

Medzinárodné podnikanie

JE VÁM SLOVENSKO MALÉ? EXPORTUJTE
AKO KOMUNIKOVAŤ V ZAHRANIČÍ BEZ FAUX PAS

POVEDZTE „NIE“, AJ KEĎ TO BOLÍ

SPOZNAJTE
JEDNODUCHÝ
NÁVOD,
AKO POVEDAŤ NIE

**„HODNOTY FIRMY
VYCHÁDZAJÚ Z HODNÔT ĽUDÍ,
KTORÍ JU VEDÚ“**

OTEC A SYN SZAPU V ROZHOVORE O RODINNOM PODNIKANÍ

PP VYDAVATEĽSKÝ
A VZDELÁVACÍ DOM

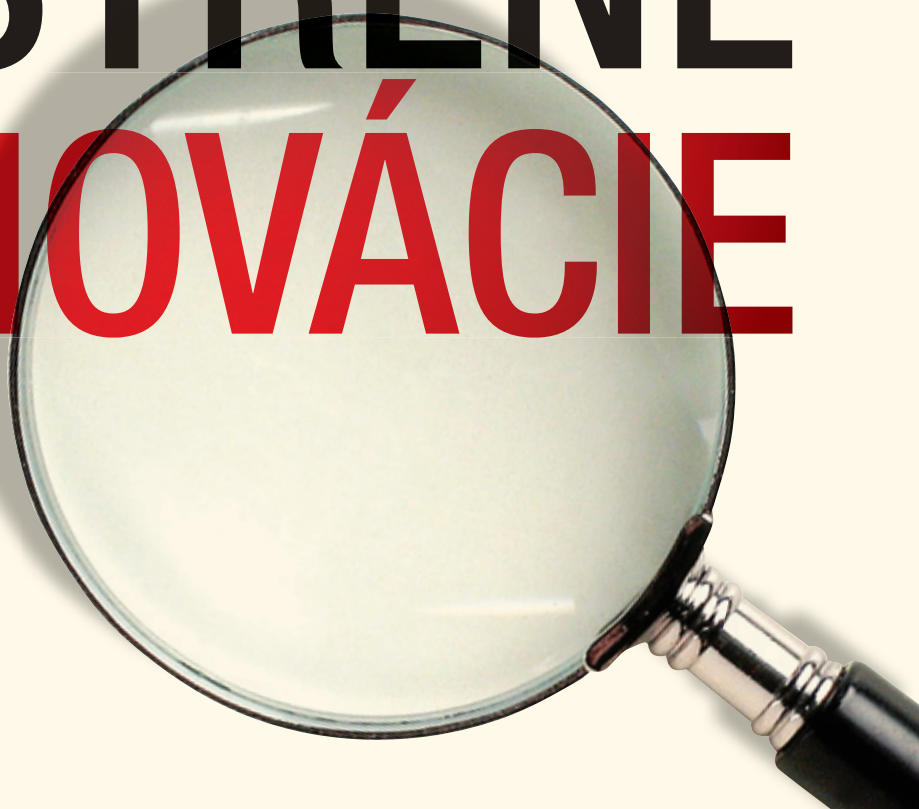


V. ročník/5/2013



KONFERENCIA Management 2013 L I V E

ZAOSTRENÉ NA INOVÁCIE



05. 06. 2013, Bratislava | www.informslovakia.sk

Generálny partner:



Hlavný partner:



Partner:



Mediálni partneri:





Kamila ŠEVČIKOVÁ
sefredaktorka@ezisk.sk

Reťkovský vám v článku *Je vám Slovensko malé? Exportujte prezradí*, aké problémy pri prenikaní na zahraničné trhy vznikajú, ako vyzerá podpora exportu zo strany štátu v praxi či ako nadviazať kontakt s potenciálnymi zahraničnými obchodnými partnermi. Ak si ale myslíte, že na zahraničné podnikanie stačí ovládať len cudzí jazyk, Lenka Kmeťová vás vyvedie z omylu prostredníctvom článku *Buďte doma vo svete: Interkultúrna kompetencia v obchodnom vzťahu*. Okrem iného sa dočítate, aké sú najčastejšie príčiny nedorozumení medzi Slovákmi a cudzincami, ako

maličkosť. Nájdete ich v článku *Ako komunikovať v zahraničí bez faux pas*. Vráťme sa teraz ale na chvíľu zas domov a zamyslime sa spolu, prečo je potrebné preverovať u potenciálnych zamestnancov kritické myslenie. Odpoveď nájdete v článku od Petry Kováčovej, ktorá vás naučí, aké otázky sa pri preverovaní kandidáta pýtať či ako na otázky, ak ste kandidátom práve vy, správne odpovedať. O tom, že branding nemusíte uplatňovať iba pri produktoch a službách, vás presvedčí článok *Aj vy sa môžete stať „dobrou značkou“*. Spoznate v ňom odporúčania na správnu prezentáciu osobnej „značky“ a základné otázky, ktoré by ste si pred takýmto brandingom mali zodpovedať. Niekoľko zaujímavých odporúčaní si pre vás pripravil i Martin Mišík vo svojom článku *3 tipy, ako zjednodušiť predaj*. Na online podnikanie si zas posvietila Jana Kalašová, ktorá v článku *Postavte sa na vlastné nohy – začnite podnikáť na internete* prináša praktické rady využiteľné pri tvorbe webovej stránky či e-shopu. Prevedie vás aj päťnástimi základnými nástrojmi marketingovej komunikácie na internete. Tak už len uvariť si kávu a hor sa do čítania!

Kamila Ševčíková

KEĎ UŽ EXPANZIA, TAK PORIADNA...

...IDEÁLNE ROVNO ZA HRANICE ŠTÁTU. A prečo len jedného? Veď k dispozícii máme celý svet! Zdá sa vám, že neviete ako? Nezúfajte a inšpirujte sa májovou témou mesiaca – *Medzinárodné podnikanie*. Na slovo vzatý odborník v tejto oblasti Peter

má prebiehať osobná komunikácia v medzinárodnom prostredí a čo s e-mailom a mobilom v zahraničnom obchode. Niekoľko tipov na to, ako sa pri obchodných stretnutiach s cudzincami nestrápníť a potenciálneho partnera neodohnať, pripravila i moja

Každá krajina má svoje špecifiká, ktoré významným spôsobom ovplyvňujú nielen spôsob myslenia jej obyvateľov, ale aj štýl manažmentu a charakter obchodného vzťahu vôbec.

Buďte doma vo svete: Interkultúrna kompetencia v obchodnom vzťahu, strana 18

ZISK MANAŽMENT

Vydavateľ: Poradca podnikateľa, spol. s r. o.

Šéfredaktorka: Kamila Ševčíková

Obrazová redaktorka: Miroslava Zvrškovcová

Grafické spracovanie: Dagmar Bleyová

Jazykové korektúry: Mária Vavreková, Jana Matuškovičová

Kontaktná adresa:

Poradca podnikateľa, spol. s r. o.

Martina Rázusa 23A

010 01 Žilina

Tel.: 041/70 53 222

IČO: 31 592 503

Časopis si môžete objednať telefonicky na

tel.: 041/7053 222. Cena predplatného na rok

2013 je 64,40 € s DPH.

Služby zákazníkom:

tel.: 041/70 53 222; e-mail: sluzby@ezisk.sk

Inzercia:

Martina Rázusa 23A, 010 01 Žilina

Tel.: 041/70 53 251, 0918 635 305

Fax: 041/70 53 343

e-mail: majercikova@epi.sk

Distribúcia:

Predajňa EUKÓDEX, Paneurópska vysoká škola

Tomášikova 20, 821 02 Bratislava, tel.: 02/434 268 15

Predajňa EUKÓDEX, Paneurópska vysoká škola

Tematínska 10, 851 05 Bratislava, tel.: 02/6820 36 55

Predajňa EUKÓDEX, Vysoká škola v Sládkovičove

Richterova 1171, 925 21 Sládkovičovo, Tel.: 031/789 99 29

Predajňa EUKÓDEX, Právnická fakulta UPJŠ

Kováčska 26, 040 75 Košice, Tel.: 055/622 04 78

© Časopis „Zisk manažment“. Mesačník vydávaný v jazyku slovenskom. Sadzba dodaná do tlače: 2. 5. 2013. Z dodaných tlačových podkladov vytlačila: Tlačiareň P+M, Budovateľská 1672/16, 038 53 Turany. Podávanie novinových zásielok povolené: 1/OHP/2006. Evidenčné číslo: EV 2824/08, ISSN 1339-2433. Redakciou nevyžiadané príspevky sa nevracajú. Poskytnutím autorského príspevku autor súhlasí s jeho rozmnožovaním, rozširovaním, oboznamovaním internetom, v ktoromkoľvek tlačnom alebo elektronickom titule vydavateľa či osoby s jeho majetkovou účasťou, či v ich súbore. Autor súhlasí s úpravami a zodpovedá za právnu i faktickú bezchybnosť príspevku. Za použitie príspevku patrí autorovi honorár podľa obvyklých honorárových podmienok vydavateľa. Fotografie: Istockphoto (pokiaľ nie je za článkom uvedená inak).



ROZHOVOR S...

HODNOTY FIRMY VYCHÁDZAJÚ Z HODNÔT ĽUDÍ, KTORÍ JU VEDÚ

12 Ak zakladateľ firmy nájde vhodného nástupcu, je to šťastie, ak ho nájde v rodine, je to malý zázrak. Otec a syn, obaja Mikulášovia, dlhodobo riadia úspešnú softvérovú firmu, a pritom zachovávajú chladné hlavy a dobré vzťahy. Pred rozhovorom ich zastihnem v druhej priateľskej debata. Neodolám otázke, či majú recept na úspech v rodinnom podnikaní, 23 rokov totiž fungujú v spoločnom biznise...

JE VÁM SLOVENSKO MALÉ? EXPORTUJTE

16 V globálnej spoločnosti charakterizovanej historicky najvyššou vzájomnou prepojenosťou ekonomík sú medzinárodné podnikanie a obchod nevyhnutnou oblasťou aktivít pre všetky subjekty, ktorých cieľom je udržanie konkurencieschopnosti na trhu.



TÉMA MESIACA

AKO KOMUNIKOVAŤ V ZAHRANIČÍ BEZ FAUX-PAS

20 Pri rozhodnutí vstúpiť na zahraničný trh je potrebné nielen nájsť diery na zaplnenie, ale i spoznať zvyklosti danej krajiny v komunikácii a obchodnom styku. Určite neodporúčame prísť na rokovanie k Moslimovi s darom v podobe čerstvej bravčovej panenky a sporo odetou sekretárkou...

OBSAH

- 4 Technológie a inovácie
- 8 Podnikanie v skratke

ROZHOVOR S...

- 12 Hodnoty firmy vychádzajú z hodnôt ľudí, ktorí ju vedú
- 15 Tipy pre manažerov

TÉMA MESIACA

- 16 Je vám Slovensko malé? Exportujte
- 18 Buďte doma vo svete: Interkultúrna kompetencia v obchodnom vzťahu
- 20 Ako komunikovať v zahraničí bez faux pas

AKO VIESŤ A RIADIŤ VO FIRME

- 24 Povedzte „nie“, aj keď to bolí
- 26 Kritické myslenie
- 28 Mapovanie talentov
- 30 Zmena je istá. Len ju nevieme s istotou riadiť

AKO ÚSPEŠNE PODNIKAŤ

- 32 Zákazník nie je „Oslík, otras sa!“
- 34 Roman Feranec: „Startupy? Vyhľadáva si nás to samo!“
- 36 Úspech po slovensky: Ján Uriga
- 38 Ako merať návratnosť investície do jazykového vzdelávania

AKO RIADIŤ SEBA

- 40 Umění komunikace v obchodě II.
- 42 Neformálne vzdelávanie – investícia do mladých s vysokou návratnosťou
- 45 Za úspechom stojí dobre namixovaný tím
- 46 Výpoveď, ak ešte nemám novú prácu... Áno alebo nie? Ako vie pomôcť kouč?
- 48 Schopnosť správnej komunikácie má vplyv na dosahovanie cieľov a úspešné projekty II.
- 50 Aj vy sa môžete stať „dobrou značkou“

AKO SI ZÍSKAŤ A UDRŽAŤ ZÁKAZNÍKA

- 52 Vidieť očami zákazníka? Jediné s očnou kamerou!
- 53 Tri tipy, ako zjednodušiť predaj
- 54 Postavte sa na vlastné nohy – začnite podnikáť na internete!

- 56 Právny servis pre firmy
- 61 Angličtina so Ziskom



AKO MERAŤ NÁVRATNOSŤ INVESTÍCIE DO JAZYKOVÉHO VZDELÁVANIA

Teplomerom veru nie! Vyskúšajte radšej prieskum, pomocou ktorého zistíte, koľko pracovného času zamestnanec ušetril vďaka svojej zlepšenej znalosti jazyka. Ideálne je ho realizovať raz ročne a ušetrený pracovný čas v hodinách previesť na finančné ukazovatele. Ak chcete mať presnejšie výsledky, nezabudnite doň zahrnúť okrem časového odhadu zamestnancov a manažérov aj ich presvedčenie o presnosti svojho odhadu a spýtajte sa ich, do akej miery sú si istí, že úsporu dosiahli práve vďaka vzdelávaciemu programu. Celá metodológia výpočtu pozostáva z dvoch základných úrovní:

1. spokojnosť študenta so vzdelávaním;
2. objektívne výsledky z finálneho testu.

38



ZMENA JE ISTÁ. LEN JU NEVIEME S ISTOTOU RIADIŤ

Viete, že viac ako 80 % generálnych riaditeľov tvrdí, že ich spoločnosti v poslednom čase zmenili svoje stratégie a dokonca 1/3 z nich si myslí, že práve zmena je základom ich úspešného podnikania? V minulosti sa pod pojmom zmena vysvetľovalo všetko, čo musí byť vo firme odlišné oproti tomu, ako to je dnes. V súčasnosti sme však postúpili ďalej a hovoríme v princípe o troch druhoch zmien:

- rozvojovej zmeny;
- prechodovej zmeny;
- a celkovej transformácii.

30



AJ VY SA MÔŽETE STAŤ „DOBROU ZNAČKOU“

Kto vás pochváli, keď nie vy sami? A to najmä vtedy, ak nepatríte k úplne „mladej a dynamickej“ generácii a ani gél na vlasy či nový odtieň rúžu to nenapraví. Zúfať však netreba. Uvedomte si, že v mnohých oblastiach je zrelší pohľad na svet výhodou. Ako si teda poradiť s prezentovaním vlastnej osobnej „značky“? V prvom rade odporúčame zodpovedať si niekoľko otázok:

- S akými službami budem mať najväčšiu nádej na ich úspešný predaj?
- V čom sú moje schopnosti odlišné a jedinečné?
- Naučil som sa pohybovať v určitej sfére, ktorú moji konkurenti dobre nepoznajú?
- Kto bude kupovať moje služby?
- Ako a kde budem vyhľadávať potenciálnych zákazníkov?

50



VIDIEŤ OČAMI ZÁKAZNÍKA? JEDINE S OČNOU KAMEROU!

Často ľudia povedia, že si niečo všimli, avšak nevedia opísať, čo tomu predchádzalo a čo ich ako prvé zaujalo. Vy ako správny obchodník a marketér by ste to však mali zistiť. Zdanlivo nemožné sa stáva realitou a vnímanie zákazníka môžete vidieť pomocou očnej kamery. Jej hlavným prínosom je zaznamenanie reakcií oka, ktoré si zúčastnení neuvedomujú. Zaujíma vás, ako to funguje? Nechajte sa poučiť:

- Pri sledovaní pohybu očí musí stred zreničky a odraz infračervenej lampy na dúhovke jednoznačne definovať polohu a natočenie oka.
- Kontrast medzi zreničkou a dúhovkou musí byť dostatočne veľký aj v infračervenom svetle.
- Rohovka musí tvoriť dokonalú ploguľu a musí byť hladká.
- Obmedzením pri použití očnej kamery je fakt, že človek, ktorého testujeme, nesmie trpieť strabizmom a astigmatizmom.

BUĎTE DOMA VO SVETE: INTERKULTÚRNA KOMPETENCIA V OBCHODNOM VZŤAHU

Pri komunikácii so zahraničnými obchodnými partnermi ovládať len jazyk naozaj nestačí. Každá krajina má totiž svoje špecifiká, ktoré ovplyvňujú nielen spôsob myslenia jej obyvateľov, ale aj štýl manažmentu a charakter obchodného vzťahu vôbec. Chcete vedieť, ktoré sú najčastejšie príčiny nedorozumení medzi Slovákami a cudzincami a mali by ste sa im teda pri medzinárodnom podnikaní radšej vyhnúť? Nech sa páči, tu sú:

- neznalosť politických, kultúrnych, ekonomických a historických faktov;
- nerešpektovanie základných princípov medzinárodnej biznis etikety;
- neznalosť spôsobu práce v danej krajine z pohľadu času a obsahu;
- neznalosť pomerov pri budovaní vzťahov so zahraničným partnerom.



18

KYBERZLOČIN V ROKU 2013:

Nárast mobilných hrozieb, hacktivizmus, cloud a únik informácií

Antivírusová spoločnosť ESET na konci každého roka vyhodnocuje uplynulú sezónu a pripravuje odhad hrozieb na nadchádzajúci rok. Podľa bezpečnostných výskumníkov ESETu budeme v roku 2013 svedkami výrazného nárastu malwaru vytvoreného pre mobilné zariadenia, zvýšeného výskytu malwaru šíreného cez webové stránky, pokračujúceho rastu počtu botnetov a útokov na cloud, ktoré budú mať za následok únik citlivých informácií.

Významný nárast mobilného malwaru

V priebehu roka 2012 boli v ESETe schopní sledovať, ako sa škodlivé programy vytvorené pre operačný systém Android zmenili na významný nástroj kyberkriminalnikov, ktorí začali malware zameraný na tieto zariadenia vytvárať oveľa rýchlejšie. Počas prvého štvrtroka 2012 zaznamenal operačný systém spoločnosti Google podľa IDC medziročný rast 145 %, čo sa týka predaja a podielu na trhu. Juniper Research okrem toho predpokladá, že počet ľudí, ktorí sa k svojim bankovým službám prihlasujú cez svoj smartfón, vzrastie v roku 2013 na 530 miliónov. Tá istá štúdia hovorí, že v roku 2011 to bolo len 300 miliónov ľudí. V kontexte rastu predaja, širokých možností využitia a vzhľadom na rapidnú evolúciu ako tejto technológie, tak i škodlivých programov vytvorených pre mobilné prístroje ESET očakáva, že hlavným trendom roku 2013 bude exponenciálny rast mobilného malwaru. Taktiež predpokladá, že tieto hrozby naberú na komplexnosti, čo znamená, že rozšíria škálu škodlivých úkonov, ktoré na infikovanom zariadení vykonajú. Čo sa týka počtu malware rodín pre Android (t. j. škodlivých kódov, ktoré sú od seba dostatočne odlišné na to, aby mohli byť unikátne klasifikované), v roku 2011 bolo do novembra detegovaných 52 rodín, v roku



2012 bolo do novembra detegovaných už 56 rodín. Napriek tomu, že toto číslo počas roka 2012 dramaticky nevzrástlo, počet signatúr a variantov vzrástol významne. Z toho dôvodu ESET predpokladá, že počet Android hrozieb bude rásť bez ohľadu na počet malware rodín. Podobne ako je tomu v prípade operačného systému Windows. Škodlivú činnosť týchto Android hrozieb klasifikujú nasledovne: krádež informácií (spyware), distribúcia SMS správ na spoplatnené čísla a transformácia týchto zariadení na zombie zariadenia (získavanie botnetov). Väčšina týchto rodín chce obeť prihlásiť k spoplatneným SMS službám. Na druhej strane existujú hrozby, ktoré dokážu tieto prístroje transformovať na zombíkov. To znamená, že prístroj bude môcť ovládať kyberkriminalník, ktorý naň bude môcť vzdialene inštalovať ďalší škodlivý kód, bude z neho môcť kradnúť údaje a okrem iného bude môcť modifikovať konfiguračné parametre. V tretej skupine sú škodlivé programy, ktoré kradnú údaje ako telefónne čísla, SMS správy a ďalšie informácie, ktoré telefón dokáže identifikovať. Ide napríklad aj o IMEI číslo.

Šírenie malwaru cez webové stránky

V roku 2013 ESET očakáva aj konsolidáciu zmeny, ktorá prebieha posledných niekoľko rokov. Je ňou zmena modelu, ktorým kyberkriminalníci propagujú alebo šíria škodlivý kód. Šírenie malwaru pomocou vymeniteľných médií ustupuje pred šírením cez medziclánok, ktorý má priťahovať nové obete. Medziclánkom je webový server, ktorý bol skompromitovaný treťou stranou na to, aby mohol hostiť počítačové hrozby. Po napadnutí servera rozosielať kyberkriminalníci používateľom hyperlinky, ktoré ich navedú ku škodlivému softvéru. V tom istom čase sú ukradnuté údaje ukladané na napadnutých serveroch. Ak by sa totiž ukládali do počítačov používateľov, ktoré môžu byť proti útokom lepšie chránené, mohli by po náleze a vyčistení malwaru kriminalníci o tieto nadržané údaje prísť.

Hacktivizmus

V poslednej dobe bolo možné sledovať nárast protestov a demonštrácií obyvateľov rozličných krajín ako Grécko, Španielsko, Čile a Argentína. Protesty neobišli ani Slovensko.