


Erasmus+
Új lehetőség. Új szemlélet.

 **Tradíciókért
Alapítvány**
A polgári értékrendért

”

Prekážky sú tie obavy,
ktoré si vytvárame v našej myslí.

Henry Ford



**Príručka dobrých
podnikateľských postupov –
Inšpirácia pre mladých ľudí
Príručka pre mladých
podnikateľov**

Na podporu marginalizovaných a NEET
mladých ľudí

**Nadácia Tradíciókért
2025**

Erasmus+

Új lehetőség. Új szemlélet.

**Príručka dobrých podnikateľských postupov –
Inšpirácia pre mladých ľudí
Príručka pre mladých podnikateľov**

Na podporu marginalizovaných a NEET mladých ľudí

Nadácia Tradíciókért

2025

Úvod

V dnešnom rýchlo sa meniacom svete je čoraz dôležitejšie, aby sa mladí ľudia nielen prispôbovali požiadavkám trhu práce, ale aby ho dokázali aj aktívne formovať. Nielen hľadanie pracovných miest, ale aj ich vytváranie predstavuje kľúč k budúcnosti. Založenie vlastného podnikania, realizácia nápadov a rozbiehanie individuálnych iniciatív neponúkajú len možnosť finančnej nezávislosti, ale môžu vytvárať významnú hodnotu pre celú spoločnosť. V tomto dynamickom a výzvami naplnenom období čoraz viac mladých ľudí hľadá cesty k úspechu, ktoré nie sú založené iba na finančných výhodách, ale kladú dôraz aj na komunitnú a spoločenskú zodpovednosť.

Táto príručka je určená najmä mladým ľuďom, ktorí sa z rôznych dôvodov nachádzajú v marginalizovanej situácii alebo majú status NEET (nie sú zapojení do vzdelávania, zamestnania ani odbornej prípravy) a chcú sa vymaniť zo svojej súčasnej situácie. Naším cieľom je prostredníctvom príkladov domácich a zahraničných podnikov predstaviť skutočné príbehy úspechu, ktoré zdôrazňujú nielen ekonomické výsledky, ale aj ich spoločenský a komunitný prínos.

Podniky predstavené v nasledujúcich kapitolách nie sú úspešné len z finančného hľadiska, ale fungujú aj dlhodobo udržateľným spôsobom a slúžia ako príklad toho, ako možno budovať podnikanie zodpovedné z ekonomického, spoločenského aj komunitného hľadiska. Tieto príklady ukazujú, že úspech nespočíva len v rýchlosti dosiahnutia výsledkov, ale aj v spôsobe, akým sa vytvára podnik schopný prispieť k udržateľnejšej a spravodlivejšej budúcnosti.

Založenie podnikania otvára mladým ľuďom dvere do nového sveta a táto príručka si kladie za cieľ pomôcť im na tejto ceste a poskytnúť im čo najlepšie šance na úspech. V nasledujúcich kapitolách nájdete nielen inšpiráciu, ale aj konkrétne stratégie, prípadové štúdie a praktické tipy, ktoré vám môžu pomôcť urobiť prvé kroky s istotou.

Táto príručka je sprievodcom, ktorého cieľom je podporiť budúcich podnikateľov pri vytváraní skutočnej hodnoty pre spoločnosť, pričom zároveň kladie dôraz na ich osobný rozvoj. Ak chcete vybudovať úspešné podnikanie, ktoré sa nesústreďí výlučne na zisk, ale venuje veľkú pozornosť aj komunitě a životnému prostrediu, potom je táto príručka určená práve vám.

1. kapitola – Príklad skupiny spoločností Master Good: harmónia tradície a inovácií

Stručné predstavenie

Príbeh spoločnosti Master Good, ktorý sa píše už viac ako sto rokov, nie je len kronikou rodinného podniku, ale skutočným maďarským úspešným príbehom, ktorý je príkladom vytrvalosti, neustáleho rozvoja a spoločenskej zodpovednosti. Z malej rodinnej farmy vyrástla spoločnosť, ktorá dnes patrí medzi najvýznamnejších hráčov v hydinařskom priemysle v Maďarsku. Jej činnosť zahŕňa chov zvierat, výrobu krmív, spracovanie aj export – teda pokrýva celý hodnotový reťazec a udržiava plnú kontrolu nad kvalitou a procesmi.

História Master Good je zároveň príbehom zachovania tradícií aj neustálej obnovy. Úspech spoločnosti spočíva v schopnosti odovzdávať vedomosti a hodnoty z generácie na generáciu, pričom zostáva otvorená digitalizácii, udržateľnosti a zapájaniu mladých talentov.

Dobré praktiky

Vzdelávacie programy pre mladých ľudí – budúci odborníci v poľnohospodárstve

Master Good si uvedomuje, že základom úspechu sú ľudia. Preto už dlhé roky buduje úzke partnerstvá so strednými školami, odbornými vzdelávacími inštitúciami a univerzitami. V rámci svojich stážových programov získavajú mladí ľudia nielen prehľad o fungovaní spoločnosti, ale vykonávajú aj skutočnú, hodnototvornú prácu. Pre mnohých z nich sa táto skúsenosť stáva rozhodujúcou – po ukončení štúdia v spoločnosti zostávajú a budujú si kariéru v rámci skupiny Master Good.

Digitálna transformácia – keď sa tradícia mení na high-tech

Spoločnosť nielen sleduje moderné trendy v agro-potravinářskom sektore, ale ich aktívne aj formuje. Integrované informačné systémy umožňujú transparentnosť dodávateľského reťazca, optimalizáciu zásob, ekologickú prevádzku a rýchle, podložené rozhodovanie. Drony, senzory, umelá inteligencia? V Master Good to nie je budúcnosť, ale súčasnosť.

Podpora miestnych komunít – zodpovednosť voči vidieku

Spoločnosť je silne oddaná spoločenskej zodpovednosti. V miestnych obciach nielen vytvára pracovné miesta, ale aktívne podporuje vzdelávanie, zdravotníctvo, šport a kultúrne iniciatívy. Prítomnosť spoločnosti Master Good v živote vidieckych obcí neznamená len ekonomickú stabilitu, ale aj sociálnu a psychickú istotu.

Zelené iniciatívy – moderná spoločnosť, udržateľná budúcnosť

Udržateľnosť je jedným zo základných pilierov fungovania spoločnosti. Master Good prevádzkuje bioplynové stanice, zabezpečuje triedený zber odpadu, využíva energeticky efektívne systémy a neustále pracuje na znižovaní environmentálnej stopy. Pre nich „zelené“ nie je trendom, ale spôsobom života.

Zaujímavosti o spoločnosti Master Good

Spoločnosť má viac ako 100 rokov skúseností v poľnohospodárstve, čo je v národnom kontexte výnimočné.

Ročne spracuje viac ako 60 miliónov kurčiat – čo zodpovedá šiestim futbalovým štadiónom plným hydiny.

Ide o spoločnosť so stopercentným maďarským rodinným vlastníctvom, čo je pri takejto veľkosti zriedkavé.

Vedenie spoločnosti je už vo štvrtej generácii, čo je mimoriadne inšpirujúci príklad pre mladých ľudí.

Motivačná myšlienka vedenia spoločnosti

„Čerpáme z minulosti, pracujeme v prítomnosti a budúcnosť budujeme spoločne – spolu s mladými ľuďmi, ktorí nie sú len našimi kolegami, ale aj dedičmi lepšieho sveta.“
– László Bárány, majiteľ a generálny riaditeľ

Skutočný príbeh – Zsófi, od ekonómky k poľnohospodárskej manažérke

Zsófi bola vo veku dvadsiatich rokov presvedčená, že bude pracovať v Budapešti, ideálne v kancelárii. Jedna letná stáž však všetko zmenila. Počas niekoľkých týždňov strávených v Master Good objavila, aký zodpovedný a zároveň fascinujúci môže byť svet potravinárskeho priemyslu. Dnes vedie jeden z logistických tímov spoločnosti a hovorí: „Tu vidím, že naša práca má zmysel. To, čo vyrábame, sa dostáva k ľuďom, a pritom môžeme prispieť aj k ochrane životného prostredia.“

Odkaz pre mladých ľudí

Príbeh spoločnosti Master Good prináša jasné posolstvo: podnikanie nie je len o biznise. Je o ľuďoch, komunitách, životnom prostredí a o tom, že každá generácia má možnosť prispieť k niečomu väčšiemu. Nezáleží na tom, či žiješ na vidieku alebo v meste – ak máš otvorenú myseľ, chuť učiť sa a odhodlanie, môžeš sa stať súčasťou niečoho skutočne trvalého. Pretože budúcnosť sa nedeje sama od seba – tvoríme ju spolu.

2. kapitola – Príklad spoločnosti Baromfi-Coop: úspech založený na spolupráci

Stručné predstavenie

Spoločnosť Baromfi-Coop s.r.o. nie je len obyčajným podnikom na spracovanie hydiny, ale skutočným domácim úspešným príbehom, ktorý je pevne zakorenený v regióne Nyírség. Z geografického, ekonomického aj ľudského hľadiska ide o významného aktéra regiónu, ktorý zohráva dôležitú úlohu v miestnom a regionálnom rozvoji.

Integrované spracovanie hydiny a portfólio produktov

Hlavným zameraním spoločnosti je výroba kačacích a husacích produktov, ktoré sú na domácom trhu známe svojou vysokou kvalitou a veľkou obľubou. Produkty Baromfi-Coop si získavajú čoraz väčšie uznanie aj na medzinárodných trhoch, a to vďaka neustálemu zlepšovaniu kvality a inovatívnemu vývoju produktov.

Spoločnosť Baromfi-Coop funguje v integrovanom systéme: od chovu hydiny, výroby krmív a liahnutia až po samotné spracovanie. Tento komplexný model zabezpečuje stabilnú kvalitu, transparentnosť a konkurencieschopné ceny.

Jedinečná firemná filozofia – spolupráca namiesto súperenia

Filozofia spoločnosti Baromfi-Coop ju jednoznačne odlišuje od ostatných hráčov na trhu. Nestavia na rivalite, ale na spolupráci. Táto základná hodnota sa odráža v dlhodobých vzťahoch založených na vzájomnej dôvere so dodávateľmi, zákazníkmi aj zamestnancami.

Takýto prístup neprináša len ekonomické výhody, ale zohráva aj významnú komunitnú úlohu v regióne Nyírség a jeho širšom okolí. Cieľom spoločnosti Baromfi-Coop je prostredníctvom silných, udržateľných a hodnototvorných partnerstiev presadzovať nielen zisk, ale aj spoločenskú zodpovednosť.

Spoločnosť nie je len ekonomickým subjektom, ale aj aktívnym členom miestnej komunity. Vytvára pracovné miesta, podporuje regionálny rozvoj a prispieva k posilňovaniu miestneho poľnohospodárstva. Spolupracuje s množstvom miestnych dodávateľov a partnerov, čím podporuje stabilitu regionálnej ekonomiky.

Jej model spolupráce slúži ako príklad toho, ako môže podnik vytvárať nielen zisk, ale aj spoločenskú hodnotu – a práve vďaka tomu sa Baromfi-Coop radí medzi najuznávanejšie a najúspešnejšie podniky v regióne Nyírség.

Dobré praktiky

Integrácia dodávateľov – systém fungujúci ako komunita

Baromfi-Coop vybuodovala úzku spoluprácu s miestnymi malovýrobcami a farmármi. Nejde len o technickú kooperáciu, ale o skutočné partnerstvo: pravidelné konzultácie, spoločné plánovanie a nepretržitú odbornú podporu. Tento typ integrácie zabezpečuje účastníkom nielen

stabilné živobytie, ale aj možnosť každoročného rozvoja, inovácií a podieľania sa na spoločnom úspechu.

Vzdelávacie príležitosti a mentorstvo – budúcnosť postavená na vedomostiach

Pre mladých farmárov a začínajúcich producentov poskytuje spoločnosť mentorstvo, odborné poradenstvo a praktické školenia. Tieto príležitosti sú mimoriadne dôležité pre tých, ktorí vstupujú do poľnohospodárskeho sektora po prvýkrát. Cieľom je vytvárať ekonomicky aj odborne pevné, na budúcnosť orientované podniky vedené mladými ľuďmi, ktorí sa dokážu prispôbiť výzvam trhu a zároveň zachovať miestne hodnoty.

Kvalita a exportná orientácia – chute Nyírségu na európskych stoloch

Baromfi-Coop sa neuspokojuje s priemerom. Spoločnosť pracuje podľa prísnych kvalitatívnych štandardov, využíva moderné technológie a plne sledovateľný výrobný reťazec. Vďaka tomu sú jej produkty dostupné nielen na pulkoch domácich obchodov, ale sú uznávané aj v mnohých európskych krajinách. Kvalita nebuduje len značku, ale aj dlhodobú dôveru.

Spoločenská zodpovednosť – srdcom pre komunitu

Baromfi-Coop je aktívnym a angažovaným členom miestnej komunity. Pravidelne podporuje školy, kultúrne podujatia, športové kluby a charitatívne organizácie. Podľa filozofie spoločnosti by úspešný podnik nemal sledovať len zisk, ale aj svoj spoločenský dosah. Spoločné vytváranie hodnôt je tu skutočne spoločnou záležitosťou.

Zaujímavosti o spoločnosti Baromfi-Coop

Spolupracuje s viac ako 500 dodávateľmi, prevažne s miestnymi rodinnými farmami. Každoročne exportuje kačacie a husacie produkty do viac ako desiatich krajín. Jeden z jej najobľúbenejších produktov – konfitované husacie stehno – sa dostal aj do francúzskych reštaurácií ocenených michelinskými hviezdami.

Citát mladého farmára

„Rád spolupracujem s Baromfi-Coop, pretože tu nie som len číslom v tabuľke. Počúvajú ma, pomáhajú mi a keď nastane problém, nenechajú ma v tom samého. Rástli sme spolu a spolu sa aj ďalej rozvíjame.“ – Petra, 26 rokov, mladá farmárka z Nagykovács

Inšpiratívny príbeh – Gergő a jeho prvá vlastná farma

Gergő sa vo veku 22 rokov rozhodol zostať na vidieku a stať sa farmárom. Jeho rodina sa predtým poľnohospodárstvu nevenovala, takže pre neho bolo všetko nové. S pomocou grantového projektu vybudoval menšiu hydinársku farmu a pridal sa k sieti dodávateľov spoločnosti Baromfi-Coop.

Prvé roky neboli jednoduché – musel sa učiť a robiť aj chyby –, no vďaka neustálemu mentorstvu a podpore spoločnosti dnes hospodári už na troch farmách a sám pomáha mladším farmárom rozbehnúť ich činnosť. Jeho príbeh ukazuje, že ak máš za sebou stabilného a spoľahlivého partnera, nikdy v tom nie si sám.

Odkaz pre mladých ľudí

Príklad spoločnosti Baromfi-Coop prináša jasné posolstvo: nie vždy vedie k úspechu individuálna konkurencia. Spolupráca, komunitné myslenie a dlhodobá dôvera sú základnými kameňmi stabilného a udržateľného podnikania. Tí, ktorí sú ochotní učiť sa, rozvíjať sa a myslieť komunitne, tu môžu nájsť nielen zdroj obživy, ale aj zmysluplnú a uznávanú životnú cestu. Budúcnosť sa môže začať v hydínárstve – no predovšetkým sa buduje prostredníctvom ľudí, ktorí sú ochotní robiť niečo aj pre druhých.

3. kapitola – Spoločenská zodpovednosť spoločnosti McDonald's a jej programy pre mladých ľudí

Stručné predstavenie

McDonald's, ako jedna z najznámejších a najikonickejších sietí rýchleho občerstvenia na svete, nie je len symbolom zlatých oblúkov a hamburgerov, ale aj príkladom spoločenskej zodpovednosti. Filozofia spoločnosti ďaleko presahuje pojem rýchleho stravovania – jej cieľom je byť aktívnym a hodnototvorným aktérom v živote komunit.

Aj v Maďarsku zohráva McDonald's významnú úlohu v podpore mladých ľudí, v ich vzdelávaní a v rozvoji komunitných iniciatív. McDonald's nepredstavuje len pracovné miesto, ale aj príležitosť nastúpiť na profesijnú cestu, kde sa spájajú osobný rozvoj, komunitné hodnoty a dlhodobé ciele.

Dobré praktiky

Zamestnávanie mladých ľudí

McDonald's patrí v Maďarsku medzi najväčších zamestnávateľov mladých ľudí. Nie je to náhoda – spoločnosť si uvedomuje, že mladá generácia nie je len pracovnou silou budúcnosti, ale aj motorom súčasnosti. Ponúka flexibilný pracovný čas, ktorý umožňuje pracovať popri štúdiu, ako aj komplexné tréningové programy podporujúce budovanie kariéry.

V McDonald's je možné začať „od nuly“ a postupne sa vypracovať na vedúce pozície, čo predstavuje silnú motiváciu pre mladých ľudí na začiatku ich pracovnej dráhy.

Vzdelávacie programy

Interný vzdelávací systém nie je len formálnou povinnosťou, ale skutočnou príležitosťou na učenie a rozvoj. Cieľom je, aby si každý zamestnanec našiel vlastnú cestu – či už v oblasti gastronómie alebo manažmentu.

Dôraz sa kladie na rozvoj individuálnych schopností, čo je mimoriadne dôležité v období, keď sa trh práce rýchlo mení a schopnosť prispôbiť sa sa stáva kľúčovou kompetenciou.

Nadácia Ronalda McDonalda pre deti

Jednou z najľudskejších stránok pôsobenia spoločnosti McDonald's je jej nadácia. Nadácia Ronalda McDonalda pre deti má za cieľ uľahčiť život ťažko chorým deťom a ich rodinám, napríklad prostredníctvom rodinných domov v blízkosti nemocníc.

Táto iniciatíva nepredstavuje len finančnú pomoc, ale aj skutočnú sociálnu záchranú sieť, ktorá dokazuje, že spoločnosť McDonald's venuje pozornosť nielen svojim zamestnancom, ale aj najzraniteľnejším členom spoločnosti.

Zodpovednosť voči životnému prostrediu

Udržateľnosť už dnes nie je voľbou, ale povinnosťou. McDonald's si to uvedomuje a podnikol množstvo krokov smerom k ekologickejšiemu fungovaniu. Zavedenie biologicky rozložiteľných obalov, využívanie energeticky úsporných technológií a rozvoj systémov nakladania s odpadom prispievajú k znižovaniu ekologickej stopy spoločnosti.

Týmito opatreniami McDonald's poskytuje príklad nielen svojim zákazníkom, ale aj iným firmám.

Zaujímavosti o McDonald's

McDonald's zamestnáva celosvetovo viac ako 2 milióny ľudí. Priemerný vek zamestnancov v Maďarsku je 24 rokov – ide teda o skutočne mladé pracovné prostredie.

Viac ako 60 % účastníkov tréningových programov uvádza, že získané skúsenosti výrazne posilnili ich sebadôveru.

Citát mladého zamestnanca

„Keď som začal pracovať v McDonald's, chcel som si len zarobiť nejaké vreckové. Nikdy by mi nenapadlo, že sa stanem vedúcim zmeny. Tím, vzdelávanie a podpora však boli natoľko inšpirujúce, že dnes študujem HR a chcem v spoločnosti zostať dlhodobo.“ – Krisztián, 22 rokov, Budapešť

Inšpiratívny príbeh – cesta Zsófi v McDonald's

Zsófi začala pracovať v McDonald's vo veku 18 rokov v jednej z reštaurácií v menšom meste. Práve ukončila strednú školu a nebola si istá, akým smerom sa vydať. Čoskoro zistila, že ju baví dynamické prostredie, tímová práca a komunikácia s ľuďmi.

V relatívne krátkom čase sa stala vedúcou zmeny a o rok neskôr sa presťahovala do Budapešti, kde pokračovala ako regionálna trénerka. Dnes vedie tímy, prednáša v rámci interných vzdelávacích programov a je vzorom pre mladších kolegov. Jej príbeh ukazuje, že v dobre fungujúcom systéme – kde existuje pozornosť, príležitosti a podpora – môžu mladí ľudia rásť a naplno rozvinúť svoj potenciál.

Odkaz pre mladých ľudí

Príklad spoločnosti McDonald's poukazuje na to, že aj v rámci nadnárodnej firmy je možné dosiahnuť osobný rozvoj, spoločenský vplyv a vybudovať si kariéru. Pre tých, ktorí sú odhodlaní, otvorení a ochotní učiť sa, nie je nič nemožné. Nezáleží na tom, odkiaľ prichádzaš – dôležité je, kam smeruješ. McDonald's môže byť prvým stupňom na ceste k stabilnejšej, uvedomelejšej a sebedomejšej budúcnosti.

4. kapitola – Nezisková spoločnosť s ručením obmedzeným (nezisková s.r.o.)

Nezisková spoločnosť s ručením obmedzeným je právna forma, ktorá spája organizačné a prevádzkové výhody podnikateľských spoločností so spoločenskými cieľmi typickými pre neziskové organizácie. Hoci jej názov je podobný klasickej spoločnosti s ručením obmedzeným, zásadný rozdiel spočíva v tom, že hlavným cieľom neziskovej s.r.o. nie je dosahovanie zisku, ale realizácia verejnoprospešných, sociálnych, kultúrnych, vzdelávacích, environmentálnych alebo iných cieľov vo verejnom záujme.

Charakteristické znaky

Právna forma: podnikateľská spoločnosť, avšak podľa zakladateľských dokumentov nie je možné rozdeľovať zisk medzi spoločníkov.

Cieľ: vykonávaná činnosť slúži predovšetkým verejnému alebo verejnoprospešnému účelu.

Registrácia: prebieha v obchodnom registri podobne ako pri iných spoločnostiach s ručením obmedzeným, pričom označenie „nezisková“ musí byť súčasťou názvu spoločnosti.
Základné imanie: minimálne základné imanie je 3 milióny forintov, rovnako ako pri klasickej s.r.o.

Nakladanie so ziskom: dosiahnutý zisk musí byť v plnom rozsahu reinvestovaný do napĺňania cieľov spoločnosti.

V čom sa líši od klasickej s.r.o.?

Zákaz rozdeľovania zisku – spoločníci nemôžu poberať dividendy.
Priorita spoločenského cieľa – všetky príjmy musia slúžiť na realizáciu stanoveného poslania.
Možnosť získať štatút verejnoprospešnosti – ak činnosť spĺňa zákonné podmienky, môže nezisková s.r.o. získať štatút verejnoprospešnej organizácie, čo prináša daňové výhody a lepší prístup k finančným zdrojom.

Výhody

Možnosti financovania: množstvo štátnych a európskych podporných programov je určených špeciálne pre neziskové organizácie.

Dôveryhodnosť: dôraz na spoločenský cieľ zvyšuje dôveru zo strany donorov a partnerov.

Flexibilné fungovanie: vďaka podnikateľskému právnemu rámcu môže nezisková s.r.o. jednoduchšie spolupracovať s inými podnikmi na ekonomickom základe.

Nevýhody a obmedzenia

Obmedzené využitie zisku – zisk nemožno použiť na osobné obohatenie.
Povinnosť reinvestovania – finančný manévrovací priestor je obmedzený, keďže všetky prebytky musia byť využité na spoločenský cieľ.

Prísna regulácia – vysoké nároky na účtovníctvo, transparentnosť a pravidelné reportovanie.

Typické príklady neziskových s.r.o.

Spoločnosti podporujúce integráciu znevýhodnených osôb na trh práce.

Organizácie realizujúce kultúrne a komunitné podujatia.

Vzdelávacie a školiace inštitúcie.
Organizácie zamerané na ochranu životného prostredia.

Podnikateľská zodpovednosť v rámci neziskovej s.r.o.

Vedúci pracovníci a spoločníci neziskovej s.r.o. nesú zvýšenú zodpovednosť v oblasti finančnej transparentnosti a dodržiavania spoločenského poslania.

Vedenie je povinné využívať zdroje organizácie výhradne v súlade s jej cieľmi. Finančné správy musia byť verejne dostupné, aby verejnosť mohla kontrolovať činnosť organizácie.

Verejná dôvera je kľúčová – akékoľvek porušenie zásad transparentnosti a zodpovednosti môže viesť k strate partnerov a finančnej podpory.

5. kapitola – Nezisková spoločnosť Város-Kép s.r.o. (Televízia mesta Nyíregyháza)

Predstavenie

Nezisková spoločnosť Város-Kép s.r.o. je vo vlastníctve mesta Nyíregyháza a pôsobí vo viacerých oblastiach verejnej komunikácie. Medzi jej najdôležitejšie činnosti patrí prevádzkovanie Televízie mesta Nyíregyháza, vydávanie týždenníka *Nyíregyházi Napló*, správa online platforiem a reklamných plôch (napríklad webovej stránky nyiregyhaza.hu a oficiálnej facebookovej stránky mesta).

Televízia mesta Nyíregyháza patrí medzi najstaršie miestne televízie v regióne. Denne produkuje spravodajské relácie, magazínové formáty a diskusné programy v štúdiu, čím zohráva kľúčovú úlohu pri informovaní miestnej komunity a posilňovaní sociálnej súdržnosti.

Dobré praktiky

Miestny hlas a archivácia – dokumentovanie života komunity

Televízia má dlhoročnú tradíciu v zachytávaní miestnych udalostí a významne prispieva k uchovávaniu kultúrnych a historických hodnôt mesta. Jej archív predstavuje dôležité mediálne dedičstvo pre obyvateľov Nyíregyházy.

Multikanálová prítomnosť – integrovaná komunikácia

Popri televíznom vysielaní organizácia spravuje tlačené médiá, online platformy a vonkajšie reklamné plochy. Tento multikanálový prístup umožňuje jednotnú a efektívnu komunikáciu smerom k rôznym skupinám obyvateľstva.

PR kompetencie a projektový manažment

Prostredníctvom svojho projektového oddelenia je Város-Kép nezisková s.r.o. schopná zabezpečovať komunikačné úlohy, vzťahy s verejnosťou a realizáciu projektov financovaných z grantov. Tieto schopnosti dopĺňajú technickú infraštruktúru a ľudské zdroje organizácie, čo umožňuje efektívnu realizáciu miestnych iniciatív.

Odkaz pre mladých ľudí

Táto organizácia je jasným príkladom toho, ako možno moderné komunikačné nástroje využiť na posilňovanie miestnej komunity. Jej činnosť dokazuje, že oblasť kultúry, informácií a médií ponúka rozmanité a zmysluplné príležitosti, ktoré zároveň prispievajú k rozvoju miestnej identity a k zodpovednému informovaniu verejnosti.

6. kapitola – Nezisková spoločnosť NYÍRVV s.r.o.

Predstavenie

Nezisková spoločnosť NYÍRVV s.r.o. (Nezisková spoločnosť pre správu verejných služieb a majetku mesta Nyíregyháza) je rovnako vo vlastníctve mesta Nyíregyháza a svoju činnosť vykonáva od roku 2008. Medzi jej hlavné úlohy patrí správa a údržba mesta, vrátane starostlivosti o verejné priestranstvá, parky, detské ihriská, miestne komunikácie, trhoviská, prenajímané priestory a mestský štadión. Od roku 2018 je spoločnosť zodpovedná aj za zber a likvidáciu nekanalizovaných odpadových vôd.

Dobré praktiky

Energetický rozvoj a udržateľnosť

Spoločnosť úspešne čerpala európske finančné prostriedky na projekty energetickej efektívnosti. Tieto projekty zahŕňali zatepl'ovanie budov, inštaláciu fotovoltických systémov a zavádzanie riešení zameraných na znižovanie emisií skleníkových plynov. Investície neprinášajú len zníženie prevádzkových nákladov, ale aj dlhodobý prínos pre životné prostredie.

Inovatívne riadenie vzťahov s verejnosťou

V dôsledku pandémie koronavírusu spoločnosť NYÍRVV nezisková s.r.o. preorganizovala systém komunikácie s klientmi. Osobný kontakt bol nahradený online a telefonickými formami komunikácie, čím sa zabezpečila kontinuita poskytovaných služieb. Zároveň bola podporená práca na diaľku pre zamestnancov, čím sa spoločnosť pružne prispôsobila novým pracovným podmienkam.

Informovanie obyvateľov a budovanie verejného imidžu

Prostredníctvom pravidelných PR a marketingových aktivít spoločnosť systematicky informuje obyvateľov o svojej činnosti. Dôležité informácie sú dostupné aj prostredníctvom mobilnej aplikácie, ktorá umožňuje rýchlu a efektívnu komunikáciu s verejnosťou.

Spol'ahľivosť a finančná stabilita

NYÍRVV nezisková s.r.o. získala úverový rating AA+, ktorý odráža jej stabilné hospodárenie, pravidelné príjmy a dlhodobú finančnú vyrovnanosť. Spoločnosť nemá daňové nedoplatky, čo výrazne posilňuje dôveru verejnosti aj inštitucionálnych partnerov.

Odkaz pre mladých ľudí

Príklad spoločnosti NYÍRVV nezisková s.r.o. jasne ukazuje, že organizácia s komunitným poslaním môže fungovať moderne, efektívne a udržateľne. Či už ide o environmentálne projekty, inovatívne komunikačné riešenia alebo transparentné a zodpovedné hospodárenie, spoločnosť predstavuje inšpiratívny model pre mladých ľudí, ktorí sa zaujímajú o verejný manažment a komunitné služby.

7. kapitola – Občiansky sektor a Prvá nyírskyá rozvojová spoločnosť (Első Nyírségi Fejlesztési Társaság)

Úloha občianskeho sektora v Maďarsku

Občiansky sektor predstavuje významnú silu pri budovaní spoločnosti a zahŕňa organizácie, ktoré nepatria ani k štátnej správe, ani k podnikateľskému sektoru. Patria sem občianske združenia, nadácie a ďalšie neziskové organizácie. Tieto subjekty zohrávajú mimoriadne dôležitú úlohu najmä v rozvoji vidieckych oblastí, keďže dokážu podporovať iniciatívy vznikajúce „zdola“ a posilňovať spoluprácu v rámci miestnych komunít.

Vďaka svojej autonómii dokážu občianske organizácie – najmä v porovnaní s menšími samosprávami – reagovať na miestne potreby flexibilnejšie a inovatívnejšie. Zároveň však čelia viacerým výzvam, ako sú nedostatok finančných zdrojov, obmedzené kapacity a slabšia sieťová spolupráca.

Predstavenie Prvej nyírskej rozvojovej spoločnosti

Prvá nyírskyá rozvojová spoločnosť (ENYFT) je verejnoprospešné združenie založené v roku 1993 v spolupráci mesta Nyíregyháza a ďalších jedenástich obcí regiónu. Jej hlavným cieľom je podporovať rovnosť príležitostí občianskych organizácií v regióne, zastupovať ich spoločné záujmy a posilňovať partnerstvá medzi verejným, občianskym a podnikateľským sektorom.

Hlavné oblasti činnosti

Prevádzkovanie Občianskeho domu Nyírség ako regionálneho centra pre občiansky sektor, ktoré poskytuje poradenstvo v oblasti grantov, podporu spolupráce a ďalšie služby. Organizovanie a realizácia vzdelávacích programov pre dospelých vrátane oblastí verejnej správy a trhu práce.

Realizácia programov LEADER, rozvoj ľudských zdrojov, vydateľská činnosť, udržiavanie medzinárodných vzťahov a poskytovanie poradenských služieb pre občianske organizácie. Implementácia projektov zameraných na mladých ľudí, napríklad programu „Si mladý? Pridaj sa k nám!“, financovaného z nezávislých európskych zdrojov.

Dobré praktiky – v čom je ENYFT úspešná

Prevádzka miestneho centra služieb pre občiansky sektor

Občiansky dom poskytuje fyzickú aj IT infraštruktúru, ktorá umožňuje miestnym občianskym organizáciám efektívne zdieľať priestory a zdroje. To prispieva k posilňovaniu spolupráce a lepšiemu využívaniu dostupných kapacít.

Rozmanité vzdelávacie portfólio

ENYFT ponúka vzdelávacie programy pre dospelých, mentoring a odborné kurzy, ktoré sú mimoriadne prínosné pre mladých ľudí a znevýhodnené skupiny. Tieto programy podporujú rozvoj zručností a integráciu na trh práce.

Získavanie finančných zdrojov

Združenie úspešne získava financovanie prostredníctvom programov LEADER, EFOP a TOP+, ktoré podporujú regionálny rozvoj a realizáciu projektov pre mladých ľudí.

Podpora trojsektorovej spolupráce

ENYFT zohráva sprostredkovateľskú úlohu medzi miestnou samosprávou, občianskymi organizáciami a podnikateľskými subjektmi. Táto pozícia prispieva k udržateľnému rozvoju a vytvára stabilný rámec pre dlhodobé partnerstvá.

Odkaz pre mladých ľudí

Príklad ENYFT ukazuje, že občianska organizácia sa môže stať aktívnym aktérom miestneho rozvoja – či už prostredníctvom dobrovoľníctva alebo účasti v podporovaných programoch. Dobre fungujúce občianske centrum, akým je Občiansky dom Nyírség, môže byť skutočnou základňou pre kreatívne nápady, vzdelávanie a komunitné iniciatívy. Preto sa oplatí vstúpiť do takéhoto priestoru s otvorenosťou a odvahou – práve tu možno objaviť silu spolupráce a stať sa súčasťou pozitívnej zmeny.

8. kapitola – Praktické informácie o založení podnikania

Prvé kroky

1. Vznik podnikateľského nápadu

Založenie podnikania sa vždy začína dobrým nápadom. To však neznamená, že musí ísť o niečo úplne nové alebo jedinečné. Oveľa dôležitejšie je nájsť reálne riešenie existujúceho problému alebo uspokojiť konkrétnu potrebu. Odporúča sa analyzovať vlastné okolie, osobné záujmy, ako aj potreby priateľov, rodiny či miestnej komunity. Nápad sa stáva životaschopným vtedy, keď reaguje na skutočný dopyt trhu alebo zlepšuje existujúci produkt či službu – napríklad tým, že je dostupnejší, efektívnejší alebo jednoduchší na používanie.

Zdrojom inšpirácie môžu byť každodenné problémy, osobné skúsenosti, voľnočasové aktivity, koníčky, ako aj spoločenské a environmentálne výzvy.

Rozvíjanie nápadu zahŕňa zapisovanie myšlienok, brainstorming, diskusiu s ostatnými a získavanie spätnej väzby.

2. Prieskum trhu

Po vytvorení podnikateľského nápadu je nevyhnutné vykonať dôkladný prieskum trhu s cieľom zodpovedať najmä tieto otázky:

Existuje dopyt po ponúkanom produkte alebo službe?

Kto sú potenciálni zákazníci (vek, pohlavie, záujmy, nákupné návyky)?

Kto sú konkurenti a čo ponúkajú?

V čom sa môžete odlíšiť alebo čo môžete robiť lepšie (cena, kvalita, služby, lokalita)?

Pri prieskume trhu možno využiť rôzne nástroje, napríklad dotazníky a rozhovory s potenciálnymi zákazníkmi, analýzu online fór a skupín na sociálnych sieťach, štúdium verejných štatistík a odborných správ, ako aj podrobnú analýzu konkurenčných produktov a služieb.

3. Vypracovanie podnikateľského plánu

Podnikateľský plán je podrobný dokument, ktorý opisuje spôsob realizácie podnikateľského nápadu. Pomáha lepšie pochopiť fungovanie podniku a je nevyhnutným nástrojom pri presvedčaní investorov alebo pri získavaní nenávratných finančných prostriedkov.

Podnikateľský plán spravidla obsahuje tieto časti:

Predstavenie podnikania: ciele, ponúkaný produkt alebo služba.

Analýza trhu: zákazníci, konkurencia, trhové trendy.

Marketingová a predajná stratégia: spôsoby získavania zákazníkov (online marketing, miestne podujatia, propagácia, cenová politika).

Prevádzkový plán: miesto podnikania, potrebné vybavenie, pracovné procesy.

Finančný plán: počiatočné náklady, odhadované príjmy, zisk, cash flow a zdroje financovania.

4. Analýza legislatívneho rámca

Založenie podnikania si nevyžaduje len dobrý nápad a kvalitný plán, ale aj splnenie právnych a administratívnych požiadaviek.

Je dôležité oboznámiť sa s rôznymi právnymi formami podnikania (živnosť, s.r.o., verejná obchodná spoločnosť, nezisková organizácia a pod.) a vybrať si tú najvhodnejšiu. Rovnako je potrebné poznať daňové, účtovné a pracovnoprávne predpisy, získať potrebné povolenia a zaregistrovať podnikanie na príslušných úradoch.

5. Založenie firmy

Postup založenia firmy sa líši v závislosti od zvolenej právnej formy, vo všeobecnosti však zahŕňa tieto kroky:

Výber názvu firmy, ktorý musí byť jedinečný a ľahko zapamätateľný.

Vypracovanie zakladateľských dokumentov.

Podanie žiadosti o zápis do obchodného registra.

Založenie bankového účtu na meno spoločnosti.

Registrácia na daňovom úrade a prípadne v obchodnej komore.

6. Marketing a predaj

V dnešnom svete patrí efektívny marketing medzi kľúčové faktory úspechu.

Nevyhnutná je online prítomnosť: vytvorenie webovej stránky, využívanie sociálnych sietí (Facebook, Instagram, LinkedIn) a – ak je to možné – optimalizácia pre mobilné zariadenia. K zvyšovaniu viditeľnosti prispieva aj miestna propagácia, účasť na komunitných podujatiach, organizovanie dní otvorených dverí alebo propagačných kampaní.

Rovnako dôležité je budovanie kontaktov: spoznávanie iných podnikateľov, vstup do profesijných združení, hľadanie mentorov a spoľahlivých partnerov.

Tipy pre mladých podnikateľov

Začnite malými krokmi. Odporúča sa otestovať nápad v menšom rozsahu ešte pred väčšími investíciami, aby sa znížilo finančné riziko. Môžete začať s nízkym rozpočtom, dokonca z domu, využívať dostupné zdroje, testovať rôzne predajné kanály a zbierať spätnú väzbu.

Využívajte digitálne nástroje. Internet a moderné technológie umožňujú efektívne fungovanie s nízkymi nákladmi. Existuje množstvo bezplatných alebo cenovo dostupných online nástrojov na marketing, administratívu, finančné riadenie aj budovanie značky prostredníctvom videí, blogov či sociálnych sietí.

Budujte vzťahy. Jedným z najcennejších zdrojov v podnikaní je sieť kontaktov. Hľadajte skúsených mentorov, zapájajte sa do odborných komunit a zúčastňujte sa podujatí, kde sa môžete učiť zo skúseností iných. Nebojte sa požiadať o pomoc a poučiť sa z chýb aj úspechov ostatných.

Záver

Založenie podnikania je vzrušujúci, no zároveň náročný proces. Premyslený, postupný prístup a dobrá príprava výrazne zvyšujú šance na úspech. Je dôležité zostať otvorený neustálemu učeniu, prispôbovať sa zmenám trhu a mať jasne stanovené ciele. Podnikateľská cesta nie je vždy jednoduchá, no ponúka reálne príležitosti na osobný rozvoj a slobodu.

9. kapitola – Dobré praktiky – príklady z Maďarska a medzinárodného prostredia

1. Dropshipping prostredníctvom Trendyol – nízky počiatkový kapitál, online trh

Čo je dropshipping?

Dropshipping je model online podnikania, pri ktorom podnikateľ nedrží tovar na sklade. Objednávky prijíma od zákazníkov a následne ich odosiela dodávateľovi alebo výrobcovi, ktorý zabezpečí priamu dodávku tovaru konečnému zákazníkovi. Týmto spôsobom sa eliminujú náklady na skladovanie a správu zásob.

Prečo je dropshipping prostredníctvom Trendyol dobrým príkladom?

Nízka vstupná bariéra: nie je potrebný vysoký počiatkový kapitál na nákup tovaru, čo je ideálne pre začínajúcich podnikateľov.

Existujúci online trh: platforma Trendyol disponuje veľkou zákazníckou základňou, čo uľahčuje oslovenie potenciálnych kupujúcich.

Škálovateľnosť: po nastavení systému je možné jednoducho rozšíriť sortiment alebo marketingový rozpočet.

Lokálne aj medzinárodné produkty: dropshipping umožňuje predaj širokej škály produktov bez potreby vlastných skladových zásob.

Dôležité aspekty, na ktoré treba myslieť

Výber spoľahlivých dodávateľov je kľúčový, keďže kvalita produktov a dodacie lehoty priamo ovplyvňujú spokojnosť zákazníkov.

Vzhľadom na vysokú konkurenciu sa odporúča zamerať na konkrétnu trhovú niku alebo na produkty s jedinečným charakterom.

2. Komunitné kaviarne – prevádzkované mladými ľuďmi s kultúrnymi programami

Čo je komunitná kaviareň?

Komunitná kaviareň je priestor, ktorý ponúka viac než len gastronomické služby. Funguje aj ako miestne kultúrne a spoločenské centrum, často vedené mladými ľuďmi alebo občianskymi organizáciami. Organizujú sa tu literárne večery, výstavy, kreatívne dielne či koncerty.

Prečo ide o dobrý príklad?

Budovanie komunity: prepája miestnych obyvateľov, mladých ľudí, umelcov a podnikateľov. Vytváranie kultúrnej hodnoty: podporuje miestny kultúrny život a kreatívne iniciatívy.

Príležitosť na učenie: mladí ľudia získavajú skúsenosti nielen v gastronómii, ale aj v organizovaní, komunikácii a podnikaní.

Udržateľnosť: mnohé komunitné kaviarne využívajú lokálne produkty, čím podporujú miestnu ekonomiku.

Príklady

V Maďarsku vzniká čoraz viac takýchto priestorov v menších aj väčších mestách, kde pestré programy priťahujú široké publikum.

Na medzinárodnej úrovni sú príkladom kaviarne siete „Impact Hub“, ktoré spájajú komunitný priestor s pracovným prostredím a podporujú miestnu podnikateľskú kultúru.

3. Udržateľné módné značky – recyklované materiály, zodpovedná výroba

Čo znamená udržateľná móda?

Udržateľné módné značky používajú ekologické materiály a etické výrobné procesy s cieľom minimalizovať negatívny vplyv na životné prostredie. Patria sem recyklované textilie, organické materiály, férové pracovné podmienky a znižovanie množstva odpadu.

Prečo ide o dobrý príklad?

Zodpovednosť voči životnému prostrediu: čoraz viac spotrebiteľov uprednostňuje značky, ktoré pristupujú k výrobe zodpovedne.

Recyklácia: opätovné využitie oblečenia a textilu znižuje množstvo odpadu.

Lokálna výroba: kratšie dodávateľské reťazce majú pozitívny vplyv na miestnu ekonomiku.

Inovácia: využívanie moderných technológií, ako sú rastlinné farbivá či biologicky rozložiteľné materiály.

Príklady

Maďarské značky, napríklad Nanushka, ktoré ponúkajú kolekcie vytvorené v duchu udržateľnosti.

Medzinárodné príklady zahŕňajú značky Patagonia alebo Stella McCartney, ktoré patria medzi lídrov udržateľnej módy.

4. Spolupráca medzi občianskym sektorom a podnikateľským prostredím – spoločná propagácia miestnych produktov

Čo zahŕňa tento typ spolupráce?

Občianske organizácie a podnikatelia spolupracujú na spoločnej propagácii a predaji miestnych produktov a služieb. Môže ísť o remeselné trhy, spoločné marketingové kampane alebo vytvorenie regionálnej značky miestnych výrobkov.

Prečo ide o dobrý príklad?

Kombinácia zdrojov: občianske organizácie disponujú komunitnými kontaktmi, podniky odbornými znalosťami a trhovými skúsenosťami.

Posilnenie miestnej identity: spolupráca prispieva k zachovaniu a rozvoju miestnych

kultúrnych a ekonomických hodnôt.

Jednoduchší vstup na trh: spoločná účasť na podujatiach a online platformách uľahčuje oslovenie zákazníkov.

Udržateľný rozvoj: podpora miestnej ekonomiky, tvorba pracovných miest a posilňovanie sociálnej súdržnosti.

Príklady

V Maďarsku existujú podobné iniciatívy v rôznych vidieckych regiónoch, napríklad aktivity združenia Tura Ring alebo značka „Produkty z Nyírségu“.

Medzinárodným príkladom je talianske hnutie Slow Food, kde občiansky a podnikateľský sektor spolupracujú na rozvoji miestnej gastronómie a udržateľného poľnohospodárstva.

Zhrnutie

Tieto dobré praktiky ukazujú, že podnikanie nie je len o dosahovaní zisku, ale môže mať aj významný spoločenský, kultúrny a environmentálny vplyv. Inovácie, budovanie komunity a udržateľnosť zohrávajú čoraz dôležitejšiu úlohu v modernom podnikateľskom prostredí, najmä medzi mladými podnikateľmi, ktorí sú otvorení novým prístupom a hodnotovo orientovanému fungovaniu.

10. kapitola – Slovník pojmov a vysvetlenie základných konceptov

V tejto kapitole sú zhrnuté a vysvetlené najdôležitejšie pojmy súvisiace so založením a fungovaním podnikania, aby čitateľ získal jasný prehľad o základnej terminológii potrebnej pre úspešnú podnikateľskú cestu.

Podnikanie / Podnik

Podnikanie je hospodárska činnosť vykonávaná fyzickou alebo právnickou osobou, ktorá využíva vlastný kapitál, prácu, zdroje a odborné znalosti s cieľom dosiahnuť ekonomický výsledok. Cieľom podnikania nie je výlučne maximalizácia zisku, ale aj vytváranie produktov alebo služieb, ktoré reagujú na potreby trhu.

Právne formy podnikania

Existuje viacero právnych foriem podnikania, ktoré sa líšia mierou rizika, zodpovednosti a cieľmi činnosti.

Živnosť: najjednoduchšia forma podnikania, pri ktorej podnikateľ ručí za záväzky celým svojím majetkom. Je vhodná pre menšie aktivity s nižším rizikom.

Spoločnosť s ručením obmedzeným (s.r.o.): jedna z najrozšírenejších foriem podnikania. Spoločníci ručia za záväzky len do výšky svojich vkladov. Predstavuje rovnováhu medzi bezpečnosťou a flexibilitou.

Akciová spoločnosť (a.s.): právna forma určená pre veľké podniky, kde je základné imanie rozdelené na akcie. Akcionári neručia osobne za záväzky spoločnosti.

Verejná obchodná spoločnosť (v.o.s.): spoločníci ručia za záväzky spoločnosti spoločne a nerozdielne a podieľajú sa na jej riadení.

Komanditná spoločnosť (k.s.): pozostáva zo spoločníkov s neobmedzeným ručením a komanditistov s obmedzeným ručením.

Prieskum trhu

Prieskum trhu je proces analýzy ekonomického prostredia pred založením podnikania. Zahŕňa sledovanie trendov, konkurencie a správania zákazníkov s cieľom podporiť informované podnikateľské rozhodnutia.

Podnikateľský plán

Podnikateľský plán je písomný dokument, ktorý popisuje stratégiu podnikania, finančné ciele, marketingový plán a analýzu trhu. Slúži ako kompas pre podnikateľa a je nevyhnutný pri získavaní financovania.

Udržateľnosť

Udržateľnosť znamená, že podnikanie zohľadňuje nielen ekonomické výsledky, ale aj sociálne a environmentálne dopady svojej činnosti. Udržateľné podniky sa snažia minimalizovať negatívne vplyvy na životné prostredie a prispievať k rozvoju komunity.

Spoločenská zodpovednosť podnikov (CSR)

Spoločenská zodpovednosť podnikov zahŕňa dobrovoľné aktivity firiem zamerané na pozitívny vplyv na spoločnosť, zamestnancov, komunitu a životné prostredie.

Inovácia

Inovácia predstavuje zavádzanie nových alebo zlepšených produktov, služieb, procesov či technológií, ktoré vytvárajú pridanú hodnotu a zvyšujú konkurencieschopnosť.

Marketing

Marketing zahŕňa všetky aktivity súvisiace s propagáciou a predajom produktov alebo služieb. Efektívna marketingová stratégia pomáha osloviť cieľovú skupinu a jasne komunikovať hodnotu ponuky.

Verejná podpora a financovanie

Verejná podpora zahŕňa granty, dotácie a zvýhodnené finančné nástroje poskytované štátom alebo Európskou úniou na podporu podnikania, najmä v počiatočných fázach alebo pri projektoch so spoločenským prínosom.

Riadenie rizík

Riadenie rizík znamená identifikáciu, analýzu a znižovanie finančných, právnych, prevádzkových a trhových rizík s cieľom zabezpečiť stabilné fungovanie a dlhodobý rozvoj podniku.

Podnikateľská zodpovednosť

Podnikateľská zodpovednosť zahŕňa právne, finančné, spoločenské a etické aspekty podnikania.

Právna zodpovednosť znamená dodržiavanie zákonov, daňových povinností a práv zamestnancov.

Finančná zodpovednosť zahŕňa transparentné a udržateľné hospodárenie. Spoločenská zodpovednosť sa týka podpory komunity a zohľadňovania sociálnych dopadov. Environmentálna zodpovednosť znamená ochranu životného prostredia a využívanie udržateľných riešení. Etická zodpovednosť je založená na transparentnosti, férovosti a čestných obchodných praktikách.

Podnikanie tak nepredstavuje len zdroj príjmu, ale aj aktívnu úlohu pri formovaní spoločnosti a budovaní udržateľnej budúcnosti.

Záverčné slovo

Táto príručka nie je len informačným materiálom, ale aj zdrojom inšpirácie, ktorý má mladých ľudí povzbudiť k tomu, aby vystúpili zo svojej komfortnej zóny a stali sa tvorcami vlastnej budúcnosti. Príklady dobrých praktík a úspešné príbehy dokazujú, že bez ohľadu na východiskovú situáciu je podnikanie reálnou príležitosťou pre každého.

Podnikanie budúcnosti sa nebude sústreďovať výlučne na zisk, ale bude klásť dôraz na ľudí, komunitu a udržateľnosť. Spoločenská zodpovednosť, spolupráca a ochrana životného prostredia sa stávajú základnými piliermi moderného podnikateľského prostredia.

Cesta k úspechu je plná výziev, no každý krok, každá skúsenosť a každá spolupráca otvára nové možnosti. Prečítaním tejto príručky ste už urobili prvý krok na svojej podnikateľskej ceste. Nezabúdajte: podnikateľom budúcnosti ste vy – a najdôležitejšími zdrojmi na premenu snov na realitu sú odvaha, vytrvalosť a viera vo vlastné schopnosti.