



Tajomstvo úspechu 2011

Podnikanie po založení nového podniku:
Podnikatelia začínajúci znovu a prevzatie podnikov



Európska komisia
Podnikanie a priemysel



EURÓPSKY
TÝŽDEŇ MSP 2011



V rukách držíte tohtoročné vydanie „Tajomstvo úspechu“ 2011!

Je mi veľkým potešením predstaviť tretie vydanie brožúry „Tajomstvo úspechu“. Podobne ako predchádzajúce dve vydania, aj tohtoročná publikácia vychádza pri príležitosti európskeho týždňa malých a stredných podnikov, na ktorom sa zúčastní 37 krajín a ústredné podujatie ktorého sa bude konať v Európskom parlamente 6. a 7. októbra 2011. Táto brožúra predstavuje podnikateľov, príbehy ktorých sú zdrojom inšpirácie pre mladých – aj nie tak mladých – podnikateľov, ktorí uvažujú o kariére v podnikaní.

Tohtoročná brožúra je zvláštna tým, že sa zameriava na dve témy – t. j. *Prevzatie podnikov a Druhá šanca pre podnikateľov* –, ktoré zdôrazňujú, že podnikanie nie je len jednorozmerná oblasť, a že existujú aj iné spôsoby, ako sa stať podnikateľom, než „jednoduchým“ založením nového podniku. Preto chceme v tejto brožúre predstaviť prípady podnikateľov a podnikateľiek, ktorí hľadali svoje obchodné príležitosti „mimo vychodenej cesty“ a vyznamenali sa tým, že prevzatím alebo svojou húževnatou snahou po úpadku „vdýchli nový život“ do už existujúceho podniku a vybudovali nový.

Úspešné prevzatia podnikov zachránia existujúce pracovné miesta v prevzatých firmách, často idú spolu ruka v ruke so znovuoživením alebo oživením podnikateľského modelu a v strednodobom horizonte zabezpečujú prežitie podniku v prípade, ak zakladateľ alebo majiteľ-vedúci sa rozhodne podnik predat.

Podnikatelia, ktorí sa rozhodnú znovu sa pustiť do nového podniku potom, ako prešli bankrotom, sú hlavným zdrojom pre vytváranie firiem a pracovných miest v európskom hospodárstve, ktorý je veľmi vzácny v dnešnom vysoko konkurenčnom a internacionalizovanom hospodárstve.

Dá sa povedať, že existujú pádne objektívne dôvody hovoriace v prospech intenzívnejšej podpory prevzatia a znovuzaloženia podnikov zo strany tvorcov politiky: podniky prevzaté novým podnikateľom, ako aj podniky založené podnikateľom, ktorý sa poučil zo svojich predchádzajúcich chýb, sú úspešnejšie z hľadiska obratu a zamestnanosti ako nové podniky. Majú aj oveľa vyššiu životnosť ako spoločnosť založená novým podnikateľom.

Táto brožúra prezentuje 32 profilov takýchto podnikateľov z 27 európskych krajín: 19 z nich sa stali podnikateľmi tým, že prevzali existujúcu spoločnosť, 12 sa chopilo druhej šance v podnikaní po prvom neúspešnom pokuse a posledný príbeh zahŕňa oba prípady.

Všetky tieto príbehy sú veľmi inšpirujúce. Znázorňujú niektoré vlastnosti podnikania: vynaliezavosť, motivácia, odolnosť, vytrvalosť a v prípade podnikateľov, ktorí to skúsili znovu, skutočné odhodlanie.



Antonio Tajani

Antonio Tajani

Podpredseda Európskej komisie,
zodpovedný za priemysel a podnikanie



Obsah

Druhá šanca pre podnikateľov: znovu sa postaviť na nohy

Augustas Alešiūnas
Francisco Batista
Arnold Braunsteiner
Rezarta Dervishi
Volker Geyer
Anu Karu
Carlos Polo
Dilek Şeker
Zorica Selaković
Doina Sicinschi
Mike Smith
Toti Stefánsson

Vdýchnutie nového života do podniku: prevzatia podnikov

Juliana Bajtošová
Hanna Bruce

5	Gerard Cleary	36
6	Martin Dalblad	38
8	Rafael Galván Izquierdo	40
10	Witold Grab	42
12	Romy Harnapp	44
14	Josiane Jacob	46
16	Trine Lerum Hjellhaug	48
18	Michel Loiseau a Bruno Thieffry	50
20	Tuomas Pahlman	52
22	Pavlos Paradisiotis	54
24	Manuel Pree	56
26	Michael Ring	58
28	Anna Rizzo	60
31	Dario Rossi, Piero Tosches, Roberto Chiello	62
32	Leon Slijkerman	64
34	Daniel Smiljanić	66
	Boštjan Šifrar	68
	Postavenie sa na nohy a prevzatie podnikov	71
	Vincent Colleville	72

Rozmery firmy



Etický



Environmentálny



Charakteristiky
produktov
životného štýlu



Sociálny



Príťažlivý dizajn



Rozmanitosť, ktorú to
znamená
pracovnú silu



Udržateľný



Netradičné riešenie
pre pracovnú silu



Iné



Druhá šanca pre podnikateľov: znovu sa postaviť na nohy

V Európe sa každoročne zatvorí jeden milión podnikov. Vlastne len 50 % podnikov prežije prvých 5 rokov svojej existencie.

Napriek tomu mnoho etablovaných spoločností existuje len preto, lebo sa ich zakladatelia nezastavili pred prvou prekážkou: založenie nových a likvidácia (viac-menej) etablovaných spoločností je súčasťou podnikového procesu a dynamického hospodárstva. Spoločenský a technologický pokrok a vynálezy, ktoré nám všetkým významne pomohli, nevznikli tým, že sme sa vyhýbali chybám, ale skôr tým, že sme sa z nich poučili.

Zo všetkých uzavretí podnikov v Európe predstavujú bankroty len 15 % a napriek tomu, že 96 % bankrotov nesúvisí s podvodmi, verejná mienka si neúspech v podnikaní úzko spája s podvodom. Spoločenská a podnikateľská stigma, ktorej musí čeliť v minulosti už skrachovaný podnikateľ, je tak silná, že mnohých odrádza od založenia nového podniku.

Výskum však preukázal, že rast podnikov založených podnikateľmi, ktorí zakladajú svoju druhú firmu, je z hľadiska obratu a počtu vytvorených pracovných miest rýchlejší, ako u podnikov založených začínajúcimi podnikateľmi. Konkrétnym výsledkom silnej stigmatizácie skrachovaných podnikateľov v našej spoločnosti je, že v Európe každoročne nevznikne tisíce firiem a desaťtisíce pracovných miest. Poctiví podnikatelia, ktorí neobstáli a túžia začať znovu, preto tvoria potenciál pre vytváranie podnikov a obchodné inovácie, ktorých sa Európa nemôže v období celosvetovej hospodárskej súťaže zrieknuť.

**„Byť úspešný znamená
vstať viackrát ako ste
boli zrazení na zem“**

Oliver Goldsmith



Augustas Alešiūnas

Názov spoločnosti:

JSC "ART21"

Obchodný sektor:

Vývoj softvéru

Dátum úpadku:

2006

Dátum nového začiatku:

2007

Vekové rozpätie:

20~30

Počet zamestnancov v roku 2010:

11~50

www.art21.lt

augustas@art21.lt

Akademijos g. 2, Vilnius, Litva

V živote neexistujú žiadne problémy, len situácie s príležitosťou!

Pred úpadkom jeho spoločnosti so zameraním na vývoj softvérov v roku 2006 vnímal Augustas Alešiūnas podnikanie skoro len ako zdroj príjmov; priznáva, že tento postoj prispel k ťažkostiam, do ktorých sa jeho spoločnosť dostala. Dnes už chápe úpadok ako dôležité poučenie, ktoré ho viedlo k zmene názoru na podnikanie a tiež k zmene priorit a hodnôt.

Augustas si uvedomil, že hlavným cieľom podnikania má byť zlepšovanie života ľudí k lepšiemu a vytváranie niečoho zmysluplného. Videl príležitosť aj na podporu modernizácie poľnohospodárskeho sektora. Preto v roku 2007 založil svoju novú firmu, Agro Smart, ktorá vyrába softvéry na riadenie spracovania údajov pre toto odvetvie najmä v súvislosti s pestovaním, obchodovaním a spracovaním obilia.

Produkty Agro Smart pomáhajú klientom spravovať informácie týkajúce sa vnútorných postupov, zvýšiť účinnosť a automatizovať pravidelné postupy nakoľko je to možné, a tým umožniť aby sa ľudské zdroje mohli zamerať na intelektuálnu prácu. Dlhodobá vízia je vytvoriť integrovaný informačný systém, ktorý každému v poľnohospodárskom sektore vrátane pestovateľov, spracovateľov, exportérov a zástupcov verejného sektora umožní spolupracovať, vymieňať údaje a vykonávať pravidelné obchodné operácie.

Aké boli Vaše najväčšie obavy, keď ste znovu začali svoje vlastné podnikanie?

Mojou najväčšou obavou bola možnosť ďalšieho neúspechu. Vyše polovicu prvého roka som trávil tým, že som sa snažil odhadnúť prípadné krízy alebo prekážky vo svojej novej firme a nájsť riešenia pre väčšinu z nich.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na to, aby ste znovu začali podnikat'?

Preskúmať predchádzajúce činnosti a snažiť sa uvedomiť si chyby, potom určiť okolnosti, ktoré viedli k nim a vyvodiť závery.

Čo je tá osobitná vlastnosť, ktorou sa Váš výrobok líši od konkurencie?

Náš výrobok Agro Smart je špecializovaný IT softvér na ovládanie správy podnikateľských údajov, pomocou ktorého naši zákazníci získajú ďalšie výhody. Videli sme príležitosť v poľnohospodárskom sektore, keď si ostatní mysleli, že sa v ňom neskrýva potenciál a nepotrebuje modernizáciu.

Podľa mňa najlepšie na tom, že som podnikateľ, je...

... že každý deň je iný, s novými výzvami a možnosťami, a že môžeme vytvoriť niečo, čím sa život ľudí zmení k lepšiemu.

A photograph of Francisco Batista, a man with dark hair, wearing a dark blue suit jacket over a white shirt and a striped tie. He is leaning forward, looking directly at the camera with a serious expression. The background is a large, industrial factory floor with rows of sewing machines and workstations, suggesting a textile or garment manufacturing environment.

Francisco Batista

Názov spoločnosti:

CBI – Indústria de Vestuário, SA

Obchodný sektor:

Odevný priemysel

Dátum úpadku:

1997

Dátum nového začiatku:

1998

Vekové rozpätie:

40~50

Počet zamestnancov v roku 2010:

51~250

www.cbiportugal.com

francisco.batista@cbiportugal.com

Rua Dr. Francisco Beirão, 3420-325 Tábua,
Portugalsko



Tímová práca je kľúčom trvalého rastu

Po neúspešnom procese obnovy požiadal výrobca odevov „ConfecçõesJor - Antonio S. Coelho, Lda“ so sídlom v Mangualde (Portugalsko) v roku 1997 o konkurzné konanie. Vyhliadky pre budúcnosť firmy a jej 30 zamestnancov neboli dobré.

Francisco Batista videl príležitosť na investíciu a začal rokovať s vlastníkom, hypotekárnym veriteľom a veriteľským výborom. Výsledkom bolo uzavretie predbežnej dohody o ďalšom 1-ročnom prevádzkovaní spoločnosti. Rokovania o akvizícii priemyselného podniku sa v januári 1998 úspešne skončili a zamestnanci si udržali svoje pracovné miesta.

Novozaložená firma, CBI –Indústria de Vestuário, SA, začala so strategickým plánom na rozvoj a rozširovanie fyzických kapacít udržateľným spôsobom. Vďaka tomu má CBI v súčasnosti 3-krát väčšie výrobné zariadenia ako predtým, tri výrobné linky (dámske, pánske kabáty a nohavice) a zvýšil počet svojich pracovníkov na 205. Obrat spoločnosti v roku 2010 predstavoval vyše 15 miliónov €. CBI sa stal základným bodom pre portugalský odevný priemysel, je prítomný na viacerých trhoch s portfóliom, ktorý zahŕňa takých zákazníkov ako Lacoste, Burberry, Massimo Dutti a El Corte Ingles.

Udalosť, ktorá ma inšpirovala znovu začať svoje podnikanie...

Výzvou bolo integrovať ľudí do tradičného odvetvia portugalského hospodárstva, pre ktoré budúce vyhliadky boli často označované ako problematické a vytvoriť obchodný projekt založený na strednej a dlhodobej stratégii.

Existoval nejaký vnútroštátny program, ktorý pomohol pri opätovnom naštartovaní Vášho podniku?

Prostredníctvom SAJE, systému na podporu mladých podnikateľov, som požiadal o investičnú pomoc. V tom čase som mal 35 rokov.

Moja rada pre tých, ktorí uvažujú o tom, že znovu začnú podnikat'

Veriť, motivovať tímy a byť pružný.

Váš najväčší úspech/na čo ste veľmi hrdý...

Nesklamal som svojich zákazníkov a vybudoval som víťazný tím.

Arnold Braunsteiner

Názov spoločnosti:

Plasmo Industrietechnik GmbH.

Obchodný sektor:

Mechatronický priemysel

Dátum úpadku:

2002

Dátum nového začiatku:

2003

Vekové rozpätie:

30~40

Počet zamestnancov v roku 2010:

11~50

www.plasmo.eu

arnold.braunsteiner@plasmo.eu

Dresdnerstraße 81-85/8, 1200 Viedeň,
Rakúsko





Je lepšie vyhrať spoločne ako prehrať sám

V roku 1998 založil Arnold Braunsteiner so skupinou mladých vedcov spoločnosť, ktorá vyvíjala systémy kontroly kvality pre laserovú techniku. Napriek tomu, že získali veľkých klientov ako VÖESTalpine Europlatinen, nemali správne finančné plánovanie, nevyhnutné na vývoj zariadení s výrobnými nákladmi 1 milión €. V roku 2002 musela firma podať návrh na začatie konkurzného konania.

Arnold a jeho tím nestratili vieru v pôvodný podnikateľský nápad. Jeden z ich najznámejších zákazníkov ich povzbudzoval k tomu, aby pokračovali a verili vo svoje schopnosti. Výsledkom toho založili v roku 2003 novú firmu, Plasmotechnik.

Firma Plasmotechnik značne rozšírila svoju klientelu, má 86 zákazníkov vrátane takých firiem ako Audi a stala sa svetovým lídrom na trhu kontroly kvality laserového zvráťania. Spoločnosť, ktorá zamestnáva 20 ľudí vrátane 16 vedeckých pracovníkov z rôznych krajín, získala viacero ocenení za svoje vyvážené tovary, inovácie a optickú technológiu. Tretina obrátu spoločnosti je vyhradená pre výskum a vývoj a Arnold plánuje investovať do nových technológií, ako napr. solárne a vodíkové články.

Čo vás podnietilo k opätovnému naštartovaniu Vášho podnikania?

Môj tím z pôvodnej firmy a ja sme vždy verili v náš podnikateľský nápad a medzeru na trhu, pre ktorú sa dodávali systémy kontroly kvality pre laserovú techniku. Jeden z našich najznámejších klientov nás motivoval k pokračovaniu vývoja nášho podnikateľského nápadu a pomáhal nám zachovať si vieru v svoju odbornosť a silu nášho tímu.

Aké boli Vaše najväčšie prekážky keď ste znovu začali svoje vlastné podnikanie?

Nevedel som odhadnúť, aký vplyv môže mať neúspech predošlej spoločnosti a ako by reagovali predchádzajúci zákazníci na to, že môjmu tímu a sebe dám druhú šancu. Pri naštartovaní firmy Plasmotechnik v roku 2003 som nemal jasný obraz ani o tom, ako budú vyriešené dlhy predošlej spoločnosti.

Moja rada pre tých, ktorí uvažujú o tom, že začnú znovu podnikáť, je...

... aby udržiavali pravidelný kontakt s najdôležitejšími zákazníkmi a boli vždy úprimní so svojimi akcionármi a partnermi.

Na ktoré výsledky ste najviac hrdý?

Mnoho známych pôvodných výrobcov zariadení dôveruje systémom kontroly kvality plasmotechnik a systémy plasmotechnik sa v dnešnej dobe používajú na štyroch kontinentoch a na vyše 250 miestach..



Rezarta Dervishi

Názov spoločnosti:

MADISON AVENUE

Obchodný sektor:

Výroba/sieť obchodov

Dátum úpadku:

1997

Dátum nového začiatku:

2004

Vekové rozpätie:

40~50

Počet zamestnancov v roku 2010:

51~250

www.madison-avenue.net

dervishibr@hotmail.com

QTU km 6, Tirana, Albánsko



Pracujeme ako rodina, rastieme spolu

Rezarta Dervishi začala pracovať v oblasti cestovného ruchu a v roku 1996 otvorila prvú kanceláriu. Onedlho nasledovalo otvorenie dvoch ďalších kancelárií a počet zamestnancov bolo okolo 25. Násilie, ktoré otriaslo Albánskom v roku 1997 po krachu pyramídových hier, malo za následok, že vyrabovali Rezartine kancelárie. Po tejto udalosti sa rozhodla opustiť Albánsko a začať nový život v USA.

V roku 2004 Rezarta cítila, že nastal čas, aby sa vrátila do svojej rodnej krajiny. Našla medzeru na trhu prvotriedneho oblečenia amerického štýlu pre ženy stredného veku, patriace k strednej vrstve. Otvorila preto svoj vlastný obchod s odevmi s názvom Madison Avenue. Obchod bol taký úspešný, že v roku 2006 otvorila dva ďalšie obchody a onedlho ešte ďalšie dva.

Od roku 2009 Madison Avenue navrhuje, vyrába a predáva vlastnú kolekciu oblečenia, ktoré zahŕňa každodenné odevy, spoločenské oblečenie na večer a pracovné oblečenie. Spoločnosť vlastní závod, v ktorom pracuje približne 60 ľudí a ďalších 15 predavačov pracuje v obchodoch firmy.

Aké boli Vaše najväčšie prekážky/obavy, keď ste znovu začali svoje vlastné podnikanie?

V prvom rade sme nechceli, aby sa kríza z roku 1997 zopakovala a v druhom rade, veľkou otázkou bola skromná veľkosť trhu s dámskymi odevmi v Albánsku. Navyše neboli sme si istí, či si náš štýl ľudia obľúbia.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na znovuzачatie podnikania?

Budte pozitívny, myslite pozitívne, nikdy nemajte dosť, majte radi, čo robíte, zamyslite sa, čo by ste mohli robiť lepšie ako vaši konkurenti a nikdy sa nepodceňujte.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

... udržiavajú hospodárstvo v chode zamestnávaním ľudí, vytvárajú nové pracovné miesta a nové možnosti.

Podľa mňa najlepšie na tom, že som podnikateľka, je...

... že sa cítim dobre a svoju energiu neustále sústreďujem na budúcnosť a úspech.

Volker Geyer

Názov spoločnosti:

Aperto – Handwerk & Wohnen Ltd

Obchodný sektor:

Dekorácia bytov a stien

Dátum úpadku:

2004

Dátum nového začiatku:

2005

Vekové rozpätie:

50+

Počet zamestnancov v roku 2010:

1~10

www.malerische-wohnideen.de

vgeyer@aperto.net

Loreleiring 11, D-65197 Wiesbaden,
Nemecko





„Predávajte“ city nie produkty, a „darujte ich“ svojmu obecenstvu ako inšpirujúce príbehy

Veľká maliarska spoločnosť, na čele ktorej od polovice 90-tych rokov stál Volker Geyer, bola neustále zapojená do cenovej vojny a musela jednať s rôznymi subdodávateľmi. Keď spoločnosť mala ručiť za daňové dlhy jedného zo svojich subdodávateľov, Volker usúdil, že neostáva nič iné, len podať návrh na začatie konkurzného konania.

Zárodok Volkerovho znovuzrodenia sa začal formovať počas niekoľkých dní premýšľania v roku 1998, v čase, keď sa jeho spoločnosť nachádzala v obzvlášť ťažkej situácii. Uvažoval o tom, čo by mal zmeniť vo svojom profesijnom živote a to napokon prinieslo ovocie v roku 2005 vypracovaním podnikateľského plánu a marketingovej stratégie.

Na základe tohto Volker vybudoval Aperto, firmu zaoberajúcu sa návrhom a dekoráciou stien, ktorá bola síce menšia, ale na pohľad bola špecializovanejšia, ako predchádzajúca, a viac zameraná na kvalitu, ako na kvantitu. Aperto je dnes lídrom na trhu vo svojom sektore a stabilne sa rozrastá. Volkerova marketingová stratégia plne využíva internet a stránky sociálnych sietí a v tejto oblasti je považovaný za odborníka. Organizuje semináre o internetovom marketingu pre remeselnícky sektor a pravidelne ho pozývajú na výstupy na konferenciách venovaných tejto tematike.

Moja rada pre tých, ktorí uvažujú o tom, že znovu začnú podnikat':

Sledujte tieto zásady: Robte to, čo viete, tak dobre ako viete. Odtrhnite sa od stereotypov a uvažujte aj o iných perspektívach a názoroch. Myslite vo veľkom. Predávajte city, nie produkty. Naučte sa povedať nie. Naučte sa poslať správne odkazy správnym ľuďom, aby vznikla reakcia a školte sa ďalej. Budte bláznivý. Je to jediným spôsobom, ako sa môžete úspešne líšiť od ostatných v súťaži.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na znovuzačatie podnikania?

Zameriavam sa na svoje silné stránky. Moja cieľová skupina je jasne stanovená. Nadšeným využívaním mojich silných stránok som bol schopný uspokojiť najdôležitejšie potreby svojej cieľovej skupiny. Výsledok: stali sme sa magnetom pre zákazníkov.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

Ako by dnes vyzeral svet bez takých priekopníkov ako Carl Benz, Steve Jobs a Graham Bell, a navyše bez miestneho pekára, mäsiara a podobných ľudí? Neboli by pracovné miesta, vizionári a kvalita života by bola na nižšej úrovni. Ani odborové organizácie by neexistovali.

Moje vzdelanie

... zahŕňalo remeselnícku skúšku v odbore maliar a dekoratér, osvedčenie majstra, diplom „Master of Business Administration“ v odbore remeselníctva, diaľkové štúdium EKS a kvalifikáciu školiteľa UNI-MARKETING. Prečítal som veľa kníh a svoj podnikateľský život chápem ako príležitosť pre každodenný osobný rozvoj.

Anu Karu

Názov spoločnosti:

Professional Wear Group

Obchodný sektor:

Výroba: Textil a odevy

Dátum úpadku:

2009

Dátum nového začiatku:

2010

Vekové rozpätie:

40~50

Počet zamestnancov v roku 2010:

1~10

www.professionalwear.ee

Anu.karu@professionalwear.ee

10c Türi Street, 11313 Tallinn, Estónsko





Nesnažte sa byť len úspešným, ale aj uznávaným

V roku 2008, po vybudovaní vlastnej obchodnej firmy s pracovným odevom, Anu Karu vážne ochorela a musela požiadať o konkurzné konanie, rozpustiť svoje podnikanie a všetok čas venovať liečeniu. Po uzdravení pracovala ako generálna riaditeľka v inej obchodnej firme s pracovným odevom, kde stanovila a dosahovala ciele, vďaka ktorým firma získala niekoľko veľmi dôležitých zmlúv.

V septembri 2010 založila svoj nový podnik, Professional Wear Group, ktorý sa zaoberá predovšetkým výrobou uniforiem pre zastupiteľské, vojenské a súdne orgány, ale aj návrhom a prípravou odevov.

Podnik začal pôsobiť na medzinárodnom trhu a Anu zamýšľa ďalšie rozšírenie sortimentu o výrobky ako bezpečnostná obuv. Preto má v pláne získať právo na zastupovanie fínskej spoločnosti Sievin Jalkine OY v Estónsku. Firma onedlho predstaví aj svoju novú, vlastnoručne navrhnutú kolekciu obchodného oblečenia.

Čo vás podnietilo znovu začať vlastné podnikanie?

Inšpirovalo ma že firma, v ktorej som pracovala vo funkcii generálnej riaditeľky, vyhrala v súťaži o obstarávanie uniforiem pre personál estónskej leteckej spoločnosti Estonian Air.

Existoval nejaký vnútroštátny podporný program, ktorý pomohol pri opätovnom naštartovaní Vášho podniku?

Enterprise Estonia (EAS) poskytuje v rámci svojho mentorského programu rozličné informácie pre začínajúce firmy, od informácií na internete po osobné poradenstvo. Naša firma ako začínajúci podnik požiadala o priamu pomoc a získala pôžičku za výhodných podmienok.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na opätovné začatie svojho vlastného podnikania?

Musíte mať výborné znalosti vášho odvetvia, skúmať trh a vytvoriť jasný plán.

Podľa mňa najlepšie na tom, že som podnikateľka, je...

...že si môžem sama organizovať svoj čas a mám neobmedzené možnosti na realizáciu svojich snov a nápadov.

Carlos Polo

Názov spoločnosti:

NTS

Obchodný sektor:

IT služby a poradenstvo

Dátum úpadku:

2005

Dátum nového začiatku:

2005

Vekové rozpätie:

30~40

Počet zamestnancov v roku 2010:

11~50

www.nts-solutions.com
cpolo@nts-solutions.com

Ctra. Bilbao Galdakano 6 A 3º CD,
48004, Bilbao, Španielsko





Neberte život príliš vážne, aj tak z neho Nevyviaznete živý!

Carlos Polo založil svoju firmu NTS, zameranú na vývoj softvérov, v roku 2002 v meste Bilbao a rýchlo upútal pozornosť dvoch veľkých zákazníkov; veľkej banky a vedúceho maloobchodného predajcu Španielska. Po nich nasledovalo uzatváranie zmlúv s veľkými spoločnosťami. Avšak obchod so spoločnosťou, zodpovednou za propagáciu a distribúciu služieb firmy NTS nevyšiel, výsledkom čoho bolo konkurzné konanie v roku 2005. Tesne pred úpadkom založil Carlos ďalšiu spoločnosť, ktorá poskytovala riešenia pre problémy so stolnými počítačmi a laptopmi, ktorá však tiež ukončila prevádzku.

Namiesto toho, aby sa vzdal, Carlos sa rozhodol znovu spustiť podnik NTS, prenajal si obchodného zástupcu v Madride, kde otvoril novú pobočku. To pomohlo firme získať nové zmluvy a spestriť svoje činnosti a medzi svoje služby zaradila aj poskytovanie služieb Cloud Computingu.

NTS má v súčasnosti 50 zamestnancov a pobočky v Bilbao, Madride a Barcelone. Je popredným poskytovateľom mobilných riešení v oblasti personálnych služieb, bezdrôtového spojenia a hostovacích služieb. Tieto služby pomôžu zákazníkom zlepšiť svoje vlastné služby a znížiť prevádzkové náklady tým, že im umožnia lepšie riadiť vlastné zdroje. Spoločnosť pokračuje v diverzifikácii a začala prevádzkovať oddelenie dátových služieb a spoločnosť pre poskytovanie služieb Cloud Computingu.

Aké boli Vaše najväčšie prekážky/obavy, keď ste znovu začali svoje vlastné podnikanie?

Sociálny tlak vo vašom okolí, priatelia, rodina a známi, ktorí hovoria, aby ste to vzdali; skutočne sa o vás starajú a nechcú, aby ste trpeli.

Moja rada pre tých, ktorí uvažujú o tom, že znovu začnú podnikat':

Snažte sa a nezabudnite, že vaša trhová hodnota stále rastie. Aj keď sa nakoniec vzdáte, stanete sa hodnotnejším.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na znovuzačatie svojho vlastného podnikania?

Začiatkový neúspech je najlepším tréningom na opätovné začatie podnikania. Nerobte znovu tie isté chyby.

Podľa mňa najlepšie na tom, že som podnikateľ, je...

Sledovať, ako každodenne meníme svet, je veľkou odmenou. Možno zmeníme len malé veci, ale tie zmeníme definitívne.

Dilek Şeker

Názov spoločnosti:

Seker Hanim Natural Products

Obchodný sektor:

Prírodné potravinárske výrobky

Dátum úpadku:

1999

Dátum nového začiatku:

2003

Vekové rozpätie:

50+

Počet zamestnancov v roku 2010:

1~10

www.sekerhanim.com

sekerhanim@gmail.com

Seker Hanim Dogal Urunler, Kумыаkа Koyu /
Mudanya, Bursa, Turecko





Všetko sa začína snom (ak nesnívate, vaše sny sa neuskutočnia!)

Hoci bez potrebných finančných prostriedkov, ale s jasnou predstavou, Dilek Şeker sa pokúsila v roku 1999 rozšíriť svoju firmu zaoberajúcu sa tlačou textilných výrobkov; rozšírenie financovala v úplnej miere pomocou bankovej pôžičky. Politická nestabilita v Turecku na začiatku roka 2001 spôsobila až 1 000 % nárast úrokov a 50 % znehodnotenie tureckej líry takmer za jednu noc. Keď banka žiadala o splatenie dlhu, Dilek nemala na to prostriedky a prišla o svoju fabriku.

Dilek hľadala nové možnosti zabezpečenia svojej rodiny a začala vyrábať a predávať organické džemy a prírodné mydlá a vyrábať olivový olej tradičným kamenným lisom. Vďaka skúsenostiam z minulosti si uvedomila, že svoj nový podnik, Şeker Hanim Natural Products musí rozvíjať postupne, bez toho aby sa preťažila. V roku 2003 sa Dilek zapísala na kurzy venované podpore podnikateliek a vývoja výrobkov. To jej umožnilo zdokonaľiť si svoje marketingové zručnosti a kreativitu. Získanie ceny v hodnote 7 000 € v súťaži podnikateliek jej pomohlo financovať otvorenie dielne, vďaka čomu sa denná výroba džemu zvýšila z 35 na 1 500 pohárov.

Dilek sa angažovala v založení združenia, ktoré pomáha ženám predávať remeselnícke a potravinárske výrobky a pravidelne sa zúčastňuje na konferenciách zameraných na povzbudenie žien, aby sa stali podnikateľkami. Jej džemy sa predávajú v obchodoch s biopotravínami a podávajú sa v rôznych špičkových hoteloch. O niekoľko rokov presťahuje svoj podnik do nových priestorov a jej snom je zvýšiť výrobu a začať vývoz svojich organických výrobkov do zahraničia.

Aké boli Vaše najväčšie obavy pri opakovanom začatí Vášho podnikania?

Bála som sa, či moje výrobky si budú ceniť na istanbulskom trhu. Mala som vážny nedostatok financií a najväčšou prekážkou bola byrokracia a predsudky voči ženám v svete podnikania, v ktorom dominujú väčšinou muži.

Existoval nejaký vnútroštátny podporný systém, ktorý pri opätovnom naštartovaní Vášho podnikania niečím vynikal?

Veľmi mi pomohla účasť na kurzoch EÚ a TESK (Turecká konfederácia obchodníkov a remeselníkov), venovaných podpore podnikateliek v období rokov 2002–2003 a na kurze KOSGEB (Organizácia pre rozvoj malých a stredných podnikov), venovanom vývoju výrobkov v roku 2003, kde som sa veľa naučila o marketingu a kreativite.

Čo je tá osobitná vlastnosť, ktorou sa Vaše výrobky líšia od konkurencie?

Výroba tradičných džemov z organického ovocia a cukru je našou charakteristickou značkou. Výroba olivového oleja tradičným kamenným lisom, presne tak, ako to robil môj starý otec pred 60 rokmi, mu dodáva jedinečnú chuť.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

... tým, že riskujú, sú dobrým príkladom pre ostatných.

Zorica Selaković

Názov spoločnosti:

SZUR Dessert

Obchodný sektor:

**Potravinársky priemysel
(výroba cukrárskeho tovaru)**

Dátum úpadku:

2006

Dátum nového začiatku:

2006

Vekové rozpätie:

50+

Počet zamestnancov v roku 2010:

11~50

www.dessertcacak.rs

dessert@eunet.rs

zorica.032@open.telekom.rs

Ljubicka 5, 32000 Cacak, Srbsko





Len ľudia, ktorí riskujú, že zájdu príďaleko, vedia zistiť, ako ďaleko je možné ísť

Zorica Selaković založila svoj podnik, SZUR Dessert, vyrábajúci domáce pečivo a sušienky podľa vlastných receptov, v roku 1990. V tom čase to bola jediná firma tohto druhu v Srbsku. Na začiatku bola jediným zamestnancom, ale podnikanie sa značne rozrástlo a do roku 2006 zamestnávala 35 pracovníkov. V tom istom roku sa Zorica rozviedla a musela sa zrieknuť takmer všetkých aktív podniku vrátane priestorov a zariadení, v prospech svojho bývalého manžela.

Hoci nemala skoro nič, zamestnanci a dve Zoricine dcéry stáli pri nej a povzbudzovali ju, aby opäť začala podnikat'. Jej dlhoročná spoľahlivosť priniesla ovocie, keďže ostatné firmy, s ktorými Zorica úzko spolupracovala, ju podporili. Po niekoľkých mesiacoch sa jej podarilo získať bankovú pôžičku na nákup nových výrobných priestorov a zariadení.

SZUR Dessert má dnes moderné výrobné zariadenia, vybavené podľa medzinárodných noriem. Zorica získala v posledných rokoch aj niekoľko ocenení. Firma sa značne rozšírila a vlastní kaviareň v centre mesta Čačak a dva obchody v Belehrade. Naďalej vyrába Zoricine domáce pečivo a sušienky a začala aj s výrobou čokolády a zmrzliny.

Osoby, ktoré ma inšpirovali znovu začať svoje podnikanie ...

... sú moji 35 zamestnanci, ktorí stáli pri mne a verili vo mňa a v moju schopnosť byť úspešnou. Cítila som morálny záväzok voči nim, aj voči mojim zákazníkom a ich dôvera a podpora boli základom.

Moja rada pre tých, ktorí uvažujú o tom, že znovu začnú podnikat':

Nikto, kto sa necíti byť dost' odvážnym riskovať, nedosiahne nič v živote. Vaša druhá šanca môže byť posledná, takže sa snažte využiť ju.

Čo je tá osobitná vlastnosť, ktorou sa Vaše výrobky/ služby líšia od konkurencie?

Ručne vyrábané výrobky, vyrobené so starostlivosťou a láskou, ktorú cítiť v každom zahryznutí, chuť, ktorá trvá a ktorá sa nezmenila za posledných 20 rokov a tá istá kvalita výrobkov, či už ide o malé alebo veľké množstvo.

Váš najväčší úspech/na čo ste veľmi hrdá...

... veľký počet ocenení za kvalitu výrobkov vrátane ocenenie obchodnej komory a ocenenie Kvet úspechu pre dračiu ženu 2010. Som hrdá aj na to, že som ambasádorkou podnikateliek.

Doina Sicinschi

Názov spoločnosti:

TURNOMEX PHOENIX

Obchodný sektor:

Výroba liatinových predmetov

Dátum úpadku:

2009

Dátum nového začiatku:

2010

Vekové rozpätie:

40~50

Počet zamestnancov v roku 2010:

11~50

www.turnomex.eu

sicinschidoina@yahoo.com

Com. Rediu, jud. Iasi, Rumunsko





Životu možno porozumieť, ak sa pozeráme späť, ale treba ho žiť tak, že sa pozeráme dopredu

Doina Sicinschi založila Turnomex, spoločnosť vyrábajúcu liatinové výrobky, v roku 1993 na dodávku výrobkov pre veľké stavebné spoločnosti a vývojárov stavebných projektov. Problémy nastali potom, ako zákazníci prestali platiť kvôli nedostatku finančných prostriedkov. Kvôli tomu Doina firma nahromadila veľké dlhy a to viedlo k úpadku v roku 2008.

V roku 2010 založila rodina Sicinschi novú firmu s názvom Turnomex Phoenix, ktorá pokračovala vo výrobe liatinových výrobkov, ktoré sa v minulosti osvedčili ako výnosné. Doina však bola rozhodnutá diverzifikovať svoju činnosť a tak sa presunula do oblasti výroby pouličného nábytku.

Podľa jej názoru neúspech podniku je kritickým momentom pre každého, ale si myslí, že každý, kto podniká, musí začať od základu a krok za krokom napredovať. Zostala verná svojim zásadám, keďže nová firma už od založenia hľadala možnosti inovácie, tak z hľadiska škály výrobkov, ako aj vo výrobných procesov.

Aké boli Vaše najväčšie prekážky a obavy pri opakovanom začatí Vášho podnikania?

Pri znovuzачatí môjho podnikania bol pre mňa najväčšou obavou strach z neúspechu. Bola som znepokojená kvôli mojej rodine, pretože som vedela, že im nemôžem venovať toľko času, keďže som vkladala značnú energiu do opätovného naštartovania svojho podnikania. Najväčšou prekážkou bol nedostatok kapitálu.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na znovuzачatie podnikania?

Môže to byť ťažké, ale dokážete znovu začať, vyvíjať a rozširovať svoje úspešné podnikanie, ak ste pripravený byť sám sebe šéfom.

Čo je tá osobitná vlastnosť, ktorou sa Vaše výrobky líšia od konkurencie?

Teraz sústreďujeme naše úsilie na vývoj inovačných výrobkov a technológií, aby sme mohli využiť moderné techniky pre liatinové výrobky a výrobu pouličného nábytku. Zvláštnosťou našich výrobkov, ktorou sa líšia od ostatných, je moderný dizajn a funkčnosť.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

... začnú niečo nové, vytvárajú hodnotu a bohatstvo a menia svet.



Mike Smith

Názov spoločnosti:

Derrick Services LTD

Obchodný sektor:

Ropný a plynárenský priemysel

Dátum úpadku:

2007

Dátum nového začiatku:

2007

Vekové rozpätie:

40~50

Počet zamestnancov v roku 2010:

51~250

www.derricksl.com

msmith@derricksl.com

Falcongate House, Faraday Road,
Harfreys Industrial Estate,
Great Yarmouth, NR31 0NF, Spojené Kráľovstvo

Nikdy nedovoľ, aby ťa negativizmus ostatných zastavil na ceste za svojimi cieľmi

Mike Smith pracoval vo firme Derrick Services (DSL), ktorá poskytovala stavebné služby pre ropný a plynárenský priemysel, keď koncom roka 2007 sa firma stala platobne neschopnou. Koreňom problému bola nesprávna kalkulácia nákladov pri zmluvách a preťaženie vedúcich zamestnancov.

Mike bol presvedčený, že základná činnosť firmy má budúcnosť, ak sa bude sústreďovať na poskytovanie služieb a nie na investičné projekty. Firma preto odpredala svoj majetok správcovi a Mike založil so svojimi partnermi nový podnik, aby mohol majetok DSL odkúpiť od správcu. Počas nasledujúcich troch rokov sa firma rozrástla a napriek ťažkým všeobecným podmienkam dosahovala značný zisk.

V súčasnosti poskytuje DSL špecializované služby pre hlavné spoločnosti v ropnom a plynárenskom priemysle v oblasti vrtných konštrukcií, inšpekčných služieb a modernizácie mobilných a stálych vrtných zariadení na celom svete. Od roku 2008 zriadila firma DSL operačné základne v Brazílii a Singapure a zastúpenia na Strednom Východe, ktoré dopĺňajú ústredie v Spojenom kráľovstve.

Aké boli Vaše najväčšie prekážky keď ste znovu začali svoje vlastné podnikanie?

Najväčšou prekážkou bola jedna konkurenčná firma, ktorá burcovala veriteľov a vytvárala nevraživosť voči podniku, jeho zamestnancom a mne. Dôvera niektorých zákazníkov v podnik sa po odpredaji majetku na chvíľu oslabila.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu pre niekoho, kto sa chystá znovu začať podnikanie?

Ak sa podnik dostáva do úpadku, nečakajte príliš dlho, inak nezískate podporu, ktorú potrebujete pre nový začiatok.

Čo považujete za Váš najväčší úspech, na čo ste najviac hrdý?

To, že som sa dostal na post úspešného majiteľa podniku zdola a som schopný uspokojiť požiadavky zákazníkov spôsobom, ktorý je podľa mňa najvhodnejší.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

... vidia možnosti, ktoré iní nespozorujú. Sú stálym zdrojom nových začiatkov, ktoré hospodárstvo potrebuje.

Toti Stefánsson

Názov spoločnosti:

Mobilitus

Obchodný sektor:

Informačné a komunikačné technológie

Dátum úpadku:

2006

Dátum nového začiatku:

2007

Vekové rozpätie:

40~50

Počet zamestnancov v roku 2010:

1~10

www.mobilitus.com

toti@mobilitus.com

Laugavegi 59, 101 Reykjavík, Island





Ak sa vám veci zdajú byť rovnaké, pustite sa do toho, čo je podľa vás najzábavnejšie

Toti Stefánsson spolu s partnerom založil v roku 2003 spoločnosť vyvíjajúcu aplikácie pre rečové komunikačné rozhrania, posielanie správ z mobilného telefónu a mobilný internet. Podporu získali od islandského Ministerstva priemyslu, Islandskej univerzity a Obchodného výboru. Avšak napriek tomu, že sa uchytili na viacerých trhoch, odstúpenie kľúčových investorov od vopred dohodnutých zmlúv, viedlo na konci roka 2006 k úpadku.

Toti a jeho partner boli odhodlaní firmu postaviť na nohy a zobrali značnú bankovú pôžičku, aby odkúpili aktíva spoločnosti. Dva roky venovali vytvoreniu on-line služby na transformáciu textu na hovorenú reč pre ľudí, ktorí trpia dyslexiou. Služba mala veľký úspech a Toti obdržal veľký počet listov od užívateľov, ktorí mu ďakovali za to, že im umožnil znova zasadiť do školských lavíc, napredovať v práci alebo byť aktívnejším v spoločnosti. Totimu a partnerovi sa následne podarilo uzatvoriť zmluvu o predaji služby a tak drasticky znížili svoje dlhy.

Vďaka úspechu služby transformácie textu na hovorenú reč mohol Toti založiť Mobilitus, novú firmu zameranú na rozvoj ich pôvodnej predstavy o mobilnej internetovej platforme. V súčasnosti približne 3 % obyvateľstva Spojených štátov používa každý mesiac aplikáciu pripojenú k platforme. Spoločnostiam, ktoré platformu používajú, pomohla generovať tržby vo výške niekoľkých miliónov dolárov.

Aké boli Vaše najväčšie prekážky/obavy, keď ste znovu začali svoje vlastné podnikanie?

Ludia, ktorí mi radili, aby som si našiel trvalú prácu, napríklad vo finančnom sektore. Mojou najväčšou obavou bolo, čo by sa stalo, keby som ich poslúchol.

Moja rada pre tých, ktorí uvažujú o tom, že znovu začnú podnikat':

Prijmite vinu, veď aj tak to bola pravdepodobne vaša chyba. Starostlivo posúďte chyby, ktoré nastali, napravte ich a v budúcnosti sa snažte spraviť iné chyby.

Váš najväčší úspech/na čo ste veľmi hrdý...

Milióny ľudí používajú veci, ktoré sme vytvorili, aby si uľahčili život alebo mali každý mesiac viac zábavy. To je niečo.

Podľa mňa najlepšou vecou na tom, že som podnikateľ, je...

... že sa môžem spoľahnúť na svoj tím a na seba, vypočúť si rady od ostatných a ignorovať ich, ak si myslíme, že sa mýlia.



Vdýchnutie nového života do podniku: prevzatia podnikov

Európski občania, ktorí sú ochotní stať sa podnikateľmi, často zabudujú na to, že založiť nový podnik nie je jediným spôsobom ako začať podnikáť. Prevzatie existujúceho podniku nielen že sa môže rovnako oplatiť, ale často zahŕňa aj významný prvok stability, keďže prevzaté podniky zvyčajne prinášajú životaschopný výrobok alebo službu s už existujúcou klientelou. Prevzatý podnik je vo výrazne nižšej miere vystavený potenciálnemu neúspechu ako novozaložený podnik.

Napriek tomu Európa každoročne prichádza zhruba o 150 000 firiem – čo predstavuje 600 000 pracovných miest –, pretože ich majitelia odchádzajú do penzie alebo hľadajú nové výzvy, ale nenájde sa nikto, kto by ich firmu prevzal.

Zaistenie hladkého prevzatia a polozenie základu udržateľného rastu podniku v budúcnosti – občas vrátane silného prvku znovuobjavenia a „posilnenia“ prevzatého podniku – je dlhý a často zložitý proces. Ak by sa však tento proces zefektívnil a zúčil, znížilo by sa vytváranie „odpadu“ – t. j. straty zručností, pracovných miest, prítomnosti na trhu a dobrej vôle –, keď sa takýto podnik zatvorí alebo zmenší kvôli neúspešnému prevzatiu.

**„O mnohé veci sa
nepokúsime nie preto, že sú
ťažké, ale sú ťažké preto,
že sa o ne nepokúsime“**

Lucius Annaeus Seneca

Juliana Bajtošová

Názov spoločnosti:

Juliana Bajtošová

Obchodný sektor:

Predaj poľovníckych a včelárskych potrieb

Rok založenia podniku:

2004

Dátum prevzatia podnikania:

2004

Vekové rozpätie:

30~40

Počet zamestnancov v roku 2010:

1~10

jbajtosova@centrum.sk

Tatranská Lomnica 262, 059 60

Tatranská Lomnica, Slovensko





„Či už si myslíte, že niečo dokážete alebo nedokážete, v oboch prípadoch máte pravdu.“ Henry Ford

Nové tisícročie bolo svedkom mnohých zmien v oblasti právnych predpisov upravujúcich predaj zbraní a streliva a súvisiacich služieb na Slovensku. Manžel Juliany Bajtošovej pracoval v tejto oblasti od roku 1992, ale nemohol pokračovať v tejto podnikateľskej činnosti, keďže mu chýbali potrebné odborné kvalifikácie na prevádzku podniku. Juliana, vtedy už dobre kvalifikovaná odborníčka, bola pripravená zakročiť, aby firmu zachránila.

Po maturite na strednej priemyselnej škole na Slovensku získala Juliana potrebné kvalifikácie na obdržanie licencie na predaj zbraní a streliva. Aby získala čo najviac vedomostí a skúseností z oblasti, čítala odborné časopisy a literatúru a absolvovala tiež kurzy pre začínajúcich podnikateľov a manažérov podnikov.

V roku 2004 Juliana úspešne prevzala poľovnícky obchod svojho manžela. Snaží sa naďalej rozširovať svoje poznatky z odvetvia ako sa len dá, aby mohla skvalitniť služby a ponúkaný tovar a obslúžiť čo najviac zákazníkov. Keďže väčšina jej klientely prichádza zo zahraničia, plánuje si zdokonaľiť aj svoje znalosti anglického jazyka.

Aké boli Vaše najväčšie obavy/prekážky pri prevzatí už existujúceho podniku?

Obávala som sa, že ako ženu ma muži nebudú považovať za odborníčku v oblasti streliva a zbraní.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na prevzatie už existujúceho podniku?

Pripraviť sa na podnikanie z odborného hľadiska a mať prehľad o výrobkoch a službách vašich konkurentov.

Čo je tá osobitná vlastnosť, ktorou sa Vaša služba líši od konkurencie?

Ochota pomáhať, vysoká úroveň odbornosti, pohostinnosť a schopnosť pohotovo riešiť vzniknuté problémy.

Váš najväčší úspech/na čo ste veľmi hrdá...

Účasť v súťaži Podnikateľka Slovenska 2009, kde som získala tretie miesto od Národnej agentúry pre rozvoj malého a stredného podnikania.



Hanna Bruce

Názov spoločnosti:

Växbo Lin AB

Obchodný sektor:

Mlyn na pradenie ľanu a tkanie plátna

Rok založenia podniku:

1989

Dátum prevzatia podnikania:

2006

Vekové rozpätie:

30~40

Počet zamestnancov v roku 2010:

11~50

www.vaxbolin.se

hanna@vaxbolin.se

Växbo Lin, Växbo 3041, 821 95 Bollnäs,
Švédsko



Pre otvorenú myseľ je možné všetko!

Pred 14 rokmi Hanna Bruce pracovala ako sprievodkyňa vo švédskom meste Växbo, keď sa zoznámila s firmou Växbo Lin AB, podnikom zaoberujúcim sa pradením ľanu a tkaním plátna. Okúzlená nápadom si Hanna podnik zamilovala a slúbila si, že ak sa majiteľia niekedy rozhodnú podnik prediť, ona ho kúpi. V roku 2005 sa opäť náhodou stretla s majiteľmi a v roku 2006 presťahovala rodinu do Växbo, aby prevzala prevádzku podniku.

Od prevzatia podnikania Hanna spojila inovačný dizajn s kultúrnym dedičstvom Švédska. Musela spojiť aj dva rôzne aspekty spoločnosti, keďže – vzhľadom na to, že Växbo Lin je jediným mlynom na pradenie ľanu a tkanie plátna v Škandinávii –, je rovnako turistickou atrakciou, ako aj výrobným zariadením.

Pod Hanniným dozorom je mlyn naďalej jednou z najdôležitejších turistických atrakcií v regióne Hälsingland a každé leto privíta približne 80 000 návštevníkov. Pradie sa tu ľanové vlákno a tkajú sa výrobky ako 100 % ľanové obrusy, záclony, servítky, uteráky a utierky, ktoré sa predávajú po celom svete. V súčasnosti firma zamestnáva 11 ľudí vrátane Hanny a jej manžela.

Osoba, ktorá ma podnietila k prevzatiu už fungujúceho podniku...

Ku kúpe firmy viedlo náhodné stretnutie s predchádzajúcim majiteľom. Som impulzívna a počas stretnutia som cítila, že túto firmu kúpim. Podnik som kúpila bez zdĺhavého uvažovania o následkoch. Myslela som na to, že to chcem skúsiť a keď to nevyjde, podnik môžem znovu prediť.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na prevzatie už zabehnutého podniku?

Pripravte sa na dva ťažké roky. Na začiatku nič nevyhodnocujte, len pracujte a vyhodnocujte až po uplynutí dvoch rokov. Po tejto dobe by ste snáď mali už vidieť výsledky vašich snáh.

Čo je tá osobitná vlastnosť, ktorou sa Vaše výrobky líšia od konkurencie?

Sme jedinou spoločnosťou na svete, ktorá má takú dlhú linku na prípravu ľanu. Toto zabezpečuje výnimočnú kvalitu, keďže celý proces máme pod kontrolou. Robíme všetko od pradenia ľanu, snovania, vytvárania dizajnov a vzoriek po tkanie, lemovanie a balenie. Radi tiež privítame našich zákazníkov v našom závode vo Växbo, aby mali možnosť vidieť celý proces.

Podľa mňa najlepšie na tom, že som podnikateľka, je...

... pocit slobody, že ja som tá osoba, ktorá má posledné slovo a pocit hrdosti na moju firmu, mojich zamestnancov a naše výrobky.

Gerard Cleary

Názov spoločnosti:

Glenisk

Obchodný sektor:

Výroba vysokokvalitných organických jogurtov

Rok založenia podniku:

1986

Dátum prevzatia podnikania:

1995

Vekové rozpätie:

30~40

Počet zamestnancov v roku 2010:

11~50

www.glenisk.com

gerard@glenisk.com

Newtown, Killeigh, Co. Offaly, Írsko





Ak si dôverujem a verím, ostatní mi budú tiež veriť a dôverovať

Firma Glenisk začínala ako malý rodinný podnik, vyrábajúci mlieko na farme v Írsku. V roku 1986 nebohý Jack Cleary prišiel s nápadom pridať hodnotu k svojim výrobkom a rozhodol sa vyrábať svoj vlastný jogurt bez prídavkov a konzervačných látok.

V roku 1995 firmu zanechal Gerardovi Clearymu a jeho štyrom súrodencom. Podarilo sa im zvýšiť obrat zo 150 000 € na 12 miliónov € a v súčasnosti Glenisk zamestnáva 30 ľudí priamo a 50 ľudí nepriamo.

V súčasnosti firma začala exportovať svoje výrobky a vytvorila partnerstvo s americkým výrobcom jogurtov, ktorý sa stal menšinovým akcionárom a pomohol pri vývoji nových výrobkov, prieskume trhu a marketingu. V roku 2008 otvorila Glenisk výrobné zariadenie v hodnote 8,5 milióna €, ktoré zvýšilo ročný výrobný potenciál na 20 000 ton. Firma vyrába všetku svoju energiu z obnoviteľných zdrojov, čo je podporené inštaláciou veternej turbíny pri závode.

Existoval nejaký podporný program, ktorý pomohol pri prevzatí už zabehnutého podniku?

Áno, zaujal ma program LEADER, pretože bol určený pre malé začínajúce firmy a pomohol im na ceste hore k vytváraniu výnimočných vecí. Tento program ponúkal financovanie širokého rozsahu a tak bol schopný pomôcť mnohým mikro-, malým a stredným podnikom.

Moja rada pre tých, ktorí uvažujú o prevzatí už zabehnutého podniku:

Ak nemáte radi tvrdú prácu, nepreberajte podnik. Ak nie ste pripravený počúvať, nepreberajte podnik. Udržujte flexibilitu svojho podnikateľského modelu, keďže musíte byť schopný prispôbiť sa novým trendom.

Váš doterajší najväčší úspech ...

Práca v rodinnom podniku so staršími/mladšími súrodencami môže byť náročná. Naučiť sa riadiť a budovať podnikanie, a zároveň sa snažiť presvedčiť ostatných, môže byť zložité a stresujúce, ale v každom prípade sa to vyplatí.

Podľa mňa najlepšie na tom, že som podnikateľ, je...

Každý podnikateľský model, ktorý niekto vytvorí, je jedinečný. Ostatní mu nemusia rozumieť alebo súhlasiť s ním, ale každá zvláštnosť odlišuje podnikateľa od ostatných.

Martin Dalblad

Názov spoločnosti:

Dalblads Nutrition AB

Obchodný sektor:

Výroba a predaj doplnkov pre atlétov

Rok založenia podniku:

Koniec 90tych rokov

Dátum prevzatia podnikania:

Koniec 90tych rokov

Vekové rozpätie:

30~40

Počet zamestnancov v roku 2010:

11~50

www.dalblads-nutrition.se

info@dalblads.se

Hunstugans väg 1, SE-443 61 Stenkullen,
Švédsko





Riadim svoju firmu a cítim sa dobre, keď je do toho zapojený celý tím

Predtým, ako Martin Dalblad prevzal vedenie firmy od svojho otca v roku 2009, rodinný podnik Dalbladovcov vyrábala arómy pre pekárne a továrne na výrobu zmrzlín. Keď prišiel čas, aby Martin prevzal vedenie, vynaložil veľké úsilie, aby opustil túto oblasť a, vzhľadom na jeho záujem o šport, vstúpil do oblasti športovej výživy.

Podpora zo strany člena predstavenstva pomohla, aby prevod z otca na syna bol hladký. Medzitým sa Martin pustil do postupnej zmeny výrobkov z aróm na energetické tyčinky a doplnky športovej výživy. Najmä v prípade športovej výživy boli predchádzajúce skúsenosti firmy s arómami kľúčovou zložkou úspechu.

Dnes vyrába a predáva Dalblads Nutrition AB chutné doplnky pre amatérskych športovcov a profesionálnych atlétov a jeho energetické tyčinky sa predávajú v posilňovniach a obchodoch so zdravou výživou nielen vo Švédsku, ale aj v ostatných severských krajinách a v Nemecku. Výrobné priestory sa pred 1,5 rokom zdvojnásobili a budú pravdepodobne ďalej rozširované.

Existoval nejaký vnútroštátny program, ktorý pomohol pri prevzatí už zabehnutého podniku?

Komunálny podnik, podnikateľský región Göteborg a ich program pre rozvoj mi veľmi pomohol, napríklad poskytnutím nástrojov pre riadenie a kompetencií na zriadenie a organizáciu podniku. Moje členstvo v organizácii Företagarna mi tiež značne pomohlo, pretože prostredníctvom známostí som mohol vybudovať partnerstvá a získať právne poradenstvo.

Moja rada pre tých, ktorí uvažujú o prevzatí už existujúceho podnikania:

Nebojte sa výziev. Musíte mať skutočný záujem o výroby a trh a veľmi starostlivo si zvoliť vašich partnerov a dodávateľov.

Váš najväčší úspech/na čo ste veľmi hrdý...

Náš tím. Všetci sú veľmi kvalifikovaní a neustále sme investovali 0,5 % obratu do rozvoja kompetencií.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

...inšpirujú ostatných a pomáhajú napredovaniu spoločnosti. Vyvíjajú veci, ktoré sú užitočné pre nás všetkých.



Rafael Galván Izquierdo

Názov spoločnosti:

HostelOne Sevilla-Alameda

Obchodný sektor:

Ubytovanie

Rok založenia podniku:

2010

Dátum prevzatia podnikania:

2010

Vekové rozpätie:

40~50

Počet zamestnancov v roku 2010:

1~10

Cl. Jesús del Gran Poder 113, 41002 Sevilla,
Španielsko



Uskutoční svoje sny. Nevadí, že všetko nie je dokonalé, budeš na správnej ceste.

Počas svojho štúdia v oblasti cestovného ruchu v 80-tych rokoch Rafael Galván už vedel, že toto je tá oblasť, v ktorej chce vybudovať svoju budúcu kariéru. Následne pracoval v odbore hotelového manažmentu a turistických služieb na Kanárskych ostrovoch, kde našiel spôsoby zlepšenia týchto služieb bez zvýšenia cien a skúmal koncepcie ako turizmus pre starších ľudí alebo environmentálny turizmus. Avšak v dôsledku nedávnej hospodárskej krízy Rafael prišiel o prácu a rozhodol sa začať vlastné podnikanie.

Pomocou „programu na zabezpečenie kontinuity podnikania“ našiel vhodné zariadenie v centre Seville, ktoré bolo práve na predaj a dohodol sa o jej kúpe. Znamenalo to, že Rafael a jeho rodina sa museli presťahovať do mesta pred otvorením hotela One v roku 2010.

Následne Rafael využil svoje rozsiahle skúsenosti v sektore cestovného ruchu s cieľom poskytovať cenovo prístupné ubytovanie, najmä pre mladých ľudí, v spojení s takými činnosťami ako prehliadky mesta Sevilla so sprievodcom. Prostredie v hosteli poskytuje prívetivú atmosféru, kde sa hostia môžu spoznať a nájsť nových priateľov. Centrálna poloha umožňuje hosťom užiť si to najlepšie, čo mesto ponúka.

Osoba/udalosť, ktorá ma podnietila k prevzatíu už existujúceho podnikania:

Od čias keď som študoval cestovný ruch som túžil po vlastnom hosteli; o 25 rokov neskôr som mal dostatočný kapitál na to, aby som tento svoj sen uskutočnil.

Existoval nejaký vnútroštátny program, ktorý pomohol pri prevzatí už zabehnutého podniku?

Áno, kontaktoval som Obchodnú komoru v Lanzarote a prostredníctvom ich „programu pre kontinuitu podnikania“ mi pomohli navrhnúť a vytvoriť môj podnikateľský plán.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na prevzatie už existujúceho podnikania?

Vzdelanie je dôležité, ale učiť sa zo skúseností je kľúčovým faktorom; začať úplne na začiatku.

Váš najväčší úspech/na čo ste veľmi hrdý...

Vzhľadom na ťažkosti projektu na začiatku, som hrdý na to, že sme využili čo najviac z toho, čo táto obchodná príležitosť ponúkala.

Witold Grab

Názov spoločnosti:

Polskie Piekarnie SP

Obchodný sektor:

Pekár a cukrár v oblasti obchodovania s každodennými komoditami

Rok založenia podniku:

2005

Dátum prevzatia podnikania:

2005

Vekové rozpätie:

40~50

Počet zamestnancov v roku 2010:

51~250

polskiepiekarnie@home.pl

Ul. Wałowa 1/3, 33-100 Tarnów, Poľsko





Vážte si ľudí – oni vytvárajú váš úspech

V roku 2005 získal Witold Grab s dvoma kolegami bankovú pôžičku na nákup pekárne, ktorá bola vtedy na prahu úpadku. Skupina mala jasnú predstavu o tom, ako plánujú podnik Polskie Piekarnie (Poľské pekárne) urobiť úspešným a začali tento plán realizovať.

Uskutočnili niekoľko zmien na palete výrobkov, ktoré pekáraň dovtedy vyrábala, ale zamerali sa na zvýšenie kvality, čím zaistili, že podnik sa stal synonymom pre najvyšší štandard pekárskych a cukrárskych výrobkov. Ďalšími dôležitými faktormi vylepšenia pekárne boli zavedenie rozsiahleho školenia zamestnancov v oblastiach výroby a distribúcie a začatie efektívnej marketingovej kampane.

Dnes má Polskie Piekarnie sieť vlastných obchodov, kde predáva svoje výrobky a taktiež riadi dcérsku spoločnosť. Odkedy Witold a jeho kolegovia prevzali podnik, počet zamestnancov sa zvýšil z 9 na 132 a mesačný obrat z 30 000 zlotých na 1,2 milióna zlotých. Pekáraň je dnes jedným z najuznávanejších vedúcich výrobcov ručne vyrábaných pečív, cukrárskych a pekárskych výrobkov v Poľsku.

Aké boli Vaše najväčšie obavy/prekážky pri prevzatí už existujúceho podnikania?

Zložitá štruktúra administratívy, rozsiahla byrokracia, priveľa úradov a úradníkov, z ktorých mnohí nerozumejú podstate riadenia podniku a zdá sa im zložitá pochopiť, že úspech podnikateľa je aj ich úspechom.

Moja rada pre tých, ktorí uvažujú o prevzatí už existujúceho podnikania:

Zvážte všetky argumenty za a proti a buďte úprimný pri hodnotení vašich silných a slabých stránok. Neriskujte, ak si nie ste 100 % istý, že ste schopný to urobiť. Ak ste si istý – urobte to a NEBOJTE SA.

Čo je tá osobitná vlastnosť, ktorou sa Vaše výrobky/ služby líšia od konkurencie?

Výroba sa vykonáva ručne a tradičným spôsobom, stroje sa používajú len ako pomoc. Sme hrdí na to, že ponúkame zdravý a chutný chlieb a vysokokvalitné cukrárske výrobky, ktoré obsahujú len prírodné zložky. Máme širokú ponuku, ktorá sa neustále rozširuje. Je pre nás prioritou, aby sme pre našich zákazníkov dodávali vysokokvalitné výrobky.

Podľa mňa najlepšie na tom, že som podnikateľ, je...

... skutočnosť, že som vytvoril dynamickú a rozrastajúcu sa spoločnosť, možnosť spolupracovať so svedomitými a oddanými pracovníkmi, neustále výzvy, ustavičná motivácia pracovať, aby vaša firma bola synonymom úspechu.

Romy Harnapp

Názov spoločnosti:

**Blech- und Technologiezentrum Linda
(BlecTec)**

Obchodný sektor:

Kovopracujúci priemysel

Rok založenia podniku:

1999/2000

Dátum prevzatia podnikania:

2006

Vekové rozpätie:

30~40

Počet zamestnancov v roku 2010:

51~250

www.blectec-linda.de

rharnapp@blectec-linda.de

Stolzenhainer Str.3, O6917 Jessen OT Linda,
Nemecko





Ak padnete, znovu vstaňte a bojujte! Nikdy sa nepozerajte dozadu a vezmite si budúcnosť do vlastných rúk.

Keď Romy Harnapp prvýkrát začala robiť pre Preuss Group v meste Linda v Sasko-Anhaltsku v roku 2001, pracovala na polovičný pracovný úväzok ako nezávislá účtovníčka. Avšak čoskoro sa prejavil jej talent pre podnikanie a začala hrať kľúčovú rolu počas obdobia, keď skupina značne narastala. Jej výkon bol taký presvedčivý, že keď sa majiteľ rozhodol v roku 2006 odstúpiť, obrátil sa na Romy, aby prevzala kontrolu nad oddelením na výrobu plechu. Vzhľadom na počet pracovných miest a vysokú úroveň nezamestnanosti v regióne sa Romy rozhodla, že prijme túto výzvu.

Tým boli položené základy pre založenie Blech- und Technologiezentrum Linda (BlecTec) pod vedením Romy. Od Inovačného centra v Brandenburgu dostala odborné poradenstvo, ale mala svoje vlastné predstavy o budúcnosti spoločnosti vrátane postupného rozširovania rozsahu a intenzity služieb, ktoré firma poskytovala v oblasti spracovania kovu. Romy úzko spolupracovala s technickým riaditeľom a odborné znalosti v rámci spoločnosti doplnila svojimi širokými poznatkami z oblasti marketingu.

Počet zamestnancov v tíme, ktorý bol v čase, keď Romy prevzala firmu, 45, sa zvýšil na dnešných 70. Rozšíril sa aj počet zariadení, keď v roku 2010 bola otvorená dielňa na montáž kontajnerov. BlecTec dnes navrhuje, vyrába a montuje kontajnery a poskytuje širokú škálu služieb vrátane rezania laserom, ohýbania a zvárania.

Aké boli Vaše najväčšie obavy/prekážky pri prevzatí už existujúceho podnikania?

Mojou najväčšou obavou bolo, že moji kolegovia ma neprijmú ako šéfa. Prevzala som spoločnosť v kovovom priemysle, ktorému tradične dominujú muži. Ženy sú úplnou raritou v tomto odvetví.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na prevzatie už existujúceho podnikania?

Najlepšou prípravou je chvíľu pracovať v podniku, aby ste sa zvnútra zoznámili s každým procesom.

Váš najväčší úspech/na čo ste veľmi hrdá...

Odkedy som prevzala podnikanie, počet zamestnancov sa za päť rokov zdvojnásobil. Sme mimoriadne hrdí na to, že sme boli ocenení ako „rodinne orientovaný podnik“.

Podľa mňa najlepšie na tom, že som podnikateľka, je...

... možnosť rozhodovať o veciach sama, pričom však nesiem zodpovednosť za následky. Chcem vybudovať niečo, čo by som potom mohla odovzdať svojim deťom.

Josiane Jacob

Názov spoločnosti:

JACOB & WEIS s.à.r.l.

Obchodný sektor:

Drevené konštrukcie

Rok založenia podniku:

1975

Dátum prevzatia podnikania:

2006

Vekové rozpätie:

30~40

Počet zamestnancov v roku 2010:

11~50

www.jacob-weis.lu

jacob@pt.lu

60, um Beil, L-7653 Heffingem,
Luxembursko





Čokoľvek robíte, robte to s takým nadšením, aké si tá vec zaslúži!

Josiane Jacob začala svoju pracovnú kariéru ako učnica v rodinnom podniku, vyrábajúcom drevárske výrobky na mieru. Technické znalosti, ktoré získala, a štúdium v oblasti účtovníctva a ekonomiky, ako aj spoločenské zručnosti znamenali, že bola pripravená spolu so svojim bratrancom prevziať podnik, keď sa dostal do problémov.

Spolu s bratrancom založili novú spoločnosť, Jacob & Weis, s cieľom prevziať podnikanie. Po ukončení prevodu uskutočnili niekoľko investícií a zvýšili počet zamestnancov z 37 na 41. Toto im umožnilo oživiť, diverzifikovať a rozvinúť podnikanie.

Josiane zabezpečila úspešný prechod tým, že zaistila zamestnancom pravidelné školenia, s cieľom udržať vysokokvalitnú službu a kládla veľký dôraz na starostlivosť o zákazníkov. Dnes sortiment výrobkov spoločnosti zahŕňa strešné krytiny, prístrešia, fasády a terasy, pri výrobe ktorých sa používajú ekologicky vyhovujúce materiály. Josianin príspevok k odvetviu bol uznaný ocenením od Luxemburskej obchodnej komory. Svojou prítomnosťou v porote hodnotiacej prácu začínajúcich remeselníkov podporuje odborný rozvoj budúcej generácie remeselníkov.

Osoba, ktorá ma podnietila k prevzatíu už fungujúceho podniku:

Môj otec a viera, že to, čo vybudoval počas dlhých rokov, nemôže len tak zaniknúť.

Existoval nejaký vnútroštátny program, ktorý pomohol pri prevzatí už zabehnutého podniku?

Áno, museli sme založiť novú firmu, aby sme mohli prevziať starú, pretože vláda pomáha novým podnikom, ale nepodporuje prevzatie už zabehnutých. Verejné programy nám pomohli počas tohto procesu.

Čo je tá osobitná vlastnosť, ktorou sa Vaše výrobky líšia od konkurencie?

Každému nášmu zákazníkovi pomáha jeden z našich kolegov. Zákazník má preto dobrý pocit z práce a vidí, že pre nás je každý zákazník rovnako dôležitý.

Váš najväčší úspech/na čo ste veľmi hrdá...

Ocenenie „Créateurs d'Entreprise dans l'Artisanat“ bolo svedectvom, že firma sa rozšírila bez toho, aby stratila charakter rodinného podniku.

Trine Lerum Hjellhaug

Názov spoločnosti:

Lerum Konserveres AS

Obchodný sektor:

Potraviny a nápoje

Rok založenia podniku:

1907

Dátum prevzatia podnikania:

2005

Vekové rozpätie:

30~40

Počet zamestnancov v roku 2010:

51~250

www.lerum.no

trine.lerum.hjellhaug@lerum.no

Lerum Konserveres AS, Postboks 159,
6851 Sogndal, Nórsko





Dobré výsledky sa dosahujú tímovou prácou

Prarodičia Trine Lerum Hjellhaug založili v roku 1907 spoločnosť Lerum, vyrábajúcu sirupy a džemy. Keď v roku 2008 prevzala s dvoma sestrami a sesternicami vedenie spoločnosti, Trine bola jednou z členov štvrtej generácie rodiny, ktorá viedla tovareň. Tá sa nachádza v oblasti Sognefjord, v jednej z najlepších oblastí Nórska pre pestovanie ovocia a bobuľovitých plodov. Avšak v čase prevzatia podniku boli vyhliadky bezútešné, keďže dopyt po výrobky firmy Lerum bol dosť nízky.

Trine, jej sestry a sesternice reagovali na túto situáciu vytvorením nového dizajnu pre etikety firmy. Zvýšili aj obsah ovocia a znížili obsah cukru v džemoch a sirupoch, vďaka čomu sa im podarilo výrobky zaradiť medzi kvalitnejšie produkty na trhu. Na podporu týchto zmien Trine zviditeľnila podnik spustením rozsiahlej marketingovej kampane.

Dnes zamestnáva podnik Lerum približne 130 ľudí a jeho sirupy predstavujú 42 % podiel na trhu konzumácie sirupov v Nórsku. Spoločnosť sa zúčastnila v 6. rámcovom programe EÚ a v rámci projektu LowJuice vyvinuli nový výrobok, ktorý má menej kalórií a je bohatší na vlákniny ako obyčajné ovocné šťavy. Tým sa otvoria nové segmenty trhu a teraz sa začína pracovať na tom, aby sa výrobok stal komerčne dostupným.

Aké boli Vaše najväčšie obavy/prekážky pri prevzatí už existujúceho podnikania?

Podnik sme prevzali v čase, keď firma čelila veľkým problémom a hospodárske výsledky boli biedne. Obávali sme sa, že nebudeme schopní dosiahnuť výsledky predchádzajúcich generácií. Trh je neúprosný a v minulosti sme videli, ako tvrdo musel otec a strýko pracovať, aby dosiahli dobré výsledky.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na prevzatie už existujúceho podnikania?

2 roky sme pracovali na procese prevzatia predtým, ako k tomu došlo v roku 2005. Okrem iného, tým, že sme sa stali členmi rady, sme získali lepší prehľad o firme. Moja rada je využívať externých poradcov a byť si vedomý rôznych úloh podniku, ktoré ako majiteľ, zamestnanec a člen predstavenstva zohrávate.

Čo je tá osobitná vlastnosť, ktorou sa Vaše výrobky/ služby líšia od konkurencie?

Ide vlastne o skutočný príbeh. Moji prarodičia založili spoločnosť v roku 1907. Máme 104 rokov skúseností so spracovaním ovocia a bobuľovitých plodov. Ľudia si najviac cenia dobrú chuť a kvalitu. Okrem toho z geografického hľadiska sa nachádzame v jednej z najlepších oblastí Nórska na pestovanie ovocia a bobuľovitých plodov, v oblasti Sognefjord.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

... okrem rozvoja podniku majú zodpovednosť aj voči svojej miestnej komunite. Máme 130 zamestnancov v obci, ktorá má 7000 obyvateľov. Sme významným sponzorom miestnych športových a kultúrnych podujatí.

Michel Loiseau a Bruno Thieffry

Názov spoločnosti:

VIDEO PROMOTION

Obchodný sektor:

MÉDIÁ - IT/Spracovanie obrazu

Rok založenia podniku:

1975

Dátum prevzatia podnikania:

2007

Vekové rozpätie:

40~50

Počet zamestnancov v roku 2010:

11~50

www.videopromotion.be

bruno.thieffry@videopromotion.be

Place Thomas Balis, 3, 1160 Brusel,
Belgicko





Vášeň pre technológiu, empatia so zákazníkom

S 15-ročnými skúsenosťami v médiálnom a vysielacom sektore sa Michel Loiseau okamžite chopil možnosti prevziať firmu Video Promotion po tom, ako väčšinový majiteľ akcií oznámil v roku 2006 odchod do dôchodku. Vďaka svojmu nadšeniu sa Michelovi podarilo presvedčiť priateľa, Bruna Thieffryho, aby sa k nemu pripojil.

K prevzatiu došlo počas jedného z najhorších krízových období v médiálnom sektore. Keďže mali k dispozícii veľmi obmedzené zdroje, na rozvoj podniku museli využiť svoje spoločné podnikateľské zručnosti, v prípade Michela v oblasti predaja a marketingu, a v prípade Bruna v oblasti financií a riadenia projektov. Ich snahy podporoval Kapitálový fond v Bruseli.

Vďaka tomu, že Michel a Bruno prevzali Video Promotion, firma bola schopná úspešne sa prispôsobiť meniacemu sa prostrediu mediálnych technológií. Využívanie najnovších technológií prilákalo mnoho zákazníkov a umožnilo vyvinúť nové produkty. Firma vstúpila aj na medzinárodný trh, keď v decembri 2010 uzatvorila dôležitú zmluvu s Public Senat TV vo Francúzsku.

Existoval nejaký vnútroštátny/regionálny podporný systém/program, ktorý pomohol pri prevzatí už zabehnutého podniku?

Bruselský kapitálový fond a Bruselský garančný fond nám pomohli získať bankovú záruku, ďalšie finančné prostriedky a záruky od predajcu podniku. Tieto fondy tiež podporovali a prehodnotili náš obchodný plán. Potom ako schválili naše portfólio, postup sa urýchlil a rokovania s bankami a právnikmi sa značne uľahčili.

Moja rada pre tých, ktorí uvažujú o prevzatí už existujúceho podnikania:

Dôkladná znalosť vášho odboru a výrobku je nevyhnutná. Pomáhajte svojim zamestnancom, dodajte im dôveru a investujte do odbornosti.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

... sú základom regionálneho hospodárstva, keďže mu dodávajú potrebnú rozmanitosť a miestne znalosti. Podnikatelia v malých a stredných podnikoch musia naďalej prichádzať so svojimi nápadiami a držať krok s technologickými vývojmami, aby mohli konkurovať medzinárodným podnikom a prežiť na otvorených trhoch.

Podľa mňa najlepšie na tom, že som podnikateľ, je...

... vidieť, ako sa projekt rozvíja od vytvorenia až po fázu vysielania.

Tuomas Pahlman

Názov spoločnosti:

TTS-Ciptec

Obchodný sektor:

Optimalizácia priemyselných umývacích procesov

Rok založenia podniku:

1988

Dátum prevzatia podnikania:

2006

Vekové rozpätie:

20~30

Počet zamestnancov v roku 2010:

11~50

www.tts-ciptec.com

Tuomas.pahlman@tts-ciptec.com

Haarlankatu 1, 33230 Tampere, Fínsko





Rozmýšľajte vo veľkom, ale nezabudnite pozbierať všetky časti skladačky

Keď otec Tuomasa Pahlmana zomrel v roku 2006, 21-ročný Tuomas musel nasadnúť do jeho kresla vo firme TTS-Ciptec, ktorú riadil 18 rokov jeho otec. Spoločnosť mala finančné straty a ocitla sa v tvrdej súťaži, pričom sa urputne snažila náhradiť kľúčových zamestnancov. Keďže reorganizácia veľkoobchodu sa neuskutočnila, firma sa dostala do úpadku a Tuomas musel prepustiť všetkých zamestnancov a pokračovať sám.

Videl, že technológia analýzy čistenia, vyvinutá TTS-Ciptec, by mohla opäť oživiť spoločnosť. Pred uvedením technológie na trh musel Tuomas overiť jej spoľahlivosť a potenciálny dopyt. Preto si vzal bankovú pôžičku vo výške 250 000 €. Štúdie potvrdili potenciál aplikácie a Tuomas vyvinul úplnú službu optimalizácie čistenia vrátane meracích zariadení, analýzy dát a následných odporúčaní. Keďže bol presvedčený o kvalite výrobku, Tuomas ponúkal výhodné ceny, aby prilákal zákazníkov.

Od roku 2007 veľmi presné senzory a softvér firmy TTS-Ciptec, ako aj analýza dát ušetrili vyše 200 000 m³ vody, tisíce megawattov energie a desaťtisíce hodín výrobného času. Optimalizácia výkonu čistiaceho zariadenia umožní predĺženie jej životnosti a tento koncept prispeje k zlepšeniu výrobných hygieny a zníženiu rizika kontaminácie mliečnych výrobkov kvôli čistiacim prostriedkom. TTS-Ciptec vyrástol z jednočlenného podnikania v roku 2007 na medzinárodný tím 16 odborníkov, ktorý je činný v rôznych krajinách.

Udalosť, ktorá ma podnietila k prevzatiu už existujúceho podnikania:

Jednoduchý kompliment od riaditeľa medzinárodnej chemickej spoločnosti, ktorý povedal: „Tento chlapec je výnimočný.“

Aké boli Vaše najväčšie obavy/prekážky pri prevzatí už existujúceho podnikania?

Stále sa nájde niečo, čo by sa dalo v podniku zlepšiť a môžete mať zo seba dobrý pocit, ak vyriešite tie najočividnejšie problémy, ale ste pripravený vziať na seba zodpovednosť za veci, ktoré podnik úspešne zvládal počas dlhých rokov?

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na prevzatie už existujúceho podnikania?

Snažte sa naučiť čim viac už od úplných základov podnikania. To vám umožní, aby ste si všimli rozdiel medzi skutočnosťou a fantáziou, ktorú často počujete v riadiacej veži.

Čo je tá osobitná vlastnosť, ktorou sa Vaše výrobky/ služby líšia od konkurencie?

Predávame čas, vodu a energiu. Optimalizujeme umývacie procesy. Vyrábame senzory s vysokou presnosťou, vyvíjame softvér a analyzujeme údaje zhromaždené našimi senzormi. Manažment našich zákazníkov sa zaujíma o prvú časť, operátori procesu o druhú a naši konkurenti do určitej miery v poslednú časť.

Pavlos Paradisiotis

Názov spoločnosti:

PARADISIOTIS LTD

Obchodný sektor:

Hydinárska výroba a predaj mäsových výrobkov

Rok založenia podniku:

1988

Dátum prevzatia podnikania:

1994

Vekové rozpätie:

50+

Počet zamestnancov v roku 2010:

51~250

www.paradisiotis.com

paradisiotis@paradisiotis.com

P.O.BOX 59721, CY4012 LEMESOS, Cyprus





Silné a hlboké rodinné hodnoty zasadené do kultúry podniku vás posunú o krok vpred

Andreas Paradisotis založil svoj hodinársky podnik v roku 1975 a jeho osem detí v nejohrávalo už od začiatku aktívnu úlohu. Do roku 1994 mali postupne čoraz viac zodpovednosti a Pavlos Paradisotis sa po odstúpení otca Andreea stal generálnym riaditeľom spoločnosti.

Vďaka dlhoročnému pôsobeniu detí vo firme a zdravým rodinným vzťahom, medzigeneračný prechod prebiehal hladko, pričom úlohy jednotlivých súrodencov boli jasne stanovené. Pod vedením Pavlosa sa firma rozrastala, jej ročné obraty narastali v rozmedzí 25 % až 45 %. V tomto trende pokračovala aj počas krízy spôsobenej vtáčou chrípkou, a to vďaka účinnému riešeniu tohto problému.

Firma zaviedla nové výrobky a sortiment sa ďalej rozširoval po odkúpení mäsokombinátu v roku 2005. Rozšírila a modernizovala svoje výrobné priestory a od roku 2007 je vedúcou spoločnosťou skupiny deviatich podnikov. Rodinné hodnoty zostali hlboko zakorenené v kultúre podniku, výsledkom čoho bolo uznanie kvality produktov, služieb a etiky.

Aké boli Vaše najväčšie výzvy pri prevzatí už existujúceho podnikania?

Mojou najväčšou obavou bola strata mojej nezávislosti a to, že som musel prijať oveľa formálnejší, obchodný prístup voči vlastným členom rodiny. Našťastie sa ukázalo, že je to kľúč k nášmu úspechu a firma skutočne funguje ako „jedna veľká rodina“, v ktorej má každý svoje miesto.

Existoval nejaký vládny alebo regionálny podporný program, ktorý pomohol pri prevzatí už existujúceho podnikania?

Hoci mám vysokú úroveň vzdelania a mnoho skúseností, európsky program na rozvoj podnikania, poskytovaný Cyperským úradom pre rozvoj ľudských zdrojov, nám poskytol obrovskú pomoc. Prakticky usmernil naše podnikanie a pomohol nám chápať najdôležitejšie skutočnosti ako plánovanie a vedenie podniku.

Moja rada pre tých, ktorí uvažujú o prevzatí už existujúceho podnikania:

Zhodnoťte svoje postavenie, naplánujte, kam chcete ísť, snívajte o nových a vzrušujúcich skúsenostiach a bavte sa.

Váš najväčší úspech/na čo ste veľmi hrdý...

Konstruktívne riešenie krízy spôsobenej vtáčou chrípkou v roku 2005 ; zameranie sa na dôveru zákazníkov, riadenie rizík a ťaženie z príležitostí.

A photograph of Manuel Pree, a man with short dark hair, smiling and sitting on a wooden table in a hotel room. He is wearing a light blue blazer, a dark tie, and red trousers. The room features a bed with white linens, a large abstract painting of a woman's face on the wall, and a red lamp on the table.

Manuel Pree

Názov spoločnosti:

Landgraf Hotel Betriebs GmbH

Obchodný sektor:

Cestovný ruch – hoteliérstvo

Rok založenia podniku:

2006

Dátum prevzatia podnikania:

2006

Vekové rozpätie:

30~40

Počet zamestnancov v roku 2010:

1~10

www.hotellandgraf.com

Info@hotellandgraf.com

Hauptstraße 12, A-4040 Linz, Rakúsko

Vždy verte v to, čo robíte, budte vášniví a berte zodpovednosť za svoje činy

Na jar 2006 sa majitelia hotelu a kaviarne Landgraf v rakúskom meste Linz rozhodli hľadať nástupcu. S vzdelaním v odbore hotelového manažmentu a so širokými skúsenosťami s prácou v hotelových reťazcoch bol Manuel Pree dokonalým kandidátom. Spolu so svojou ženou a obchodným partnerom sa rozhodol využiť príležitosť, aby uskutočnil svoj sen o vlastnom podnikaní.

Po diskusii s majiteľmi vypracovala trojica so svojou bankou obchodný plán a v septembri 2006 získala finančné prostriedky a ďalšiu pomoc od obchodnej komory. Prechod uľahčili predchádzajúci majitelia tým, že Manuelovi na začiatku pomohli pri každodennej prevádzke Landgrafu.

Noví majitelia prerobili interiér hotela, pričom sa snažili uchovať duch obytného domu. 35 izieb s bezplatným bezdrôtovým internetovým pripojením možno vďaka ich veľkosti charakterizovať ako apartmány. Manuel využil aj moderné marketingové techniky na zabezpečenie úspechu svojho podnikania. Hotelu robili reklamu v sociálnych médiách a zaujal značný počet on-line fanúšikov.

Čo Vás inšpirovalo k prevzatiu už existujúceho podnikania?

Nadšenie pre hotelierstvo a skutočnosť, že toto odvetvie umožní ľuďom cítiť sa pohodlne aj vtedy, keď sú ďaleko od domova. Bola to aj radosť aj z toho, že som prispel k tomu, aby si hostia užili svoj pobyt.

Existoval nejaký regionálny podporný program, ktorý pomohol pri prevzatí už zabehtutého podniku?

Bez pomoci rôznych regionálnych inštitúcií by sa projekt nemohol uskutočniť. „Sparkasse Upper Austria“ už od začiatku dôverovala nášmu projektu a poskytla potrebné investičné prostriedky. Záručná inštitúcia vystupovala ako ručiteľ pre našu pôžičku a program rakúskej Obchodnej a priemyselnej komory pre začínajúce podniky nás podporil v založení vlastnej firmy.

Moja rada pre tých, ktorí uvažujú o prevzatí už existujúceho podnikania:

Konzultujte s príslušnými odborníkmi, aby ste dôkladne preverili, do čoho sa púšťate a zväzte právne, daňové a finančné záležitosti. Spojte ich odbornosť so svojimi nápadmi a ste na správnej ceste.

Čo je tá osobitná vlastnosť, ktorou sa Vaše výrobky/ služby líšia od konkurentov?

Spoliehame sa na osobné služby kombinované s povahou nášho hotelu, ktorá je jedinečná na našom miestnom trhu. Naším heslom je: „Skôr domov, ako hotel.“ Toto odzrkadľuje pôvodnú funkciu budovy, t. j. nájomného domu a predovšetkým sa cítite pohodlne, už keď sa prihlasujete do nášho hotela.

Michael Ring

Názov spoločnosti:

STELTON

Obchodný sektor:

Výroba ostatných kovových výrobkov i.n.

Rok založenia podniku:

1960

Dátum prevzatia podnikania:

2004

Vekové rozpätie:

40~50

Počet zamestnancov v roku 2010:

51~250

www.stelton.com

mr@stelton.com

Christianshavns Kanal 4, 1406 København,
Dánsko





Ste schopní dosiahnuť to, čo ste si predsavzali

Potom, ako stratil prácu kvôli strategickým zmenám v spoločnosti, pre ktorú pracoval, Michael Ring prisahal, že už nikdy sa nedostane do rovnakej situácie. V roku 2004 sa Michaelovi naskytla príležitosť stať sa svojim vlastným šéfom, keď sa majiteľ podniku Stelton pre kuchynské doplnky a stolový riad, založený v roku 1960, rozhodol, že svoj podnik predá.

Napriek nesľubnému pozadiu podniku s 38 % poklesom predajov v porovnaní s predchádzajúcim rokom sa Michael odhodlal prijať túto výzvu. Začal okresávaním sortimentu výrobkov firmy a pozval nových dizajnérov, aby prispeli svojimi inovačnými nápadi. Do januára 2008 sa Michaelov plán uskutočnil a zaviedla sa nová štruktúra. Stelton sa opäť zamerlal na dizajn a marketing, pričom externí dodávatelia mali na starosti väčšinu výroby. Z komerčného hľadiska sa začali objavovať výsledky.

Dnes je Stelton ocenenou firmou a vďaka svojim dizajnom jednou z vedúcich značiek v tejto oblasti, ktoré nesú známku škandinávskej školy. Jej výrobky sa predávajú vo vyše 50 krajinách sveta a jednu z najnovších kolekcií vytvorila popredná anglická dizajnérska spoločnosť Paul Smith.

Čo bola tá udalosť, ktorá Vás podnietila k prevzatíu už existujúceho podnikania?

Pred prevzatím firmy Stelton ma celkom nečakane prepustili z mojej práce, nie kvôli nedostatočnému výkonu, ale kvôli stratégii schválenej správnu radou. Toto zaobchádzanie som považoval za neférové a chcel som sa poistiť, aby sa už také niečo nikdy nestalo.

Moja rada pre tých, ktorí uvažujú o prevzatíu už existujúceho podnikania:

Presvedčiť rodinu a úprimne im povedať, ktoré sú najhoršie a najlepšie scenáre. Mali by ste im dať pocit, že sú súčasťou vašich rizík a úspechov a to môžete dosiahnuť tým, že s nimi komunikujete. Zriadenie vhodnej správnej rady už na začiatku je tiež nevyhnuté.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na prevzatie už existujúceho podnikania?

Získanie podrobných, na skúsenostiach založených znalostí odvetvia, v ktorom sa chystáte pracovať, úsilie pri práci a zabezpečenie kľúčových faktorov úspechu. 100-dňový plán, ktorý vám pomôže určiť všetky potrebné kroky vedúce k úspešnému podnikaniu, je tiež výborným nástrojom.

Čo je najlepšie na tom, že ste podnikateľ?

Nemusím míňať zdroje na boj o moc v rámci podniku, ktorý možno pozorovať vo väčších spoločnostiach. Môžem vziať na seba väčšie riziko bez toho, aby som sa mal obávať, že stratím prácu.

Anna Rizzo

Názov spoločnosti:

Rizzo Umberto SRL

Obchodný sektor:

Kovové konštrukcie pre inštalatérsstvo

Rok založenia podniku:

1959

Dátum prevzatia podnikania:

2004

Vekové rozpätie:

50+

Počet zamestnancov v roku 2010:

11~50

www.rizzoumberto.it

info@rizzoumberto.it

Via Aurora 11, 00013 Fonte Nuova (RM),
Taliansko





Vždy si dôveruj!

Ako Anna Rizzo vyrastala, videla otca založiť a vybudovať medzinárodne uznanú spoločnosť, vyrábajúcu kvalitné talianske kovové výrobky pre vodovodné batérie a armatúry. Umberto Rizzo založil spoločnosť Rizzo Umberto Co. v roku 1959 a neustále vyvíjal nové výrobky, získaval nové patenty a uvádzal nové výrobky na trh ako napr. odtokový systém a batérie s flotačným zariadením až do smrti v roku 2000.

Obchod najprv prevzali jeho synovia, ale keď prišli s úmyslom ukončiť výrobu v roku 2004, Anna sa rozhodla, že prevezme otcovo dedičstvo. Bolo to z veľkej časti z pocitu zodpovednosti k zamestnancom, ktorí pomáhali pri vybudovaní firmy a zostali k nej verní.

Anna Rizzo zanechala odvtedy vo firme vlastné stopy, pričom ju v roku 2005 presťahovala do nového výrobného priestoru v okolí Ríma. Podarilo sa jej posilniť prítomnosť firmy na medzinárodnom trhu a investovala značné prostriedky do inovácie. Dnes sa venuje aj ochrane a podporovaniu práv miestnych malých a stredných podnikov.

Aké boli Vaše najväčšie obavy/prekážky pri prevzatí už existujúceho podniku?

Na začiatku som sa obávala, že to nezvládnem. Bola som žena a úplne sama som mala prevziať veľmi náročnú zodpovednosť za seba, aj za zamestnancov firmy.

Čo je tá osobitná vlastnosť, ktorou sa Vaše výrobky/ služby líšia od konkurentov?

Vyrábame inovatívne a vysokokvalitné výrobky „Made-in-Italy“, zhotovené na mieru, ktoré sú uznávané nielen na domacom, ale aj na medzinárodnom trhu.

Váš najväčší úspech/na čo ste veľmi hrdá...

Podarilo sa mi úspešne viesť spoločnosť, ktorú založil môj otec v roku 1959, a udržať pracovné miesta našich zamestnancov.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

Podnikatelia sú veľmi dôležití pre spoločnosť, pretože smerujú do budúcnosti a svojou rozhodnosťou a vynaliezavosťou sú príkladom pre iných.

A photograph of three men standing in a factory setting. They are holding large, white, rectangular metal parts with circular cutouts. The man on the left is wearing a grey t-shirt, the man in the middle is wearing a dark blue polo shirt, and the man on the right is wearing a light blue t-shirt. They are standing in front of a large industrial machine, likely a CNC lathe or mill. The machine has various labels and safety warnings, including a 'WARNING' sign and a 'NOTICE' sign. The background shows a typical industrial environment with metal structures and equipment.

Dario Rossi, Piero Tosches, Roberto Chiello

Názov spoločnosti:

NUOVA OLPA SRL

Obchodný sektor:

**Strojárstvo (obchod so strojmi na presné
obrábanie, CNC frézy a sústruhy)**

Rok založenia podniku:

1975

Dátum prevzatia podnikania:

2005

Vekové rozpätie:

30~40

Počet zamestnancov v roku 2010:

1~10

www.nuovaolpa.it

info@nuovaolpa.it

Via Avogadro 40, 10090 Bruino (Torino),
Taliansko

S nadšením a odvahou vždy zvíťazíš

Dario Rossi, Piero Tosches a Roberto Chiello začínali ako zamestnanci podniku Nuova Olpa, ktorý od roku 1975 vyrábal malé a stredne veľké strojné zariadenia. V roku 2004 sa rozhodlo o zatvorení firmy.

Dario, Piero and Roberto sa rozhodli firmu kúpiť a ďalej prevádzkovať, pretože verili, že Nuova Olpa má budúcnosť. Zo zamestnancov sa teda stali podnikatelia. Začali investovať značné finančné prostriedky, zaobstarali nové technológie a stroje, aby podporili inováciu, urýchlili a spružnili výrobu.

Výsledkom toho spoločnosť rozšírila svoju paletu výrobkov, aby reagovala na dopyt, a v roku 2007 uzatvorila dohodu s miestnym oddelením Národného inštitútu pre jadrový výskum. Spoločnosť začala vyrábať prototypy, ktoré používajú v Európskej organizácii pre jadrový výskum (CERN) v Ženeve. Hoci hospodárska kríza v roku 2009 silne zasiahla spoločnosť a znížila dopyt takmer o polovicu, firme Nuova Olpa sa podarilo prežiť. Teraz sú vyhliadky oveľa pozitívnejšie a traja podnikatelia plánujú vstúpiť na nové trhy a zvýšiť vývoz spoločnosti.

Udalosť, ktorá ma podnietila k prevzatiu už fungujúceho podniku...

...rok 2004, keď sa stala dôležitá udalosť, rozhodnutie o zatvorení spoločnosti. S obrovskou dôverou v spoločnosť, v ktorej sme získali odborné skúsenosti po ukončení štúdia, sme sa rozhodli využiť svoje nápady, zručnosti a dobrú vôľu.

Aké boli Vaše najväčšie obavy pri prevzatí už zabehnutého podniku?

Obával som sa ako sa mi podarí zvládnuť premenu zo zamestnanca na podnikateľa a všetky povinnosti, ktoré s tým súviseli.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na prevzatie už zabehnutého podniku?

Byť pripravený na rozvoj a meniaci sa svet práce.

Čo je tá špeciálna vlastnosť, ktorou sa Váš výrobok líši od konkurencie?

Presnosť, starostlivé spracovanie a krátke dodacie lehoty.

Leon Slijkerman

Názov spoločnosti:

De Fietsenmaker

Obchodný sektor:

Cyklistický maloobchod

Rok založenia podniku:

1979

Dátum prevzatia podnikania:

2009

Vekové rozpätie:

40~50

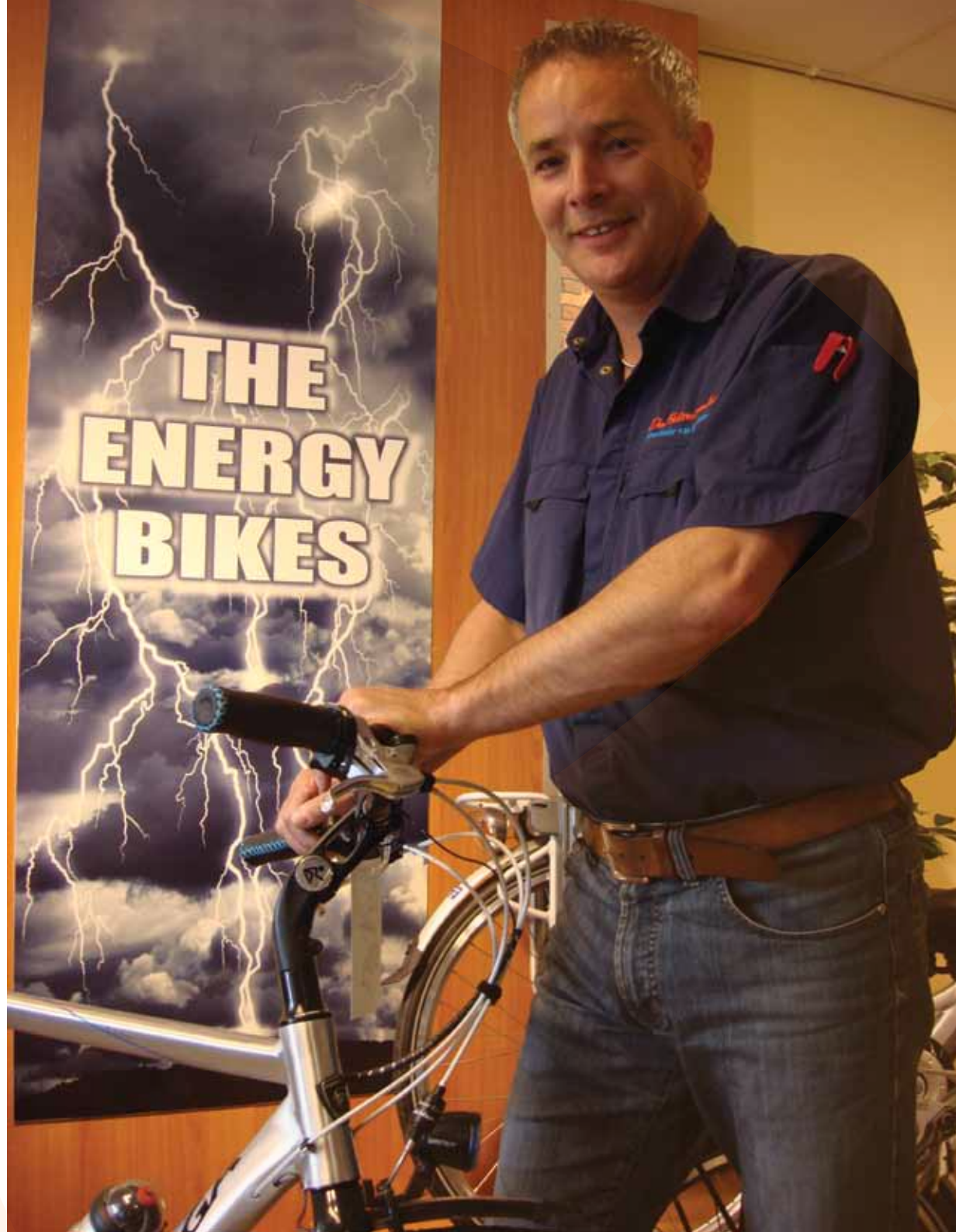
Počet zamestnancov v roku 2010:

1~10

www.fietsenmakerhoorn.nl

info@fietsenmakerhoorn.nl

Drieboomlaan 125 , 1624 BD Hoorn,
Holandsko





Užívajte si svoju prácu, bavte sa a zarábajte!

Obchod s bicyklami De Fietsenmaker bol založený v roku 1979 v holandskom meste Hoorn. Keď sa majiteľ rozhodol v roku 2009 odísť do dôchodku, ani jeden zo zamestnancov nechcel obchod prevziať, čo mohlo viesť k jeho zatvoreniu.

Leon Slijkerman poznal majiteľa a pracoval už 12 rokov v obchode s bicyklami. Vzdal sa svojej práce v oblasti poistenia a prevzal obchodné zastúpenie s pomocou predchádzajúceho majiteľa. Leon sa pustil do podnikania s filozofiou, že bude tvrdo pracovať a venovať sa službám zákazníkom. Už po dvoch rokoch obchod rozkvitol a teraz má dvoch zamestnancov.

Obchod sa stal referenčným bodom pre bicykle, elektrické bicykle, trojkolky a bicykle na prepravu nákladu, ako aj pre bicykle na objednávku. Zvláštnym prvkom podniku je prerábanie tradičných bicyklov na elektrické tým, že sa im namontuje elektrický motor. Týmto Leon prispieva k udržateľnej mobilite a pomáha ľuďom osvojiť si zdravší životný štýl.

Udalosť, ktorá ma podnietila k prevzatiu už existujúceho podnikania:

Chcel som zmeniť svoju prácu v oblasti poistenia a predaja a majiteľ obchodu bol tesne pred odchodom do dôchodku. Pracoval som v obchode ako tínedžer a bola to skvelá príležitosť presedlať na podnikanie, ktoré sa venuje veciam, ktoré sú pre mňa dôležité, ako napr. životné prostredie a zdravie.

Aké boli Vaše najväčšie obavy/prekážky pri prevzatí už existujúceho podniku?

Spolupráca s predchádzajúcim majiteľom je dôležitá: stretnite sa s ním, rozprávajte sa a spolupracujte.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na prevzatie už existujúceho podniku?

Je dôležité, aby ste spolupracovali so svojim účtovníkom, pretože on/ona pozná vašu finančnú situáciu a môže vás varovať pred nebezpečenstvom.

Čo je tá osobitná vlastnosť, ktorou sa Vaše výrobky líšia od konkurencie?

Vždy sa snažím poskytovať výrobky, ktoré sú lepšie a líšia sa od výrobkov mojich konkurentov. Taktiež venujem veľkú pozornosť svojim zákazníkom a naše výrobky sú prispôbené ich potrebám. Vďaka našej internetovej stránke a reklamám si môžeme byť istí, že ľudia naše produkty poznajú.



Daniel Smiljanić

Názov spoločnosti:

Pan parket d.o.o.

Obchodný sektor:

Drevársky priemysel

Rok založenia podniku:

2003

Dátum prevzatia podnikania:

2003

Vekové rozpätie:

30~40

Počet zamestnancov v roku 2010:

51~250

www.pan-parket.hr

daniel.Smiljanić@pan-parket.hr

Glavna 140 , 33514 Čačinci, Croația



Každý deň je novou výzvou

Daniel Smiljanić sa narodil a vyrastal v Nemecku, ale vrátil sa do Chorvátska, rodnej krajiny svojho otca, aby si splnil vojenskú službu. Následne v roku 1996 založil svoju vlastnú firmu SIG na dovoz a predaj nábytku. V roku 2003 kúpil zatvorený drevársky závod a založil novú spoločnosť Pan Parket, prijal 20 zamestnancov a začal vyrábať hotové parkety.

Výroba sa zvyšovala ročne v priemere o 20 % a do roku 2007 pracovalo v spoločnosti 45 ľudí, pričom obrat predstavoval 38 miliónov kún. Pan Parket patentoval aj systém Click, vďaka ktorému pri kladení hotových parkiet nie je potrebné nanášanie lepidla. Tento systém bol zavedený v roku 2009. Keď v období 2008–2009 zasiahla hospodárska kríza, pán Smiljanić sa rozhodol, že nebude znižovať počet pracovných miest, pretože si bol vedomý, akú hodnotu majú jeho zamestnanci pre spoločnosť. Namiesto toho investoval ešte viac do výroby a hľadal možnosti vstupu na nové trhy.

Dnes spoločnosť zamestnáva vyše 100 ľudí. Pán Smiljanić plánuje zvýšiť produkciu o 20 % a uviesť nové výrobky na trh, pričom nedávno začal s výrobou olejom impregnovanej parkety, odolnej voči vlhkosti. Pan Parket je v súčasnosti regionálnym lídrom v svojej oblasti a vyváža vyše 80 % svojich výrobkov. Pán Smiljanić integroval do procesov spoločnosti najnovšie technológie a venuje veľkú pozornosť rozvoju zamestnancov, preto udeľuje študentom štipendiá, prostredníctvom ktorých ich pripravuje na budúcnosť v rámci spoločnosti.

Aké boli Vaše najväčšie obavy pri prevzatí už zabehnutého podniku?

Najväčšiu obavu znamenalo, či budeme schopní nájsť trh pre naše výrobky a vyrábať ich podľa našich predstáv a v nami želanom množstve. Taktiež sme mali obavy, či nájdeme zákazníkov pre naše výrobky.

Existoval nejaký vnútroštátny podporný program, ktorý pomohol pri prevzatí už zabehnutého podniku?

Keď som preberal už fungujúci podnik, chorvátsky Fond pre rozvoj a zamestnanosť realizoval program, ktorý ponúkal lepšie podmienky financovania exportných spoločností.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na prevzatie už zabehnutého podniku?

Keď som sa rozhodol prevziať podnik, urobil som štúdiu uskutočniteľnosti, vykonal som dôkladný prieskum trhu a našiel som dodávateľov surovín. Bola to vynikajúca príprava.

Čo považujete za Váš najväčší úspech, na čo ste najviac hrdý?

Udržanie každého pracovného miesta počas jednej z najväčších kríz v drevárskom priemysle je veľkým úspechom. Zníženie počtu zamestnancov neprichádzalo do úvahy.



Boštjan Šifrar

Názov spoločnosti:

SIBO GROUP

Obchodný sektor:

**Obchod s plastovými obalmi,
technickými súčiastkami a náradím**

Rok založenia podniku:

1993

Dátum prevzatia podnikania:

1993

Vekové rozpätie:

40~50

Počet zamestnancov v roku 2010:

51~250

www.sibo.eu

info@sibo-group.eu

Kidričeva cesta 99, 4220 Škofja Loka,
Slovenia



Podnikání není zaměstnání, je to životní styl

Po ukončení svojho odborného vzdelávania v roku 1993 prevzal Boštjan Šifrar prevádzku rodinného podniku na výrobu plastových obalov od svojho otca, ktorý ho viedol od roku 1967. Bolo to ťažké obdobie, pretože rozpad Juhoslávie znamenal, že podniky sa už nemohli dostať na mnohé zo svojich tradičných trhov.

Kvôli zložitej hospodárskej situácii si Boštjan uvedomil, že bude potrebné hľadať nové trhy v iných častiach Európy. Preto začal rozširovať podnikanie, výsledkom ktorého bolo založenie spoločnosti SIBO Group v roku 2011. V roku 2004 sa spoločnosť SIBO presťahovala do obchodných a výrobných priestorov, vybudovaných na tento účel, a v roku 2008 uviedla do prevádzky nové výrobné zariadenia pre farmaceutické výrobky podľa noriem ISO.

SIBO zamestnáva v súčasnosti 180 ľudí vrátane výskumného tímu a špecialistov na vývoj a vyvíja tubové uzávery, uzávery na fľaše a iné typy balenia. Vyrába aj technické súčiastky pre farmaceutické, elektrické a telekomunikačné odvetvie, ale aj pre letecký priemysel. Hľadanie nových trhov, ktoré začal Boštjan v roku 1993, bolo úspešné, keďže SIBO vykonáva v súčasnosti podnikateľskú činnosť v 45 krajinách sveta.

Aké boli Vaše najväčšie prekážky pri prevzatí už existujúceho podnikania?

V čase prevzatia podniku sa Juhoslávia rozpadávala a my sme prišli skoro o všetky naše obchody. Preto sme museli nájsť nové trhy v Západnej Európe.

Moja rada pre tých, ktorí uvažujú o prevzatí už zabehnutého podniku:

Aj keď preberáte spoľahlivý podnik, stanovte si ciele a sledujte svoje sny.

Podnikatelia sú dôležití pre spoločnosť, pretože...

... vždy si nájdú nové výzvy v podnikaní a sú schopní ich prekonať. Preto sú hnacou silou rozvoja.

Podľa mňa najlepšie na tom, že som podnikateľ, je...

... že podnikateľské nápady sa realizujú v podobe výrobkov dobrej kvality a že máš okolo seba skupinu ľudí, ktorým môžeš dôverovať.



Postavenie sa na nohy a prevzatie podnikov

Vincent Colleville

Názov spoločnosti:

PROTOP CREATION

Obchodný sektor:

**Návrh a výroba miniatúrnych áut
a traktorov pre zberateľov**

Dátum úpadku:

1997

Dátum prevzatia podnikania:

2005

Vekové rozpätie:

50+

Počet zamestnancov v roku 2010:

1~10

www.artisan32.com

protopcreation74@wanadoo.fr

127, Route des Vernes, 74370 Aragonay,
Franța



S odvahou príde aj sila, nadanie a čaro

Vincent Colleville začal svoju kariéru v záhradníckom sektore kúpením firmy, ktorá následne zbankrotovala. Poučený z tejto skúsenosti sa Vincent stal nezávislým podnikateľským poradcom, zameriavajúcim sa na poradenstvo pre podniky v ťažkostiach.

Neúspech svojho prvého podnikania spojeného s poradenskou prácou bol základom pre návrat do podnikateľského života. A tak v roku 2005 Vincent kúpil Protop Creation, firmu vyrábajúcu miniatúrne autá a vozidlá pre zberateľov, vyrobené vo Francúzsku.

Napriek silnej konkurencii, predovšetkým z Číny, Protop Creation sa značne rozšíril, odkedy Vincent vzal riadenie do rúk. V roku 2009 sa obrat zvýšil o 60 % a to počas obdobia, keď trh s miniatúrnymi autami zaznamenal prudký pokles.

Moja rada pre tých, ktorí uvažujú o

• tom, že znovu začnú vlastné podnikanie:

Obklopte sa zručnosťami a talentami, ktoré doplnia ten váš.

• prevzatí už existujúceho podnikania:

Ak hľadáte nové dobrodružstvo z ľudského, aj odborného hľadiska, podelte sa o to so svojimi partnermi.

Čo by ste považovali za najlepšiu prípravu na to,

• aby ste znovu začali podnikat?

Taký tréning, vďaka ktorému budete odhodlaný zvíťaziť a viera v to, že neúspech je nemožný.

• aby ste prevzali už existujúce podnikanie?

Sebadôvera a úprimná túžba po úspechu bez ohľadu na prekážky.

Váš najväčší úspech/na čo ste veľmi hrdý...

Schopnosť pomáhať ľuďom byť úspešným, vyvíjať sa a tvoriť a tiež to, že som postavil podnik na nohy.

ČASOPIS PODNIKANIE A PRIEMYSEL

On-line časopis Podnikanie a Priemysel

(http://ec.europa.eu/enterprise/e_i/index_en.htm)

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/e_i/subscription_en.htm)

– ak výtlačok chcete dostávať poštou zdarma v angličtine, francúzštine, nemčine alebo taliančine.

Portál Druhá šanca:

<http://ec.europa.eu/sme2chance>

Prevzatie podnikov:

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/business-environment/smooth-transfer/index_en.htm

Erasmus pre mladých podnikateľov:

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/erasmus-entrepreneurs/index_en.htm

Európsky týždeň malých a stredných podnikov 2011: rovnaký ako v roku 2010

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

Portál európskych malých podnikov: rovnaký ako v roku 2010

<http://ec.europa.eu/small-business>

Financovanie malých a stredných podnikov: rovnako ako v roku 2010

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/finance/index_en.htm

Enterprise Europe Network:

http://www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu/index_en.htm

Portál Vaša Európa:

<http://ec.europa.eu/youreurope/>

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, 2011

ISBN 978-92-79-20068-7

DOI 10.2769/19047

© Európska únia, 2011

Rozmnožovanie je povolené len so súhlasom autora.

Pre akékoľvek použitie alebo reprodukciu fotografií, na ktoré sa nevzťahujú autorské práva Európskej únie, 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.

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 neumožňujú prístup na čísla 00 800, alebo môžu účtovať tieto hovory.

AKO JE MOŽNÉ ZÍSKAŤ PUBLIKÁCIE EÚ?

Publikácie na predaj:

- prostredníctvom EU Bookshop (<http://bookshop.europa.eu>);
- u vášho kníhkupca s uvedením názvu, vydavateľstva a/ alebo čísla ISBN;

Priamo prostredníctvom jedného z našich obchodných zástupcov. Kontaktné údaje na týchto obchodných zástupcov je možné získať na webovej stránke

<http://bookshop.europa.eu>

alebo zaslaním faxu na

+352 29 29-42758.

Bezplatné publikácie:

- prostredníctvom EU Bookshop (<http://bookshop.europa.eu>);
- na zastúpeniach alebo delegáciách Európskej komisie.

Kontaktné údaje na tieto zastúpenia alebo delegácie EK je možné získať na webovej stránke

<http://ec.europa.eu/>

alebo zaslaním faxu na

+352 29 29-42758.



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



Úrad pre publikácie



cip competitiveness and innovation
framework programme
2007-2013



Podpora podnikania na dosah ruky

ISBN 978 92 79 20068 7



9 789279 200687