preorientovala na navrhovanie a výrobu technologických výrobkov pre priemysel.

Pri svojich návštevách obchodných výstav dostal Liam nápad zhotoviť elektronický momentový kľúč na doťahovanie priemyselných skrutiek technológiou, ktorá mu umožňuje fungovať v rôznych jazykoch a meracích systémoch. Jazyk a kultúrne bariéry, ako aj problémy s identifikovaním distribučných kanálov predstavovali pre BMS, snažiacu sa preraziť na nové trhy, výzvu. Našťastie, agentúra Enterprise Ireland poskytovala podporu v krajinách, v ktorých sa chcela spoločnosť presadiť a umožnila jej zúčastniť sa výstav v tak vzdialených regiónoch, ako je Čína a zároveň jej udelila granty na výskum a vývoj.

BMS pôsobí v 14 krajinách a nedávno otvorila svoju kanceláriu v Šanghaji. Celkovo pochádza 90 % jej obratu z medzinárodného obchodu a má silné zastúpenie na trhoch leteckého a automobilového priemyslu. v oblasti výskumu a vývoja nadviazala BMS silné vzťahy s Univerzitou v Limericku (University of Limerick) a Technologickým inštitútom v Limericku (Limerick Institute of Technology). Liam je obzvlášť hrdý na úspech BMS, ktorá v roku 2011 získala od Združenia malých firiem v Írsku (Irish Small Firms Association) ocenenie Národná cena malej firmy (National Small Business Award).

Liam Ryan

Čo by ste poradili podnikateľom uvažujúcim o expandovaní do zahraničia?

Čo najviac preskúmať svoju cieľovú krajinu, jej vhodnosť pre váš výrobok, prístup konkurencie a miestnu kultúru.

Čo považujete za najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Umiestniť na trh jedného svojho pracovníka, ktorý hovorí daným jazykom a rozumie podnikateľskému prostrediu.

Čo bolo najlepšie v súvislosti s expandovaním vášho podniku do zahraničia?

Už nie sme závislí od domáceho trhu a vieme získať väčšiu spätnú väzbu pre naše nové výrobky. Rozšírili sme svoje poznatky a som spokojný, že vidím výrobky BMS v iných krajinách.

Čím zvláštnym sa, z pohľadu kvality, líšia vaše výrobky a služby od konkurencie?

Sme otvorení požiadavkám vyrábať výrobky podľa želania zákazníka a dokážeme ich zabezpečiť v krátkom čase. Naše výrobky sa neustále zlepšujú a do všetkých našich nástrojov je integrovaná najnovšia technológia a medzinárodné jazyky. Toto je pre BMS jedinečné.

Keby ste sa k tomuto podnikateľovi pridali, čím by ste mohli prispieť k jeho podniku?

Dr. Sobhi Basheer

Názov spoločnosti: **TransBioDiesel Ltd.**
Výrobky/Služby: **biopalivá**
Rok vzniku: **2007**
Počet zamestnancov: **7**
Kľúčové trhy: **Európa, USA, Austrália, Singapur, Čína**

sbsheer@transbiodiesel.com
www.transbiodiesel.com
The R & D Centre, POB 437, Shefaram 20200, Izrael

„Výzvou je presvedčiť užívateľov, aby **experimentovali s novou technológiou** a používali nové výrobky“

Svetový odborník na enzýmy, Dr. Sobhi Basheer zanechal svoju prácu výskumníka a založil si vlastnú spoločnosť a premenil svoje sny v oblasti výskumu a vývoja na skutočnosť. Jeho spoločnosť, TransBioDiesel Ltd., vykonáva priekopnícky výskum „zelených“ technológií, ktoré môžu byť potenciálne prospešné pre celú spoločnosť.

Spoločnosť je priekopníkom vo využívaní enzýmových katalyzátorov – známych ako biokatalyzátory – pri výrobe biopalív, ktoré sú považované za čistejšiu a trvalo udržateľnejšiu alternatívu k palivám vyrábaným z ropy. Biopalivá sa v súčasnosti vyrábajú chemickými katalyzátormi, avšak v porovnaní s nimi sú biokatalyzátory čistejšie, menej nákladné na výrobu a v procese výroby si vyžadujú menej energie.

Spoločnosť TransBioDiesel získala na svoje expandovanie do zahraničia granty a finančné prostriedky na výskum a rozvoj v rámci programu technologického inkubátora Hlavného vedeckého úradu izraelskej vlády. „Tieto finančné prostriedky poskytli tak veľmi potrebný kyslík a mali významný vplyv na moju spoločnosť a jej trvalý úspech,“ hovorí Sobhi.

„Obzvlášť naplňujúce,“ hovorí Sobhi, „bolo sledovať vývoj jeho výrobkov od fázy výskumu až po schválenie Federálnym úradom Spojených štátov pre potraviny a lieky (US Food and Drug Administration)“.

Čo predstavovalo najväčšie výzvy, ktorým ste čelili pri podnikaní v zahraničí?

Zavádzanie zelenej technológie, ktorá mení pravidlá hry, je vždy výzva. Priemysel a ľudia majú sklon držať sa tradičných spôsobov myslenia. Výzvou je presvedčiť užívateľov, aby experimentovali s novou technológiou a používali nové výrobky.

Máte nejakú radu pre mladých podnikateľov, ktorí uvažujú o expandovaní do zahraničia?

Povzbudil by som ich, aby hľadali zahraničné trhy a boli pripravení postaviť sa za to, v čo veria a zároveň rešpektovali rozdielne obchodné kultúry.

Aký je najlepší spôsob podnikať v zahraničí?

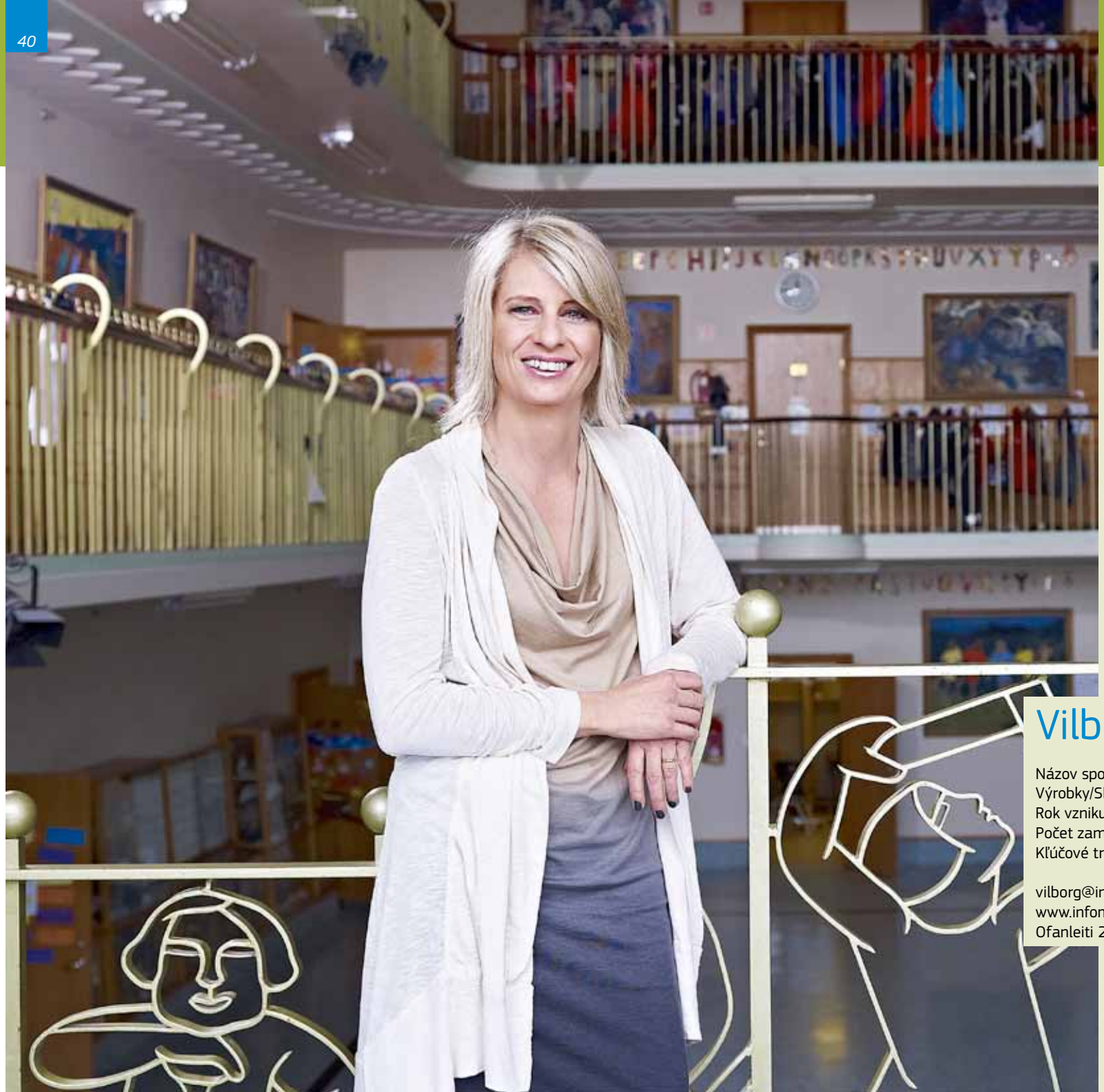
Najužitočnejšou stránkou je medzinárodný predaj výrobku. Spoločnosť kladie veľký dôraz na výrobu prvotriednych technológií na vysokej úrovni, ktoré sú konkurencieschopné na svetovom trhu.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

... prispievajú k udržateľnosti spoločnosti a ľudstva. Bez podnikateľov by spoločnosť zastala a nebola by schopná vyvíjať sa.

A vy, ako by ste vytvorili podnikateľský nápad a začali nové podnikanie?

Dr. Sobhi Basheer



Vilborg Einarsdottir

Názov spoločnosti: **InfoMentor**
Výrobky/Služby: **online vzdelávací softvér**
Rok vzniku: **2000**
Počet zamestnancov: **65**
Kľúčové trhy: **Švédsko, Spojené kráľovstvo**

vilborg@infomentor.is
www.infomentor.is
Ofanleiti 2, 103 Reykjavík, Island

„Dôležité je osloviť miestnych odborníkov na každom trhu“

Vilborg Einarsdottir prekonala kultúrne rozdiely založením vlastného podniku so vzdelávacím softvérom. Spoločnosť vyvinula online vzdelávací a hodnotiaci systém, ktorý je prospešný pre žiakov, učiteľov a tiež pre rodičov, a ktorý môže byť prispôsobený akémukoľvek počtu krajín.

Dôkladne pochopiť rôzne spôsoby práce – a najmä rôzne učebné osnovy v príslušných európskych krajinách – malo v raste spoločnosti veľký význam. Jasná vízia od začiatku zohrávala dôležitú úlohu v jej úspešnej expanzii do ďalších častí Európy. „Napokon, všetko je to o zdieľaní vašej vízie. Vízia dáva energiu a inšpiráciu,“ hovorí Vilborg. Rozhodujúce bolo tiež nájsť správnych ľudí z hľadiska spolupráce na miestnych trhoch: mottom spoločnosti je: „dôveruj a daj ľuďom kompetencie“.

Pomoc pri založení spoločnosti poskytol islandský projekt UH17, ktorého cieľom je propagácia krajiny v zahraničí. K jej rozvoju taktiež prispeli granty z islandského technologického fondu a ďalšia subvencia z islandského fondu pre nové podniky. Partnerom InfoMentoru bol taktiež Frumtak, islandský investičný fond, ktorý pomáha nádejným spoločnostiam.

Vilborg Einarsdottir

Ako ste si poradili s podnikaním v zahraničí?

V InfoMentore pracujeme so školami. Dôležité je osloviť miestnych odborníkov na každom trhu. Keď disponujete dôkladnými znalosťami miestnej kultúry, jednotlivých učebných osnov a viete, ako sa veci organizujú, nájdete riešenia, ktoré zvyšujú hodnotu školy.

Čím sa odlišuje váš výrobok od iných na trhu?

Riešenie od spoločnosti InfoMentor kombinuje miestne znalosti učebných osnov s osvedčenými postupmi pri individuálnom vzdelávaní a rozvoji študentov.

Čo bolo doteraz vrcholom z hľadiska rastu vašej spoločnosti?

Pomáhať učiteľom zlepšiť vzdelávanie v Európe a vidieť, ako žiaci dosahujú svoje ciele.

Podnikatelia zohrávajú v spoločnosti dôležitú úlohu, pretože ...

... sú motorom inovácie, podnecujú kreativitu a prinášajú zmeny v kultúrach. Kladú základný kameň budúcnosti.

Čo by sa dalo naučiť od tohto podnikateľa?

Caterina Lucchi

Názov spoločnosti: **Campomaggi & Caterina Lucchi s.r.l**
Výrobky/Služby: **návrhárka kabeliek**
Rok vzniku: **1983**
Počet zamestnancov: **110**
Kľúčové trhy: **USA, Benelux, Rusko, Japonsko, Blízky východ**

info@emergentitaliani.it
www.emergentitaliani.it
Via S. Carlo 2707/2709, 47522 S. Carlo Di Cesena (FC), Taliansko

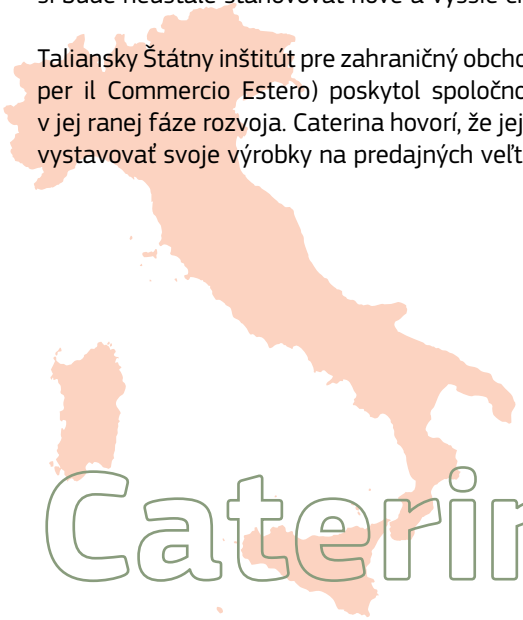
„Nikdy sa nevzdávaj“

Caterina Lucchi sa rozhodla stať návrhárkou kabeliek po tom, ako obdivovala kvalitu ručne vyrábanej koženej tašky svojej priateľky. Pred tým, ako začala podnikať so svojím manželom, Marcom Campomaggim, tiež renomovaným návrhárom tašiek, navrhovala a vyrábala vlastné tašky pre zábavu.

Začínajúc od nuly si Caterina splnila sen o vlastnej spoločnosti. Zameriava sa na výrobu tašiek, ktoré sú jedinečné. „Majú dušu. Nejde o ich vzhľad alebo logo. Každá taška má svoju osobnosť,“ hovorí. Svoje tašky opisuje ako „venované žene s výraznou osobnosťou vyčnievajúcej z davu“.

Najväčšie prekážky, s ktorými sa spoločnosť pri predaji do zahraničia stretla, boli jazykové bariéry a obmedzené znalosti vývozných a dovozných predpisov, ale tieto problémy nezabránili, aby sa Caterinine kabelky „Made in Italy“ predávali po celom svete. Prístup s heslom „všetko sa dá“ ju posunul ďaleko a sama verí, že si bude neustále stanovovať nové a vyššie ciele.

Taliansky Štátny inštitút pre zahraničný obchod (Instituto Nazionale per il Commercio Estero) poskytol spoločnosti finančnú podporu v jej ranej fáze rozvoja. Caterina hovorí, že jej táto pomoc umožnila vystavovať svoje výrobky na predajných veľtrhoch v zahraničí.



Caterina Lucchi

Čo by ste poradili tým, ktorí sa pokúšajú podnikať v zahraničí?

Nepočúvajte tých, ktorí vravia, že predávať v zahraničí je ťažké.

Máte nejaké tipy ako najlepšie podnikať v iných krajinách?

Aby ste uspeli na vašich cieľových trhoch, vyrábajte kvalitné výrobky za rozumné ceny.

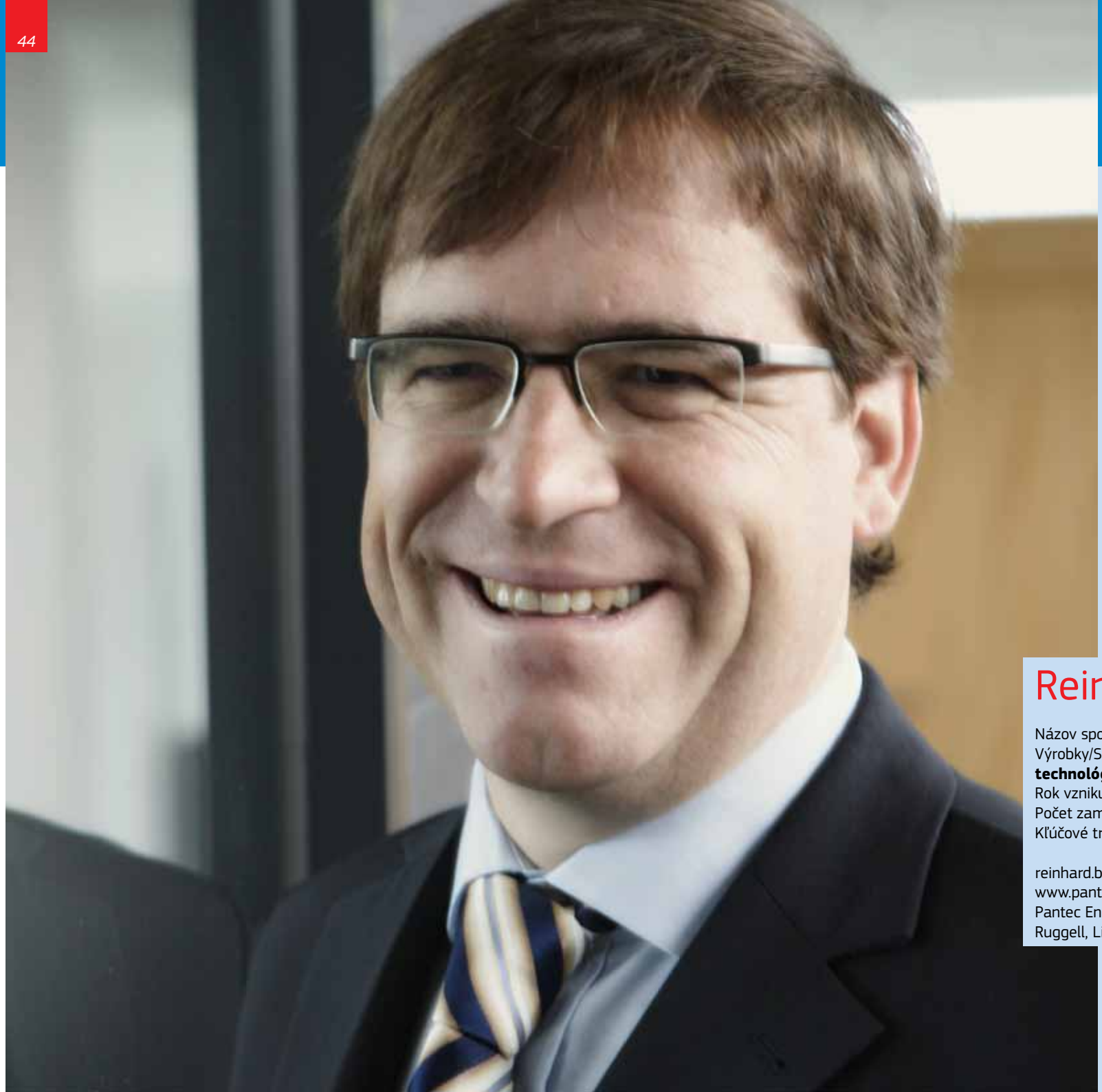
Čo bolo najlepšie na expandovaní do zahraničia?

Zvýšenie našej spotrebiteľskej základne, rozšírenie našich trhov a kultúrneho porozumenia a prijatie nových výziev.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

... propagujú inovácie, vytvárajú pracovné miesta a poskytujú zamestnancom možnosť stať sa finančne nezávislými.

Čo vás inšpirovalo pri čítaní tohto podnikateľského profilu?



Reinhard Braun

Názov spoločnosti: **Pantec AG**
Výrobky/Služby: **mechatronická prevádzková technológia pre priemyselné aplikácie**
Rok vzniku: **1990**
Počet zamestnancov: **95**
Kľúčové trhy: **Švajčiarsko, Čína a India**

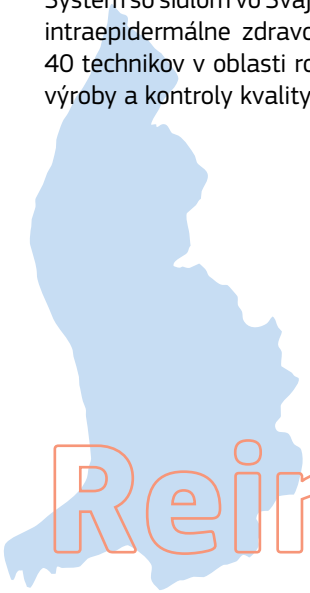
reinhard.braun@pantec.com
www.pantec.com
Pantec Engineering AG, Industriering 21, 9491 Ruggell, Lichtenštajnsko

„Robte veci postupne“

Reinhard Braun, inšpirovaný svojím otcom, založil v roku 1990 spoločnosť Pantec AG poskytujúcu mechatronickú prevádzkovú technológiu pre priemysel. Reinhard vedel už od začiatku, že kvôli malému domácemu trhu vo Švajčiarsku bude nevyhnutné expandovať do zahraničia.

A tak sa pustil do rozvoja kreatívnych konceptov, pričom sa snažil zaistiť, aby Pantec pracovala podľa najvyšších možných noriem s cieľom preniknúť do cieľových odvetví spoločnosti v oblasti tlače, priemyselnej meracej technológie, textílií a zdravotníckych a priemyselných laserových aplikácií. Pomoc mu bola nablízku z obchodnej komory v Lichtenštajnsku a Švajčiarsku najmä v období, keď spúšťal prevádzku spoločnosti Pantec v Číne v roku 2004.

Dnes pochádza 95 % obratu spoločnosti Pantec z medzinárodného podnikania. Expanzia firmy nadobudla také rozmery, že v súčasnosti spoločnosť Pantec zastrešuje činnosť troch firiem: Pantec Engineering s dcérskymi spoločnosťami v Indii a Číne, Pantec GS System so sídlom vo Švajčiarsku a Pantec Biosolutions, ktorá vyrába intraepidermálne zdravotnícke aplikácie. Spoločnosť zamestnáva 40 technikov v oblasti rozvoja aplikácií a 35 pracovníkov v oblasti výroby a kontroly kvality.



Reinhard Braun

Čo by ste poradili podnikateľom uvažujúcim o expandovaní do zahraničia?

Nepokúšajte sa urobiť všetko naraz, pretože svet je na to priveľký. Robte veci postupne.

Čo považujete za najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Zriaďte si vlastné spoločnosti vo veľkých krajinách ako Čína alebo USA. v ostatných krajinách môžete pracovať prostredníctvom distribútorov a zástupcov.

Čo bolo najlepšie na expandovaní vášho podniku do zahraničia?

Naše presadenie sa v Číne. Začali sme v roku 2004 nákupom a snažili sme sa zaistiť, aby boli naše ceny konkurencieschopné. v roku 2005 sme spustili predaj a služby. Dnes tvoríme 25 % nášho obratu v Číne.

Podľa mňa najlepšou vecou na tom byť podnikateľom je, že ...

...som schopný prekonať veľké výzvy s úžasným tímom zamestnancov.

Dokázali by ste vymyslieť nový podnikateľský nápad na základe podnikania tohto podnikateľa?

Andrius Rupšys

Názov spoločnosti: **Ruptela, UAB**
Výrobky/Služby: **komunikačné technológie, elektronické a softvérové systémy**
Rok vzniku: **2007**
Počet zamestnancov: **40**
Kľúčové trhy: **EÚ, Rusko, USA, Afrika**

info@ruptela.lt
www.ruptela.lt
Žalgirio g. 92, 09303 Vilnius, Litva

„To, čo potrebuje jeden trh dnes, môže iný trh potrebovať zajtra“

Keď bol Andrius Rupšys ešte dieťa, jeho otec založil vlastný podnik a odvtedy Andrius v sebe živil túžbu pokračovať v jeho šľapajach. Strata niekoho veľmi blízkeho rozptýlila všetok strach, ktorý mal Andrius z takéhoto kroku a v roku 2007 dobre uplatnil svoje štúdium elektroinžinierstva a založil spoločnosť Ruptela.

Ruptela navrhuje a vyrába informačnú a komunikačnú technológiu a elektronické a softvérové systémy. Okrem vzdelania v oblasti elektroniky mal Andrius dobré jazykové znalosti, čo bolo v spojení s vládnymi grantmi rozhodujúce z hľadiska pomoci spoločnosti presunúť sa na zahraničné trhy a zriadiť predajné miesto mimo Litvy.

Spoločnosť je v súčasnosti aktívna približne v 30 krajinách po celom svete a asi 70 % svojho obratu vytvára v zahraničí. Odborné znalosti tímu viedli k vývoju platformy na monitorovanie a sledovanie vozidiel cez internet poskytujúcej také informácie, ako je poloha vozidla a spotreba paliva. Ruptela bola vymenovaná za najúspešnejšiu IT spoločnosť v Litve v roku 2011 na základe rastu, zavádzania nových výrobkov a exportu a získala ocenenie od prezidentky Dalie Grybauskaitė.

Andrius Rupšys

S akými najväčšími prekážkami a problémami ste sa stretli pri podnikaní v zahraničí?

Nevidím žiadne prekážky. Vždy sa rád dozviem niečo o nových kultúrach, nových krajinách, nových ľuďoch a nachádzam nové obchodné príležitosti. Všetko závisí od vášho uhlu pohľadu.

Čo považujete za najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Neexistuje univerzálny model, no myslím si, že je dôležité otestovať trh, zistiť, čo si potenciálni zákazníci myslia o vašich nápadoch a čo robí konkurencia.

Čo bolo najlepšie na expandovaní vášho podniku do zahraničia?

Milujem nové veci a každé rozšírenie prináša niečo nové. Vždy je to náročné, ale aj zaujímavé. Možno najväčším objavom bolo zistenie, že to, čo potrebuje jeden trh dnes, môže iný trh potrebovať zajtra.

Podľa mňa najlepšou vecou na tom byť podnikateľom je, že ...

... máte pocit, že môžete naozaj niečo vo svete zmeniť a máte moc to urobiť.

Prečo si myslíte, že tento podnikateľ bol medzinárodne úspešný?

Michèle Detaille

Názov spoločnosti: **Codiprolux**
Výrobky/Služby: **výťahové príslušenstvo**
Rok vzniku: **2004**
Počet zamestnancov: **15**
Kľúčové trhy: **Francúzsko, Nemecko, Taliansko**

info@codipro.net
www.codipro.net
Salzbach 9502, Luxemburg

„Môžete vytvoriť čokoľvek, čo len chcete“

Potom čo Michèle Detailleová pôsobila 18 rokov ako starostka malej obce v Belgicku, v roku 2004 založila v Luxembursku spoločnosť Codipro. Spoločnosť navrhuje a vyrába bezpečnostné otočné krúžky používané v zdvižných zariadeniach a jej cieľom je poskytovať zákazníkom čo najkvalitnejšie poradenstvo o zdvižných mechanizmoch.

Na začiatku svojho expandovania do zahraničia mala spoločnosť Codipro problémy s clami a komplikovanými miestnymi normami. Bolo ťažké nájsť použiteľné informácie o cieľových trhoch a spoľahlivé kontakty. Dochvíľne doručovanie kvalitných výrobkov však spoločnosti umožnilo rozvíjať sa. V súčasnosti vyváža do 32 krajín, 99 % predaja tvorí predaj zákazníkom mimo Luxemburska a 11 % zákazníkom mimo Európy. Tento fakt bol ocenený v januári 2012, keď spoločnosť vyhrala cenu Luxemburský vývoz za rok 2011 pre malé a stredné podniky, ktorú jej udelila obchodná komora veľkovojvodstva a luxemburská pobočka exportnej úverovej spoločnosti, Office du Ducroire.

Michèle radí všetkým rozvíjajúcim sa svetovým podnikateľom, aby predtým ako sa rozhodnú rozširovať sa do zahraničia najprv zistili dopyt po svojich produktoch a službách na domácom trhu. Ďalším z jej tipov je, aby svoje výrobky z hľadiska kvality a ceny prispôsobovali trhu, na ktorom ich budú predávať.

Michèle Detaille

Akým výzvam a prekážkam ste čelili pri expandovaní do zahraničia?

Jednou z prekážok bolo prispôsobenie sa a zvládnutie veľmi rozdielnych kultúr. Výzvou boli tiež veľké vzdialenosti medzi našou základňou a miestami, v ktorých sme podnikali.

Čo pokladáte za najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Musíte sa uistiť, že vaše výrobky sú z hľadiska kvality, ceny a všeobecných charakteristík čo najlepšie prispôsobené trhom, na ktorých si želáte podnikať.

Čo bolo najlepšie na expandovaní vášho podniku do zahraničia?

Myslím si, že najlepšou bola príležitosť vyrábať kvalitné výrobky a nájsť dobrých predajcov a dobrých zákazníkov.

Čo pokladáte za svoj najväčší úspech v podnikaní?

Mojím najväčším úspechom bolo priebežné zdokonaľovanie nášho tímu v spoločnosti Codiprolux.

Čo je najlepšie na tom, že ste podnikateľka?

Najlepšie na tom je pocit, ktorý vám môže dať podnikanie, a to, že môžete vytvoriť čokoľvek, čo len chcete.

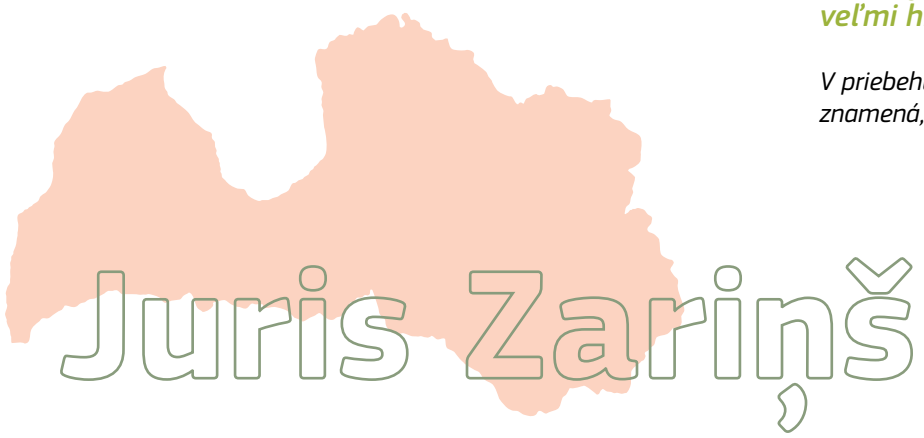
Keby ste sa k tomuto podnikateľovi pridali, čím by ste mohli prispieť k jeho podniku?

Juris Zariņš

Názov spoločnosti: **JZ Microphones**
Výrobky/Služby: **štúdiové mikrofóny a príslušenstvo**
Rok vzniku: **2007**
Počet zamestnancov: **40**
Kľúčové trhy: **Nemecko, USA**

info@jzmic.com
www.jzmic.com
Gaujas 30, 2167 Marupe, Lotyšsko

„Buďte kreatívni, zanietení a pripravení investovať“



Juris Zariņš

So vzdelaním v tak rozdielnych oblastiach ako je klenotníctvo a strojárstvo si Juris Zariņš vzal k srdcu radu svojho otca pracovať oddane a s vášňou a založil v Lotyšsku v roku 2007 spoločnosť JZ Microphones. Juris jasne videl, že takýto postoj prináša svoje ovocie, čoho dôkazom je aj vzostup jeho spoločnosti, ktorá vyrába štúdiové mikrofóny a ďalšie príslušenstvo.

Juris dal dokopy malý, zato talentovaný, tvrdo pracujúci a kreatívny tím. Najprv sa snažili získať si uznanie väčších konkurentov a taktiež svojich potenciálnych klientov, ktorí nie vždy videli potrebu ďalšej značky mikrofónov. Avšak s podporou lotyšskej Agentúry pre investície a rozvoj si ich vysokokvalitné, ručne vyrábané výrobky začali postupne získavať svojich priaznivcov.

Dnes vytvára spoločnosť JZ Microphones takmer všetok svoj obrat z medzinárodného obchodu a podniká asi v 40 krajinách. Jej výrobky si vyberá niekoľko dobre známych štúdií a hudobníkov. Spolu s ich jedinečných dizajnom a technickými inováciami vyvinula spoločnosť JZ technológiu výroby mikrofónových kapsúl s názvom „Golden Drop“, ktorá zlepšuje kvalitu zvuku.

Čo by ste poradili podnikateľom uvažujúcim o expandovaní do zahraničia?

Buďte kreatívni, zanietení a pripravení investovať. Predaj je jedna vec, avšak dopyt na miestnom trhu neznamená, že bude aj dopyt v zahraničí. Musíte byť pripravení prispôsobiť sa potrebám trhu a zákazníka. Keď majú vaše výrobky konkurenčnú výhodu, budete expandovať rýchlejšie.

Čo považujete za najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Skúmajte prácu vašej konkurencie a zistite, ako môžete byť lepší. Keď to urobíte správne, potom sa bude výrobok predávať sám.

Čím zvláštnym sa, z pohľadu kvality, líšia vaše výrobky a služby od konkurencie?

Najdôležitejšou súčasťou každého mikrofónu je kapsula, ktorá sa v priebehu viac ako pol storočia nezmenila. Našli sme spôsob, ako ju vylepšiť našou patentovanou technikou Golden Drop.

Váš najväčší úspech alebo niečo, na čo ste veľmi hrdý...

V priebehu môjho podnikania som vždy dodržal slovo. To znamená, že moje slovo má významnú váhu.

A vy, ako by ste vytvorili podnikateľský nápad a začali nové podnikanie?

Jovan Jovetić

Názov spoločnosti: **Montcarton d.o.o. Podgorica**
Výrobky/Služby: **výrobca reklamných lepenkových škatúľ**
Rok vzniku: **1996**
Počet zamestnancov: **20**
Kľúčové trhy: **EÚ**

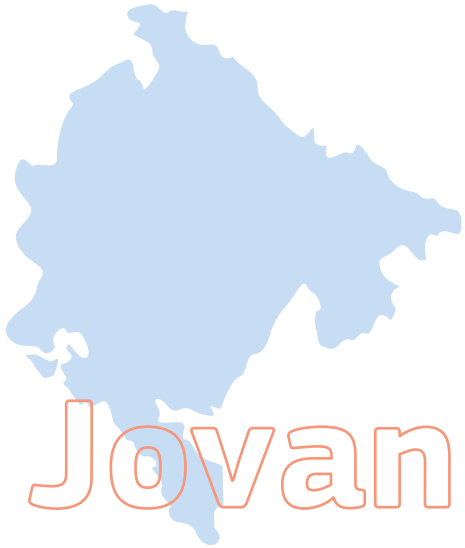
montcarton@t-com.me
www.montcarton.com
Žarka Zrenjanina br.14, Podgorica 81 000, Čierna Hora

„Osvedčte sa v zahraničí, aby vás prijali doma“

Jovana Jovetića inšpiroval k založeniu spoločnosti bývalý spolužiak z univerzity, ktorý mal problémy nájsť kvalitné lepenkové škatule pre svoje podnikanie. Vďaka tým najlepším materiálom z EÚ a skúseným a vzdelaným pracovníkom získala spoločnosť Montcarton rýchlo povesť výrobcu kvalitných škatúľ.

Zvýšený predaj na domácom trhu mal za následok rozšírenie dobrého mena spoločnosti do iných krajín. Montcarton sa od svojej konkurencie líši tým, že: „zákazníci sú informovaní o všetkých fázach výroby,“ vraví Jovan a zároveň dodáva, že: „Berieme do úvahy želania našich zákazníkov a funkčnosť a kvalitu výrobku.“

Rozvoju spoločnosti Montcarton pomohol Fond Čiernej Hory pre investície a rozvoj, ktorý podporil spoločnosť v strategickom investovaní do výroby škatúľ pre zahraničný a domáci trh. Z malého rodinného podniku Montcarton sa stala spoločnosť s moderným zariadením na tlač a výrobu škatúľ. Podľa Jovana je spoločnosť čoraz silnejšia aj napriek politickým a hospodárskym krízam, ktoré Čiernu Horu počas uplynulých dvoch desaťročí zasiahli.



Jovan Jovetić

Aké boli najväčšie prekážky podnikania v zahraničí?

Presvedčiť zahraničných zákazníkov o tom, že aj v Čiernej Hore sú výrobcovia, ktorí sú profesionálni a konkurencieschopní a ktorí plnia výrobné normy EÚ.

Aký je najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Najlepšia je priama komunikácia, ale nie je to jediný spôsob, ako dospieť k spolupráci so zahraničnými zákazníkmi. Existujú aj iné spôsoby, ako napríklad prezentovanie sa na obchodných veľtrhoch, spolupráca s obchodnými komorami, rozvíjanie kontaktov prostredníctvom zastupiteľských úradov a agentúr, ako aj dobré reklamné kampane.

Čo by ste poradili podnikateľom, ktorí sa pokúšajú expandovať do zahraničia?

Základom je dobrá stratégia a vízia a zároveň musíte vyrábať veľmi kvalitné výrobky.

Najlepšia vec na tom byť podnikateľom je,...

... že mám prácu, ktorej rozumiem a ktorú mám rád a ktorá mi umožňuje byť nezávislým a kreatívnym.

Čo by sa dalo naučiť od tohto podnikateľa?

Alex Scicluna

Názov spoločnosti: **skupina spoločností Jubilee**
Výrobky/Služby: **Reťazec stredomorských kaviarní/ reštaurácií**
Rok vzniku: **1995**
Počet zamestnancov: **120**
Kľúčové trhy: **Maďarsko, Spojené kráľovstvo, Nemecko**

alex@cafejubilee.com
www.cafejubilee.com
www.jubileefoods.net
6 Library Street, Victoria, Gozo VCT-1174, Malta

„Rozvíjať svoj vlastný podnik je vzrušujúce a predstavuje splnený sen“

Ako mladý muž pracoval Alex Scicluna od výplaty k výplate v oblasti stravovacích služieb a taktiež získal diplom v odbore manažment v pohostinstve a hotelierstve. Preto bolo úplne prirodzené, že sa vydal na vlastnú cestu v oblasti stravovacích služieb. v roku 1998 založil Café Jubilee v Gozo a v roku 2000 a 2005 otvoril na Malte ďalšie obchody.

Vládne fondy umožnili spoločnosti Jubilee zúčastňovať sa na medzinárodných výstavách a Alex začal od roku 2005 expandovať do zahraničia. Je hrdý najmä na otvorenie dvoch nových obchodov Jubilee v priebehu štyroch mesiacov v roku 2010: v Budapešti vo februári a na šanghajskej svetovej výstave EXPO v máji.

Jubilee predáva čerstvé špeciality zo Stredomoria: šaláty, polievky, sendviče, cestoviny (vrátane rybacích raviol vyrobených z čerstvo uloveného stredomorského zubatca) a dezerty. Spoločnosť tiež vyrába špeciality z Malty a Gozo pod značkou Jubilee Foods. Patria sem olivy, kapary, nakladané sušené paradajky a figy, ktoré sa predávajú v supermarketoch na Malte a v zahraničí. Výrobky Jubilee sú príťažlivé pre všetkých päť zmyslov, čo je veľmi vítaná vlastnosť výrobku.

Na aké prekážky ste narazili pri obchodovaní v zahraničí?

Najťažšie bolo vystúpiť z pohodlnej zóny. Jazykové a kultúrne rozdiely predstavovali tiež isté ťažkosti z hľadiska prispôsobenia ponuky spoločnosti.

Čo by ste poradili podnikateľom, ktorí chcú pracovať v iných krajinách?

Rozvíjať svoj vlastný podnik je vzrušujúce a predstavuje splnený sen. Avšak je potrebné byť trpezlivý a pripravený na údery. Musíte mať dlhodobú perspektívu a plán z pohľadu dlhodobej návratnosti.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

... vytvárajú príležitosti pre seba a iných a často reagujú prví na potreby, o ktorých nikto nevedel, že sú.

A čo je najlepšia vec na tom byť podnikateľom?

Môžem zmeniť víziu na niečo hmatateľné.

Alex Scicluna

Čo vás inšpirovalo pri čítaní tohto podnikateľského profilu?

© Fotograf Job Boersma

Thecla Bodewes

Názov spoločnosti: **Shipyards Bodewes & Shipyard De Kaap**
Výrobky/Služby: **lodiarstvo**
Rok vzniku: **Shipyards Bodewes, 1998**
Shipyard De Kaap, 2003
Počet zamestnancov: **60**
Kľúčové trhy: **Európa, Austrália**

info@scheepswerfdekaap.nl
www.scheepswerfdekaap.nl
Kaapweg, 4, 7944 HV Meppel, Holandsko

„Nevzdávajte sa pri prvej prekážke..., chápte ju ako **možnosť učiť sa**“

Pochádzajúc z rodiny s dlhou tradíciou v medzinárodnom lodiarstve sa Thecla Bodewes vždy pohybovala v námornom svete. Jej otec ju povzbudzoval v práci v medzinárodnom lodiarstve bez toho, aby trval na jej vstupe do rodinného podniku. Získala bakalársky titul v lodiarskom inžinierstve a následne sa stala členkou spoločnosti pre medzinárodnú klasifikáciu, mimovládnu organizáciu, ktorá ustanovuje a spravuje technické normy pre výstavbu a prevádzku lodí a pobrežných konštrukcií.

Rodinná spoločnosť, ktorú Thecla prevzala, bola založená v roku 1813. Shipyards Bodewes & Shipyard De Kaap poskytuje kompletný rozsah lodiarskych činností: stavbu, opravy, úpravy a obnovy lodí. Thecla tvrdí, že lode jej spoločnosti vynikajú nad loďami konkurencie. Inovatívny dizajn a stavba lodí jej spoločnosti berie do úvahy všetky technické, ľudské a environmentálne aspekty a zároveň sa usiluje o minimalizáciu nákladov.

Thecla vraví, že pri hľadaní zahraničných trhov je dôležité riadiť sa vlastnou intuíciou a zamerať sa na krajiny so stabilnými alebo prudko rastúcimi ekonomikami. Jej spoločnosť pripravuje pred vstupom na trh a samotným budovaním obchodných kontaktov podrobné štúdie o potenciáli daného trhu.

Thecla Bodewes

Čo by ste poradili podnikateľom, ktorí chcú vstúpiť na zahraničné trhy?

Nevzdávajte sa pri prvej prekážke..., chápte ju ako možnosť učiť sa.

Aký je najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Spolupracujte s miestnymi ľuďmi. Zmes rôznych kultúr na palube pri realizácii určitého projektu je často perfektný spôsob ako napredovať.

Čo získala vaša spoločnosť najviac z práce na zahraničných trhoch?

Nové trhy a čerstvé nápady.

Najlepšia vec na tom, byť podnikateľkou je, že...

... môžem budovať spoločnosť podľa vlastnej vízie a vlastných cieľov a etiky. Talentované osoby, ktoré tvoria náš tím, mi taktiež dávajú veľa pozitívnej energie.

Dokázali by ste vymyslieť nový podnikateľský nápad na základe podnikania tohto podnikateľa?

© Fotografie: FOA

Gry Cecilie Sydhagen

Názov spoločnosti: **Metizoft AS**
Výrobky/Služby: **poradenské služby pre riešenia tzv. zeleného pasu v odvetví lodnej dopravy/ námorného priemyslu**
Rok vzniku: **2006**
Počet zamestnancov: **20**
Kľúčové trhy: **Kanada, Brazília, Singapur, Indonézia, India**

gry@metizoft.com
www.metizoft.com
Eggesbøvegen 40, 6092 Fosnavåg, Nórsko

„Splňte si pár osobných cieľov!“

Keď sa Gry Cecilie Sydhagenová vrátila do svojej rodnej dediny na západe Nórska, pre nedostatok voľných miest v oblasti informačných technológií, s ktorými mala skúsenosti, sa rozhodla, že si založí vlastnú firmu. Tento kraj má bohatú námornícku tradíciu, preto v roku 2006 založila spoločnosť Metizoft, ktorá zabezpečuje „zelené profily“ pre odvetvie lodnej prepravy.

Zoznam nebezpečných látok z roku 2009 (ZNL) – predtým známy ako zelený pas, predstavuje povinnú registráciu všetkých potenciálne nebezpečných zložiek a materiálov pri stavbe lode. Dokument sprevádza loď počas celej jej životnosti a umožňuje jej bezpečnejšie a ekologickejšie vyradenie na konci jej prevádzky.

Metizoft získala dobrú povesť v odvetví, vďaka čomu mohla prilákať zvyšujúci sa počet medzinárodných klientov. Gry Cecilie vraví, že klienti spoza hraníc Nórska zlepšujú vyhliadky spoločnosti, najmä vzhľadom na fluktuácie v medzinárodnom obchode. Tiež je veľmi spokojná so svetovým potenciálom spoločnosti Metizoft. Medzinárodnej expanzii spoločnosti napomohlo poradenstvo, ktoré získala prostredníctvom nástroja nórskej vlády na inováciu a rozvoj s názvom Innovation Norway.

Gry Cecilie Sydhagen

Aká bola najväčšia prekážka podnikania v zahraničí?

Presadiť sa na novom trhu vás bude stáť viac, ako by ste očakávali na začiatku.

Máte nejaké rady týkajúce sa podnikania v zahraničí?

„Necestuje“ sami. Ak môžete založiť podnik s inými spoločnosťami v rovnakom odvetví, môžete si podeliť úlohy, ako napríklad prieskum trhu, nadväzovanie miestnych kontaktov, dohadovanie stretnutí a cestovné plány. Zároveň to znamená, že budete mať pri sebe niekoho, s kým môžete diskutovať!

Čo by ste poradili podnikateľom, ktorí uvažujú o expandovaní do zahraničia?

Získajte čo najhlbšie vedomosti o krajine, v ktorej chcete podnikať, a pripravte si dobrú stratégiu. Rozprávajte sa s ľuďmi z vášho odvetvia – zvyčajne robili v podnikaní chyby, vy ich však už nemusíte opakovať !

Podľa mňa najlepšou vecou na tom byť podnikateľkou je,...

... že som pozícii, v ktorej je povolené mať víziu a rozmýšľať vo veľkom a zároveň si splniť pár osobných cieľov!

Prečo si myslíte, že tento podnikateľ bol medzinárodne úspešný?

Roman Martyna

Názov spoločnosti: **Laboratórium „LRM“**
Výrobky/Služby: **stavebníctvo**
Rok vzniku: **1991**
Počet zamestnancov: **4**
Kľúčové trhy: **Juh – Juhovýchodná Ázia, Turecko, Čile**

lrm@lrm-nde.com
www.lrm-nde.com
ul. Bazancia 28, 32-083 Szczyglice, Poľsko

„Technológia a inovácie, ktoré poháňajú podnikateľov, by nemali zostať v laboratóriách“

Hoci Roman Martyna spustil do prevádzky svoje laboratórium LRM v roku 1991, jeho základy postavil ešte o desaťročie skôr svojou doktorandskou prácou o magnetickom testovaní lán. V priebehu nasledujúcich rokov sa o túto tému neprestal zaujímať a pracoval na novom systéme magnetického testovania oceľových lán a potrubí.

Výsledkom bolo vytvorenie diagnostického systému LRM XXI a jeho podpornej technológie. Systém je uznaný odborníkmi na celom svete ako popredný systém v používaní metódy testovania rozptylu magnetického toku (MFL) pre oceľové laná a gumené laná, pásové dopravníky a oceľové trubice. LRM taktiež poskytuje školenie a certifikáciu v oblasti praktického používania metódy.

Romanova technológia sa využíva pri stavbe mostov, sedačkových lanoviek, pohyblivých žeriavoch a lodných plošín v 15 krajinách v Európe a po celom svete. Viac ako 80 % obratu LRM pochádza z medzinárodného podnikania na hlavných medzinárodných trhoch vrátane juhovýchodnej Ázie, Turecka a Čile. Súčasne s mnohými jeho uznávanými patentmi získal Roman zlatú medailu v súťaži Eureka v Bruseli a vyznamenanie v súťaži Malopolski inovátor v roku 2007.

Roman Martyna

Čím zvláštnym sa, z pohľadu kvality, líšia vaše výrobky a služby od konkurencie??

Moji klienti hovoria, že diagnostický systém LRM XXI využíva na testovanie oceľových lán najmodernejšiu a najinovatívnejšiu technológiu na svete.

Váš najväčší úspech alebo niečo, na čo ste veľmi hrdý?

Že môj syn, Maciej, pokračuje v mojich šľapajach a začal so mnou v odvetví testovania oceľových lán podnikať, aby odovzdal svoje poznatky mladším generáciám.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože ...

... technológia a inovácie, ktoré poháňajú podnikateľov, by nemali zostať v laboratóriách a na univerzitách. Mali by byť sprístupnené verejnosti.

Podľa mňa najlepšou vecou na tom byť podnikateľom je, že ...

... som slobodný a môžem robiť to, čo chcem a mám možnosť stretnúť ľudí z celého sveta, ktorí zdieľajú moje záujmy.

Keby ste sa k tomuto podnikateľovi pridali, čím by ste mohli prispieť k jeho podniku?

Purificação Tavares

Názov spoločnosti: **CGC Genetics (Centro Genética Clinica e Patologia SA)**
Výrobky/Služby: **služby genetického testovania**
Rok vzniku: **1992**
Počet zamestnancov: **58**
Kľúčové trhy: **Európa, Blízky východ, Severná Amerika, Južná Amerika**

mptavares@cgcgenetics.com
www.cgcgenetics.com
Rue Sá da Bandeira 706 -1º, 4000-432 Porto, Portugalsko

„Každý vynález bol raz považovaný za nemožný“

Ako profesorka genetiky sa Purificação Tavares rozhodla využiť svoje odborné znalosti a založila CGC Genetics, spoločnosť zaoberajúcu sa službami genetického testovania. Následne pracovala na presviedčaní medzinárodných klientov, že včasné zistenie ochorenia a prevencia prostredníctvom molekulárneho genetického testovania môže znížiť náklady na zdravotnú starostlivosť.

Medzinárodnej expanzii CGC spočiatku bránili ťažkosti pri nadväzovaní vzťahov s lekármi a nemocnicami v zahraničí a pri ich presviedčaní, aby využívali portugalské genetické laboratórium. Spoločnosť sa však naďalej zameriavala na kvalitu svojich služieb a tvorbu cien a poskytovala klientom dlhodobú technickú a vedeckú podporu. Výsledkom je, že CGC má v súčasnosti zákazníkov v Ázii, na Blízkom východe a v Spojených štátoch amerických a to vrátane niektorých z najprestížnejších zdravotníckych inštitúcií na svete.

Pomoc od niekoľkých orgánov portugalskej vlády pomohla Purificação v rozvoji jej podnikania. AICEP, orgán, ktorý pomáha portugalským spoločnostiam v zahraničí, Priemyselná a obchodná komora, IAPMEI, orgán pomáhajúci MSP v oblasti rastových stratégií a COTEC, ktorý podporuje inovácie – tí všetci podporovali CGC.

Čo by ste poradili podnikateľom, ktorí sa pokúšajú expandovať do zahraničia?

Nie je to ľahké, ale dá sa to zvládnuť. My stále investujeme náš obrat do výskumu a vývoja. Musíte byť pripravení na prekážky a neočakávané prekvapenia. Dobre plánujte a nezabúdajte maximálne využívať učebný proces počas zahraničnej cesty.

Aký je najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Vyvíjajte genetické testy, ktoré sú cenné pre klinických lekárov a môžu byť užitočné pre nás všetkých. Poskytnite najlepšie služby a prekročte očakávania klientov. Zamerajte sa na určenie termínov návratnosti testovacích vzoriek a poskytovanie podpory zákazníkom.

Čo bolo najlepšie na expandovaní do zahraničia?

Spoznali sme úžasných ľudí, s ktorými pracujeme po celom svete. Takisto som získala vedomosti o iných kultúrach a tradíciách a o tom, ako ovplyvňujú aplikovanú medicínu a manažérske rozhodnutia.

A vy, ako by ste vytvorili podnikateľský nápad a začali nové podnikanie?

Purificação Tavares

Ingrid Vlasov

Názov spoločnosti: **SC Ingrid Vlasov SRL**
Výrobky/Služby: **moderná luxusná móda**
Rok vzniku: **1997**
Počet zamestnancov: **20**
Kľúčové trhy: **Francúzsko, Taliansko, Spojené štáty, Saudská Arábia, Južná Kórea**

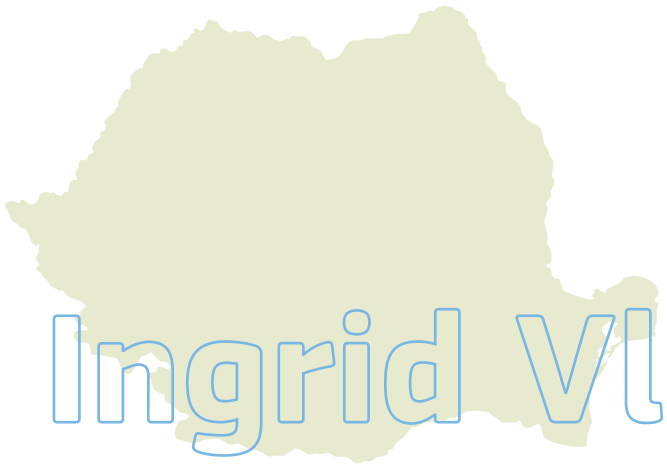
office@ingridvlasov.com
www.ingridvlasov.com
Sos.Pacurari nr.88, 700514 Iasi, Rumunsko

„Musíte si byť vedomí svojich schopností“

Politické a spoločenské zmeny, ktoré sa udiali v Rumunsku v decembri 1989, viedli k vytvoreniu nových príležitostí pre podnikateľov a Ingrid Vlasovová využila väčšinu z nich. Po štúdiu módneho návrhárstva na Európskom inštitúte dizajnu v Ríme založila Ingrid v roku 1997 svoju vlastnú značku a postupne sa stala jednou z najznámejších mien vo svete rumunskej módy.

Módna prehliadka Ingridinej jarnej a letnej kolekcie v Paríži v roku 2009 znamenala vstup značky na medzinárodnú scénu konfekčnej módy a viedla k množstvu objednávok. Ide o prvú rumunskú módnu značku, ktorá dobila medzinárodné trhy, a šaty, ktoré navrhla Ingrid, sa začali vo veľkej miere objavovať v časopisoch ako Vogue, Elle či L'Officiel. Začali ich na dôležité podujatia nosiť osobnosti určujúce módne trendy, ako je popová hviezda Lady Gaga.

Ingridine kreácie predstavujú interpretáciu štýlu „moderného luxusu“, kombinujú v sebe ženskosť a moderné prvky, venujú veľkú pozornosť detailu. Ingrid hovorí, že jej úspech spočíva v jedinečnosti, ktorá vznikla z „prepojenia tradície s vášňou pre dizajn“. Online predaj jej kolekcií viedol k ďalšiemu rozšíreniu klientely tejto značky.



Ingrid Vlasov

Čo predstavovalo najväčšie prekážky a výzvy, ktorým ste čelili pri podnikaní v zahraničí?

Hlavnou výzvou, ktorej som čelila, bola potreba rýchlo sa prispôsobiť a urobiť zmeny v dôležitých momentoch.

Čo by ste radili podnikateľom uvažujúcim o expandovaní do zahraničia?

Musíte si byť vedomí svojich schopností, ale zároveň byť aj veľmi opatrní. Pred začatím je nevyhnutne dôležité zvážiť všetky riziká.

Aký je najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

V mojom prípade bola najlepším spôsobom identifikácia vhodných trhov pre moje kolekcie.

Čo bolo najlepšie na expandovaní do zahraničia?

Zvýšené medzinárodné zviditeľnenie značky viedlo k stálemu rastu a rozvoju podnikania.

Váš najväčší úspech alebo niečo, na čo ste veľmi hrdá ...

Fakt, že sme prvou rumunskou módnou značkou, ktorá sa úspešne dostala na medzinárodný trh, nielen z obchodného hľadiska, ale tiež z hľadiska uznania, ktorého sa nám dostalo od tlače a zákazníkov.

Čo by sa dalo naučiť od tohto podnikateľa?

Slobodan Raketić

Názov spoločnosti: **Elex Commerce**
Výrobky/Služby: **vývoj, návrh a výroba strojov na výrobu rádioizotopov**
Rok vzniku: **2001**
Počet zamestnancov: **8**
Kľúčové trhy: **Belgicko, Nemecko, Švajčiarsko, Turecko, Austrália**

elexcomm@eunet.rs
www.elexcomm.com
Hilandarska 28, 11000 Belehrad, Srbsko

„Expandovať do zahraničia je často jediný spôsob ako podnikať“

Po mnohých rokoch práce na pozícii technického manažéra v štátnej spoločnosti sa Slobodan Raketić rozhodol založiť si vlastnú spoločnosť v oblasti zdravotnej starostlivosti s názvom Elex Commerce, aby dosiahol vlastné uspokojenie v kariérnom živote. Prekonávanie predsudkov voči srbskej technológii sa stalo základnou súčasťou rozvoja spoločnosti, ktorej rádionuklidné a rádiofarmaceutické výrobné zariadenia sa teraz predávajú po celom svete.

Spolupráca s fyzikálnym laboratóriom Ústavu jadrovej fyziky „Vinča“ v Belehrade mala pre rast spoločnosti Elex zásadný význam. Slobodan si tiež spomína na výnimočnú úlohu, ktorú zohral v expandujúcej spoločnosti Dr. Jožef Čomor zodpovedný za rozvoj a výrobu.

Slobodan verí, že najlepší spôsob, ako vstúpiť na medzinárodné trhy, je zistiť, o aký výrobok je na trhu veľký záujem a nájsť spoľahlivého miestneho partnera, ktorý pomôže s predajom na miestnom trhu. Spoločnosť je momentálne závislá od svojich zahraničných zákazníkov, pretože jej zariadenia sa v Srbsku zatiaľ nepredávajú. Slobodan bude veľmi hrdý, ak sa mu podarí získať oporu vo vlastnej krajine, pretože sa tak potvrdí pokrok Srbska v oblasti poskytovania zdravotnej starostlivosti občanom.

Slobodan Raketić

Čo by ste poradili podnikateľom, ktorí sa pokúšajú expandovať do zahraničia?

Poradil by som im, aby boli vytrvalí, aby sa snažili byť výnimoční a aby sa nebáli robiť chyby, pretože človek sa na chybách učí!

Aký je Váš doterajší najväčší úspech?

Som hrdý na to, že môžem spolupracovať so šikovnými a schopnými ľuďmi. Hoci sme malá spoločnosť, získali sme si vysoké uznanie.

Máte nejaké motto?

Ani štát, ani politická strana, ani náboženstvo nemôže priniesť človeku šťastie. Každý si je strojcom svojho šťastia.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože ...

... čím viac úspešných podnikateľov spoločnosť má, tým úspešnejšou sa stane!

Čo vás inšpirovalo pri čítaní tohto podnikateľského profilu?

Kersti Kempe

Názov spoločnosti: **Popomax AB**
Výrobky/Služby: **reflexné odevy**
Rok vzniku: **2002**
Počet zamestnancov: **10**
Kľúčové trhy: **Japonsko, Nórsko a Fínsko**

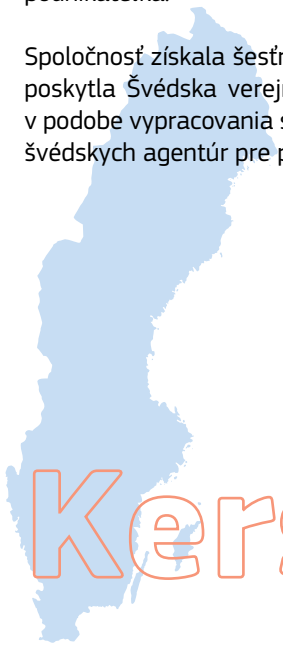
kersti@popomax.se
www.popomax.com www.glimmis.com
Höglidsvägen 36, 182 47 Enebyberg, Švédsko

„Nebojte sa riskovať, ale nie príliš, aby ste neohrozili svoju spoločnosť“

S ubúdajúcim množstvom denného svetla severské krajiny odjakživa nabádali svojich občanov, aby nosili reflexné prvky, a tým boli viditeľní v tme. Sortiment výrobkov, ktoré sa jednoducho nosia a ktoré navrhuje spoločnosť Popomax, dnes „rozsvecuje“ celosvetové trhy. Kersti Kempe zanechala svoju prácu vo veľkej spoločnosti pred 10 rokmi, aby so spoluzakladateľkou, Ewou Romö, založila vlastnú spoločnosť. v odhodlaní začať podnikať ju viedla vlastná intuícia, poháňaná túžbou mať pracovnú dobu podľa svojich predstáv a robiť vlastné rozhodnutia.

Reflexný prvok Glimmis®, najpredávanejší výrobok spoločnosti Popomax, stojí na čele trhu vo Švédsku a môžete ho nájsť v maloobchodných predajniach po celom svete. „Mnoho výrobcov sa ho pokúšalo skopírovať, avšak pri napodobňovaní jeho kvality neboli úspešní,“ hovorí Kersti. Moderné reflexné prvky si taktiež získali aj japonský trh. „Naša prítomnosť v Japonsku nám otvorila nové podnikateľské príležitosti v iných častiach sveta,“ hovorí podnikateľka.

Spoločnosť získala šesťmesačný grant na založenie podniku, ktorý poskytla Švédska verejná služba zamestnanosti. Ďalšia podpora v podobe vypracovania stratégií a marketingových plánov prišla od švédskych agentúr pre podnikanie.



Kersti Kempe

Aké boli najväčšie prekážky podnikania v zahraničí?

Riadenie úverových rizík a dojednávanie platobných podmienok v cudzích krajinách. Uvedomenie si kultúrnych rozdielov uľahčilo komunikáciu a obchodné dohody.

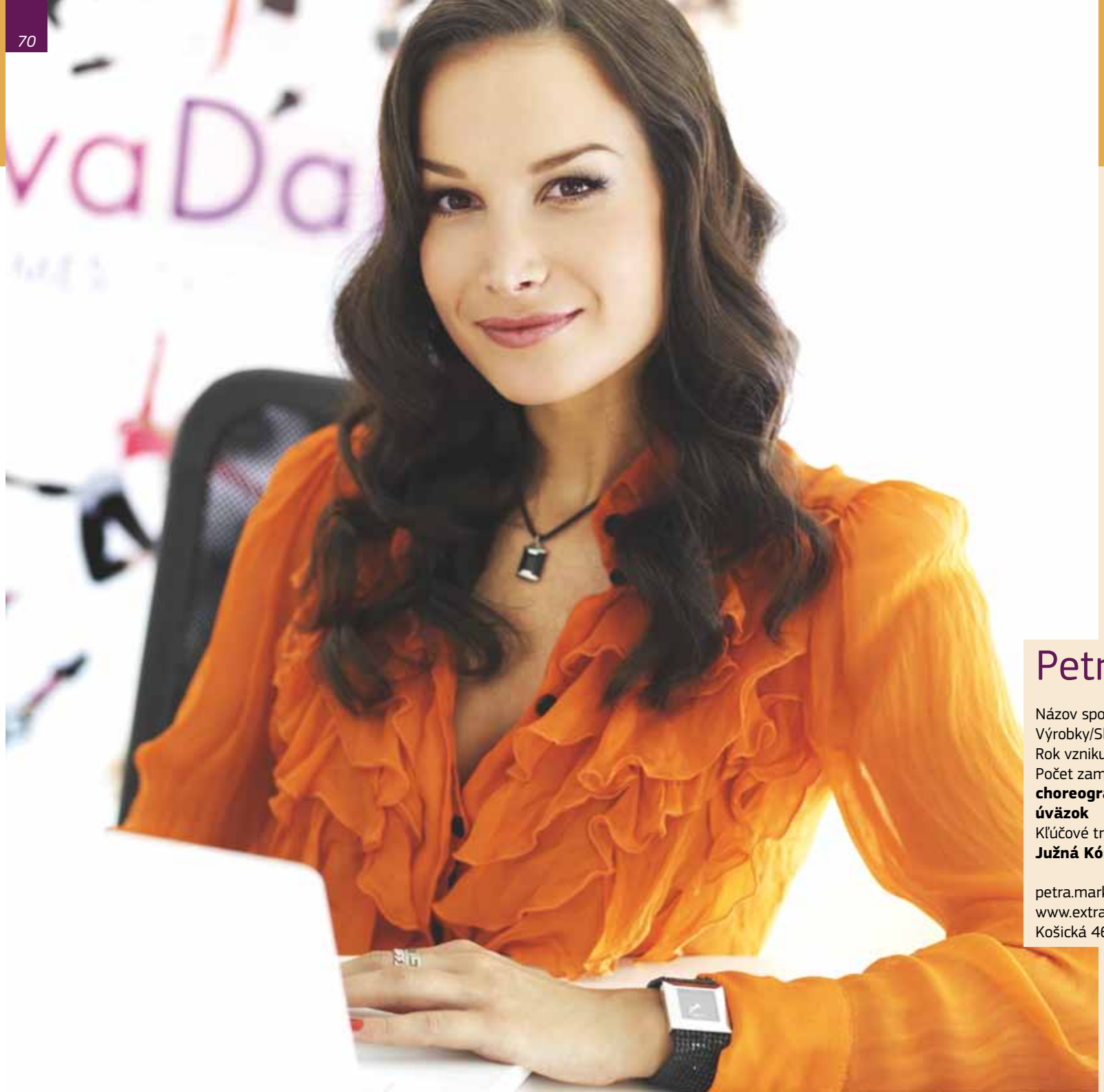
Máte nejakú radu pre podnikateľov, ktorí sa pokúšajú expandovať do zahraničia?

Začnite s trhom podobným vášmu domácemu trhu. Berte do úvahy rozdiely každého jedného trhu a prispôsobte mu svoje výrobky. Nebojte sa riskovať, ale nie príliš, aby ste neohrozili svoju spoločnosť.

Aký je najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Myslím si, že pre malú spoločnosť je lepšie podnikať cez distribútora, ako si založiť dcérsku spoločnosť. Dôležité je poznať trh, ako aj trendy v jednotlivých krajinách. Ďalším faktorom, ktorý prispieva k úspechu, je praktické zapojenie sa do denného chodu spoločnosti.

Dokázali by ste vymyslieť nový podnikateľský nápad na základe podnikania tohto podnikateľa?



Petra Marko

Názov spoločnosti: **ExtravaDansa**
Výrobky/Služby: **výtvarné umenie/zábava**
Rok vzniku: **2002**
Počet zamestnancov: **6 a 34 tanečníkov, choreografov, návrhárov a krajčírov na plný úväzok**
Kľúčové trhy: **EÚ, Austrália, Čína, Japonsko, Južná Kórea**

petra.marko@extravadansa.net
www.extravadansa.net
Košická 46, 821 08 Bratislava, Slovensko

„Preštudovať si legislatívu platnú na každom danom trhu“

„Chcela som patriť medzi tých podnikateľov, ktorí si budujú svoj vlastný podnik bez vonkajšej pomoci,“ hovorí Petra Marko. ExtravaDansa, spoločnosť, ktorú založila pred 10 rokmi, najíma tanečníkov na každú príležitosť a taktiež sa špecializuje na prenájom kostýmov a návrhy.

Ako magisterka ekonómie mala Petra obchodnú prezieravosť založiť si vlastný podnik. „Ak máte svoju myseľ otvorenú, objavíte všade množstvo príležitostí. Najdôležitejšie je konať,“ hovorí. „S výkonným tímom a šikovnými miestnymi manažérmi som pripravená vstúpiť na akýkoľvek trh.“ Pri podnikaní v zahraničí je vo výtvarnom umení menej jazykových bariér.

„Úspech spoločnosti ExtravaDansa tkvie v tom, že zamestnáva tých najlepších a najtalentovanejších. Poskytuje spoľahlivé služby za primeranú cenu,“ vysvetľuje Petra. Je obzvlášť hrdá na to, že je v pozícii, keď môže dať svojmu tímu tanečníkov, choreografov, návrhárov a krajčírov vysnívanú prácu.

Petra Marko

Čo poradíte podnikateľom, ktorí sa pokúšajú expandovať?

Preštudovať si legislatívu platnú na každom danom trhu: chyba vás môže vyjsť draho, nie len v peňažnom zmysle, ale aj stratou reputácie.

Aký je najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Či doma alebo v zahraničí, platí rovnaký princíp: počúvajte svojich kritikov, vždy sa usilujte robiť veci lepšie, tvrdo pracujte a prijmite zodpovednosť za vlastné rozhodnutia a dôsledky týchto rozhodnutí. Musíte pozerať, počúvať a skúšať, nikdy sa však nevzdávajte!

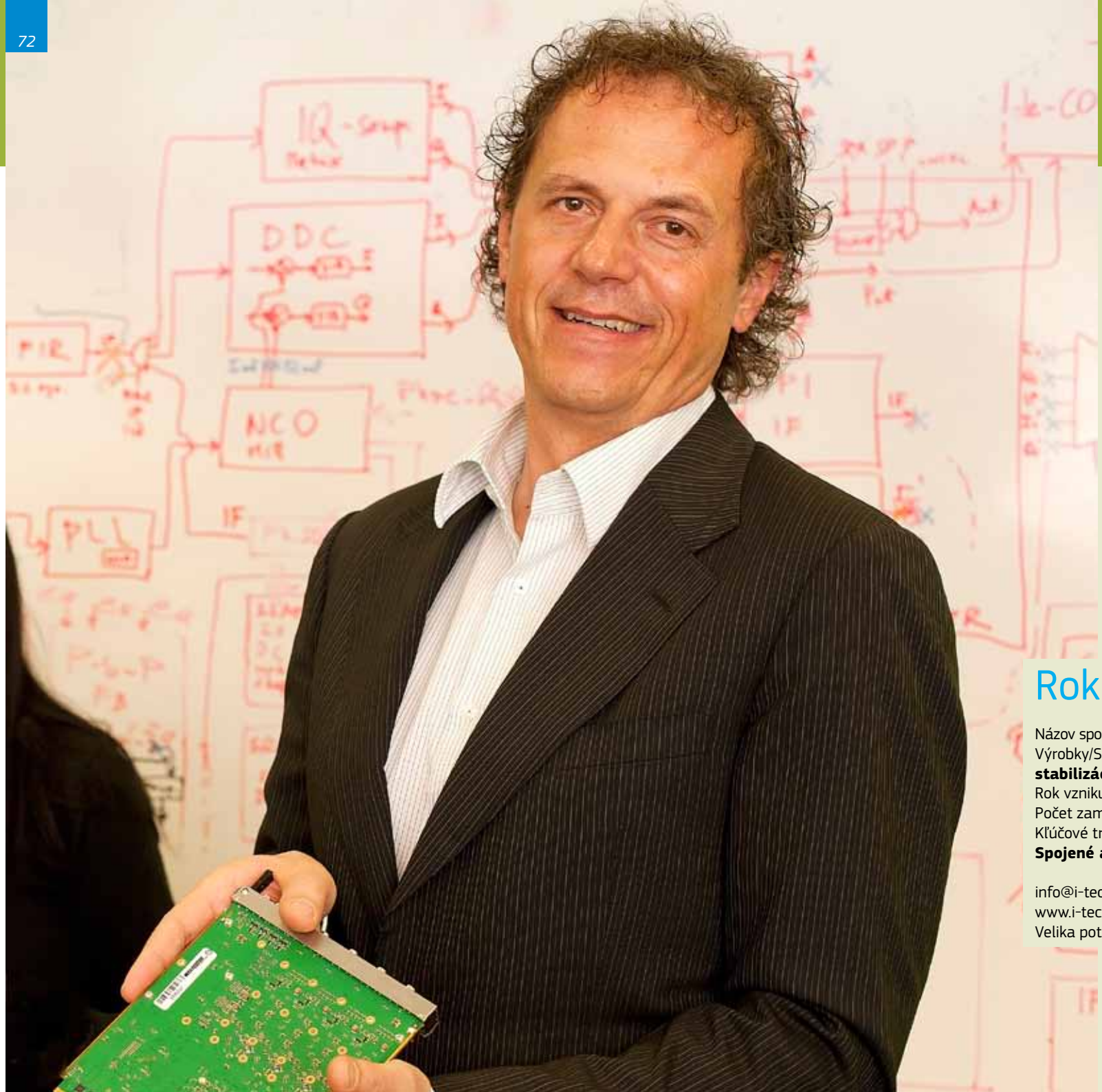
Čo bolo najlepšie na expandovaní do zahraničia?

Bez medzinárodnej stránky nášho podnikania by sme neboli schopní ponúkať rovnakú kvalitu a rozsah služieb. Naša spoločnosť sa rozrástla do aktuálnej veľkosti len preto, lebo sme aktívni na niekoľkých trhoch.

Najlepšia vec na tom byť podnikateľkou je...

... byť schopná vytvoriť a realizovať všetky moje bláznivé nápady bez toho, aby mi to ktokoľvek nado mnou odobril. Milujem to, čo robím!

Prečo si myslíte, že tento podnikateľ bol medzinárodne úspešný?



Rok Uršič

Názov spoločnosti: **Instrumentation Technologies, d.d**
Výrobky/Služby: **dodávateľ procesorov na stabilizáciu lúča pre urýchľovače častíc**
Rok vzniku: **1998**
Počet zamestnancov: **43**
Kľúčové trhy: **Taliansko, Rakúsko, Spojené arabské emiráty**

info@i-tech.si
www.i-tech.si
Velika pot 22, 5250 Solkan, Slovinsko

„Rozhodnite sa pre svoj cieľ a zistite kde máte svoje konkurenčné výhody“

Po takmer desaťročí pôsobenia ako inžinier pracujúci s urýchľovačmi častíc v Európe a USA sa Rok Uršič cítil byť pripravený na založenie svojej vlastnej spoločnosti. Preto v roku 1998 v meste Solkan v Slovinsku založil spoločnosť Instrumentation Technologies, ktorá vyvíja procesory na stabilizáciu lúča pre urýchľovače častíc využívajúce najmodernejšiu technológiu.

V priebehu rokov zdokonalil Rokov tím okrem iného svoje znalosti v oblasti navrhovania špecifikácií, projektového riadenia, industrializácie prototypov, sériovej výroby, kontroly kvality a ich výrobky dnes využívajú vedci na celom svete. Rozšíril sa aj sortiment výrobkov, pričom veľa procesorov spoločnosti Instrumentation Technologies bolo vyvinutých v spolupráci s laboratóriami významných vedeckých inštitúcií. Okrem toho nový procesor spoločnosti s názvom Libera sa využíva v niektorých najmodernejších urýchľovačoch sveta.

Spoločnosť Instrumentation Technologies je súčasťou siete oPAC (Optimalizácia urýchľovačov častíc) podporovanej 7. rámcovým programom EÚ. Získala podporu v oblasti výskumu a vývoja a tiež marketingovú podporu z miestnych finančných zdrojov, ako aj vnútroštátne financovanie a financovanie zo zdrojov EÚ určené na podporu rozvoja a zamestnávania talentovaných mladých inžinierov.

Čo by ste poradili podnikateľom, ktorí uvažujú o expandovaní do zahraničia?

Rozhodnite sa pre svoj cieľ a zistite kde máte svoje konkurenčné výhody. Ak sú tieto výhody svetového rozmeru, rozmýšľajte vo veľkom. Nájdite cestu, aby si vás všimli, pracujte na svojej značke a kontaktujte potenciálnych zákazníkov, či už priamo alebo cez dôveryhodného partnera.

Aký je najlepší spôsob podnikania v zahraničí?

Myslím si, že to závisí od typu trhu, na ktorom spoločnosť pôsobí. Podľa mojej skúsenosti si musíte vytvoriť vzťahy so zákazníkmi založené na dôvere a dokázať tak, že ste pripravení dlhodobo podnikať v zahraničí.

Čo bolo najlepšie na expandovaní vlastného podnikania do zahraničia?

Naše rozšírenie sa do zahraničia podstatne zvýšilo príjmy spoločnosti, a zároveň diverzifikovalo riziko minimalizovaním vplyvov miestnych makroekonomických fluktuácií.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože ...

... neustále spochybňujú status quo, inšpirujú iných a vytvárajú množstvo nových pracovných príležitostí.

Keby ste sa k tomuto podnikateľovi pridali, čím by ste mohli prispieť k jeho podniku?

Dr. Mevlüt Büyükhelvacigil

Názov spoločnosti: **Helvacizade Food, Pharma and Chemistry Inc.**
Výrobky/Služby: **potravinárska, farmaceutická a chemická výroba**
Rok vzniku: **1888**
Počet zamestnancov: **220**
Kľúčové trhy: **USA, Japonsko, Nórsko, Austrália, Švédsko**

mevlut@zade.com.tr
www.zade.com.tr a www.zadevital.com.tr
Zade Vegetable Oil Refineries Plant, Organize Sanayi Bölgesi, Güzel Konak Sok. No: 8-10, 42300 Konya, Turecko

„Vždy sa **orientujte na zákazníka** a vyvíjajte výrobky a služby, ktoré sú výsledkom identifikácie potrieb zákazníkov“

Dr. Mevlüt Büyükhelvacigil začal svoju kariéru v potravinárskej spoločnosti Helvacizade, podniku založenom jeho starým otcom v roku 1888. v roku 1988 sa rodina rozhodla začať vyrábať jedlé oleje a Mevlüt dohliadal na výstavbu rafinérie Zade, ktorú otvorili v roku 1991.

Od začiatku kládol Mevlüt dôraz na kontrolu kvality a v závode sa nachádzalo laboratórium, ktoré sa venovalo výskumu v spolupráci s univerzitami a kde vyvíjali nové výrobky. Zade používa na výrobu, ako palivo a na balenie ekologicky spoľahlivý materiál. Taktiež získal uznanie za vysokú úroveň bezpečnostných potravinárskych noriem a sociálnu zodpovednosť podnikov. Mevlüt v roku 2005 závod rozšíril a postavil druhú rafinériu.

Zade spustil v roku 2008 výrobu organických za studena lisovaných olejov Naturel a ochutených extra panenských olejov. v roku 2009 Mevlüt pretransformoval potravinársku spoločnosť Helvacizade na Helvacizade Food, Pharma and Chemistry a začal s výrobou bylinných doplnkov a liekov Zade Vital. Dnes sa výrobky spoločnosti vyvážajú do 70 krajín a medzinárodný obchod predstavuje približne 40 % obratu. v priebehu posledných troch rokov vzrástol objem vývozu o 83 % a príjmy zo zahraničného obchodu dosiali 60 miliónov dolárov.

Dr. Mevlüt Büyükhelvacigil

Aké boli vaše najväčšie výzvy pri podnikaní v zahraničí?

Naše produkty majú výživno-farmaceutický charakter a hlavným problémom bolo nájsť správneho partnera. Získanie správneho partnera prináša udržateľnosť a pomáha našim výrobkom uspieť.

Stretli ste sa s nejakými významnými štátnymi, regionálnymi alebo miestnymi podpornými službami, programami alebo financovaním?

Zade Vital je príkladom spolupráce medzi priemyslom a akademickou obcou. Vznikla v spolupráci s Centrom Egejskej univerzity pre vývoj liekov a farmakokinetický výskum a aplikácie (Aegean University Drug Development and Pharmacokinetics Research and Application Centre).

Čo by ste poradili podnikateľom uvažujúcim o expandovaní do zahraničia?

Zamerajte sa na výrobu v súlade s celosvetovo uznávanými normami. Vždy sa orientujte na zákazníka a vyvíjajte výrobky a služby, ktoré sú výsledkom identifikácie potrieb zákazníkov na jednotlivých trhoch.

Váš najväčší úspech alebo niečo, na čo ste veľmi hrdý...

Sme hrdí na sortiment našich výrobkov Zade Vital, pretože prostredníctvom nich sme uviedli na trh s dietetickými doplnkami silnú turecký značku.

A vy, ako by ste vytvorili podnikateľský nápad a začali nové podnikanie?

Rami Ranger

Názov spoločnosti: **Sun Mark Ltd.**
Výrobky/Služby: **výroba potravín, marketing a distribúcia výrobkov**
Rok vzniku: **1995**
Počet zamestnancov: **80**
Kľúčové trhy: **Afrika 53 %, Ázia 14 %, Severná a Južná Amerika 3 %, Blízky východ 4 %, Európa 24 %**

rami@sunmark.co.uk
www.sunmark.co.uk
Sun House, 428, Long Drive, Greenford, Middlesex UB6 8UH, Spojené kráľovstvo

„Úspech dosiahneme len vtedy, keď ho dosiahnu naši zákazníci“

Pri zakladaní spoločnosti zaoberajúcej sa marketingom a distribúciou potravinárskych výrobkov sa Rami Ranger inšpiroval plukovníkom Sandersom, zakladateľom amerického reťazca rýchleho občerstvenia, Kentucky Fried Chicken (KFC), ktorý mal viac ako 60 rokov, keď začínal podnikať.

Bez pomoci vládnych orgánov alebo iných organizácií začal Rami podnikať z prenajatého prístrešku s kapitálom v hodnote iba dve britské libry (2,40 €) a písacím strojom za 40 libier (48 €). Po 17 rokoch je kľúčom k celosvetovému úspechu vynikajúca kvalita jeho služieb a výrobkov spolu s konkurenčnými cenami. „Tí, ktorí nedokážu konkurovať kvalitou, službami a cenou, nemôžu očakávať, že zostanú dlho v podnikaní,“ hovorí.

Sun Mark vedie celosvetovú distribučnú sieť pre niektoré známe potravinárske značky v Spojenom kráľovstve. Taktiež vyrába vlastný sortiment kvalitných výrobkov a najlepšiu hodnotu za peniaze. „Pri budovaní zahraničných trhov musela spoločnosť zdolať predpisy a nariadenia v súvislosti s colným vybavovaním najmä v novo vzniknutých štátoch, kde je bežná byrokracia,“ hovorí Rami. Znalosti miestnych zvykov a pochopenie jednotlivých trhov taktiež zohrali úlohu pri raste spoločnosti v iných krajinách. Rami odporúča začínajúcim podnikateľom so zahraničnými ambíciami, aby sa vyhli menovým výkyvom a boli opatrní v súvislosti s politickou nestabilitou.

Symbolom úspechu spoločnosti Sun Mark je skutočnosť, že je to jediná britská spoločnosť, ktorá získala tri po sebe nasledujúce kráľovské ocenenia za podnikanie a zahraničný obchod „Queens' Awards for Enterprise in International Trade“.

Rami Ranger

Čo by ste poradili podnikateľom, ktorí sa pokúšajú expandovať do zahraničia?

Je dôležité spojiť sa a získať alebo vybudovať strategickú alianciu s miestnymi spoločnosťami. Poznatky o miestnom trhu sú dôležité, nakoľko ušetria čas a náklady. Nezabúdajte, že zdieľaním zisku s ostatnými zdieľate prácu a zdvojnásobujete svoju silu.

Aký je najlepší spôsob, ako expandovať svoje podnikanie do zahraničia?

Skrytý talent nie je žiaden talent, preto sa prezentujte na obchodných výstavách v iných krajinách. Musíte, s pomocou miestnych partnerov, predávať viac a väčšiemu počtu ľudí v krajinách, kde chcete podnikať. Osobné stretnutia s potenciálnymi zákazníkmi sú taktiež dôležitou súčasťou budovania dôvery a vytvárania trvalých podnikateľských vzťahov.

Čo je najlepšie na expandovaní do zahraničia?

Vždy je múdre nestaviť len na jednu kartu; rovnako je múdre podnikať v čo najväčšom počte krajín, aby ste sa chránili pred ekonomickým chaosom a politickými nepokojmi konkrétnej krajiny.

Čo by sa dalo naučiť od tohto podnikateľa?

Príďte **s vlastným** podnikateľským nápadom

Stať sa podnikateľom: ste pripravený(-á) prijať výzvu?

❶ VY

Snívate o tom, že sa stanete podnikateľom?

Vymenujte **5 dôvodov, prečo sa chcete stať podnikateľom** a položte si otázku:

- Čo **chcem od svojej spoločnosti**?
- Čo chcem ako podnikateľ **dosiahnuť**?
- Ako musím zmeniť svoj súčasný **životný štýl**, aby som sa stal podnikateľom?

Máte už to, čo je potrebné pre dráhu podnikateľa a čo sa ešte musíte naučiť?

Položte si tieto otázky:

- Môžem byť sám sebe šéfom a **denne si riadiť čas a prácu**?
- Aké **podnikateľské znalosti** mám?
- Som dobrý **vyjednávač**?
- Mám dobré **schopnosti pre prácu s ľuďmi**?
- Som pripravený(-á) **ťažko pracovať** a **vynaložiť dlhé hodiny** na budovanie svojho podniku?
- Do akej miery sa cítim bezpečne a kvalifikovane pri **posudzovaní a riadení rizík**?
- Mám na dosiahnutie vecí **elán**?

❷ VÁŠ NÁPAD

V čom spočíva váš podnikateľský nápad? Čím je osobitný a čo potrebujete na jeho dlhodobé fungovanie?

Niektoré základné otázky, ktoré si položíte:

- Aký **produkt/službu** chcem **predávať**?
- Čím je môj nápad **odlišný** alebo **lepší** od iných produktov/služieb, ktoré sú v súčasnosti na trhu?
- Aké **potreby** uspokojuje môj produkt/služba a/alebo aké **problémy rieši**?
- Koľko by boli zákazníci ochotní zaplatiť?
- Kto sú moji **konkurenti**, koľkí sú a aké sú ich silné a slabé stránky?
- Je môj **podnikateľský nápad dlhodobo udržateľný**?
- Môže môj produkt/službu **nahradiť** alebo **urobiť** zastaraným iný produkt/služba?
- Prečo som ja tou **pravou osobou, ktorá ponúka tento produkt/službu**?
- Aké **informácie** alebo **zručnosti** ešte potrebujem na dokončenie alebo doladenie svojho podnikateľského nápadu?

❸ VÁŠ PODNIK

Otestujte si svoj podnikateľský nápad a trvalo udržateľný podnikateľský model.

Predtým ako začnete vypracovávať svoj podnikateľský plán, premyslite si dôkladne ako by mal váš podnik vyzerať.

Vezmite si vzor podnikateľského modelu v tejto brožúre a napíšte si svoje ambície a nápady. Možno máte priateľov alebo potenciálnych obchodných partnerov, s ktorými to chcete prekonzultovať? Po tom, ako vám napadnú prvé myšlienky, začnite ich písať, robiť náčrty alebo syntetizovať pomocou popisovačov alebo poznámok Post-it®.

Po zaznamenaní si všetkých svojich nápadov, otestujte ich uskutočniteľnosť. Urobte dôkladný prieskum svojho trhu a poraďte sa s mnohými zainteresovanými stranami, napríklad: hovorte s podnikateľmi, potenciálnymi zákazníkmi, majiteľmi obchodov, dodávateľmi surovín, technikmi, výskumníkmi, právnikmi, finančnými poradcami a miestnymi alebo regionálnymi sieťami pre podnikateľskú podporu. Dobrým nápadom je tiež nájsť si mentora.

Pre ďalšie otestovanie realizovateľnosti svojho podnikateľského nápadu si urobte zoznam a určite silné a slabé stránky/obmedzenia vášho podnikania a pouvažujte nad všetkými príležitosťami a hrozbami na trhu, ktoré by mohli podporiť alebo obmedziť váš potenciál rastu a/alebo ziskovosť.

A akú **podporu** môžete **získať od Európy**?

Hľadáte pomoc pre zriadenie alebo rozšírenie svojho podniku? Európska komisia pomáha malým a stredne veľkým podnikom (MSP) prostredníctvom sietí a opatrení na podporu podnikania, ako:

Európska sieť podnikov (Enterprise Europe Network)

Európska sieť podnikov ponúka podporu a pomoc pre európske MSP. Sieť sa skladá z približne 600 partnerských organizácií v 50 krajinách. Je to najväčšia obchodná a technologická sieť Európy. Medzi partnerov patria obchodné komory, podnikateľské agentúry, regionálne rozvojové organizácie, výskumné ústavy, univerzity, technologické centrá a inovačné centrá. Ako silne etablovaná v miestnych komunitách a regiónoch v Európe poskytuje sieť informácie o legislatíve EÚ a financovaní, pomáha spoločnostiam nájsť obchodných partnerov, najmä v iných krajinách a ponúka poradenstvo o spôsobe rozvoja inovatívneho nápadu.

Pre získanie ďalších informácií navštívte: **http://www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu**

Erasmus pre mladých podnikateľov

Erasmus pre mladých podnikateľov je cezhraničný výmenný program, ktorý dáva novým alebo ambicióznym podnikateľom príležitosť učiť sa od skúsených podnikateľov, ktorí riadia malé podniky v iných krajinách Európskej únie. Výmena skúseností sa uskutočňuje počas pobytu u skúseného podnikateľa, ktorý pomáha novému podnikateľovi nadobudnúť zručnosti potrebné na vedenie malej firmy a spoznať trh inej európskej krajiny. Hostiteľ získava výhody z nových pohľadov na jeho/jej podnik a získava príležitosť spolupracovať so zahraničnými partnermi alebo dozvedieť sa informácie o nových trhoch. Pobyt čiastočne hradí Európska únia.

Pre získanie ďalších informácií navštívte: **http://www.erasmus-entrepreneurs.eu**

Prístup k financiám

Komisia pomáha malým podnikom prekonať slabé stránky finančných trhov, najmä prostredníctvom spolupráce s rôznymi finančnými inštitúciami, ktoré im poskytujú finančné prostriedky. Cieľom je zvýšiť príležitosti pre malé podniky získať financie z bánk, poskytovateľov záruk a fondov rizikového kapitálu.

Pre získanie ďalších informácií navštívte: **http://www.access2finance.eu**

Európsky nástroj mikrofinancovania Progress (EPMF)

EPMF poskytuje mikroúvery pre malé a mikropodniky a pre ľudí, ktorí stratili zamestnanie a chcú si založiť vlastný podnik

Pre získanie ďalších informácií navštívte: **http://bit.ly/progressmicrofinance**

Portál európskych malých podnikov

Chcete zistiť, čo robí EÚ pre podporu malých podnikov v Európe a na svetovom trhu a čo môže spraviť pre váš podnik? Tento portál zhromažďuje všetky informácie poskytované EÚ o MSP a pre MSP, od praktického poradenstva po politické otázky, od miestnych kontaktných bodov, až po prepojenia na siete.

Pre získanie ďalších informácií navštívte: **http://ec.europa.eu/small-business**

Váš európsky podnik

Portál Váš európsky podnik poskytuje jednotlivcom a podnikom praktické informácie o ich právach a príležitostiach v EÚ ako celku a v jednotlivých členských štátoch vrátane informácií o príležitostiach národného financovania.

Pre získanie ďalších informácií navštívte: **http://ec.europa.eu/youreurope/business**

Portál o podnikaní žien

Komisia zriadila tento portál osobitne venovaný podpore podnikania žien. Cieľom tohto portálu o podnikaní žien je poskytovať odkazy na webové stránky zastupujúcich organizácií podnikania žien, sietí, projektov a podujatí, ktoré súvisia s podporou podnikania žien.

Pre získanie ďalších informácií navštívte: **http://j.mp/womenentrepreneurship**

Sieť mentorov pre podnikateľky

Sieť mentorov poskytuje poradenstvo a podporu pre podnikateľky pri založení podniku, vedení a raste ich podnikov v skorej fáze ich života. Sieť zahŕňa 17 európskych krajín.

Pre získanie ďalších informácií navštívte: **http://j.mp/enmwe-contact**

cip competitiveness and innovation framework programme 2007–2013

enterprise europe network

Podpora podnikania na dosah ruky

Akú hodnotu poskytnete svojim zákazníkom? Aké potreby uspokojíte alebo aké problémy vyriešite? Čo budete robiť lepšie ako vaša konkurencia?

Produkty, služby a trh

Ako sa dostanete k svojim zákazníkom, napr. prostredníctvom supermarketov, obchodných domov, špecializovaných maloobchodných predajcov, internetu, obchodných zástupcov...?

Distribučné kanály

VÁŠ

Aké sú vaše základné činnosti alebo úlohy? Ako ich musíte vykonávať, aby bol váš podnik úspešný?

Základné podnikateľské činnosti

Aké hmotné, ľudské a finančné zdroje potrebujete? Odkiaľ ich získate? Za aké ceny/podmienky?

Zdroje

PODNIKATEĽSKÝ MODEL

Zákazníci

Kto sú vaši zákazníci? Viete ich rozdeliť do segmentov? Aký vzťah s nimi chcete mať?

Propagácia

Ako budete propagovať svoje produkty/služby?
Ako budete komunikovať so svojimi zákazníkmi? Aký bude váš hlavný odkaz?

Tím/partneri

Aké znalosti/zručnosti/skúsenosti bude musieť mať váš personál/partneri?

Finančný plán

Ktoré sú najdôležitejšie náklady prevádzkovania vášho podnikania?
Za čo sú zákazníci ochotní platiť? Za akú dobu vytvoríte zisk? Koľko hotovosti potrebujete?

ČASOPIS PODNIKANIE A PRIEMYSEL

On-line časopis Podnikanie a Priemysel (http://ec.europa.eu/enterprise/magazine) sa zaoberá otázkami súvisiacimi s malými a strednými podnikmi, inováciou, podnikaním, jednotným trhom pre tovary, konkurencieschopnosťou a ochranou životného prostredia, priemyselnými politikami v širokej škále odvetví a ďalšími záležitosťami.

Tlačená verzia časopisu vychádza trikrát ročne. Môžete sa registrovať on-line (http://ec.europa.eu/enterprise/magazine/print-edition/subscription) – ak výtlačok chcete dostávať poštou zdarma v angličtine, francúzštine, nemčine alebo taliančine.

Európsky týždeň malých a stredných podnikov 2012:
http://ec.europa.eu/sme-week

Erasmus pre mladých podnikateľov:
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/erasmus-entrepreneurs

Európska sieť podnikov (Enterprise Europe Network):
http://www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu

Portál európskych malých podnikov:
http://ec.europa.eu/small-business

Portál Vaša Európa:
http://ec.europa.eu/youreurope

Financovanie malých a stredných podnikov
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/finance

Portál Druhá šanca:
http://ec.europa.eu/sme2chance

Prevzatie podnikov:
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/business-environment/smooth-transfer

EUROPE DIRECT je služba, ktorá Vám pomôže zodpovedať otázky o Európskej únii

Bezplatné telefónne číslo (*):
00 800 6 7 8 9 10 11

(*) Niektorí prevádzkovatelia mobilných telefónnych sietí neumožnujú prístup na čísla 00 800, alebo môže byť prístup spoplatnený.

AKO ZÍSKAŤ PUBLIKÁCIE EÚ

Bezplatné publikácie:
- prostredníctvom webovej stránky EU Bookshop (http://bookshop.europa.eu);
- na zastúpeniach alebo delegáciách Európskej únie.

Ich kontaktné údaje nájdete na http://ec.europa.eu alebo si ich môžete vyžiadať faxom na čísle +352 2929-42758.

Platené publikácie:
prostredníctvom webovej stránky EU Bookshop (http://bookshop.europa.eu).

Predplatné (napr. ročné série Úradného vestníka EÚ, zbierky rozhodnutí Súdneho dvora Európskej únie):
prostredníctvom obchodných distribútorov Úradu pre vydávanie publikácií EÚ (http://publications.europa.eu/others/agents/index_sk.htm).

NB-31-12-700-SK-C

Úrad pre publikácie

http://ec.europa.eu/sme-week

ISBN 978-92-79-24929-7