

Případová studie

Paní Nela Víšková žila ve středně velkém městě, vystudovala pedagogickou školu a nějakou dobu pracovala jako vychovatelka v ústavu pro postižené – tato práce ji bavila a naplňovala. Po roce 1990 podlehla pokušení začít podnikat – nejdříve jí zcela nevyšlo podnikání v oblasti cestovního ruchu, poté zkrachovala i cukrárna, kde zároveň chtěla působit jako zaměstnavatel pro zdravotně postižené. Právě kvůli nim tak oddalovala ukončení činnosti, až se dostala do značných problémů se zadlužeností a neschopností splácet. Nicméně si odtud odnesla nápad na výrobu kostek ledu s ovocem – přírodního chutného a dekorativního prvku pro výrobu alkoholických i nealkoholických koktejlů, které si ve složení 40 % ovoce, 60 % voda pokusila i patentovat.

Vzhledem k tomu, že neměla žádný vstupní kapitál ani možnost ho získat (kvůli dluhům), pokouší se najít investora i jinak, a to formou poměrně odvážnou – vystupuje v televizním pořadu Den D a tam se svým nápadem oslovuje skupinu známých investorských osobností. Její vystoupení rozhodně zaujme, nicméně poté, co přizná, že vlastně o některých základních věcech nepřemýšlela a spíš by se chtěla o nich poradit, a není schopna odpovědět na otázku distribuce, zájem investorů ochladl. Nela však za uvedení svého nápadu do podnikatelského života bojuje dál – články o ní a jejím nápadu se objevují i v celostátním tisku – základním propagačním mottem je obrázek kostky ledu s jahodou. Nela má představu, že na trhu by prodávala balení o hmotnosti 5 kg kostek za 150 Kč.

Postupně navazuje další kontakty, a to jak

- S potenciálními zákazníky (účastní se kvalifikačních zkoušek na hotelových školách, kde jako jedno ze zadání je využít pro občerstvení její ledové kostky s ovocem, jedná s obchodním řetězcem Makro o možných dodávkách, jedná s manažerkou Ewy Farné o propagaci na hudebních festivalech),
- Se spolupracujícími subjekty (Coca-Cola, výrobce bezlepkových mražených zákusků, Nowaco),
- Tak s možnými podílníky a investory (ozývají se jí sami, případně je hledá na inzerát).

Všechny výše uvedené aktivity Nela realizuje, aniž by vůbec měla prostory a zařízení pro výrobu.

Většina lidí, se kterými jedná, postupně po nějakém čase od dané spolupráce z různých důvodů odstupuje. Ať jsou jejich důvody jakékoli, ve většině případů jde o věci, které věděli od začátku, a je zajímavé, že si je uvědomí až se značným odstupem (sezónnost produktu, nedostatečná originalita pro patentovou ochranu, náročnost distribuce, nízká návratnost, neochota vést podnik jako organizaci pro zaměstnávání postižených, neschopnost Nely myslet na dostatečný zisk atd.).

Podnikání s ledovými kostkami tak zůstalo na ledu.

Časem však Nela nachází jinou podnikatelskou aktivitu – nabízí zájemcům „terapii srdcem“. Jde o komunikaci s lidmi, kteří se ocitli v životních situacích, postavení určité bezradnosti a cítí potřebu řešit svůj život, přitom jejich situace není taková, aby aktuálně vyžadovala vysoce profesionální psychologickou pomoc. V tomto podnikání je velmi úspěšná, spolupracuje s řadou dalších lidí, její zákaznický segment je značný a počet zájemců roste díky internetové komunikaci a šířením pomocí dobrého slova.

Otázky k diskuzi: Osobnost podnikatelky, Podnikání s kostkami ledu, Podnikání v oblasti terapií