

**ÜZLETI
TANÁCSOK**
FEJLŐDŐ
KISVÁLLALKOZÁSOK
RÉSZÉRE
2014
ELSŐ KIADÁS

**ST
ART
UP**
GUIDE



Péter kisvállalkozó, tulajdonos-ügyvezető.
A tegnapi ígért kifizetés késik az ügyfelétől,
beosztottjai pedig holnapra várják a bérüket.

www.cib.hu  **CIB24** 06 40 242 242

Ő most mégis megteheti, hogy a barátaival
bowlingozik, mert megtalálta a megnyugtató
megoldást likviditási problémáira.

CIB DINAMIKUS FOLYÓSZÁMLAHITEL KISVÁLLALKOZÁSOKNAK



Az állami garanciadíj-támogatás mértékét és feltételeit a Garancia Hitelgarancia Zrt. mindenkor hatályos Hirdetménye tartalmazza. A folyószámlahitel részletes feltételeit a mindenkor hatályos CIB Dinamikus Folyószámlahitel Kondíciós Lista, valamint társas vállalkozások esetén a Hitel- és Kölcsönszerződésekre vonatkozó Különös Üzletszabályzat és az azt kiegészítő Általános Vállalati Üzletszabályzat, egyéni vállalkozások esetén az egyéni vállalkozók részére szóló Hitel- és Kölcsönszerződésekre vonatkozó Különös Üzletszabályzat és az azt kiegészítő fogyasztók és egyéni vállalkozók részére szóló Általános Lakossági Üzletszabályzat tartalmazzák. Ez a tájékoztatás nem teljes körű, célja kizárólag a figyelem felkeltése. A bank a hitelbírálat jogát fenntartja.



CIB BANK

**ÜZLETI
TANÁCSOK**
FEJLŐDŐ
KISVÁLLALKOZÁSOK
RÉSZÉRE
2014
ELSŐ KIADÁS

**ST
ART
UP**
GUIDE



TARTALOMJEGYZÉK

1. Mielőtt nekikezdenél	4	4. Állami és uniós források	62
2. Mindennek az alapja: az üzleti terv	6	4.1. Mire jó az állam?	62
2.1. Üzleti tervezés	6	4.2. A kedvezményes finanszírozás szereplői	68
2.2. Mi az a SWOT analízis?	10	4.3. Kedvezményes MFB hitelek	74
2.3. Piackutatás házilag	14	4.4. A Széchenyi kártya program	78
2.4. A marketingterv elkészítése	18	4.5. Hitelek EU-s forrásból	82
2.5. A számok nyelvén: a pénzügyi terv	21	4.6. Kedvezményes vállalati hitelek	84
3. A finanszírozás alapkérdései	26	4.7. Hitelgarancia a Garantiatól	96
3.1. Mit jelent a forrásbevonás?	26	4.8. Kockázati tőke állami segédlettel	99
3.2. Idegen forrás, saját forrás	30	4.9. Európai uniós pályázatok	103
3.3. Mire számíthatsz, ha hitelt vennél fel?	34	4.10. Sikeres pályázók pályázatai	106
3.4. Beszéljünk a kockázatról!	40	4.11. Hasznos honlapok	114
3.5. Mi az a faktorálás?	44	5. A vállalkozás működtetése	116
3.6. Hitel helyett: lízing	46	5.1. Adózási és számviteli alapfogalmak	116
3.7. A kockázati tőke	48	5.2. Tanácsok munkaadóknak	130
3.8. Mitől más, ha agrár?	53	5.3. Az emberközpontú vállalkozás	138
3.9. Mihez kezdj megtakarított pénzeddel?	58	5.4. Hogyan kezeld kinnlevőségeidet?	141
		5.5. Elkerülhető-e a válság?	146
		5.6. Cégaútó, céges telefon	151
		5.7. Biztosítás, biztonság	158

6. Jogi alapok	162
6.1. A szerzői jog	162
6.2. Dizájn, védjegy, szabadalom	166
6.3. Dizájn és védjegy az EU-ban	168
7. Üzlet a mindennapokban	170
7.1. Az idei trendek	170
7.2. Mit hoz a jövő?	174
7.3. Mit és mennyiért értékesítesz?	178
7.4. Hogyan tárgyalj?	182
7.5. Mutasd be, amit csinálsz!	184
7.6. Üzlet az Európai Unióban	187
7.7. Az üzleti élet közös nyelve	196
7.8. Piaci információk feldolgozása	200
8. A kommunikáció alapjai	208
8.1. Mi van a reklám előtt?	208
8.2. Reklám, te mosolygó!	215
8.3. PR és szponzoráció	220
8.4. Hogyan írsz sajtóközleményt?	227
8.5. CSR: a vállalatnak is van lelke	230
8.6. Kik a mai gerillák?	232
8.7. A személyes márka	237

9. Az internet haszna	240
9.1. Technikai alapok	242
9.2. Informatika havidíjért	250
9.3. Mobil eszközök	254
9.4. Az internetes keresőkről	263
9.5. Hogyan jelenhetsz meg az interneten?	265
9.6. Hogyan találják meg a honlapod?	273
9.7. Online kommunikáció: a honlapon túl	279
9.8. Kapcsolat az állammal	282
9.9. Házi piackutatás online eszközökkel	288
9.10. Légvárak helyett: felhő	292
9.11. Üzletvitel az interneten	296
9.12. Biztonságban az interneten	304
9.13. Az internettel kapcsolatos jogi tanácsok	308

Függelék

1. Táblázatok a pénzügyi terv elkészítéséhez	314
2. Gazdasági fogalomtár	320
Szerzők	326

MIELŐTT NEKIKEZDENÉL...

HA MÁR MINDEN SZEMPONTBÓL SIKERESEN MŰKÖDIK A VÁLLALKOZÁSOD, NYUGODTAN TEDD FÉLRE EZT A KÖNYVET (BÁR PÁR JÓ ÖTLETET TALÁN ÍGY IS TALÁLSZ BENNE). HA AZONBAN MÉGSEM ÍGY LENNE, HA MÉG BIZONYTALAN VAGY ABBAN, HOGY MIT ÉS HOGYAN KELLENE TENNED, KIHEZ FORDULJ, MIBEN VÁLTOZTASS, VAGY EGYÁLTALÁN MIVEL IS JÁR AZ, HA VÁLLALKOZOL, AKKOR HASZNOS LESZ SZÁMODRA EZ A KIADVÁNY.

Kezdjünk bele! Mivel mi nem tudjuk, hogy mit tanultál, mi a szakterületed, mihez van tehetséged, mit is készítesz, árusítasz a cégedben, így azt sem tudjuk, mi az az ötlet, amelyre vállalkozásod alapítottad. Reméljük és kívánjuk, hogy ötleted eredeti, nehezen másolható vagy utánozható, mondjuk úgy, „személyes” legyen. Ez azonban sajnos önmagában még nem oldja meg a helyzetet: üzleti öt-

leteden és kitartásodon túl még nagyon sok minden kell ahhoz, hogy vállalkozásod sikeres legyen.

Már az elején tisztában kell lenned azzal, hogy vállalkozónak lenni nem habos torta. Az alkalmazottakkal ellentétben senki nem garantálja számodra a havi fixet, sőt, mivel a vállalkozók többsége a saját pénzét (is) kockáztatja, akár befektetésed is elveszhet. Gyakran többet

fogsz dolgozni, mint alkalmazottként munkát vállaló barátaid, feszültebb és idegesebb leszel, hiszen a saját pénzedről, egzisztenciádról van szó, és bizony olyan munkákat is meg kell csinálnod majd, melyeket esetleg rangon alulinak tartasz.

A másik oldalon persze hatalmas pozitívumok állnak: saját magad alakítod a saját sorsodat, magad ura vagy, önállóan hozod meg a vállalkozásodat

A kiadványt, a könnyebb kezelhetőség kedvéért, fejezetekre és alfejezetekre osztottuk. Megpróbáltunk tényleg közérthetően fogalmazni, ahol lehetett, példákat is csatoltunk a jobb érthetőség érdekében, és linkeket is adtunk Számodra a további információ megtalálásához. Ha a szöveg olvasása közben a ► jelet látod, az azt jelenti, hogy az adott témáról részletesebben egy másik fejezetben olvashatsz.

Ez a kiadvány a Start Up Guide tizedik kiadása, amelyet 2014 áprilisában készítettünk. A múlt évi kiadást átdolgoztuk, frissítettük és kibővítettük. Igyekeztünk a lehető leginkább naprakész információkat összegyűjteni az anyaghoz, ám a meglehetősen gyorsan változó hazai viszonyok között sajnos lehetséges, hogy egy-egy konkrét adat vagy jogszabály már megváltozott azóta.

Annak érdekében, hogy kiadványunkat a jövőben tovább javíthassuk, arra kérünk, ne fogd vissza magad: ötleteidet, kritikádat szívesen fogadjuk a sug@pressonline.hu e-mail címen.

A Start Up Guide kiadvány tájékoztató és információs célokat szolgál. A Start Up Guide kiadvány kiadója a tévedés jogát fenntartja, a könyvben szereplő információk alkalmazásából fakadó bármilyen jogkövetkezményért felelősséget nem vállal.

érintő döntéseket. Te döntesz arról, hogy kivel szeretnél együtt dolgozni, és kivel nem, Te alakíthatod ki azt a vállalati kultúrát és viselkedést, melyben jól érzed magad. Ha jól csinálod, az nemcsak anyagiakban, de elismertségben is sokat hoz majd Neked. Egy ilyen típusú, alapvetően vállalkozásod fejlődését vagy éppen elindítását

segítő kiadvány sok területet ölelhet fel. Ebben az anyagban azokra a területekre próbáltunk fókuszálni, amelyek talán a legnagyobb problémát, de a lehetőséget is rejtik magukban egy kezdő vagy haladó vállalkozó számára. Részletesen szólnunk az üzleti terved elkészítéséről, hiszen ez az az alapidoku-

mentum, mely kijelöli céged gazdálkodását. Körbejárjuk, hogyan és honnan finanszírozhatod vállalkozásodat, hogyan mérheted fel és találhatod meg piacodat, majd hogyan jelenhetsz meg azon, és hogyan érdemes kommunikálnod. Ezek minden vállalkozás életében alapvető kérdések, függetlenül attól, hogy milyen munkáról, területről, ötletéről legyen szó.

Egy vállalkozás életében a kapcsolatok nagyon nagy szerepet játszanak. Ez vonatkozik mind az alapanyagok, berendezések beszerzésére, mind pedig a termékek, szolgáltatások értékesítésére, a megfelelő emberi erőforrás megtalálására, de a vállalkozás számára szükséges információk megszerzésére is.

A Start Up Guide könyvet ingyenesen elolvashatod és letöltheted az alábbi honlapon: www.startupguide.hu

1.0

MIELŐTT NEKIKEZDENÉL...

Már most vedd észre, hogy kapcsolati hálód óriási, volt osztálytársak, iskolatársak, barátok, ismerősök, rokonok, tanárok vagy éppen virtuális ismerőseid mind-mind segíthetnek majd egy adott probléma megoldásában. Ne felejtse el őket! Információforrásként, tanácsadóként, munkatársként vagy éppen potenciális vevőként, már most ott vannak melletted. Nem vagy egyedül.

ÜZLETI TERVEZÉS

AZ ÜZLETI TERV OLYAN DOKUMENTUM, AMI TARTALMAZZA A MÁR MŰKÖDŐ VAGY JÖVŐBENI VÁLLALKOZÁSOD CÉLJAIT, A CÉLOK ELÉRÉSÉNEK MÓDJÁT (BELEÉRTVE A STRATÉGIÁT, A TERMÉKEK BEMUTATÁSÁT, A VÉGREHAJTÓKAT, A POTENCIÁLIS BEVÉTELEKET ÉS KÖLTSÉGEKET), VALAMINT A MINDEZEKHEZ ESETLEGESEN SZÜKSÉGES ESZKÖZ- ÉS PÉNZIGÉNYT, TERMÉSZETESEN A MEGFELELŐ IDŐTÁVLATBAN (3–5 ÉV) KIFEJTVE. EGY JÓ ÜZLETI TERV A VÁLLALKOZÁSSAL EGYÜTT FEJLŐDIK, A STRATÉGIAKÉSZÍTÉS EGYIK LÉPÉSE, DE EGYÜTTAL AZ ALAPFELTÉTELEZÉSEK ÉS A MŰKÖDÉS ELLENŐRZÉSÉÜL IS SZOLGÁL. TEHÁT LE KELL ÍRNI, MIT ÉS HOGYAN TERVEZEL MEGTENNI A SIKER ÉRDEKÉBEN!

Az üzleti terv – bár elsőre biztosan nem ez jut az eszedbe – alapvetően segít üzleti ötleteid tisztázásában és alapos végiggondolásában. Üzleti tervet sok esetben készíthetsz. Íme egy rövid lista, hogy mikor, hol használhatod:

- az üzleti tervre elsősorban Neked van szükséged ötleteid tesztelésére,

egy vállalkozás elindítása és tevékenységeinek módosítása esetén;

- üzletfeleid, partnereid tájékoztatásához; valamint
- idegen forrás bevonásánál (hitelek, támogatások, befektetők).

Az üzleti terv készítésére nem léteznek olyan általános sémák, melyeket

követve, biztosan jó tervet készítesz. Az üzleti tervezés alapvetően kreatív munka, melynek során sok összegyűjtött tényből, adatból elemzéseket készítesz, miközben azonban megérzéseidre is támaszkodnod kell. A legfontosabb, hogy az üzleti terv elkészítése végén tudd, hogy jó-e (megvalósítható-e, életben

marad-e) az az ötlet vagy vállalkozás, amit kitaláltál, illetve az olvasót is meggyőzd erről.

Hogyan kezdj neki?

Mindenekelőtt dönts el, hogy milyen célból készítesz üzleti tervet! Ha megvan a cél, már azt is tudod, hogy ki lesz a terv olvasója. Például:

- ha egy ismerősöddel álltok össze egy vállalkozás beindítására vagy felvirágoztatására, akkor Ti ketten lesztek üzleti tervek olvasói;
- ha valakit tájékoztatni akarsz arról, hogy merre tart vállalkozásod, akkor potenciális értékesítőd lehetnek az olvasók;
- ha idegen forrást akarsz bevonni, akkor esetleg bankárok, kockázati tőke-befektetők, pályázati elbírálók vagy alapítványi tagok lehetnek az olvasók.

Ezután gyűjts össze minden olyan anyagot, amit az ötleted megvalósítása vagy vállalkozásod jövője

szempontjából fontosnak ítélsz. Ide tartoznak a cég alapvető dokumentumai, a múlt leírása (például – ha léteznek már – az eddigi mérlegbeszámolók), a makro- és egyéb piaci információk, versenytársakra vonatkozó információk, előrejelzések stb. Ha alapos vagy, akkor nézz utána a választott témának több helyen is, olvasd el a szakajtót, keress a könyvtárban és az interneten. Ha mindezeket végigolvastad, akkor állj neki az üzleti terv elkészítésének. Nem árt, ha készítesz egy SWOT elemzést (▶ 2.2. fejezet Mi az a SWOT analízis?) is annak érdekében, hogy áttekinthetted, pillanatnyilag hogyan is állsz.

Az üzleti terv fejezeteinek rövid tartalma

Vezetői összefoglaló

A vezetői összefoglaló 2–3 oldalas fejezet, és az üzleti terv legfontosabb megállapításait tartalmazza, ennek megfelelően az üzleti terv írásának ez az utolsó lépé-

se. Ugyanakkor ez terved egyik alapidokumentuma: könnyen elképzelhető, hogy a részletekbe az elején még nem néznek bele, viszont ezt a részt biztosan minden érdeklődő elolvassa majd.

A vállalkozás bemutatása

A vállalkozás alapadatai és története mellett tartalmazza az üzleti ötletedet/konceptiódat, itt mutatod be a terméket vagy szolgáltatást, kitérsz arra, hogyan kívánod előállítani vagy végezni, valamint indokokat sorolsz fel, hogy miért is lesz sikeres.

Piacelemzés

A piacelemzésben először is el kell helyezned az iparágat a gazdaság egészében, és bemutatnod azokat a tényezőket (például társadalmi és gazdasági változások, demográfiai, politikai és szabályozási környezet stb.), amelyek befolyásolják a piac méretét (ha nagyon nem tudod, hogy hova nyúlj adatokért, irány a Központi Statisztikai Hivatal honlapja:

www.ksh.hu). Be kell mutatnod, hogy milyen trendek jellemzőek abban az iparágban, ahol vállalkozásod tevékenykedik vagy tevékenykedni szándékozik. Ha új piaci szereplő vagy, ismertetned kell, hogy milyen nehézségei lehetnek egy új vállalkozás beindításának. Elemezned kell a keresletet, vagyis azt, hogy kik, miért és miből fognak vásárolni Tőled.

Versenyelemzés

Ebben a fejezetben veszed számba versenytársaidat, különös tekintettel arra, hogy Te miben leszel más vagy jobb náluk. (▶ 2.3. fejezet Piackutatás házilag)

2

MINDENNEK AZ ALAPJA AZ ÜZLETI TERV

Fontos szempont lehet a versenytársak esetében a termék/szolgáltatás, célcsoport, árazás, értékesítés, valamint a hírnév kérdésköre.

Marketingterv

Ez a fejezet arról szól,

hogyan pontosan hogyan is érintkezel majd a piaccal, azaz hogyan akarsz majd értékesíteni termékedet, és milyen promóciót (reklám, PR, eladásösztönzés stb.) tervezel. (▶ 2.4. fejezet A marketingterv elkészítése)

Működési terv

Ez a fejezet magáról a vállalkozás működéséről szól, beleértve a gyártást és magát a szervezetet is, tehát itt vállalkozásod összes erőforrását tekinted át és tervezed meg. A gyártás esetében be kell mutatni, hogyan kívánod előállítani a terméket vagy nyújtani a szolgáltatást, kikre kívánsz

támaszkodni (beszállítók), milyen eljárásokat/folyamatokat alkalmazol vagy szeretnél alkalmazni. Fontos már itt jelezni, hogy milyen eszközök állnak rendelkezésedre, milyen továbbiakra lesz szükség. Mindezekhez érdemes már itt költséget rendelni. Amennyiben többen tevékenykednek a vállalkozásnál, szervezeti tervet is érdemes készítened. A szervezeti terv tartalma, hogy kik dolgoznak a cégnél, kiemelve, hogy kik a vezetők. Tapasztalataikat is érdemes bemutatni, amennyiben jelentősen hozzájárulnak a vállalkozás sikeréhez.

Pénzügyi terv

A pénzügyi terv, amelynek elkészítéséhez talán külső segítségre is szükség lehet, számszakilag mutatja be mindazt, amit eddig szövegesen tettél. Az alapjai a következők:

- először megbecsüld a bevételeket és a működési költségeket;
- felállítod az induló mérleget (milyen eszközeid

vannak, ezeket mennyire saját erőből vagy külső forrásból finanszíroztad);

- készítesz egy beruházási tervet (mire lesz szükséged);
- az induló mérleg és a beruházási terv alapján mérlegtervet készítesz;
- ez alapján becsüld a külső forrásigényt (cash flow-terv segítségével) – ha van ilyen –, és meg-

! Válságtanácsadó

A mostani gazdasági válság sajnos épp egy olyan nagy horderejű esemény, amikor érdemes lehet már elkészült üzleti tervedet is újragondolni, felülvizsgálnod. Bár a válság cégedre gyakorolt pontos hatásait kiszámítani szinte lehetetlen (csak nézd meg, hogyan változnak szinte hetente az ország kilátásaira vonatkozó különböző elemzői vagy kormányzati prognózisok), azt mindenképpen újra kell gondolnod, hogy romló finanszírozási vagy piaci feltételek mellett hogyan maradhat talpon vállalkozásod. Lehet, hogy ehhez hozzá kell nyúlnod a cég finanszírozási modelljéhez, el kell halasztanod beruházásokat, csökkentened kell költségeidet: ezek mind fájó lépések, azonban ha egyértelműen ez kell ahhoz, hogy céged biztos lábakon álljon, ne félj megtenni őket!

NÉHÁNY JÓ TANÁCS:

- Az üzleti terv készítése kreatív folyamat, a végtermék jellemző Rád és vállalkozásodra, ezért aktívan vegyél részt az egész folyamatban.
- Légy realista a terv készítése során! Ne keverd össze vágyaidat a valósággal!
- Az üzleti tervet nem súlyra mérik, tehát nem biztos, hogy a több a jobb. Nincs pontos előírás az üzleti terv terjedelmére, de lényeges, hogy kellően megalapozott legyen, feltételezéseidet és elemzéseidet mutasd is be, hiszen lényeges, hogy az olvasó számára meggyőző és érthető legyen.

nézed pénzügyi bevételeidet és kiadásaidat;

- ha a működési és pénzügyi eredményeket összeveted, elkészül a vállalkozás adózás előtti eredménye.

Jó eséllyel a fenti folyamatot nem fogod elsőre tökéletesen végigvinni, de ne ijedj meg: ha kell, finomítsd becsléseidet, és közben mindig figyelj arra, hogy a három fontos pénzügyi kimutatás (eredmény kimutatás, cash flow, mérleg) egymással kapcsolatban van. (▶ 2.5. fejezet A számok nyelvén: a pénzügyi terv) A jó pénzügyi tervezés egyik legfontosabb feltétele a pénzügyi terv és a többi

fejezet összefüggése, azaz ha a szöveges részben egy bevételi vagy költségelem megjelenik, ez szerepeljen a számszaki részben is.

Mellékletek

Ide tegyél minden olyan anyagot, ami szerinted alátámasztja az üzleti tervet, és eddig még nem mutattad be, illetve, amire Te alapoztad a döntésedet (például piackutatás stb.).

Amire fontos odafigyelni

Az üzleti terv készítése során a legfontosabb, hogy logikailag terved egységes legyen, ne legyenek benne belső ellentmondások. A jövőt sajnos senki sem

ismerheti, ezért fontos, hogy elképzelésed és feltételezéseid az üzleti terv alapján pontosan megismerhetők legyenek. Mivel csak feltételezések szolgálnak alapul, így természetes, hogy a jövő másképp is alakulhat. Törekedjél a tárgyilagosságra, ne hallgasd el a nehézségeket és az esetleges problémákat, de törekedjél arra is, hogy bemutasd, hogyan tudod kezelni őket. Ezért, bár az üzleti terv alapjait egyszer készítéd el, később legalább évente – vagy ha jelentős változások történnek valamelyik alapfeltételezésedben, akkor gyakrabban – felül kell vizsgálnod azt.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.ksh.hu
- www.uzletitervezes.lap.hu/
- www.jegyzetek.hu/rate.php?ID=gzd0002a
- www.hvg.hu/enesacegem/20131212_Uzleti_terv_mikrovallalkozasoknak
- www.tiszanet.hu/euro/vallabc/ABC3.HTM
- www.vallalkozas-online.hu/index.php?option=com_content&task=view&id=109&Itemid=44

MI AZ A SWOT ANALÍZIS?

A SWOT ELEMZÉS OLYAN STRATÉGIAI TERVEZŐESZKÖZ, AMI SEGÍT ÉRTÉKELNI AZ ERŐSSÉGEKET (STRENGTHS), A GYENGESÉGEKET (WEAKNESSES), A LEHETŐSÉGEKET (OPPORTUNITIES) ÉS A VESZÉLYEKET (THREATS), AMELYEK EGY PROJEKT, EGY ÜZLETI VÁLLALKOZÁS KAPCSÁN, ILLETVE BÁRMELY MEGHATÁROZOTT CÉL ELÉRÉSE ÉRDEKÉBEN MEGHOZANDÓ SZERVEZETI VAGY EGYÉNI DÖNTÉS SORÁN FELMERÜLHETNEK. A SWOT ANALÍZIS TARTALMAZZA AZ EGYÉN VAGY A SZERVEZET BELSŐ ÉS KÜLSŐ KÖRNYEZETÉNEK FELMÉRÉSÉT, EZEN KERESZTÜL TÁMOGATVA TÉGED, HOGY A LEGFONTOSABB TÉMAKÖRÖKRE ÖSSZPONTOSÍTS.

Egy vállalkozás beindítása vagy egy személyes döntés meghozatala esetében számos tényezőt lehet figyelembe venni, különböző csoportosítások szerint. A SWOT elemzés – amit Albert Humphrey-nak tulajdonítanak, aki a Stanford Egyetemen vezetett a hatvanas-hetvenes évek-

ben a legnagyobb cégek elemzésére koncentráló kutatást – egyfajta logikai csoportosítást biztosít a külső és belső tényezők számbavételére.

A SWOT elemzés célja

Az elemzés célja meghatározott üzleti cél eléréséhez érdekében fontos belső

és külső tényezők/adottságok (SWOT faktorok) azonosítása. Az elemzés során beszerzett információk két fő kategóriába: „belső” és „külső” tényezők sorolhatók. Az elemzés maga ugyan nem hívja fel a figyelmet arra, hogy melyek a stratégiaiag fontos kérdések, illetve nem

2.2

MI AZ A SWOT ANALÍZIS?

kínál választ arra, hogyan dolgozd ki a stratégiát, viszont abban segít, hogy észrevedd, a hatékony stratégia alapjául mely erősségek szolgálnak, illetve hogyan használd ki a rendelkezésre álló lehetőségeket, hogyan küzd le, vagy legalább minimalizáld a gyengeségeket és a

veszélyeket. Fontos, hogy ne korlátlan listagyártást végezz!

Hogyan készíts SWOT elemzést?

1. A SWOT elemzést úgy kezd, hogy meghatározod az elérni kívánt célokat, illetve magát az elemzés célját.
2. Majd gyűjtsd össze

azon tényezőket, adottságokat, tulajdonságokat, amelyek befolyással vannak a cél elérésére, ezek lesznek az úgynevezett SWOT faktorok.

3. Ezután a faktorokat a következő kategóriák szerint csoportosítsd:

- Erősségek: olyan személyes vagy szervezeti tulajdonságok/adottságok, amelyek az adott cél elérése érdekében segítségre lehetnek.
- Gyengeségek: olyan személyes vagy szervezeti tulajdonságok/adottságok, amelyek ártalmasságok lehetnek vagy hátráltatnak az adott cél elérése során.
- Lehetőségek: olyan külső tényezők, amelyek az adott cél elérése érdekében segítségre lehetnek.
- Veszélyek: olyan külső tényezők, amelyek ártalmasságok vagy hátráltatók lehetnek az adott cél elérése közben.

4. Rendezd a faktorokat végül táblázatformába, mivel a SWOT elemzést

ebben a formában a legkönnyebb áttekinteni.

Belső és külső tényezők

- Belső tényezők: az „erősségek” és a „gyengeségek” az egyén vagy szervezet belső jellemzői.
- Külső tényezők: a „lehetőségek” és a „veszélyek” a külső környezet által kínált adottságokat jelentik.

A belső tényezők, így az erősségek és a gyengeségek tartalmazhatják például a következő tényezők megítélését: az üzleti ötlet, a termék vagy a szolgáltatás jellege,

AMIRE VÁLASZT KELL TALÁLNI:

Erősségek:

- Milyen előnyei vannak az általad tervezett tevékenységnek?
- Mit csinálsz jobban, mint mások?
- Mit mondanak Rólad mások, mik az erősségeid?

Gyengeségek:

- Min lehetne javítani?
- Mit kellene elkerülnöd?
- Mit mondanak Rólad mások, mik a gyengeid?

Lehetőségek:

- Milyen lehetőségeid vannak?
- Milyen érdekes trendeket, piaci irányzatokat ismersz?
- Lehetőségek adódhatnak a következőkből: fogyasztói szokások, trendek, a gazdaság, a piac változásai, a kulturális háttér változásai, stb.

Veszélyek:

- Milyen akadályok merülhetnek fel?
- Mit csinálnak a versenytársaid?
- Számodra kedvezőtlen trendek látszanak a piacon?

	Segítő tényezők	Gátló tényezők
Belső tényezők	erősség	gyengeség
Külső tényezők	lehetőség	veszély

egyedisége, használhatósága, az árképzés és az értékesítés módja, az ismertség, a promóció,

a rendelkezésre álló pénz, a tömeges gyártás lehetősége, valamint a marketingképességek stb.

A külső tényezők, így a lehetőségek és veszélyek tartalmazhatják például a makrogazdasági adottságok értékelését, a technológiai fejlődés irányát, a jogi környezet befolyását, a társadalom kulturális beállítottságát, valamint a piaci környezet változását, a versenytársak elemzését és a versenyben elfoglalt helyed értékelését.

NÉHÁNY JÓ TANÁCS:

- Ne kezd el addig az elemzést, amíg meg nem határoztad az elérni kívánt célt! Egy SWOT elemzés nem állhatja meg a helyét, ha nincs meghatározva, hogy milyen szempontból végzed, milyen cél elérése érdekében készíted!
- Légy realista a SWOT elemzés során! Ne keverd össze vágyaidat a valósággal, hiszen a SWOT a jelenlegi helyzetet írja le, és nem a jövőt!
- A SWOT elemzés során mindig törekedj arra, hogy rövid és egyszerű legyen, nehogy „túlelemez” a helyzetet, illetve ne vessz el a részletekben!
- A SWOT elemzést néhányan összekeverik a lehetséges stratégiákkal. A SWOT elemzés a körülmények leírása, míg a lehetséges stratégiák cselekvések sorozatát tartalmazzák.
- Amennyiben a SWOT elemzést időszakonként felülvizsgálod, hatékony áttekintést kaphatsz vállalkozásod fejlődéséről.

Hogyan használd a SWOT elemzést?

Az elkészített táblázatban szereplő tényezőket érdemes fontossági sorrendbe tenni, vagy kísérletet tenni arra, hogy meghatározd:

- melyek azok a tényezők, amelyek döntő fontosságúak az adott döntés sikeréhez (megvalósulásuk esetén biztosan vagy biztosan nem lehet elérni a célodat);
- melyek azok a tényezők, amelyeket minimális ráfordítással jelentősen befolyásolhatsz (a ráfordítás lehet pénzügyi, de időbeli is!).

A fenti folyamat során érdemes megszűrni a tényezőket azért, hogy csak az igazán lényegesek maradjanak az elemzésben. Amennyiben ezekkel a kérdésekkel foglalkozol, akkor már tovább is léptél a stratégiakészítés irányába, hiszen elkezdhetsz azon gondolkodni, milyen lépéseket kell megtenned, és milyen sorrendben.

A SWOT táblázat ugyan-csak lehetőséget teremt például a következő stratégiai kérdések átgondolására:

- Hogyan használd az egyes erősségeket?
- Megszüntetheted-e – és ha igen, hogyan – az egyes gyengeségeidet?

! Válságtanácsadó

Mivel a SWOT elemzés többek között épp abban tud segítséget adni számodra, hogy rendszerini tudd a vállalkozásodra ható külső tényezők hatását, itt az idő, hogy újra számvetést készíts. Semmiképpen ne hagyd ki ebből az alábbi szempontokat:

- Mennyire „válságtűrő” az, amit csinálsz? (Azaz vevőd az elsőként mondanak le róla, vagy portékád annyira alapvető szükségletet elégít ki, hogy lehet itt bármekkora válság, nem mondanak, sőt nem mondhatnak le róla.)
- Mennyire stabil a céged, különösen versenytársaidhoz viszonyítva? Mivel a válság alapvető hatása a finanszírozási lehetőségek beszüntülése, így hasznos, ha kifejezetten pénzügyi szempontból is végiggondolod ezt.
- Nyújts-e valamilyen új lehetőséget számodra a válság? Hogyan alakítja majd át a Te piacodat? Megjelenhet – e valamilyen új igény vásárlói körében?

2.2

MI AZ A SWOT ANALÍZIS?

- Hogyan használj ki minden egyes lehetőséget?
- Hogyan védekezz, vagy előzd meg a veszélyeket?

A stratégiai kérdéseken túl fontos megjegyezni, hogy egy megfelelően elkészített SWOT az üzleti terv alapjául szolgál. Az egyszerűbb SWOT elemzést érdemes időszakonként, továbbá jelentősebb események bekövetkezte után felülvizsgálni, felújítani, így vállalkozásod vezetésében folyamatosan segítségedre lehet.

Amire fontos odafigyelni!

Fontos megjegyezni, hogy a SWOT elemzés csak

egy a lehetséges csoportosítási módszerek közül, melynek megvannak a maga előnyei és hátrányai.

A SWOT legfontosabb előnye, hogy nem igényel külső eszközöket, viszonylag gyorsan elkészíthető és gyakran felülvizsgálható, rugalmas eszköz. Az elemzés végeredménye felhasználható a stratégiakészítésnél.

A SWOT hátránya, hogy csak az elemzésben részt vevők véleményét tükrözi, így objektivitása megkérdőjelezhető. Ugyancsak hátránya, hogy nem mindig támo-

gatja kellőképpen azt, hogy kizárólag a fontos dolgokra összpontosíts. Sok esetben „listagyártást” eredményez, azaz a résztvevők az egyes jellemzők összegyűjtése után nem gondolják tovább, hogy azok mit is jelentenek a célok szempontjából, és hogy miként lehetne az egyes tényezőket felhasználni, vagy adott esetben a tényezők hatását tompítani.

Ezért nem elég csak listákat gyártani, hanem meg kell próbálni a tényezőket fontossági sorrendbe tenni, és így megítélni szerepüket az adott cél elérése szempontjából.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.sulinet.hu/tart/fcikk/Kiah/0/17921/1
- www.piacprofit.hu/kkv_cegblog/a-swot-analizis-elfeledett-lepesei/
- www.veniens.hu/vallalatepito/2009/07/04/betekintes-a-kockazatitokebefektetesekevilagaba-interju/

PIACKUTATÁS HÁZILAG

MIKOR VÁLLALKOZÁSOD INDÍTÁSÁT TERVEZNI KEZDTED, MÁR VOLT ELKÉPZELÉSED (ÖTLETED) ARRÓL, MIT AKARSZ ELADNI. AZ ÜZLETI TERV KÉSZÍTÉSE SORÁN VÉGIG KELL GONDOLNOD, HOGY AZ ÖTLET MIKÉNT ILLESZKEDIK A MÁR MEGVALÓSÍTOTT, HASONLÓ ELKÉPZELÉSEK KÖZÉ. A PIAC VIZSGÁLATA ABBAN SEGÍT, HOGY ELDÖNTHESD, MIKÉNT LEHET SIKERESEN MEGVALÓSÍTANI ELKÉPZELÉSED, RÉÁLISAN MILYEN CÉLOKAT TŰZHETSZ KI MAGAD ELÉ, S EGYÁLTALÁN MEGALAPOZOTT-E EZZEL AZ ÖTLETTEL PIACRA LÉPNI.

Miért kell gondolkodnod a piacról?

Azért, mert szinte sohasem egyértelmű, hogy a piac melyik szegmensében és miként tudod tervezett termékedet a legnagyobb sikerrel értékesíteni. Vállalkozóként gyakran tapasztalhatod: úgy kell vonzó portékával előrukkolnod, hogy a kínált termékek összeha-

sonlításának nincsenek egyértelmű, „egzakt” paraméterei, melyek alapján a vevők döntései többé-kevésbé előre jelezhetők lennének – vagy ha vannak ilyenek, azok nem a kezdőket segítik (mert pl. a minőségénél többet számít a hírnév vagy a megszokás stb.). Máskor azzal kell szembesülnöd, hogy valójában nagyon

hasonló termékeket eltérő vevői csoportoknak egészen eltérő módon (és áron) lehet értékesíteni. Ez persze lehetőség is, nem csak nehézség: ha jól ismered a piacodat, megtalálhatod azt a részét, amelyben a leginkább eredményesen tudsz értékesíteni. (Gondold csak végig: egy agyagedény egyaránt

(*) Mindenképpen fontos: piaci szereplőként vedd figyelembe (a) az adott terület legnagyobb, legismertebb cégeit és (b) az általad tervezetthez nagyon hasonló vállalkozásokat!

lehet művészi alkotás, szép dísz és egyszerű használati tárgy; mindhármat megveszik, de mások, másoktól és másért. Az általad termelt borból lehet hosszú évekig érlelt drága különlegesség vagy olcsó, friss kannás bor is; ahogy egy ruha, egy frizura lehet dizájnkülönlegesség vagy egyszerű napi viselet – mindnek van piaca, de vevői mások, és e termékeket máshol és másért vennék meg.)

A piackutatással az a cél, hogy eldöntsd, Te miként tudod legjobban eladni termékeidet, mi mennyire éri meg Neked. (Terméked természetesen nem csak tárgy, hanem szolgáltatás – hajvágás, fuvarozás, szakértői munka stb. – is lehet.)

Az alapkérdések

- a)** Kik vannak még a pályán (a kínálat)?
- b)** Mit keresnek és kik a vevők (a kereslet)?
- c)** Mit és miként érdemes Neked kínálnod?

Lássuk részletesebben!

a) Kik vannak még a pályán (a kínálat)?
Lehetőségeid feltérképezéséhez össze kell gyűjteni, ki kínál még a Tiedhez hasonló „termékeket” a piacon. A legegyszerűbb, ha készítesz egy listát, amiben összegyűjtöd:

- Kik azok, akik látszólag ugyanazt kínálják, mint amit Te szeretnél?
- Kik azok, akik valami hasonlót (is) készítenek, mint amit Te szeretnél? (A lista összeállításakor cselekedj úgy, ahogy egy átlagos, a finom különbségekre érzéketlen vevő is tenné. Ez sokat segít abban, hogy eldöntsd, mi minden látszik egyformának.) Ha megvan a listád, minden fontos piaci szereplőről (*) igyekezz megtudni:
- Mit mond saját magáról? (És mit mondott néhány évvel ezelőtt, ha változott, miben és miért?)
- Mit mond a termékeiről, szolgáltatásairól? (Mit emel ki és mit „hallgat

el”? Mit tart fontosnak, meggyőzőnek, megkülönböztető értéknek?)

- Kik és milyenek a vevői? (Mennyien vannak? Mennyire szoros a kapcsolata a vevőivel? Mit szeretnek benne? Van-e gyengesége a vevő szemében?)
- Mit gondolnak róla a „piacon”? (Miben számít jónak? Miben egyedi? Miben rossz? Milyen a híre? Változott-e – miben és miért – az elmúlt pár évben?)
- Mennyit (lenne) képes termelni, eladni? Hány vevőt/megrendelőt szolgál ki? Miért nem többet/kevesebbet? Melyek a korlátai?
- Mennyiért adja el a termékeit?
- Hogyan indult a vállalkozása? Mekkora tőkét fektethetett be? Miként fejlődött mostanáig?
- b)** Mit keresnek és kik a vevők (a kereslet)?

A teendő ugyanaz, mint az előbb: készíts egy listát arról, kik (vagy ha

terméked indokolja: milyen vevőtípusok) vásárolják az általad forgalmazni kívánt (és a hasonló) termékeket, majd gyűjtsd össze róluk:

- Mit tartanak a termék legfontosabb értékének? (A vevő a legritkább esetben vágyik egyszerűen csak egy termékre – sokféle dolgot tarthat értékesnek abban, amit megvesz: egyediségét; funkcionálisát; elérhetetlenségét, drágaságát, olcsóságát, egyszerűségét stb.)
- Megtalálják-e pontosan azt, amit keresnek? Miért (nem)?
- Van-e minden potenciális vevőnek pénze arra, amit valójában keres? Akinek

nincs, miről hajlandó lemondani az alacsonyabb árért? Mennyire állandó, megbízható a vevő, lesz-e pénze holnap is Tőled vásárolni? Miért (nem)?

- Mennyire hűségesek a vevők azokhoz, akikről most vásárolnak? Miért (nem)?

c) Mit és miként érdemes Neked kínálnod?

Ha a fentiekkel végeztél, már csak egy dolgod van: megkeresni azokat a pontokat, ahol Te valami egyedit, a többiekénél jobbat nyújthatsz. Ehhez az a) és b) pont kérdéseire szerzett ismereteidet kell összefésülni. Azaz:

- keress olyan vevőtípust, akiknek igényeit nem elégíti ki megfelelően a piac, vagy akiknek az igényeit valamiért Te jobban **(**)** kielégíthetnéd, és
- keress olyan versenytársakat (típusokat), akiknek piaci pozíciói gyengülben vannak, vagy akikét Te kikezdheted (mert valamely vevői igényt jobban ki tudsz elégíteni náluk)!

()** A „jobban” sok mindent jelenthet – akár azt is, hogy olcsóbban...

ARANYSZABÁLYOK A GONDOLKODÁSHOZ ÉS AZ ADATGYŰJTÉSHEZ

Józan paraszti ész – Ha sokáig foglalkozol egy dologgal, gyakran előfordul, hogy egészen hajmeresztő következtetésekre is eljutsz, miközben teljesen logikusnak látod őket. Ezért érdemes időnként „külső szemlélőként”, megfontoltan végiggondolni azt, amire jutottál. Ha úgy tapasztalod, hogy elképzelésed nagyon bonyolult, túl sokat kell magyarázni, akkor kezdhetsz gyanakodni, hogy valahol eltévedtél. Inkább kezd elölről a gondolkodást, amíg egyszerűen elmondható következtetésekre nem jutsz.

A másik szempontjai – Mindig keress ellenérveket! Csak akkor gondold, hogy egy következtetésed helyes, ha az ellenérveket képes vagy cáfolni. Sose hagyd, hogy egy szívednek kedves következtetés miatt idő előtt befejezd a gondolkodást.

Mindenkinek a megfelelő kérdést – Az adatgyűjtés mindig a kérdések rendszerezésével kezdődik: gondold végig, hogy döntésedhez mi mindent kell megtudnod! Amikor azonban adatgyűjtés közben valakitől információt próbálsz szerezni, ne a végső kérdést tedd fel neki, csak azt, amire valóban válaszolni tud. A végső kérdésekre majd Neked kell válaszolnod!

Jegyzetelj! – Írd le az ötleteidet, benyomásaidat, amint eszedbe jutnak. Épp elég lesz később végiggondolni ezeket, ne terheld magad azzal, hogy fejben tartod őket!

Rendszeresen összegezz! – Időről időre összegezd, hogy meddig jutottál a gondolkodásban. Tedd világossá, mi az, amit már eldöntöttél, s mi az, amin még gondolkodnod kell. S ha szükséges, változtass eredeti terveiden az időközben szerzett eredmények függvényében.

Te dönts! – Ez minden szabály közül a legfontosabb! Sokan segíthetnek Neked tanácsokkal, sokan szívesen meg is mondják, hogy mit kellene tenned. De végül Te viszed vásárra a bőrödöt – ezért sose feledd, minden fontos döntést Neked kell meghoznod. Ezt nem bízhatod másra, hiszen a következményeket is csak Te viseled!

Ha találtál ilyeneket, meg is határoztad azokat a pontokat, ahol van igény a termékedre és lehetőség is annak értékesítésére. Az így meghatározott reális piaci lehetőségek közül kell majd kiválasztanod azt, amelyiket kihasználni igyekszel. Ekkortól – de igazából csak ekkortól – már számíthatnak a Te ambícióid is: a lehetséges utak közül válaszd azt, ami személyesen is a leginkább közelebb áll hozzád. (A körültekintő tájékozódásnak köszönhetően már tudod azt is, hogy az egyes utak milyen befektetésekkel, lehetőségekkel és lemondásokkal járnak. Ezért fontos is, hogy a reális lehetőségek közül a Neked leginkább testhezállót válaszd.)

Hogyan szerezhetsz információkat a döntésedhez?

Mivel házilag akarsz (kell) piacot kutatni, egy dolog biztos: arra kell támaszkodnod, amit saját magad elvégezhetsz. Ehhez adatokat kell gyűjtened, majd el kell gondolkodni rajtuk, azután újra adatokat gyűjteni és ismét összegezni.

Eddig azzal foglalkoztunk, mit kell végiggondolnod – most nézzük, hogyan gyűjthetsz információt! Ingyenes információt két forrásból szerezhetsz, ezek:

a) Az internet (▶ 9.9. fejezet: Házi piackutatás online eszközökkel) – A (leendő) versenytársak egy részét biztosan megtalálod itt, és ötleteket gyűjteni is jól lehet a világhálóról (talán máshol

már valaki szembekerült a Te problémáddal, és megoldotta...). Csak az internetről azonban nem fogsz eleget megtudni!

b) Személyes adatgyűjtés – Bizony, nyakadba kell vened a környéket, várost (rosszabb esetben az országot), és megnézni, ki mit kínál, hogyan csinálja. Egyebek mellett például az árakat is így lehet jól megismerni. Ráadásul személyesen a nézelődésnél többet is tehetsz: beszélgethetsz. Kérdezd meg azokat, akik már előrébb vannak, mint Te, hogyan kezdték, mik voltak a nehézségeik. Hogyan lettek úrrá rajtuk? Mit tanácsolnának Neked? És persze megpróbálhatod faggatni a vevőket is. E beszélgetések sokféle

módon történhetnek. Lehetsz „segélykérő” kezdő, „álcázhatod” magad vevőnek, kereshetsz ismerősöket, akik beajánlanak barátaiknak stb. Csak arra figyelj, hogy általában (és hosszú távon) „piacot kutatva” sem érdemes nagyon idegen szerepekbe bújni és céljaidról nagyon sokat hazudnod! Mindkettő fölöslegesen bonyolítja helyzetedet!

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

A piackutatók egykor úgy döntöttek (és ha már így tettek, következetesen ragaszkodnak is ehhez), hogy munkájukat a szaktudás örök misztériuma övezi majd, és hogy igazából sosem foglalkoznak majd induló mikrovállalkozások támogatásával. Ám ha Te valamiért mégis többet szeretnél tudni a piackutatásról, e könyvben érdemes tájékozódnod:

- Hoffmann Márta – Kozák Ákos – Veres Zoltán: Piackutatás (Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 2000) – itt széles körű áttekintést kaphatsz a piackutatások során alkalmazott módszerekről.

A MARKETING- TERV ELKÉSZÍTÉSE

PIACGAZDASÁGBAN ÉLÜNK. HA A VÁLLALKOZÓ TERMÉKÉVEL PIACRA LÉP, KÉNYTELEN KITENNI MAGÁT A KERESLET/ KÍNÁLAT ÉVEZREDES TÖRVÉNYEINEK. A MARKETINGELMÉLET A MINDENNAPI VALÓSÁGBÓL TÁPLÁLKOZIK, EZÉRT ÉRDEMES MEGISMERNED ÉS ALKALMAZNOD ESZKÖZTÁRÁT.

Mire jó a marketing? Kivel és hol akarsz kommunikálni?

Az előző fejezetekben az adatgyűjtés, a piackutatás, az információk fontosságáról esett szó, majd az üzleti tervről és ezen belül saját helyzeted felméréséről. Mostanra megértetted, hogy minden egyes óra, amikor dolgozol, ha csak fantáziálsz, terveket, vázlatokat készítesz is, pénzbe kerül, de fogalmazzunk inkább úgy, hogy pénzt ér, ára van, amit lehetőleg érvényesítened kell majd a terméked vagy szolgáltatásod árában.

Milyen eszközeid vannak?

Kimondva, kimondatlanul mindenkinek létezik valamilyen filozófiája, értékrendje, amihez cselekvését igazítani próbálja. A vállalatok esetében sincs ez másképp, álljon itt példaként a Magyar Marketing Szövetség küldetése: „A Magyar Marketing Szövetség a marketingszakma társadalmi elismertségének biztosítása és a gazdasági életben történő sikeres és hatékony alkalmazásának elősegítése révén kíván

hozzájárulni Magyarország fejlődéséhez, honfitársaink életszínvonalának emelkedéséhez, kapcsolatrendszerünk révén Magyarország nemzetközi elismertségének növeléséhez.” Könnyű belátni, hogy egy vállalkozó számára milyen fontos, hogy legyen filozófiája és küldetése, s ezt folyamatosan gondolja újra, finomítsa, fejlessze.

A marketingterv ehhez annyit tesz hozzá, hogy rendszeresen eszedbe juttatja, apropót ad, segít újragondolni, szavakkal is

2.4

A MARKETING- TERV ELKÉSZÍTÉSE

megfogalmazni önmagadat és törekvéseidet. Ha pedig mindezt egy sikeres vállalkozás fejlődése során segíti elő újra és újra, már kész főnyeremény, hogy a marketingszakmát feltalálták.

A marketingterv a vállalkozások esetében az üzleti terv része. Mindekelőtt bemutatja a piaci működés közegét, azt az ágazatot, ahol előállítod, majd eladod termékeidet vagy szolgáltatásaidat.

Az elvont, hatalmas piac helyett megfogalmazza azt a jóval konkrétabb piaci területet, ahol tevékenykedni szeretnél. Meghatározza a célcsoport(ok) ún. demográfiai és pszichológiai jellemzőit, vásárlási szokásait, fizetőképességét, elérhetőségük módját stb. (Soha ne feledd, hogy mindez akkor is igaz és megfontolandó, ha adott esetben nem konkrét termékedet, hanem tehetőségedet, kreativitásodat,

szakmai tudásodat viszed piacra, hiszen ezek is árucikkek!)

A marketingtervnek meg kell fogalmaznia, hogy kik a versenytársaid, hol adnak el, milyen az árpolitikájuk, és hogyan kommunikálnak azok, akik ugyanabban a körben mozognak a piacon, mint Te. Mielőtt nekilátsz ötletelni, tervezni, gyűjts információt! Nézd meg a sikeres márkákat és üzeneteiket, csoportosítsd őket, elemezd, hogy melyik miért tetszik, és melyik miért nem. Legyen házilagos piackutatásod része ez is! A jól összegyűjtött és jól elemzett információ nem kis lépés a sikeres piacon maradáshoz és fejlődéshez!

Pozicionáld magad! Gondold végig, mik azok az előnyök, amik csak Tőled, szolgáltatásaidtól, termékeidről várhatók! Miért lesz a vevőnek jó, ha Nálad vásárol, miért lesz jó neki, ha szerződött, ha partnered lesz valamelyik piacon?

Hiszen vagy termékeidet szeretnéd eladni neki, vagy valamilyen szolgáltatás keretében ajánlasz hosszabb-rövidebb távú együttműködést számára.

Ezeknek a kérdéseknek a megválaszolása elengedhetetlenül szükséges ahhoz, hogy nyerő marketingstratégiát építhess, stratégia nélkül pedig nem fogod sikerrel alkalmazni a rendelkezésedre álló kommunikációs eszközöket sem. (▶ 8.1.–8.7. fejezet) Vállalkozásod minden megnyilvánulása – a választott vizuális jegyeiktől az árázason, az esetleges hirdetéseiden keresztül

MINEK NEVEZZELEK?

Sajnos egyéni vállalkozásnak nem lehet fantázianeve, csak „X. Y. egyéni vállalkozó”-ként nevezheted magad, ahol az „X. Y.” a Te nevedet jelöli. Ha egyéni vállalkozó vagy, de szeretnél fantázianevet, akkor „egyéni céggként” kell bejegyeztetned vállalkozásodat a cégbíróságon. Ettől még a vállalkozás nem válik „társassá”, és az egyéni vállalkozókra vonatkozó törvényeket kell alkalmaznod továbbra is.

Ha bt.-t, kft.-t (tehát gazdasági társaságot) alapítottál, akkor a cégnév kötelező kellék, aminek egyedinek kell lennie. Célszerű egy kis időt áldoznod a legmegfelelőbb név kiválasztására. A jó név rövid, könnyen megjegyezhető, könnyen kiejthető, utal a vállalkozás tevékenységére. Ha terveid között szerepel a külföldi megjelenés is, akkor alapesetben ne legyenek benne sajátos magyar hangzók (mint például „ny”, „ü” stb.), és ne lehessen félreérteni az adott nyelven (sem)! Ha cégnevedet egyben honlapod doménneveként is használni kívánod, akkor a választás előtt nézd meg, hogy az adott doménnév szabad-e. (▶ 9.5. fejezet: Hogyan jelenhetsz meg az interneten?)

MINDENNEK AZ ALAPJA: AZ ÜZLETI TERV

a Te megjelenésedig – kommunikáció, és mint ilyen visszahat rá. Ezerféle formában és eszközön kommunikálsz, és ez a sokszínűség akkor működhet majd jól, ha van egy olyan alapgondolata, közös jegye, ami mindenhol megjelenik. A kommunikáció alapja ennek a

gondolatnak, üzenetnek a megtalálása. (▶ 8.1. fejezet Mi van a reklám előtt?)

A marketingterv elkészítésekor fontos, hogy megőrizd realitásérzéked. A következő fejezetekben sokat foglalkozunk majd a pénzügyi tervezés, finanszírozás alapjaival, azzal azonban már most tisztában kell lenned, hogy a kommunikáció gyakran költséges dolog, még akkor is, ha nem a nagy reklámkampányokra, hanem a Te vállalkozásod kommunikációs megnyilvánulásaira – például névjegyekre, prospektusokra, honlapra – gondolsz. Miközben fejlődő vállalkozásod – másként fogalmazva: márkád – kommunikációs

lehetőségein gondolkodsz, fontos leszögezni, hogy a marketingre, kommunikációra fordított költségeket

is meg kell majd keresned (azaz beépülnek majd terméked, szolgáltatásod árába).

ESZKÖZÖK ÉS VIZUÁLIS FANTÁZIA A MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ TERÜLETÉN

Régebben megkülönböztettek ATL (Above the line, azaz vonal feletti) és BTL (Below the line azaz vonal alatti) kommunikációs eszközöket. Alapesetben az ATL eszközök voltak a megvásárolt médiafelületek, míg a BTL eszközök az eladáshelyi ösztönzők (az elnevezés onnan jön, hogy régebben a kampánybűdzse maradékát szánták a vonal alatti, nem hagyományos eszközökre).

Klasszikus ATL eszközöknek tekinthetők a televízió és a rádió, a nyomtatott sajtó és sok ún. outdoor eszköz, hagyományos és óriásplakát. A BTL eszközeihez tartozónak tekintették az összes többi, például az eladáshelyi ösztönzőket, beltéri plakátokat, szórólapokat, a direktmarketing-leveleket, a telemarketinget, a kreatív médiafelületeket, a webes felületeket és az események, rendezvények által közvetített kommunikációt.

Nap mint nap termelődnek újabb és újabb, hatásos kommunikációs eszközök, és ezeket már nem külön-külön, hanem együtt alkalmazzák: ezért ma már inkább integrált marketingről beszélünk. A mai médiumokat már nem lehet egyértelműen vonal fölötti és alatti területekre osztani: ennek szakneve lett a TTL (Through the line, azaz kb. „át a vonalon”). Számtalan új felület és eszközötlet pattan ki az alkotók fejéből, s ezek célzottabban és hatékonyabban közvetíthetnek egy-egy üzenetet, mint mondjuk egy óriásplakát.

Ezen a ponton találkozok össze vállalkozásod azokkal a marketing-ismeretekkel, amikről vélhetően keveset hallottál, de hidd el: minden alkotásod, terméked, szolgáltatásod többet fog érni és jobban eladható, ha – kritikával természetesen, de – figyelembe veszed munkád során a marketing eszköztárát.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- Rekettye Gábor: Kisvállalati marketing (Akadémiai, Budapest, 2007)
- Oliviero Toscani: Reklám, te mosolygó hulla (Park, Budapest, 1999)
- Al Ries – Jack Trout: Marketingháború (Bagolyvár, Budapest, 1996)
- Dr. Szeles Péter: Arculatelmélet – A hírnév ereje (Alapítvány a PR Fejlesztéséért, Budapest, 2001)

A SZÁMOK NYELVÉN: A PÉNZÜGYI TERV

2.5

A SZÁMOK
NYELVÉN:
A PÉNZÜGYI TERV

PÉNZÜGYI TERVET KÉSZÍTENI NEM FELTÉTLENÜL KELLEMES, DE MINDENKÉPPEN HASZNOS DOLOG. ELSŐSORBAN MAGADNAK KÉSZÍTED, HOGY MÉG A CÉG/SZOLGÁLTATÁS/TERMÉK ELINDÍTÁSA ELŐTT NAGY VALÓSZÍNŰSÉGGEL KIDERÜLJÖN, ÉLETKÉPES-E AZ ELKÉPZELÉSED, MEGÉLHETÉST ÉS NYERESÉGET BIZTOSÍT-E RÖVID VAGY KÖZÉPTÁVON, ÉS TUDOD-E FINANSZÍROZNI A KEZDETI IDŐSZAKOT. EGY JÓ PÉNZÜGYI TERV – A SZÜKSÉGES ÉS RENDELKEZÉSRE ÁLLÓ PÉNZ HIÁNYÁBAN – ARRÁ IS JÓ, HOGY A MŰKÖDÉSHEZ HITELT VAGY TÁMOGATÁST IGÉNYELJ, ESETLEG ÜZLETTÁRSAT VONJ BE, ÉS SZÁMUKRA A PÉNZÜGYI MEGTÉRÜLÉS TERVEZHETŐ LEGYEN. A KÖVETKEZŐ FEJEZET EGY ÁTGONDOLT PÉNZÜGYI TERV MEGÍRÁSÁHOZ PRÓBÁL SEGÍTSÉGET NYÚJTANI.

Ha részletes pénzügyi tervet kell készítened, hasznos lehet tanácsadó vagy könyvelő segítségét kérni, akik részletekérdésekben (mint például költségek elszámolása, eszközök értékcsökkenése, bérjárulékok vagy adók) eligazíthatnak, de az alapokat

bárki összeállíthatja. A legfontosabb, hogy bármilyen kedves is Neked az ötleted, lehet, hogy üzletileg nem állja meg a helyét, ezért a legfontosabb, hogy igyekezz objektív és reális tervet készíteni. Ehhez néhány szabályt érdemes betartanod.

Mi kell a pénzügyi tervhez?

Ha kialakult a termékről/ szolgáltatásról az elképzelésed és túl vagy az alapos piackutatáson, neki lehet fogni a pénzügyi terv összeállításának. Ezt célszerű számítógépen, MS Excelben felépíteni,

2

MINDENNEK AZ ALAPJA AZ ÜZLETI TERV

Így könnyen látható, hogy egy-egy eleme – mint például egy termék ára vagy mennyisége, valamilyen költség –, milyen mértékben módosítja a tervet. Ha új üzletről van szó, legalább az első évet érdemes havi, a későbbiek már elegendő éves bontásban elkészíteni. Legalább három évre szóló pénzügyi tervet készíts, de öt évnél nem kell hosszabb.

Ahhoz, hogy reális terv szülessen, ajánlatos mindent a részleteiből felépítened, lehetőség szerint minél jobban alátámasztott számokkal, így valószínű,

hogy a végeredmény is a realitásokat fogja tükrözni. Elsőként írd össze minden, az üzlettel, a szolgáltatással kapcsolatos alapfeltételezést, ezekből számíthatók majd a bevételek és a költségek.

A pénzügyi modell felépítése során mindig a részleteket tervezd meg először, és úgy haladj az egész felé. Azaz, például ne csökkentsd egyszerűen a bérköltségeket, hanem tervezd meg, hány ember kell a szolgáltatáshoz, termeléshez, adminisztrációhoz; hol mennyi az egy főre eső bér és járuléka. Ha megfordítod a sorrendet, hiába tervezed meg alaposan a részleteket, a végeredménynek nem sok köze lesz a valósághoz.

Mit tartalmazzon a pénzügyi terv?

- **A termék/szolgáltatás piaca és a bevételek:** kik lehetnek az ügyfelek, a vevőkör mérete és növekedése, közülük

mennyit érhetsz el, és hogyan, ők mennyi szolgáltatást/terméket vesznek igénybe, van-e versenytárs? Ezek tervezése a rendelkezésre álló adatok hiányában sok kreativitást is igényelhet, érdemes több megközelítésből becsléseket készítened. Mindezekből kalkulálhatod az árbevételt.

- **Költségek, amiket érdemes típusok szerint bontanod:**

> Anyag jellegű költségek: ez tevékenységenként igen különböző lehet. Egy építésznél fontos és drága lehet egy tervezőszoftver ára és licencdíja, egy kellően nagy teljesítményű számítógép vagy laptop, egy boltos esetében a bolt és a berendezés bérlete és fenntartása, egy termelő cég esetében az alapanyag-mennyiség (ahol fontos lehet a hulladék mértéke is), az energia, a szükséges

eszközök (ideértve a szerszámokon túl a polcokat, asztalt, székeket is), de akár a honlap költségei is. Gyakorlati kérdés, hogy az eszközöket béreli-tet-e, vagy mindent meg kell vened.

> Bér jellegű költségek: hány ember kell a tevékenységhez vagy munkád támogatásához, értékesítéshez, adminisztrációhoz, és mennyiért; hogyan fog a munkaerőigény növekedni a bővüléssel, és mindezekre mennyi bérjárulékot kell fizetni? Különösen szolgáltatás jellegű tevékenységek-nél nagyon fontos a megfelelően képzett munkaerő költségének becslése.

> Egyéb költség, ami mindig lesz: informatikai, kommunikációs, jogi és banki költségek, helyi adók, járulékok, illetékek és a többi, és a többi...

2.5

A SZÁMOK NYELVÉN: A PÉNZÜGYI TERV

- **Befektetett eszközök:** beruházás, felújítás, fejlesztés, amortizáció (vagy értékcsökkenés), ami például akkor fontos, ha nagy értékű beruházásod lesz, mint

! Válságtanácsadó

Bár e fejezetben is felhívtuk a figyelmet, hogy ne változtass állandóan a pénzügyi terveden, a mostani gazdasági válság körülményei között mindenképpen a fokozott óvatosságot javasolnánk.

Sajnos nagyon könnyen elképzelhető, hogy az elmúlt évek tapasztalatai alapján felállított idei pénzügyi terv bevételi oldala nem valósul meg, költségoldala – például az emelkedő forrásköltségeid, vagy éppen a váratlan euró/forint árfolyam okán – viszont magasabb lesz. Mindezen önmagában persze nem segít egy karbantartott pénzügyi terv, vagy éppen cash flow-tábla, de romló piaci körülmények között talán mindennél fontosabb, hogy reális képet láss vállalkozásodról.

Éppen ezért azt javasoljuk, hogy a válság időszakára térj vissza a cash flow havi bontásban való tervezéséhez és folyamatos, naprakész nyilvántartásához. Ez azért is fontos, mivel rövid távú finanszírozási probléma esetén egy áthidaló hitel vagy forrás megszerzése is időbe – gyakran hónapokba – telhet.

például egy laptop vagy szállító jármű. Az amortizáció elszámolható költség lehet, így adódat csökkentheted, ám mégsem jelent készpénzkiadást, mivel az eszköz értékének csökkenését ismeri el. Ez a készpénzáramlás tervezésekor lényeges.

Fontos, hogy megoszd vállalkozásod költségeit aszerint, hogy a szolgáltatás bővülésétől függő, ún. változó költség, vagy attól független, ún. állandó költség, amit mindenképp fizetni kell. (Fix kiadásaid sajnos akkor is lesznek, ha lassabban indul be az üzlet, vagyis eleinte nincs annyi vevőd, mint tervezted!) A bevételekből és a költségekből már kijön a működési eredmény.

Ezt követően érdemes elvégezni a fedezetelemzést (vagyis milyen mértékű nyereség várható a tevékenységből), illetve kiszámolni, hogy – figyelembe véve változó és állandó költsé-

geid nagyságát – milyen minimális szolgáltatásnyerésnél válik nyereségesé az üzlet alaptevékenysége, függetlenül például a rendkívüli tételektől és a választott finanszírozási mód költségeitől.

Ezt követően tervezhetők az egyéb rendkívüli bevételek és kiadások (ezeket eleinte a tervezett bevételek és kiadások 10–15 százalékára tervezheted); a pénzügyi (például kamat) bevételek és kiadások (a nagysága jórészt attól függ, hogy a cég saját pénzét használja-e vagy hitelt vesz fel); valamint a fizetendő adók és az adózott eredmény.

- Beruházások: ha nagyobb értékű gépre, eszközre, ingatlanra (például bemutatóterem, iroda), számítógépre lesz szükséged, annak fontos lesz a beszerzése, az évente elszámolható amortizációja (mivel ez csökkenti adódat), karbantartása (mert ez költséget jelent majd), és finanszírozása

(ami lehet saját erőből vagy hitelből, aminek persze költsége lesz). Ennek tervezését az üzlet indulásához és növekedéséhez kell igazítani.

- Finanszírozás: itt a saját erőt, külső (hitel) finanszírozást és a költségeket tervezzük (▶ 3. fejezet A finanszírozás alapkérdései).
- Cash flow: ebben követhetők a pénzmozgással járó kiadások és finanszírozásuk.

Mivel tehető megalapozottabbá a pénzügyi terv?

Részletességgel. Minél pontosabbak a részle-

2

MINDENNEK AZ ALAPJA AZ ÜZLETI TERV

tek, annál több buktatót kivédhetsz, annál kisebb lesz az eltérés a valóságtól. Minél rövidebb időszakokra bontod az üzleti tervet (éves helyett negyedéves, havi vagy heti), annál pontosabban tervezhető, hogy adott időszakban lesz-e elég pénzed a működésre, vagy kölcsönre szorulsz. Ugyancsak pontosabban követhető, hogy teljesíted-e az üzleti tervet, vagy módosítanod kell menet közben.

Készítsd el a pénzügyi terv szöveges mellékletét is, amelyben leírod a finanszírozási

tervet, aminek része, hogy mekkora a saját erő, van-e befektetőd, milyen feltételekkel, mennyi időre és mennyi hitelre van szükséged, és a hitel költségei kitermelhetők-e az üzletből. A szöveges leírás sokszor rávilágít a még kiaknázatlan erősségekre és lehetőségekre, de akár a tevékenység üzleti életképtelenségére is. Készíts érzékenységi vizsgálatot. Azaz, nézd meg, mi történik például, ha 20 százalékkal felemelik a bérleti díjat; megjelenik egy versenytárs 30 százalékkal olcsóbb termékkel, szolgáltatással; megnő az alapanyag ára; három munkatárs kell kettő helyett, 15 százalékkal magasabb bruttó bérért. Ezáltal láthatóvá válik, hogy mekkora tartalékok vannak az üzleti tervben, mennyire „szoros” a finanszírozás.

És végül: légy nagyon óvatos! Fontos, hogy a pénzügyi terv ne legyen „kicentizve”, az érzékeny-

ségi vizsgálat alapján bánj óvatosan a bevétel-tervezéssel, és hagyj vész-tartalékot a költségekre. Különösen a kezdeti

időszakra komolyabb tartalékokkal számolj, mivel a költségek mindig jóval előbb jelentkeznek, mint a bevételek.

MI AZ A CASH FLOW?

Magyarul: tényleges pénzmozgás, másként, mikor mennyi bevételed lesz, illetve mikor mennyit kell költségekre és eszközvásárlásra (beruházásra) költened, és ezt miből fizeted ki. Egyrészt nyilvánvaló (sokszor mégis előre nehezen belátható), hogy jóval előbb kell a kisteherautót vagy szerszámaidat megvenni és kifizetni (feltéve, ha nem hitelre veszed), mint ahogy az első fuvart lebonyolítod, vagy az elromlott eszközt megjavítod. Ugyancsak nyilvánvaló, hogy mivel kezdő üzletnél a bevételek jó ideig kisebbek, mint a kiadások, a különbözetet valamiből fedezni kell, ebbe mégis sokan belebuknak.

A cash flow-számítás alapja természetesen a bevételi, költség- és beruházási terv, de itt nem kell számolni az amortizációval (mint a költségeknél), mert az nem készpénzkiadás, inkább egy az eszközök értékének csökkenését elismerő adókedvezmény. Ha a készpénzkiadás tervezése megvan, át lehet térni a finanszírozásra (▶ 3. fejezet A finanszírozás alapkérdései), ami történhet saját erő felhasználásával vagy hitelfelvétellel (ez esetben fontos, hogy a kiadások között a kölcsöntörlesztések és kamataik is szerepeljenek).

A cash flow számolásánál – különösen eleinte – fontos, hogy minél pontosabban terveld a bevételek és kiadások időzítését. Az első évre mindenképp érdemes havi bontásban megtervezni a pénzmozgásokat. Erre azért fontos gondolni, mert általában előre kell finanszíroznod a cég működését, azaz, jelentős idő telhet el az üzlet bérleti díjának kifizetése és az anyag megvásárlása, illetve a nyújtott szolgáltatás díjának beérkezése között. Amíg a díjad vagy szolgáltatásod/terméked ára nem érkezett be Hozzád, addig a Te pénzed van lekötve, Neked kell azt finanszírozni. Ugyancsak ügyelj az adók (az áfafizetés és -visszaigénylés) időzítésére is.

MIVEL SZÁMOLJ?

Elvben papíron, ceruzával és egy számológéppel is tudsz pénzügyi tervet csinálni, de azért erre ma már vannak kényelmesebb eszközök is.

Bár nyilván nem az MS Excel a kedvenc programod, a pénzügyi tervezéshez sajnos mégis ez az egyik leginkább kézenfekvő választás.

Segítségül egy elképzelt cég pénzügyi tervének táblázati struktúráját is elkészítettük Számodra:

▶ 1. Függelék: Táblázatok a pénzügyi terv elkészítéséhez

Módosítsd-e a pénzügyi tervet?

Egyszerű a válasz: igen és nem. Nem kell és nem is szabad havonta átírni a pénzügyi tervet, mert ezzel követhetetlené válik az eredeti cél számodra, és a finanszírozónak (bank vagy befektető) is!

Fontos, hogy ennek ellenére kövesd az eltéréseket az eredeti tervhez képest, és ha lehet, keresd meg az okokat is, minél alaposabban. Ne állj meg ott, hogy kevesebb lett a bevétel! Miért? Drága a szolgáltatásod, alkotásod, terméked? Nem elég jó? Nem elég

ismert? Vagy ismert és jó, csak például gyakorlatilag nem tudsz több ruhát megvarrni/több virágcsokrot elkészíteni/több fuvart vállalni egy nap? Természetesen ugyanilyen kíméletlenül kell figyelni a költségekre is. Ha azonban látható, hogy bármely irányba folyamatos az eltérés a tervtől, akkor módosítani lehet és kell is. A tervezésnél mindig jobb konzervatívnak, óvatosnak lenni, mint optimistának. Ezért pozitív irányba csak nagyon átgondoltan módosíts, a kedvezőtlen változást viszont annál szigorúbban kezeld.

2.5

A SZÁMOK NYELVÉN: A PÉNZÜGYI TERV

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.vallalkozas-okosan.hu/penzugyi_terv_keszitese
- www.kamarainkubator.hu/index.php/2012-11-27-10-22-53/uezleti-terv-sablonok/item/15-p%C3%A9nz%C3%BCgyi-terv

MIT JELENT A FORRÁS- BEVONÁS?

VÁLLALKOZÓKÉNT NEM CSAK AZ ÜZLETHEZ KELL ÉRTENED, HANEM SOK EGYÉB MELLETT EGY KICSIT PÉNZÜGYESNEK IS KELL LENNED. EBBEN A FEJEZETBEN SEGÍTÜNK ÁTGONDOLNI A FINANSZÍROZÁSSAL KAPCSOLATOS FŐBB KÉRDÉSEKET, SZÓ LESZ A KÜLÖNFÉLE FINANSZÍROZÁSI LEHETŐSÉGEKRŐL, ÉS MEGMUTATJUK, HOGYAN INDULJ EL, MIRE SZÁMÍTHATSZ.

Akár új vállalkozást indítasz, akár egy meglévőt szeretnél bővíteni, előbb utóbb felmerül a kérdés, miből fogod mindezt finanszírozni? A legegyszerűbb helyzet természetesen az, ha nemcsak remek üzleti ötleted van és ehhez már jórészt el is készült egy megfelelően kidolgozott üzleti terv, hanem a megvalósításhoz szükséges források is a rendelkezésedre állnak, azaz van annyi pénzed, amennyire szükséged van. Ebben az esetben

rengeteg nyugttól kímélheted meg magad. Vállalkozásod nem függ mástól, senki nem fog beleszólni abba, mit hogyan csinálj, és nem utolsósorban nem kell rengeteg időt eltöltened annak a megvalósolásával, hogy honnan is lesz pénzed terveid megvalósításához.

Valószínűbb azonban, hogy nem rendelkezel a vállalkozás elindításához vagy működtetéséhez szükséges forrásokkal. Az is elképzelhető, hogy saját pénzedet alaptőke formájában (vagy magánszemélyként saját magad által a cégednek nyújtott hitelként, azaz

MIRE KELLENEK A FINANSZÍROZÁSI FORRÁSOK EGY VÁLLALKOZÁSNAK?

A vállalkozás a forrásaiból veszi meg a működéséhez, növekedéséhez szükséges eszközöket, teljesíti a fizetési kötelezettségeit (pl. szállítók, adók stb.), amíg bevételei be nem folynak.

3.1

MIT JELENT A FORRÁS- BEVONÁS?

MIT JELENT A PÉNZ IDŐÉRTÉKE?

Kicsit elvontnak tűnik, pedig pofonegyszerű. Az időérték révén „utazol az időegyenesen”, és tudsz különböző időpontokban rendelkezésre álló pénzeket egymással összevetni. A pénz időértéke egyszerűen annyit jelent, hogy egyenértékű egymással ma 100 Ft vagy 1 év múlva 110, ha 10% a kamat.

Tehát, ha ma 100 Ft-tal többet akarsz költeni, mint amennyi pénzed van (azaz hitelt veszel fel), az egyben azt is jelenti, hogy 1 év múlva az akkori pénzedből 110 Ft-ot kell majd visszafizetned. Kérdés, hogy érdemes-e, vagyis amire Te használsz fel a pénzt (pl. beruházod), hoz-e legalább annyit, mint amennyit vissza kell fizetned?

Tovább bonyolítja a helyzetet, ha többféle beruházási lehetőség közül választhatsz, hogyan hasonlítsd össze őket? Minden lehetőség más és más időpontokban jelent bevételeket és kiadásokat a számodra. Ezek – éppen a pénz időértéke miatt – nem adhatók csak úgy egyszerűen össze, illetve vonhatók ki egymásból. Hogy ezt meg tudd tenni, ki kell számolnod a jelenértéküket. A jelenérték nem más, mint a jövő bármely időpontjában rendelkezésre álló pénzösszeg mai időpontra számított értéke (a példánkban az 1 év múlva esedékes 110 Ft jelenértéke 100 Ft, ha a kamat 10%).

Ha kiszámolod minden előtted álló lehetőség jelenértékét, azaz mennyit érne ma mindaz, amit a jövő különböző időpontjaira vársz, mindjárt összehasonlíthatóvá válnak, és válaszolni tudsz a két lényegi kérdésre: érdemes-e megvalósítani a beruházást, és ha igen, milyen források bevonásával?

tagi kölcsönként) már felhasználtad a cég alapítása, eddigi működése során, és most egyszerűen csak a növekedéshez van szükséged további forrásra.

Először is győződj meg arról, hogy tényleg forrás-

ra van szükséged! Nézd át még egyszer az üzleti tervedben szereplő költségeket, gondold végig, hogy valóban akkora irodára, annyi számítógépre, olyan anyagokra van-e szükséged. Nézd meg azt is, hogy nem lehet-e átütemezni kiadásaidat.

Ha mindezt már megtetted, és még mindig úgy látod, pénzre van szükséged, ideje elgondolkodni a lehetőségeken. Számtalan különféle finanszírozási lehetőség közül választhatsz: megoldást jelenthet egy baráti kölcsön, banki hitel, lízingügylet, faktoring, egy szakmai befektető tőkerészesedése vagy akár állami támogatás is.

Mivel jár, ha forrást vonsz be?

Amikor vállalkozásként (vagy akár) magánszemélyként forrást vonsz be (hitelt veszel fel vagy tőkét szerzel), gyakorlatilag utazol az időben: több pénzt költhetsz el a jelenben, mint amennyit előzőleg összegyűjtöttél vagy úgy is mondhatjuk, hogy ma költöd el a jövőbeni megtakarításaidat. Aki pedig nyújtja Neked a hitelt vagy tőkét, lemond arról, hogy ő maga költse el, amit eddig megtakarított, inkább odaadja Neked.

Viszont a bank a hitelért kamatot, a befektető pedig részesedést kér cégedből, ez az ára a „segítségüknek”. Tehát tekintsd úgy, hogy ha többet költesz ma, mint amennyi pénzed van, az azt is jelenti, hogy a jövőbeli pénzeid egy részét költöd el, hiszen azokat majd a törlesztések kifizetésére kell fordítanod. Ha vonzó beruházási lehetőségeid, megvalósítható üzleti ötleteid vannak, a külső források bevonása egyben azt is jelenti, hogy hamarabb tudod őket megvalósítani, gyorsabban tudsz növekedni.

VÉTEL, BÉRLET VAGY VALAMI MÁS?

Természetesen nem kell minden szükséges eszközt azonnal megvásárolnod. A vállalkozásodban használt eszközök egy részét nyugodt szívvel bérelheted (vagy lízingelheted). Ha egy gép vagy berendezés csak egyetlen projekthez kell, úgy valószínűleg jobban jössz ki, ha csak bérled. Ám ha egy eszköz hosszú távra kell, akkor is elképzelhető, hogy valamilyen részletfizetési vagy bérleti konstrukció előnyösebb lehet számodra.

A legáltalánosabb ilyen konstrukció a lízing. A lízing esetében másvalaki – a lízingbe adó – vásárolja meg a berendezést helyetted, amit aztán a Te használatodba ad, amiért rendszeres lízingdíjat kell fizetned részére. (▶ 3.6 fejezet: Hitel helyett: lízing)

A „venni vagy nem venni?” kérdés elvben igaz vállalkozásod telephelyére is, megveheted vagy bérelheted, de a vétel valószínűleg nem reális vállalkozásod jelenlegi anyagi helyzetében. A legegyszerűbb – és legolcsóbb – persze, ha otthon dolgozol (azaz, bérbe veszed a lakás egy részét annak tulajdonosától). Ebben az esetben a lakóhely költségeinek (áram, gáz, telefon, fűtés, víz) egy részét arányosan elszámolhatod. Ugyanakkor a bérbeadásból származó jövedelmet a tulajdonos esetében 16 százalékos jövedelemadó terheli, valamint ha éves szinten a bérbeadásból származó jövedelem meghaladja az 1 millió forintot, akkor a teljes összeg után 14 százalékos egészségügyi hozzájárulás is fizetendő. Az ingatlan bérbeadásából, mint önálló tevékenységből származó bevételből a jövedelmet a magánszemély választása szerint vagy tételes költségelszámolással vagy

a 10 százalékos költségnyerő alkalmazásával állapíthatja meg. 2012. január 1-jétől csökkenteti a bérbeadó magánszemély úgy, hogy a más településen bérbevevő lakás ugyanazon évben igazoltan megfizetett bérleti díját levonhatja a bérbeadásból származó bevételéből. A jövedelem után adóelőleget is kell fizetni, a magánszemély által fizetendő adóelőleg alapja a tényleges jövedelem. A magánszemély adó előleg számításával, az esetleges egészségügyi hozzájárulás fizetésével, a költségelszámolással kapcsolatban számos, a főszabálytól való eltérést megengedő rendelkezés is életben van, így mindenképpen azt tanácsoljuk, hogy ilyen helyzetben konzultálj a könyvelőddel.

Ha mástól bérled az irodát, úgy fennáll annak a lehetősége, hogy a bérbeadó felmondja a szerződést, és el kell költöztetni a vállalkozásodat. Amennyiben vásárlóid, ügyfeleid számára lényeges, hogy hol találhatnak meg Téged (például az irodát vagy a boltodat), szerződéskötéskor gondold erre is.

Gondold végig, hogy mindenből újat kell-e vened. Valószínűleg számos olyan eszközt használsz vállalkozásodban, amelyből egy használt épp oly jó lehet számodra, mint egy új. A számítógépek kiválasztásánál különösen érdemes körülnézned a piacon, hiszen ha nincs szükséged a leggyorsabb, legújabb számítógépre, akkor biztosan találsz számodra megfelelő olcsón is. Ugyanez igaz lehet a bútorokra, berendezési tárgyakra is. Használd az eszed és az internetet, néhány óra keresgéléssel nagyon sok pénzt takaríthatsz meg!

Mikor érdemes forrásbevonáson gondolkodnod?

Leegyszerűsítve, akkor érdemes forrás bevonása révén megvalósítanod egy ötletedet, beruházásodat, ha az így elérhető nyereség meghaladja a forrás költségét (pl. hitelfelvételnél a kamatot). Ezt nem könnyű eldönteni, ismerned kell a pénz időértékének a fogalmát, és számítások sorozatát kell majd hozzá elvégezned, ez a pénzügyi tervezés folyamata (▶ 2.5 fejezet Számok nyelvén: a pénzügyi terv).

! Válságtanácsadó

A gazdasági válság egyik alapvető következménye, hogy megszűnt a korábbi finanszírozási bőség (bár könnyen lehet, hogy ebből korábban sem éreztél sokat).

Mind a bankok, mind az esetleges befektetők sokkal konzervatívabbá váltak, ami a gyakorlatban számokra azt jelenti, hogy bizonyosan nehezebben fogsz új, piaci finanszírozáshoz jutni. A mikro- és kisvállalkozások finanszírozásával kapcsolatban ugyanakkor több állami program is fut napjainkban, ezekről a 4. fejezetben olvashatsz bővebben.

Lehetőségek a finanszírozásra

A következő fejezetekben összefoglaltuk mindazokat a finanszírozási lehetőségeket, melyekkel mai magyar kisvállalkozóként érdemes számolnod. Szó esik majd hitelfelvételről (▶ 3.3. fejezet: Mire számíthatsz, ha hitelt vennél fel?), faktoringról (▶ 3.5. fejezet: Mi az a faktorálás?), lízingről (▶ 3.6. fejezet: Hitel helyett lízing). Megemlítjük a kockázati tőke lehetőségét is, bár ez csak a vállalkozások nagyon kis része számára jelent reális alternatívát (▶ 3.7. fejezet: A kockázati tőke). Külön fejezet szól az agrárvállalkozások részére (▶ 3.8. fejezet Mitől más, ha agrár?).

Kedvezményes lehetőségek

Ráadásul, mivel a vállalkozások sikeres működését az állam is fontosnak tartja, számos támogatott finanszírozási lehetőség is számolhatsz. Ezek egy része vissza nem té-

MIT JELENT, HOGY EGY VÁLLALAT NÖVEKSZIK?

Nincs erre egyértelmű meghatározás, nőhet a piaci részesedésed, a munkavállalóid száma, az árbevételed, a mérlegfőösszeged, a nyereséged stb. A lényeg, hogy fejlődj és gyarapodj!

Ha már jelenleg is egy növekvő vállalkozás tulajdonosa vagy, érezd magad egy elit klub tagjának: a hazai vállalkozásoknak mindössze 10-12 százaléka tud növekedni!

rítendő támogatást nyújt Neked (ezek az ún. pályázatok), másik részük kedvezményes hiteleket ajánl. Az állam által a vállalkozásoknak biztosított lehetőségekkel foglalkozik a 4. fejezet, ezen belül külön fejezetek szólnak a kedvezményes hitelekről és a vissza nem térítendő pályázati lehetőségekről.

HA MÉG OLVASNÁL ERRÓL:

- www.penzugysziget.hu
- www.mnb.hu

3.1

MIT JELENT A FORRÁSBEVONÁS?

IDEGEN FORRÁS, SAJÁT FORRÁS

A SZÁMTALAN FINANSZÍROZÁSI MEGOLDÁS MÖGÖTT EGY ALAPKÉRDÉS REJLIK: A VÁLLALKOZÁSOD SAJÁT FORRÁSAIT VAGY IDEGEN FORRÁSAIT NÖVELNÉD INKÁBB, AZAZ HITELT VAGY TŐKÉT SZERETNÉL?

A vállalkozásod forrásai alapvetően két csoportra oszthatóak: vannak saját forrásai, ez főként a tőkéjét és az évről évre megtermelt és visszaforgatott nyereségét jelenti, valamint idegen forrásai: ezek többnyire különféle hitelek, kölcsönök. Amikor az egyes finanszírozási megoldások, konstrukciók közül választasz, elsőként arról döntesz, hogy a vállalkozásod saját vagy az idegen forrásait bővíted-e.

Ha nagyon egyszerűen akarnánk megfogalmazni a hitelfelvétel és a tőkebe-

vonás közötti különbséget, azt mondanánk, hogy a hitelt vissza kell fizetned, míg a tőkebefektetés akár örökre a vállalkozásodban maradhat. Mielőtt ebből arra következtetnél, hogy a tőke ingyen kapott pénz, látnod kell, hogy nem az.

A pénznek is van ára

Ha az idegen forrásokat választod, azaz hiteljellegű finanszírozás mellett döntesz, számítanod kell rá, hogy a kapott összeget meghatározott időpont(ok)ban vissza kell fizetned és addig, amíg „hasznárod” a pénzt, vagyis amíg nálad

van, kamatot kell rá fizetned. A kamat lehet fix vagy változó, de a lényeg, hogy nem függ a vállalkozásod által megtermelt nyereségtől, akkor is ki kell fizetned, ha veszteséges vagy, de akkor sem lesz magasabb, ha a céged rekord nyereséget termel.

A saját források növelése, azaz a tőkejellegű finanszírozás ezzel szemben azt jelenti, hogy a bevont tőkével úgy kell számolnod, mint azzal a pénzzel, amit Te tettél be a vállalkozásba. A tőkebefektetésért cserébe a befektető

3.2

IDEGEN FORRÁS, SAJÁT FORRÁS

vállalkozásod valamekkora részének tulajdonosává válik, így saját részesedése után megilleti őt a cég nyereségének egy része (vállalkozásokat értékesítése esetén pedig az eladási ár arányos része), illetve adott esetben döntési jog az ügyvitelben. Vagyis, ha a cég elveszti a tőkét, a tulajdonostárs is elveszíti azt, ha viszont nyereséget termel a cég, a tulajdonostárs - a részesedésének arányában - a teljes megtermelt nyereségre is igényt tart.

Előnyödre válik, ha öregszel!

Az, hogy egy vállalkozás egy adott időpontban kitől milyen jellegű forrásokkal (hitellel, kölcsönrel, tőkével stb.) tud számolni, részben attól is függ, hogy hol tart az életpályáján. Ahogy telik az idő, úgy lesz a vállalkozásnak egyre inkább múltja, növekszik a mérete, a vagyona és válnak számára egyre inkább elérhetővé a források külső, független partnerektől (banki, befek-

tetői finanszírozás, állami támogatások stb.).

Fogadd el: a legtöbb vállalkozás a tulajdonos saját pénzügyi forrásaira (és természetesen tudásra, ötletre, elképzelésekre, ambícióra) alapozva indul! Ebben számíthatsz a saját megtakarításaidra, esetleg a család, barátok segítségével, de ne várd, hogy intézmények (bankok, befektetők) már az elején, csak a terveid alapján bizalmat szavaznak Neked. Természetesen vannak olyan helyzetek, amikor egy-egy különleges ötlet már a kezdeti szakaszban felkelti egy befektető érdeklődését (▶ 3.7. fejezet: A kockázati tőke) de hidd el, ez a ritkábbik eset.

A méret is számít!

Ahhoz, hogy egy banknak, befektetőnek megérje foglalkozni Veled, el kell, hogy érj egy bizonyos méretet. Bankoknál ez a határ általában alacsonyabban van, a banki üzletpolitika függvényében akár pár százezer,

de néhány millió forint finanszírozási igény már biztosan elegendő méretet jelent. Befektetők esetében a korlát jóval magasabban helyezkedik el, üzleti anyagok néhány 10, kockázati tőkések akár több 100 millió Ft befektethető összeg felett kezdenek érdeklődést mutatni egy-egy cég vagy projekt irányában.

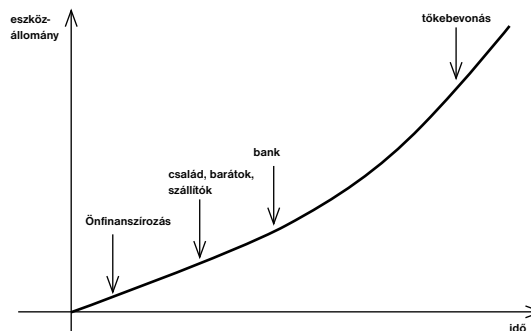
Te adnál magadnak kölcsön?

Ha már van némi múltad és elfogadható a méreted, kezdesz bankképesnek minősülni. De ehhez az is hozzátartozik, hogy a pénzügyi beszámolóid

a valóságot tükrözzék.

A bank (és bárki, aki a pénzt tervezi rád bízni), meg kell, hogy bízjon benned! Ha azt látja, hogy a bevételeid egy része nem szerepel a könyvelésben, ha van, amikor szám-

EGY VÁLLALKOZÁS FORRÁSBEVONÁSI LEHETŐSÉGEI



la nélkül vásárol a céged, nem fog Veled szóba állni, még ha egyébként hitelképesnek is minősítene.

Kitől kérhetsz kölcsönt vagy vehetsz fel hitelt?

A legegyszerűbb, de sokszor messze nem a legideálisabb helyzet, ha családtagjaidtól, barátaitól, ismerőseidől kérsz kölcsönt. A probléma, hogy ők gyakran nem gondolják rendesen végig a kockázatokot, így közösen kerülhetek bajba.

Más lesz a helyzet, ha banktól veszel fel hitelt. Ők piaci alapon kötnek veled hitelszerződést. Ez azt jelenti, hogy az üzleti

és pénzügyi terved alapján be kell tudnod bizonyítani, hogy vállalkozásod életképes, és vissza tudod majd fizetni a kamatokkal együtt. A kockázat miatt általában fedezetet (például ingatlanfedezetet, jelzálogbejegyzést) is kérni fog Tőled a bank. Ha új ügyfél vagy, akkor a pénzintézetek még óvatosabbak, így a hitel kevesebb lesz, a kamat és a kért fedezet pedig magasabb. (▶ 3.3. fejezet: Mire számíthatsz, ha hitelt vennél fel?)

Tőkebevonás

Akár a vállalkozásod megalapításakor, akár a működtetés során kereshetsz olyan partnert vagy céget, aki/ amely szívesen beszállna az üzletbe. Első körben itt is a családtagok, ismerősök jöhetnek szóba, ám ez éppen olyan veszélyeket hordoz magában, mint amiről fentebb már olvashattál: elúszhat a családi vagyon. Ne feledd, ők alapvetően barátként vagy családtagként tekintenek Rád, és nem egy vállalkozás tulajdonosaként.

A HITELPIAC SZEREPLŐI

Bankok, takarékszövetkezetek, pénzügyi vállalkozások

Ezek profitorientált, üzleti alapon működő szervezetek, saját üzletpolitikával. Az ő esetükben ne tételezz fel "támogató" jellegűt, nem azért vannak, hogy Téged segítsenek, hanem hogy nyereséges ügyletek révén pénzt csináljanak.

Kedvezményes konstrukciók kezelő szervezetei

A kedvezményes konstrukciók logikája az, hogy a kezelő szervezet kialakítja a keretfeltételeket, meghirdeti a konstrukciót, melyre pénzügyi közvetítőnek jelentkeznek az egyes finanszírozó intézmények, de nem mindegyik minden konstrukcióra. Tehát egy-egy kedvezményes konstrukció "megtalálása" általában könnyebb a kezelő szervezet honlapján keresztül, ahol később kiderítheted, hogy melyik finanszírozó szervezetnél éred el az adott konstrukciót. Magyarországon tradicionálisan három ilyen jelentősebb kezelő szervezet létezik: az MFB (www.mfb.hu), az MV Zrt. (www.mvzrt.hu) és a KAVOSZ (www.kavosz.hu), illetve a Növekedési Hitelprogram (NHP) hiteleivel újabban csatlakozott hozzájuk még a Magyar Nemzeti Bank is

Vállalkozásfejlesztési alapítványok

Minden megyében van egy ilyen alapítvány. Ők valóban támogató jelleggel állnak hozzá a vállalkozásokhoz, finanszírozás közvetítésén túl gyakran képzésekkel, tanácsadással is foglalkoznak, az erre rendelkezésre álló forrásaik függvényében. Az elmúlt időszakban egyes kedvezményes konstrukciók közvetítésében jelentős szerepet játszottak.

Amikor – egy sokszor átvizsgált üzleti terv birtokában – nekiállsz befektetőt keresni, el kell döntened, hogy mire van szükséged: csak a pénzt akarod-e, vagy – komolyra fordítva a szót – van-e olyan szakértelm, tudás, tapasztalat a birtokában, amelyre szükséged lenne. Kifeje-

ző terminológiával élve, a vállalkozásban aktívan részt vállaló tőkéstársat keresel-e, vagy egy olyan befektetőt, aki csak a tőkét adja, és a tőke megtérülése és reménybeli haszna miatt válik meg – ideiglenesen – a pénztől, de vállalkozásod irányításába nem szól bele. Fontos,

hogy egy vállalkozás döntéseibe általában a nagyobb tőkével rendelkező tag nagyobb mértékben szólhat bele.

A kockázati tőke tulajdonosainak érdeklődési körébe azonban csak akkor kerül majd be

vállalkozásod, ha kellően izgalmas és életképes üzleti tervvel bír és már – hazai mércével mérve – elég nagyra nőtt.

Addig számodra maradnak az úgynevezett „üzleti angyalok”, az ún. „angel financing”. Az üzleti

angyalok többségében magánszemélyek, akik megfelelő tőkeerővel és kockázattűrő képességgel rendelkeznek ahhoz, hogy együtt éljenek egy kisebb, ám reményteljes vállalkozás kockázataival (▶ 3.7 fejezet: A kockázati tőke).

HOGYAN VÁLASSZ BANKOT?

Induló vállalkozásként

Ha most indul a céged és még bankválasztás előtt állsz, érdemes néhány bank honlapján, illetve esetleg személyesen tájékozódni, hogy az adott bank miként viszonyul a mikrovállalkozásokhoz. Lehet, hogy most még csak számlavezetésre van szükséged, de előbb utóbb fel fog merülni, hogy legalább egy folyószámlahitelt szeretnél. Nagyon komoly eltérés lehet az egyes bankok üzletpolitikája között e tekintetben, van, amelyik kifejezetten keresi a mikro-, kisvállalati ügyfélkört (ezt például lemérheted az is, a banki honlapon mennyire vannak kifejezetten mikro-kisvállalatoknak szóló tartalmak vagy minden a vállalkozások menüpont alá van „beömlesztve”), míg mások inkább a lakosságra vagy a nagyobb vállalatokra koncentrálnak.

Bevezetett cédként

Ha már megnőttél, megváltoznak a szempontok. Természetesen bankonként eltér, hogy ki mit tekint nagyobbknak, de alapszabályként néhány százmillió forint éves árbevétel (illetve a banki folyószámlán bonyolított forgalom) felett már egyedibb elbánásra számíthatsz. Felmerülhet, hogy a számlavezetési kondíciókat a vállalkozásra jellemző sajátosságokhoz

igazítja a bank, hiteltermékekből már nem csak a „dobozos” termékek lesznek elérhetőek számodra, külön kapcsolattartóhoz kerülhetsz, akit minden, a bankkal kapcsolatos kérdésben felkereshetsz. Szóval, ha már elég nagy vagy, gondold erre és tudatosan keresd a rád szabott lehetőségeket!

Miért számít a számlavezetés?

A banki hiteldöntésben szerepet játszik a hosszú távú kapcsolat. Ha minden más feltétel azonos, a bank szívesebben ad hitelt annak a vállalkozásnak, aki évek óta nála vezeti a számláját. De mint mindenben, ebben is jelentős eltérések vannak a bankok között. Egész más típusú számlavezetési szolgáltatásokra van szüksége pl. egy kis boltnak, amelyik bevételét kisösszegű, jellemzően készpénzes forgalomból szedi össze, mint pl. egy könyvelő cégnek, amelynek az ügyfelei átutalással fizetnek. Tehát, a számlavezetéssel kapcsolatban is gondold át, hogy mi jellemzi a cégedet (napi tranzakciók száma, kimenő utalások jellemző összege, készpénzes tételek, bejövő és/vagy kimenő devizautalások stb.) és keresd meg a megfelelő megoldást. Egy magasabb havi számlavezetési díjat bőven ellensúlyozhat pl. egy kedvezőbb átutalási díj, ha sokat utal a céged.

! Válságtanácsadó

A VÁLSÁG HATÁSA A HITELEZÉSRE

A válság hatására úgy a hitelezési kínálat, mint a kereslet csökkent. Vagyis a bankok is vonakodnak újabb hiteleket nyújtani és a vállalkozások is óvatossabbá váltak: elhalasztják a beruházási terveiket és igyekeznek nem növelni az eladósodottságukat, hiába csökkennek az eladások és folynak be lassabban a bevételek.

MIRE SZÁMÍTHATSZ, HA HITELT VENNÉL FEL?

EBBEN A FEJEZETBEN ÖSSZEFOGLALJUK A HITELFELVÉTELLEL KAPCSOLATOS LEGFONTOSABB TUDNIVALÓKAT. SEGÍTÜNK ÁTGONDOLNI, MIRE KÍVÁNCSI EGY BANK, HOGYAN DÖNTI EL, HOGY AD-E NEKED HITELT VAGY SEM.

A bankok hitel- és bankképes vállalkozásoknak adnak hitelt. Bankképesnek minősülsz, ha a vállalkozásod túljutott a kezdeti korszakon, már van némi múltja (pl.: két lezárt üzleti év), és megbízhatóak az üzleti kimutatásai. A hitelképesség fizetőképességet jelent akkor is, ha jól mennek a dolgok és akkor is, ha nem. A hitelképességi vizsgálat során a bank egyrészt arra kíváncsi, hogy mennyire vehető biztosra, hogy az üzleti terved meg is tudod valósítani (ehhez vizsgálni fogja a tulajdonosokat, a vállalko-

zás múltját, az üzleti tervet, az iparági kilátásokat, az üzleti partnereidet, a megrendelés állományodat stb.) és abból vajon következik-e hogy képes leszel törleszteni. Másrészt azt fogja nézni, hogy amennyiben rosszul sül el a dolog, az általad felajánlott fedezet milyen mértékben képes biztosítani számadra a hitel és kamatainak visszafizetését.

Ha most vennél fel hitelt, számíts rá, hogy várhatóan lassabban, drágábban és megnövekedett fedezeti, biztosítéki elvárások mellett fogsz tudni hitelhez jutni. Bár nyilván minden egyes eset más, általában megnehezítheti számodra a hitelhez jutást, ha a céged nem működik lehetőleg 2, de legalább 1 éve, tartósan veszteséges, nem tisztázottak a tulajdonvi-

A BANKKÉPESSÉG FELTÉTELEI

- méretgazdaságossági elvárásoknak való megfelelés,
- megfelelő múlt,
- transzparens működés.

szonyok, köztartozásod van, negatív hitelmúlttal rendelkezel, vagy nem tudsz megfelelő fedezetet felajánlani.

Hitelt általában nem használhatsz fel más hitel kiváltására, üzletrész, részvény vásárlására, a vállalkozásod tulajdonosaitól történő vagy cégcsoporton belüli tárgyi eszköz vagy ingatlan vásárlásra. Természetesen bizonyos tevékenységek eleve kizártak, ilyen a kábítószer előállítás, és -kereskedelem, a fegyverkereskedelem, a pénzmosás, a játék automaták üzemeltetése, a prostitúció elősegítése, a hulladékégetés és mérgező hulladék feldolgozása, az egyéb, bűncselekménynek minősülő tevékenység.

MINDENKI MÁSKÉPP CSINÁLJA...

Míg Európában a vállalkozások 80-85%-a hitellel működik, a magyar vállalkozások jóval kisebb hányada, kb. 20-25%-a vesz fel hitelt. Magyarországon mintegy 570 ezer működő mikro-, kis- és középvállalkozás van mintegy 186 ezer fennálló hitelszerződéssel, melyből kb. 11 ezer szerződés beruházási-, 82 ezer pedig folyószámlahitelre vonatkozik.

MIKOR HITELKÉPES EGY CÉG?

Hitelképes az a vállalkozás, amely

- termékeit, szolgáltatásait rendszeresen értékesíti,
- jövedelmezően gazdálkodik,
- fizetési kötelezettségeinek időben eleget tesz,
- megfelelő fedezetet tud ajánlani.

Legyen biztos és átgondolt üzleti terved!

A hitelfelvétel első lépése nem az, hogy elindulsz a bankba. Elsőként tervezd és számold! Készíts üzleti tervet (▶ 2.1. fejezet: „Üzleti tervezés”) Gondold át, mire kíváncsi a bank egy hitelvizsgálat során, készülj fel a kérdésekre! Gyűjts minél több információt a saját piacodról, beszélj a partnereiddel, ha lehetséges, kérj tőlük a jövőbeli együttműködésre vonatkozó szándéknyilatkozatot, de még jobb, ha már szerződéseket is van. Ne feledd, üzleti tervet első

körben saját magadnak készítesz, hogy Te magad biztosan meggyőződj arról, mindent átgondoltál és tényleg érdemes megvalósítani, amit kitaláltál!

Ágyúval verébre?

A pénzügyi terved alapján dönts el, mire van szükséged! A finanszírozásnál fontos szempont, hogy a rendelkezésedre álló pénzeszközök és a kötelezettségek összhangban legyenek. Igyekezz a rendszeres kiadásokat

(anyag, bér) rendszeres bevételből fedezni, a hosszú lejáratú kötelezettségeket, mint például egy termelőeszköz vásárlása, hosszú lejáratú forrásból biztosítani. Ennek megfelelően össze kell hangolni a tényleges finanszírozási igényed és az igényelt hitel típusát, összegét,

MI AZ A HITELTÍPUS?

A hitel típusától függ, hogy mire használható fel az adott hitel.

A beruházási hiteltől tárgyi eszközöket, ingatlanokat stb. vásárolhatsz, bővíthetsz, fejleszthetsz. Ha a tevékenységedből fakadóan tartósan (hónapokon, esetleg éveken át) finanszírozásra van szükséged (pl. rendre hamarabb kell fizess a szállítódnak, mint ahogy a vevőid Neked fizetnek), akkor forgóeszközhitelt keress. Ha a finanszírozási igényed szinte naponta változik, hol „mínuszban”, hol „plusszban” lenne a bankszámlád, akkor a folyószámlahitel a megoldás.

3.3

MIRE SZÁMÍTHATSZ, HA HITELT VENNÉL FEL?

futamidejét is. A rövid lejáratú kötelezettségeket lehet áthidaló, esetleg folyószámlahitelből fizetni. Ugyanakkor komolytalan, mert túl kockázatos, ha például a beruházásaidat folyószámlahitelből tervezed fedezni, vagy ha jelentős eltérés van az igényelt hitel összege, futamideje és az üzleti

tervedből kiolvasható tényleges finanszírozási szükséglet között. Röviden, számokkal alátámasztva meg kell tudnod indokolni, mennyit, mire és milyen futamidőre szeretnél kapni, és ennek alapján válaszd ki, hogy milyen hiteltípust szeretnél!

kell tudnod megvalósítani, ehhez tehát nyereségesnek kell lenned. Kamatot a hitel fennállását követően folyamatosan kell fizetned (az előre meghatározott kamatfizetési napokon), a tőke törlesztésére általában kaphatsz úgynevezett türelmi időt, azaz csak ennek elteltét követően kell elkezdened a tőketörlesztést.

Alapszabály: ha a kamatfizetés mellett tőkét is kell, hogy fizess, először mindig a kamatot kell kiegyenlítened és csak utána fizetheted ki az esedékes törlesztő részletet.

MITŐL FÜGG A KAMAT...

A hitel kamata = alapkamat + kamatfelár.

Az alapkamat jellemzően valamely bankközi kamatláb (Forintban a Bubor vagy az Euribor) vagy a bank által meghatározott referencia kamat.

A Bubor (Budapest Interbank Offered Rate- Budapesti Bankközi Forint Hitelkamatláb) egy bankközi referencia kamatláb, melyet a Magyar Nemzeti Bank állapít meg minden nap. Megnézheted a www.mnb.hu-n, jelenleg 1 havi Bubor = évi 2,6%.

A kedvezményes hitelek kamata sok esetben az Euriborhoz kötött, amely egy európai bankközi referencia kamatláb. Mindenkor mértékét a www.euribor-rates.eu oldalon ellenőrizheted. A 1 havi Euribor jelenleg évi 0,25%

A kamatfelár lehetséges mértékét az adott konstrukció feltételei tartalmazzák, ezen belül pedig a bank kockázat megítélésétől, egyedi döntésétől függ.

...ÉS A BANKI DÍJAK?

Minden bank különféle elnevezésű és számítási módú díjakat számol még fel a hitelek mellé. Van szerződéskötési díj, rendelkezésre tartási jutalék, folyósítási jutalék, projektvizsgálati díj, módosítási díj és így tovább. Ezek az egymásra rakódó díjak nagyon jelentősek lehetnek, a hitel összegének több százalékát is elérhetik, ezért feltétlenül figyelembe kell őket vened, mielőtt döntést hozol.

Miből törlesztesz?

A felvett hiteleid után a megfizetett kamat és egyéb díjak, jutalékok számodra költségnek minősülnek. Ezek fedezetéül az árbevételed szolgál. A tőketörlesztést viszont az adózott nyereségedből

KAMATSZÁMÍTÁSI EGYSZEREGY

A megadott kamat mindig éves kamatot jelent. 365/360 alapon, a ténylegesen eltelt napokra számolva a fennálló tőketartozás után fizetendő meg. Pl. egy 12% kamatozású, negyedéves kamatfizetésű kölcsön kamata az első kamatperiódus (azaz negyed év) után = $(\text{tőkeösszeg} \times 0,12) \times \text{ténylegesen eltelt napok száma} / 360$.

A kamat lehet fix (azaz pl. évi 12%) vagy változó, ebben az esetben valamely kamatlábhöz (pl. Bubor) kötött, de az adott kamatperiódusra ilyenkor is rögzített. Például egy 2014 április 15-én 1 évre felvett 3 havi Bubor + 5% kamatozású kölcsön után az első 3 hónapra az április 15-én érvényes 3 havi Bubor + 5% kamat fizetendő meg az első kamatperiódus végén, azaz 2014 július közepén.

VÁLLALATI HITELEZÉS 2014

A Magyar Nemzeti Bank felmérése alapján a Növekedési Hitelprogram (NHP) hitelek hatására 2013 nyarán megtört a kisvállalati szektor hitelállományának évek óta tartó csökkenése. 2013 során a forinthitel kamatok fokozatosan csökkentek, 2013 őszén a forinthitelek átlagos kamatlába 6% körül alakult (az NHP hitelekkel együtt 3,6%), miközben a kamattfelár jellemzően évi 2%. Mindamelllett a hitelhez jutás feltételei továbbra is nagyon szigorúak, tehát a hitelek továbbra is csak a vállalkozások szűk köre számára hozzáférhetőek.

A bankok várakozásai alapján 2014 első felében a kisvállalatok hitelkeresletének fokozódása, és ezen belül különösen a beruházási hitelek iránti igények növekedése várható.

Gondold át, hogy Te mit kockáztatsz?

Mindenki elvárja, hogy a tulajdonos maga is tegyen pénzt egy vállalkozásba. A hüvelykujjszabály szerint az összes vállalati forrás legalább 30-35%-a saját (azaz a tulajdonos forrásaiból) kell, hogy származzon. Induló vagy kisméretű cégeknél ez az arány még magasabb is lehet.

Fontos a fokozatosság!

Egy olyan vállalkozás, amelyik még soha nem vett fel hitelt valószínűleg kisebb eséllyel pályázik egy 10 éves beruházási

hitelre. Hitellel élni meg kell tanulni. Meg kell szokni, hogy a havi törlesztő részletet, ha törik, ha szakad, ki kell tudnod fizetni. A fizetési késedelem egyszerűen megengedhetetlen, a jövőbeni hitelfelvételi esélyeidet nagyon komolyan rontja.

A hitelezés a bizalomra épül!

A bankok mindenképpen elvárják, hogy számlát vezess náluk. Ezáltal van rálátásuk a cég működésére, nyomon tudják követni, hogy a fizetési kötelezettségeinek rendben eleget tesz-e, hogy a bankszámlán mutatkozó

MI AZ A THM?

A különféle hitelek összköltségeinek kiszámítását és összehasonlítását hivatott segíteni az ún. THM (Teljes Hiteldíj Mutató), amely a hitellel kapcsolatos összes költséget éves kamatosítja (vagyis átszámolja, mintha minden díj kamatként kerülne megfizetésre), ezáltal az egyes konstrukciók "összköltsége" összevethetővé válik.

Sajnos a THM közzététele csak a lakossági hitelek esetében kötelező a bankok számára, tehát a vállalkozásod számára felveendő hiteleknel nem lesz a segítségére.

forgalom alátámasztja-e az üzleti tervben szereplő elképzeléseket, és végül bevételt (jutalékot) is generál a bank számára. Egyes esetekben a hitel összegét a bankok a bankszámlán bonyolított éves forgalom mértékétől is függővé teszik (pl. egy folyószámlahitelnél az éves bankszámlaforgalom 10-20%-a lehet a folyószámla-hitel összege).

3.3

MIRE SZÁMÍTHATSZ, HA HITELT VENNÉL FEL?

Mit ajánlanak cégednek a bankok?

Ha úgy érzed, bank- és hitelképes vagy, kész az üzleti terved, látod, hogy mikor, milyen finanszírozásra van szükséged, elkezdheted feltérképezni a lehetőségeket. Elsőként derítsd fel, mire számíthatsz a jelenlegi bankodnál, menj fel a honlapjára és nézd meg, mit ajánl a vállalkozásoknak!

A jelentősebb bankok jelenlegi hitelkínálata alapján általában három fő irányban tudsz elindulni. Először is a bankok kínálnak általános vállalkozói hitelkonstrukciókat, másrészt a bankok többségénél elérhetőek kedvezményes, állami támo-

gatáselemmel bíró konstrukciók is. Ezen túl speciális kedvezményes konstrukciók állnak az agrárvállalkozások rendelkezésére, illetve a

bankok maguk dolgoztak ki egyedi lehetőségeket pl. házi orvosok, gyógyszertárak stb. számára, illetve azokra az esetekre, ahol a hitel célja állami támogatás megelőlegezése.

A könnyebbség kedvéért összefoglaltuk Neked egy táblázatban a kedvezményes konstrukciók legfontosabb jellemzőit (▶ 4.6. fejezet: Kedvezményes vállalati hitelek). Ha további információt szeretnél kapni róluk, azt szerintünk a legkönnyebben úgy teheted meg, ha a központi honlapokon

A HITELKÉPESSÉGI VIZSGÁLAT FŐBB SZEMPONTJAI:

- számszerűsített tényezők, pénzügyi mutatószámok a vállalkozás és a projekt értékelésére, hitel visszafizetési képességének megítélésére,
- nem számszerűsített szempontok (tulajdonosi háttér, a vállalkozás múltja, banki kapcsolatok, piaci pozíció, üzleti kilátások, menedzsment megítélése, tervezés minősége stb.)
- a biztosíték értékelése.

kezded a tájékozódást (ezeket jelöltük a táblázatban). Ezután, mivel az egyes konstrukciók feltételei pénzügyi közvetítőnként is eltérőek lehetnek, érdemes egy adott konstrukción belül az egyes pénzügyi közvetítők

kínálatát is összevetned! Nézd meg, hogy van-e olyan pénzügyi közvetítő, akivel már kapcsolatban vagy (pl. a jelenlegi bankod, egy takarékszövetkezet, esetleg vállalkozásfejlesztési alapítvány)!

CIB Dinamikus Folyószámlahitel vállalkozásoknak

A hazai vállalkozások talán legnagyobb gondja a működésükhöz szükséges pénzeszközök folyamatos biztosítása. Ennek megoldásához nyújt segítséget a CIB Bank azzal, hogy a szokásos számlavezetési szolgáltatásokon túlmenően folyószámlahitelt is ajánl a vállalkozások számára.

A folyószámlahitel egyfajta biztonsági hálóként segít megbirkózni az eltérő vevő-szállító oldali fizetési határidők miatti, illetve a késedelmes vevői fizetés által okozott nehézségekkel.

A CIB Dinamikus Folyószámlahitel akár 25 millió forint összegben, tárgyi fedezet nélkül, magánszemély(ek) és a Garantiqa Hitelgarancia Zrt. kezességvállalása mellett vehető igénybe.

A hitel szabadon felhasználható, nincs hitelbírálati díj és kezelési költség, és a Garantiqa kezességvállalásának éves díja az állami támogatás összegével csökken.

A CIB Bank Zrt. az Intesa Sanpaolo Csoport leányvállalataként a hazai pénzpiac egyik legtőkeerősebb pénzintézete. Országszerte, a bank csaknem 100 fiókjában külön vállalati tanácsadó segíti a vállalkozások ügyintézését.

Promóció



CIB BANK

MI AZ A KÖTVÉNY?

A kötvény egy hitelviszonyt megtestesítő értékpapír, melynek kibocsátója – azaz a hitelfelvevő – azt vállalja, hogy kötvényben szereplő összeget, és annak kamatait a kötvény tulajdonosának a megjelölt nap(ko)n megfizeti. A kötvénykibocsátás célja így praktikusán ugyanaz, mint egy hitel felvételéé: külső forráshoz jutni. Azonban míg hitelt bankok folyósítanak, a kötvényeket bárki megvásárolhatja. És éppen ebben rejlik az előnye: a tőkepiacon keresztül a befektetők sokkal nagyobb körét és ezáltal sokkal komolyabb összegeket lehet elérni.

A kötvénykibocsátás ugyanakkor szinte csak a nagy cégek (és persze az önkormányzatok meg az állam) sajátja, ennek sok egyéb feltétel mellett a méret is az oka: kötvényt kibocsátani drága és macerás dolog, a legalsó határ kb. 500 millió Ft-nál kezdődik. Akkor érdemes tőkepiaci tranzakcióban, például kötvénykibocsátásban gondolkodni, ha ekkora vagy ennél nagyobb összegű forrást kíván egy vállalkozás bevonni.

Mi jellemzi általában a hitelkonstrukciókat?

A bankok általában komplett hitelezési termékcsaládokkal várják a hitelképes vállalkozásokat. Ezeket egészítik ki az általunk is forgalmazott kedvezményes konstrukciók. Kamatozás és az egyéb díjak vonatkozásában a bankok saját konstrukciói sokszor drágábbak, míg a kedvezményes konstrukciók kamatozása alacsonyabban, jelenleg évi 2,1–9 százalék között alakul és gyakran az egyéb díjak tekintetében is kedvezőbbek. Ugyanakkor a kedvezményes konstrukciók

–éppen az állami támogatástartalom miatt– gyakran jelentősen nagyobb adminisztrációval járnak.

Út a hitelhez...

Vedd fel a kapcsolatot a bankkal, tájékozódj a hitelfelvétel menetéről, a várható átfutási időről. Minden bizonnyal kapsz majd egy időpontot, a bank meghatározza a hiteligényléshez szükséges dokumentumok körét, melyek jellemzően az alábbiak lesznek:

- hitelkérelem és adatszolgáltatási lapok,
- az elmúlt 1-2 év éves beszámolója,

- beruházási hiteligény esetén külön adatszolgáltatás a beruházásról,
- nem számlavezető ügyfelek esetében a számlanyitáshoz szükséges dokumentumok,
- a felajánlott fedezetekhez kapcsolódó dokumentumok,
- igazolások a köztartozás mentességéről.

Miután a bank befogadja a hitelkérelmet, a banki hitelbizottság (cenzúrabizottság) dönt róla. Számíts rá, hogy a hitelkérelem beadásától számítva akár hónapok is eltelhetnek, mire végleges döntés születik. Pozitív döntés esetén szerződéskötésre, majd folyósításra kerül a sor.

Tudnod kell, hogy a hitel fennállásának teljes ideje alatt a bank nyomon követi a vállalkozásod működését, időről időre adatokat, menet közbeni jelentéseket kell majd szolgáltatnod, ezt hívják hitel monitoringnak.

Mi van, ha nem kapsz hitelt?

Akkor is több lehetőség van, ha a bank elzárkózik

3.3

MIRE SZÁMÍTHATSZ, HA HITELT VENNÉL FEL?

a hitel nyújtásától (akár úgy, hogy el sem jutsz a hitelkérelem beadásáig vagy negatív döntés születik). Természetesen fontos kideríteni, hogy mi az elutasítás oka. Mivel manapság a hitelhez jutást gyakran a megfelelő fedezet hiánya akadályozza, a következő fejezetben számba vesszük azokat a lehetőségeket, amelyek egy ilyen helyzeten segíthetnek.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.garantiqa.hu
- www.napi.hu
- www.penzcentrum.hu
- www.ceghitel.lap.hu
- www hitelkalkulator.lap.hu
- www.hiteltanacsok.com
- www.gyorshitel.hu

BESZÉLJÜNK A KOCKÁZATRÓL!

AMIKOR BÁRKI A PÉNZÉT BÍZZA RÁD, KOCKÁZTAT. TERMÉSZETES TEHÁT, HOGY IGYEKSZIK BIZTOSÍTANI, HOGY VISSZAKAPJA, AKKOR IS, HA A DOLGOK NEM ÚGY ALAKULNAK, AHOGY VÁRTAD.

A kockázat a bizonytalansággal egyenlő. A hitelkockázat azt a bizonytalanságot jelenti, hogy vajon képes lesz-e időben visszafizetni a hitelt és annak minden költségét. A bankok persze megpróbálják ezt előzetesen felmérni, éppen erről szól a hitelvizsgálat. Előfordulhat, hogy tévednek és ezért a hiteltevékenységük során veszteséget szenvednek el. Fontos látnod, hogy egy bank nem a saját pénzét kockáztatja, hanem a betéteseit. Nyilvánvaló, hogy a kockázatát igyekszik a lehető legkisebb mértékű-

re leszorítani, és a hitelezői pozícióját az adós anyagi, pénzügyi helyzetének esetleges változásaitól függetleníteni. Ennek eszközeit nevezzük biztosítékoknak vagy fedezetnek.

Milyen fedezetet kérhet Tőled a bank?

Már a hitelfelvételt megelőzően érdemes átgondolnod, milyen vagyontárgyat tudsz felajánlani a banknak fedezetül, mert –éppen a fentebb elmondottak miatt– természetesen minden bank kér valamennyi fedezetet a hitelért cserébe. A biz-

tosíték lehet személyi (például kezességvállalás vagy garancia) vagy tárgyi (például zálogjog, óvadék, értékpapír stb.).

Mi számít elfogadható fedezetnek a bank szempontjából?

Leegyszerűsítve, az olyan vagyonelem, amely

- tulajdonjoga tisztázott,
- könnyen birtokba vehető és értékesíthető,
- nem lehet eltüntetni,
- értéke időben állandó.

Fedezetként felajánlhat szingatlant (például lakóház, lakás vagy a cég telep-

3.4

BESZÉLJÜNK A KOCKÁZATRÓL!

helyül szolgáló raktár, gyár), vagy ingóságot is (például autó, gép, áru), bár a mostani bizonytalan környezetben a bankok a hitelek mögé többnyire ingatlan fedezetet vagy óvadéki betétet kérnek.

Ne feledd, a fedezet arra az esetre szól, ha a dolgok nem a váraozásoknak megfelelően alakultak. Ha erre kerül a sor, jól senki nem jár. Te főleg nem.

A bank minden lehetséges eszközzel érvényesíteni fogja a követelést, és ez rendben is van így, hiszen egy vállalkozás kockázatát elsősorban a tulajdonos viseli.

Akkor is többféle megoldás van, ha forrásra van szükséged, de úgy érzed, nem tudsz a fenti elvárásoknak megfelelő biztosítékot felajánlani.

A hitelgarancia

Az első lehetőség, ami szóba jön a hitelgarancia. Sok feltörekvő vállalkozásnak nincs elegendő

fedezete ahhoz, hogy kölcsönt vegyen fel. Jól megy a cég, jönnek a megrendelések, de az ingatlant bérlik, vagy a gépek lízingben vannak, és nincs elegendő a bank számára felajánlható biztosíték. Ilyenkor segít a hitelgarancia. Lényege, hogy a hitelfelvevő (azaz a vállalkozásod) nem fizetésének kockázatát egy külső fél, a hitelgarancia szervezet átvállalja. Ezt úgy teszi meg, hogy a felveendő hiteled biztosítékaként kezességet vállal a fizetési kötelezettségeid bizonyos hányada (legfeljebb 80%-a) erejéig a hitelt nyújtó bank felé. Azaz, ha Te nem vagy képes fizetni, amikor kellene, ő fogja azt megtenni helyetted. Ezzel a pénzintézet kockázata jelentősen csökken, hiszen a kezességet vállaló intézmény jó adósnak számít, biztos lehet benne, hogy baj esetén fizetni fog. Innentől kezdve egy eredményes vállalkozás kisebb fedezettség mellett is hitelképes lehet a bank

számára, ami könnyebb-ség a vállalkozónak. Tudnod kell azért, hogy a hitelgarancia szervezetek is üzleti alapon működnek: ez azt jelenti, hogy amennyiben kezessként helyállnak helyetted, a banki hitel mögé lekötött biztosítékok érvényesítésének joga átszáll a garantőr szervezetre. Ha végül tényleg nem tudod fizetni a bank felé az adósságod, és a hitelgarancia szervezet kényszerül ezt megtenni helyetted, számíts rá, hogy a kölcsön garantált részét veled szemben érvényesíteni fogja.

Másrészt, a szolgáltatásukért cserében díjat fizetsz nekik. Mivel a piacon több olyan szereplő is elérhető, akik állami háttérrel és támogatással végzik a dolgukat, a hitelgarancia díja

általában igen kedvező (jellemzően a hitel összegének néhány százaléka évente) és azt az állam esetenként díjtámogatással tovább mérsékli.

A hitelgaranciára már a hitelkonstrukció kiválasztásakor érdemes gondolkodni. Egyes konstrukciók eleve hitelgaranciával járnak együtt, ezeknél várhatóan könnyebben

HA INGATLAN A FEDEZET...

értékebecslést kell készíttetned. A bank a saját fedezetértékelési szabályai szerint veszi figyelembe az ingatlan értékét a hitel összegének meghatározásakor. Az ingatlan értéke gyakran a hitel összegének két-háromszorosát is el kell, hogy érje.

tudod majd teljesíteni a biztosítéki elvárásokat. A hitelgarancia bevonását (amennyiben az a konstrukció részeként nem történik meg automatikusan) a hitelező bankodnál (és nem a garanciaszervezetnél) kell kezdeményezned.

MI AZ ÓVADÉKI (VAGY FEDEZETI) BETÉT?

A vállalkozás hitelének fedezetéül (pl. a tulajdonos, mint magánszemély által) elhelyezett bankbetét. A bankok az ilyen betétekre általában az átlagosnál kedvezőbb kamatot fizetnek.

Több hitelgarancia szervezet közül választatsz a hazai piacon, a legnagyobb a Garantiqa Hitelgarancia Zrt., de vannak más szereplők is a piacon: az AVHGA, a Start Tőkegarancia és az Unió Garanciaszövetkezet is nyújt hitelgaranciát közvetlenül a hitelező bankoknak.

Eszközalapú finanszírozás

Egy másik lehetőség az ún. eszközalapú finanszírozás, ennek legelterjedtebb formája a lízing (▶ 3.6. fejezet: Hitel helyett: lízing), illetve a faktoring (▶ 3.5. fejezet: Mi az a faktoralás?). Ezeknek az ügyleteknek a lényege, hogy a hitelezési kockázatot nem az adós személyére, hanem a finanszírozott eszközre vonatkozóan állapítja meg a finanszírozó. Ehhez persze az szükséges, hogy olyan eszközféleségek finanszírozásáról legyen szó, melyek a fentebb leírt elvárásoknak megfelel-

Válságtanácsadó

Miért kockázatos a devizahitel?

Bizonyára nem kerülte el a figyelmedet, hogy a gazdasági válságban az egyik legtöbbször hangoztatott probléma a lakásvásárlásukhoz devizahitelt felvevők helyzetének romlása volt (ha Te is ebben a cipőben jársz, akkor sajnos érezted is ennek hatását). A Te vállalkozásod helyzete is lehet ugyanolyan, mint a lakásokra devizahitelt felvevő állampolgároké, úgyhogy nézzük meg egy kissé leegyszerűsített példán, hogyan is működik ez!

Tegyük fel, hogy szükséged volt 10 millió forint hitelre, amit – mivel a bankod által ajánlott euró kamat épp a fele volt a forintkamatnak – euróban vettél fel, mondjuk 250 forintos árfolyam mellett. Ez azt jelenti, hogy Te igazából 40 ezer euró hitelt vettél fel, aminek a kamatait és a törlesztő részleteit mindig az aktuális forint-euró árfolyam alapján fizeted. Ahogy gyengül a forint, úgy emelkedik a 40 ezer euró hiteled forintban kifejezett összege: 300 forintos euró mellett ez 12 millió forint lenne, azaz a tőketartozásod 2 millió forinttal nőne meg. A forint erősödése esetén természetesen ennek ellenkezője menne végbe, azaz akár nyerhetnél is a bolton.

Bár elsőre lehet, hogy furcsállod, de azt kell, hogy mondjuk, hogy egyik eset sem jó: az nyilván nem, ha veszítesz, de az sem, ha nyersz az árfolyamváltozás kapcsán. Vállalkozóként nem spekulációval keresed a kenyered. Minden olyan helyzet, ami a tevékenységed révén megszerzett bevételeid kockáztatja, kerülendő. Gondolj arra, mennyit beszéltünk az üzleti tervezés fontosságáról! Hogyan tudnál egy devizában felvett hitel törlesztő részleteivel előre pontosan számolni? Szóval, a devizahitelt nem a veszteség lehetősége miatt kell kerülnöd, hanem a hozzá kötődő bizonytalanság miatt. Nyilván más a helyzet, ha exportálsz vagy a bevételeid egy részét devizában kifejezve kapod meg, ilyen esetben az ugyanabban a devizában felvett hitel éppen hogy csökkenti az árfolyamkockázatotod...

Összegezve tehát azért kockázatos a devizahitel, mert Te, mint magyar kisvállalkozó, jó eséllyel forintban keresed a pénzt, miközben a devizahitelt valamilyen más pénznemben veszed fel, és fizeted vissza.

nek. Ilyenek lehetnek például a használtan is könnyen értékesíthető járművek, esetleg gépek, berendezések, de ebbe a körbe tartozhatnak a vevőköveteléseid is, feltéve, hogy jó hitelképességű

cégekkel szemben állnak fenn. Ha tehát az eszközalapú finanszírozás irányában indulnál el, elsőként vedd elő a vállalkozásod mérlegét, és vizsgáld meg az eszközoldalát. Gondold át, szerepel-

3.4

BESZÉLJÜNK A KOCKÁZATRÓL!

HA A VAGYONOD A FEDEZET

Egy rokon vagy egy barát arra kér, hogy a hitele mögé legyél a kezese? A céged úgy kap hitelt, hogy magánszemélyként Neked kell kezességet vállalnod?

Mielőtt rögtön igent mondasz, alaposan gondold át, mire is vállalkozol!

A kezesség gyakran baráti szívességgént, egy jelentéktelennek tűnő papíros aláírkantásával veszi kezdetét. Rémtörténetre pedig azután válik, amikor nálad kopogtat a végrehajtó.

A kezességvállalás következményei bőven túlmennek azon a határon, ami a rokoni kapcsolat vagy barátság alapján bárkitől elvárható. Hogy jól értsd: a kezesség olyan szerződés, amelyben azt vállalod, hogy visszafizeted a másik tartozásait. Kezesként minden vagyonoddal felelsz az adós tartozásáért, legyen az bankbetét, használati tárgy, műszaki cikk, gépjármű vagy ingatlan. Meg kell tehát gondolni, kinek és miért vállalsz kezességet, mert amennyire egyszerű aláírni a szerződést, éppen olyan nehéz kimászni később belőle.

Természetesen sokkal jobb a helyzet, ha saját vállalkozásod hitelfelvételéhez kéri a bank kezességvállalásodat: ismered a céget, tudod, hogy miért és mire szeretnél hitelt, tudod, hogy mikor és miből fizeted vissza azt – egyszerűen fel tudod mérni az ügylet kockázatait.

A kezességvállalás fajtái

A kezességvállalásnak két fajtája van: az egyszerű kezesség, valamint a készfizető kezesség. A két kezestípus között a behajtási sorrendben van különbség:

míg egyszerű kezességnél a tartozás elsődlegesen az adóson hajtható be és a kezes csak akkor vehető elő, ha az adóson nem vasalható be a tartozás, készfizető kezességnél nincs ilyen sorrend. Ez esetben azon hajtják be a tartozást, akin tudják. Azaz rajtad.

Hiába vállalod a kezességet baráti vagy családi kapcsolatra való tekintettel, kiszállni akkor sem tudsz az ügyletből, ha az adóshoz fűződő viszonyodban változás áll be, például ha megromlik a vele való kapcsolatod. Ebből a szempontból tehát nem számít a válás vagy szakítás, ahogyan a barátság megromlása és az üzleti kapcsolat felbomlása sem érdemi tényező. A kezességből nincs menekvés: ameddig fennáll a tartozás, a kezes köteles fizetni - akár az adós helyett is.

Nagyon komoly pénzügyi elkötelezettséget jelent tehát valakinek a kezesevé válni, és hacsak a saját anyagi helyzetedhez képest nem kifejezetten alacsony a kezességvállalás összege, mi azt javasoljuk, csak nagyon alapos átgondolás és mérlegelés után vállalkozz erre!

Mi a teendő, ha kezesként fizetésre szólítanak fel?

Először is olvasd el a kezességre vonatkozó szerződést. Derítsd ki, hogy mekkora összeget és milyen ütemezésben kell fizetned. Vedd fel a kapcsolatot az adóssal, ellenőrizd az összeg helyességét és legfőképpen próbáld meg rábírní a fizetésre! Ha úgy érzed, a kezességi kötelezettség teljesítése pénzügyileg nehéz vagy lehetetlen helyzetbe sodorna, fordulj a hitelezőhöz és kérj átütemezést!

finanszírozni, de a fennmaradó részre nem kapsz hitelt, vedd fontolóra a pályázatok, melyek vissza nem térítendő támogatást ajánlanak Neked (▶ 4.9. fejezet: Európai Unió pályázatok). De ne feledd, a támogatások világába lépve számos sajátos elemmel, szabállyal fogsz találkozni, és nagy valószínűséggel külső segítségre - például egy profi pályázatíró cégére - lesz szükséged.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.garantiqa.hu
- www.avhga.hu

ott olyan tétel, amely egy ilyen típusú finanszírozás alapjául szolgálhatna? Ha van ilyen, úgy lehet, hogy

a bankok helyett inkább a lízing-, illetve a faktorcégek honlapjain érdemes körülnézned.

Pályázati lehetőségek

Végül, ha beruháznál, a projekt egy részét magad is meg tudod

MI AZ A FAKTORÁLÁS?

A FAKTORÁLÁS LEHET A MEGOLDÁS, HA A KINNLEVŐSÉGEID FINANSZÍROZÁSA MIATT LENNE SZÜKSÉGED HITELRE.

Ha a rendszeres vevőid között fizetőképes, közepes vagy nagyvállalatok vannak, akkor a vevőköveteléseid valószínűleg hitelképesebbek, mint úgy általában a saját vállalkozásod.

Tegyük fel, hogy beszálítója vagy egy nálad nagyobb (és hitelképesebb) cégnek, aki Neked 90 napra fizet. Függetlenül attól, hogy termékeket vagy szolgáltatást értékesítesz felé, Neked számos fizetési kötelezettségnek kell időközben megfelelned (például kifizetted a munkavállalóidat, az

alapanyagot, a rezsit stb.). Emellett a vevőd azt is elvárja Tőled, hogy ez alatt a 90 nap alatt is szállíts neki, ami még tovább növeli a finanszírozási szükségleted. A helyzet egyértelmű: át kell valahogyan hidalnod azt az időszakot, amikor Te már fizettél, de Neked még nem fizettek.

Egy ilyen helyzetben, feltéve, hogy a vevőd hitelképessége jobb, mint a saját cégedé, a legegyszerűbb megoldás a faktoralás.

A faktoralás követelések megvásárlását jelenti. Az ügylet lényege, hogy eladod a még le nem járt, a vevő által visszaigazolt

MI AZ A VISSZKERESÉT?

A faktoralás egyik alapkérdése a visszakereset. A visszakereset arra a helyzetre vonatkozik, ha a vevőd mégsem fizet. A magyar piacon elérhető faktoring szolgáltatások általában visszakeresettel működnek, azaz a faktoring cégek nem vállalják át ezt a kockázatot, így amennyiben a vevő nem fizet, a faktoring ügylet során megelőlegezett összeg tekintetében a szállítót, azaz Téged visszafizetési kötelezettség terhel.

3.5

MI AZ A FAKTORÁLÁS?

A FAKTORÁLÁS MENETE

Faktoráláshoz a kályhát a vevőanalitikád jelenti. A bank előminősíti a rendszeres vevőidet és általa megfelelőnek ítélt fizetőképességű partnereid vonatkozásában (a hipermarket láncok például tipikusan ilyenek) keretszerződést köt veled.

Ettől kezdve a bank az ezek felé a partnerek felé teljesített áruszállításból vagy szolgáltatás nyújtásából származó (és természetesen még le nem járt) követeléseidet megvásárolja és a számlák bruttó összegének megállapodott (jellemzően 70, de akár 90) %-át a finanszírozás –a rövidlejáratú hiteleknel általában kedvezőbb- költségének levonását követően néhány munkanapon belül megelőlegezi számodra, azaz jóváírja a bankszámládon. Ezt követően nyilvántartja és nyomon követi a faktorált kintlévőségeidet, a fizetés esedékességének napján beszedi a vevőidtől a számla ellenértékét, majd a meg nem előlegezett különbözettel elszámol feléd.

követelésed a faktorcégnak, amely azonnal kifizeti Noked a számla összegének valahány százalékát. A vevő a faktorcégnak fizet, amikor a követelés esedékessé válik.

Fontold meg, hogy nincs-e olyan vevőköve-

lésed, amelyet érdemes lenne faktoráltatnod. Az ilyen jellegű műveletek finanszírozásához faktorcéget igénybe venni sokkal egyszerűbb és általában olcsóbb is, mint bankhoz fordulni hitelért.

A faktorálás lényege, hogy ott segít, ahol való-

színűleg a legnagyobb problémával küzdesz: nem kér pótlólagos fedezetet, hanem megelégszik a vevőkövetelésed kockázatának értékelésével.

Ha faktorcéget keresel, találhatsz bankok (akár a saját bankod) érdekkörébe tartozó vagy független faktorcégeket is, de a lényeg, hogy csak a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete engedélyével és rendszeres ellenőrzésével működhetnek, tehát megbízhatasz bennük.

A helyzet persze nyilván sokkal bonyolultabb, ha a vevőd a megállapodott határidőre sem tud Noked fizetni. Mivel számos kisvállalkozás kerül ilyen helyzetbe nap, mint nap, röviden bemutatjuk Noked, ilyen esetben milyen lehetőségeid vannak (▶ 5.4 fejezet: Hogyan kezelöd kintlévőségeidet?)

KI FAKTORÁL MAGYARORSZÁGON?

A faktoring piac folyamatosan emelkedett az elmúlt években Magyarországon, de még mindig jelentősen elmarad az európai átlagtól. A bruttó faktorált forgalom értéke 2013-ban közel 800 milliárd forint volt, azaz a faktorálás révén a vállalkozások ilyen mértékű rövidlejáratú, jellemzően 60 nap körüli finanszírozáshoz jutottak.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.faktoringszovetseg.hu

HITEL HELYETT: LÍZING

HA VALAMILYEN NAGYOBB ÉRTÉKŰ GÉPRE, BERENDEZÉSRE VAN SZÜKSÉGED VÁLLALKOZÁSOD MŰKÖDÉSÉHEZ, ÚGY ENNEK MEGVÁSÁRLÁSÁHOZ NEM A HITELRE TÖRTÉNŐ VÁSÁRLÁS AZ EGYETLEN ÚT. MÁS KONSTRUKCIÓKAT IS ÉRDEMES MEGNÉZNED, EZEK KÖZÜL A LEGÁLTALÁNOSABB A LÍZING.

Amennyiben vállalkozásod akár fedezethiány miatt, akár más okból nem jut hitelhez, úgy olyan konstrukciót kell keresned, melynél a finanszírozás fedezete maga az az eszköz lesz, melyet használni szeretnél. Ez az úgynevezett eszközalapú

finanszírozás, és ennek legelterjedtebb formája a lízing. A lízing esetében másvalaki – a lízingbe adó cég – vásárolja meg a berendezést helyetted, amit aztán a Te használatodba ad, amiért rendszeres lízingdíjat kell fizetned részére. A szerződés végén – a megállapodás rendelkezéseinek megfelelően – a berendezés ingyenesen vagy egy adott maradványérték kifizetése fejében kerülhet a tulajdonodba.

A lízing esetében a lízingbe adó a finanszírozott eszközt tekinti egyben biztosítéknak

is. Erre manapság a bankok kevésbé hajlandóak, tehát, ha beruháznál, és gépet, berendezést, járművet vennél, úgy a lízingcégek háza táján kell körülnézned. A legtöbb banknak van saját lízingcége, és a meglévő kapcsolat itt is számíthat, azaz érdemes saját bankodat is megkérdezned, de némi internetes keresgélés után nyugodtan fordulj a neked vonzó ajánlatot tevő társasághoz.

A hiteltől történő vásárlás és a lízing között a leglényegesebb különbség

SZÁMOLJ ELŐRE!

Mindig figyelj arra, ha valamit – akár valódi üzleti logika, akár pénzsűke okán – csak halasztott módon fizetsz ki (és ez igaz a lízingre is!), akkor az ma nem terheli a kasszádat, de a jövőben – részletekben vagy egyszer teljes egészében – ki kell fizetned! Ez így nagyon egyszerűnek tűnik, de az emberek és cégek többsége hajlamos megfedkezni erről és túlvállalni magát. Ez ellen legjobban egy becsületesen vezetett cash flow-táblával védekezhetsz.

3.6

HITEL HELYETT: LÍZING

	Hitel	Zártvégű Pénzügyi lízing	Nyíltvégű pénzügyi lízing	Operatív lízing (tartósbérlet)
Kinek a tulajdonában van a jármű a finanszírozás alatt?	Hitelfelvevő	Lízingbeadó	Lízingbeadó	Bérbeadó (nem pénzügyi intézmény)
Ki a gépjármű üzemeltetője?	Hitelfelvevő mint tulajdonos (vagy általa kijelölt más személy).	Ügyfél (vagy a lízingbeadó hozzájárulásával más személy).	Ügyfél (vagy a lízingbeadó hozzájárulásával más személy).	Bérbeadó vagy ügyfél (megállapodás alapján)
Kinek a könyveiben szerepel a jármű?	Hitelfelvevő	Lízingbe vevő	Lízingbe vevő	Bérbeadó
A gépjármű tulajdonjoga a futamidő lejártakor?	Marad a hitelfelvevőnél.	A lízingbe vevőhöz kerül szükségszerűen.	Lehetősége van a lízingbe vevőnek a tulajdonjog megszerzésére, vagy vevő kijelölésére.	Marad a bérbeadónál.
Ki viseli az üzemeltetési költségeket?	Hitelfelvevő (üzembentartó)	Lízingbe vevő (üzembentartó)	Lízingbe vevő (üzembentartó)	Bérbeadó (a bérlet üzemeltetési bejegyzetisével áthárítható, ill. szerződéses rendelkezéssel)

Forrás: MKB - Euroleasing

az eszköz tulajdonjoga. A megvásárolt eszköz értelemszerűen a vállalkozásodé, míg a lízingelt eszköz a szerződés időtartama alatt csak használatodba van adva: annak tulajdonosa a lízingcég. Mivel így kisebb a finanszírozó oldalán a kockázat, a lízing gyakran olcsóbb lehet számodra, mint a hitelből történő vásárlás.

A lízing fajtái

A lízingszerződések aszerint kategorizálhatóak, hogy a szerződés lejáratát után mit történik az eszköz

tulajdonjogával. Az „operatív lízing” – más, árulkodó néven: tartós bérlet – esetében a bérbe (lízingbe) adó rendelkezik majd az eszköz tulajdonjogával. A „nyíltvégű” pénzügyi lízing esetében a lízingbevevőt – azaz Téged – illet meg a döntés arról, hogy a szerződés végén a rögzített maradványértékért megvásárolod-e az eszközt, a „zártvégű” lízingszerződések esetében mindenképpen cégedé lesz. A leggyakrabban lízingelt eszköznek ma egyértel-

műen a gépkocsi számít. A fenti kategóriákkal azért is fontos tisztában lenned, mivel az eltérő lízing típusok eltérő jogi és adózási következményekkel járnak – azaz más illetékfizetési, ÁFA fizetési illetve költség elszámolási szabályokat állapít meg rá az állam. (▶ 5.6. fejezet: Cégaút, céges telefon).

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.autovasarlo.hu
- www.euroleasing.hu
- www.gyorshitel.hu
- www.autohitel.hu
- www.autostart.hu

! Válságtanácsadó

Ha csökkentenéd a havi terheket

A válság miatt cégek sokaságának kell csökkenő jövedelemmel szembe nézni, ami – nem beszélve az árfolyamváltozásból eredő kockázatokról – már önmagában nehezíti a már lízingelt (vagy hitelre megvásárolt) eszközök havi részleteinek a fizetését.

A válság ilyen hatásainak tompítására több olyan lehetőséget is kínálnak a lízingcégek, melyekkel csökkenthetők a havi részletek.

Egyrészt kérheted, hogy fix havi részletet állapítsanak meg, ezzel tervezhetőbbé teheted céged cash-flow-ját. Módosítani lehet a szerződés futamidejét, vagy meghatározott kereteken belül növelni lehet a szerződés végén a maradványértéket: mindkettő csökkenti a havi részletet. Arra azonban mindenképpen figyelned kell, hogy ne kerülj olyan helyzetbe, hogy egy már szinte értéktelen eszközt finanszírozzol.

A fejezet támogatója:



A KOCKÁZATI TŐKE

VAN EGY KIÉRLELT ÜZLETI ÖTLETED, SŐT AKÁR MÁR EGY ERRE AZ ÖTLETRE LÉTREHOZOTT MŰKÖDŐ CÉGED IS, DE A NÖVE-KEDÉSHEZ TOVÁBBI FORRÁSOKRA LENNE SZÜKSÉGED? HITEL NEM JÖHET SZÓBA, HISZEN NINCS FEDEZET, A PÁLYÁZATI FORRÁS KISZÁMÍTHATATLAN ÉS BIZONYTALAN, AKKOR MI MARAD? A KOCKÁZATI TŐKE.

Számos olyan cég működik Magyarországon és a világban, mely üzleti ötletekbe vagy gyorsan fejlődő vállalkozásokba száll be befektetőként. Ezeket kockázati tőke- (venture capital) társaságoknak nevezik, és az adott iparág vagy tevékenységi kör iránt érdeklődő szakmai befektetőkkel szemben bármibe szívesen befek-

tetnek, ami gyorsan és kiszámíthatóan fejlődik.

A kockázati tőke-társaságok olyan pénzügyi befektetők, amelyek magánszemélyek vagy cégek pénzét összegyűjtve ígéretes vállalkozásokba fektetnek be, tőkét emelnek, hogy később szép haszonnal adjanak túl tulajdonrészükön. A továbbiakban arról

olvashatsz, hogy milyen szempontok alapján egy kockázati tőke befektető a befektetésekről, hogyan, és főleg mivel érdemes egy ilyen céghez fordulnod.

Az alapítók

A kockázati tőkések azt szokták mondani, hogy ez egy személyes üzlet. Ezalatt azt értik, hogy számukra az alapító(k)

személye, személyisége legalább olyan fontos, mint maga az üzleti ötlet. Általában előnyben részesítik azokat a terveket, melyek csoportos projektek, hiszen bármelyik stádiumban is vagytok, a végén egy cégről, és egy menedzsmentről lesz szó, és nincs olyan ember, aki mindenhez értene.

Lényeges a szakmai tapasztalat, előélet, tudás, kapcsolati rendszer, angol nyelvtudás: fontos, hogy érthetően kapcsolódjon a project az alapítók(ak) előéletéhez, és eddigi szakmai munkáihoz. Gondolj bele, Te sem tartanád valószínűnek, hogy számítógépet és internetet még soha nem használó nagynénid javasol majd egy új közösségi portált.

Meg kell értened, hogy

a kockázati tőke befektetések nem a szociális igazságosság alapján jönnek létre. Előny, ha az alapító jó anyagi helyzetben van, előny, ha fiatal, és éhes a sikerre, és bármilyen furcsa is: előny, ha már megtapasztalta, hogy milyen a kockázat, a recesszió, vagy akár a bukás.

Milyen a jó ötlet?

Arra, hogy milyen egy jó üzleti ötlet, nincs általános recept. Arra, ugyanakkor, hogy egy befektető mit vizsgál meg egy ötlet elbírálásakor, már lehet szempontokat adni. Nyilvánvaló előny, ha egy üzleti ötlet unikális, nehezen reprodukálható. Egy üzleti ötlet alapvető értékét ugyanakkor az adja, hogy pénzügyileg legyen láthatóan értelme, vagy másképp megfogalmazva gyors növekedési potenciál legyen benne.

Az sem mindegy, hogy az üzleti ötlet csak Magyarországon élne meg, vagy fokozatosan terjeszthető, fejleszthető, előbb lokális,

majd regionális, és végül akár globális szinten. Egy szintisztán hazai üzleti ötlet esetén előbb-utóbb a pici piacmérettel lenne probléma (gondolj például a magyar nyelvű tartalmak készítésére, és árusítására), egy globális ötlet esetén (pl.: megcsináljuk a még jobb Facebook-ot) pedig nehezen fogod tudni elmagyarázni, hogy miért pont Te és itt lennél erre képes, azaz a hitelessége kérdő jeleződhet meg a dolognak.

HA TŐKE KELL: KIHEZ FORDULHATSZ?

Attól függően, hogy vállalkozásod milyen életszakaszban van, értelemszerűen eltérő az is, hogy kikhez érdemes fordulnod tőkéért, és szaktudásért.

Ha még csak egy ötleted van, a legjobb partner számodra egy inkubátorház. Az inkubátorok olyan szereplők, akik kevésbé pénzt, inkább üzletfejlesztési tudást, infrastruktúrát és kapcsolati tőkét, bemutatkozási lehetőségeket tudnak biztosítani vállalkozásodnak.

Ha már egy alaposan kiértékelte vízió alapján a megvalósítás küszöbén vagy, vagy már meg is kezdte működését a cég, úgy az üzleti anyagok, vagy a „seed capital” (rémes magyar fordításban a „magvető tőke”) alapok nyújthatnak segítséget. E finanszírozások összege az 1-2 millió forinttól az egy-két tíz millióig terjedhet.

Ha már egy működő cég, és azt jól vezető csapat van mögötted, és a gyors növekedést kell finanszírozni, úgy az ideális partnert a kisebb kockázati tőke társaságok jelentik. Ekkor már akár százmillió forintos nagyságrendben is számolhatsz befektetéssel, de legalább ennyire fontos lehet vállalkozásod életében az a szakmai segítség, melyet e társaságok sokat látott tanácsadói tudnak biztosítani.

3.7

A KOCKÁZATI TŐKE

A fejezet támogatója:



A fejezet támogatója:



Nagyon ritka a teljesen egyedi, nem utánozható, még sehol sem látott ötlet, vagy a vissza nem térő piaci lehetőség. Attól azonban, hogy valami nem abszolút újdonság, jó megvalósítással még nagyon sikeres lehet. Az ötlet tehát nem egyenlő a vállalkozással, sőt, a kivitelezés gyakran fontosabb, mint maga az ötlet. Ezért az ötlet minőségéhez mérhetően fontos a (majdani) menedzsment is.

Milyen a jó start up cég?

Attól függően, hogy vállalkozásod milyen életszakaszban van, természetesen más és más az elvárás. Nyilván Te is érzed, hogy eltérő, ha 1 vagy 100 millió forint befektetett tőkét akarsz befogadni a cégedbe, a legfontosabb, hogy Te tisztában légy vele, hogy a céged méretéhez, kialakultságához megfelelő befektetést keresed (lásd keretes anyagunkat).

A cég esetében nem a nyereség az elvárás: lehet veszteséges is, de látszódnia kell benne az eddigi erőfeszítéseknek, finanszírozásnak, elért ügyfeleknek és ebből eredő árbevételnek. A befektető számára egyértelmű kell, legyen, mennyi munka, és pénz van már benne, hiszen részben ebből mérheti le a vállalkozás iránti elkötelezettségedet.

Mi a befektető szempontja?

Bár már hosszú ideje dédelgeted magadban

AZ ELSŐ TALÁLKOZÓN

Amikor eljutottál reménybeli befektetőddel az első személyes találkozóig már sokat írtál, beszélgettél és gondolkoztál a vállalkozásodról. Ez most mégis más lesz: a találkozón készen kell állnod arra, hogy akár 5 percben, akár egy órában el tudd mondani a történetet, úgy, hogy az a befektető számára is érthető egész legyen. Nem baj, ha nem ismersz minden pénzügyi fogalmat, de pontosan meg kell tudnod magyarázni, honnan lesz ügyfél, miből lesz bevétel. Nem kell nagyon részletes üzleti tervet vinned, de a készpénzforgalom előrejelzése alapvető.

A legfontosabb, hogy be tudd mutatni vállalkozásod részletes kimunkált üzleti modelljét. Ha van hasonló példa, úgy mutasd be, ha nincs, akkor indokold meg, miért nincs? Ne csak a sikerre téj ki, őszintén mutasd be a kockázatokat is.

Még egy jó tanács: semmi esetre se feledd meg a vállalkozásban részt vevő személyek bemutatásáról: ők a jövőbeli vagy jelenlegi menedzsment, és mint ilyen, talán az ötletnél is fontosabbak a befektető számára!

vállalkozásod ötletét, sőt talán meg is vagy győződve arról, hogy zseniális a maga nemében, sajnos el kell fogadnod, hogy egy ötlet önmagában nem sokat ér. Egy befektető számára a jó ötletre alapuló megvalósítás az értékes. Bármilyen furcsa is első látásra egy kockázati tőke társaság legfontosabb szempontja nem a vállalkozás nyeresége, sokkal inkább a vállalkozás növekedésével előálló cégérték növekedés

az, ami neki fontos. Ő társad akar lenni az üzletben, azt szeretné, hogy a Te sikerességed az övé is legyen. Így nincs értelme kölcsönt kérni tőle: a kamat az ő befektetése szempontjából nem értelmezhető fogalom. Nagyon fontos, hogy a befektető nem csak pénzt tud adni, hanem a hiányzó szakértelmet, kapcsolati hálót is biztosít számodra. Hidd el, ez néha fontosabb, mint a pénz. Kutatást, kezdeti veszteséges működést, a piacra

lépés költségeit alapvetően az inkubátorok, vagy az üzleti angyalok hajlamosak finanszírozni, a nagyobb kockázati tőke cégek a vállalkozásod növekedéséhez fognak pénzt adni.

Mennyi pénzt és mikor?

A legelső, hogy tisztában kell lenned azzal: a kockázati tőke befektető pénze nagyon drága forrás. Általános szabályként fogadd el, hogy míg családi körből, saját forrásból fedezni tudod a vállalkozásod forrásszükségeit, addig ne indulj el külső pénzért. Fontos az időtáv: Te nem a következő két hónapra, hanem legalább az elkövetkező 2-3 évre keresel finanszírozást, és Velel szorosan együttműködő partnert.

Mint már jeleztük, egy átlagos kockázati tőke befektető nem alapkutatást akar finanszírozni: így általában az a jó időpont a befektető keresésre, ha a külső finanszírozás felgyorsítja a növekedési folyamatokat.

Hogyan találj kockázati tőkecéget?

Annak is van valamelyest előnye, hogy a kockázati tőkecégeket tényleg csak a cégérték növekedés érdekli. Ebből következően ez egy tiszta rendszer: nem kell beajánló, ismerős, ismerős ismerőse, ha úgy érzed, készen állsz, keresgélj kicsit az interneten (minden kockázati tőke cég rendelkezik honlappal), és nyugodtan keresd meg a kiválasztottakat, akár egy e-mailban. Pozitív válasz esetén küldj el egy rövid ismertetőt. Nem döntéselőkészítő anyagot kell küldened sok excel táblával, a cél, hogy bemutatkozz, bemutasd a résztvevőket, felkeltsd az érdeklődést vállalkozásod iránt, és nem utolsó sorban lehetővé tudd a befektető számára az üzleti modell intuitív megértését. Ne feledd, hogy ez is kommunikáció: nyelvtani hiba, primitív, érthetetlen megfogalmazás azonnali kizáró ok lehet! Szánj időt arra, hogy megismerd a

befektetőt! Nézz utána, olvass róla, épp úgy, mintha állásinterjúra mennél.

A befektetési folyamat

Nincs egyértelmű szabály arra, hogy milyen lépcső-kön keresztül, és mennyi ideig tart egy befektetési döntés, az ügylet bonyolultságától függően 3-6 hónap időtartammal kell számolnod. Ez egy elég intenzív időszak lesz a számodra is:



BRIDGEBUDAPEST

BRIDGE BUDAPEST: SEGÍTSÉG A KEZDŐKNEK

Jó ötletek, kemény munka és egy kis szerencse – ez kell ahhoz, hogy valaki sikeres és elismert legyen. Magyarországot a kreatív és globálisan sikeres fiatal vállalkozók tehetik sikeressé és versenyképessé – ez a meggyőződése azoknak a magyar üzletembereknek, akik Magyarországról indult, ma már világhírű cégeket vezetnek. A LogMeIn, az NNG, a Prezi, a Ustream, és a Seagate Technologies vezetői összefogtak, és létrehozták a Bridge Budapest nonprofit szerveződést, hogy megmutassák a fiataloknak: érdemes álmodni, és érdemes megvalósítani azt, amit kitaláltak.

A Bridge Budapest ösztöndíjat is hirdet fiatalok számára, hogy a világ legnagyobb internetes cégeinél szerezhessenek inspirációt. Jelenleg tanulmányaikat folytató egyetemisták, de már végzetek, friss diplomások is gyakornokként 1 hónapot tölthetnek el az alapítócégek irodáiban, és azok alapítóival dolgozhatnak együtt San Franciscóban, Bostonban vagy Budapesten. Az ösztöndíjprogram már a Távol-Keletre és Izraelbe is visz fiatalokat a helyi ökoszisztémával ismerkedni.

A Bridge Budapestet megtalálod a bridgebudapest.org honlapon, vagy a facebook.com/bridgebudapest oldalon.

az első találkozót követően számos személyes találkozón kell részt vened, eleget kell tenned a befektető folyamatosan mélyülő információ igényeinek is, és közben persze a cégedet is vezetned kell.

Ha bírod idővel és energiával tárgyalhatsz párhuzamosan több befektetővel is. Ha valamely befektetővel már nagyon messzire jutottál, akkor lehetséges, hogy ő egy adott időszakra exkluzívítást kérhet tőled. Nagyon

START UP TÉVHITEK – AMIKET JOBB, HA ELFELEJTESZ

Megvan a „tuti” ötlet – és úgy jó, ahogy van.

Lehet, hogy az ötlet üzleti alkalmazhatóságának nem látod át minden részletét, hallgass a befektetőre, van, amiben ők a jobbak.

Ellophatják az ötletemet.

Ha ettől komolyan tartasz, akkor még messze nem vagyok abban a stádiumban, hogy befektetőt keress. Ráadásul, ha tényleg könnyen ellopható, akkor nagy valószínűséggel nem is fog pénzt hozni.

Már a sokadik körön vagyok túl, és eddig senki sem adott pénzt, ez az egész egy humbug.

Lehet, hogy az ötlet nem jó, vagy nem figyeltél oda arra, amikor elmondták, hogy mi nem tetszik benne a befektető szemével.

Az is jó, ha a befektető magas kamatozású hitelt ad.

A befektetőt nem kamatot szeretne, hanem a teljes nyereségből, értéknövekedésből részesedni.

A Facebooknak sikerült, mi pedig jobbat csinálunk.

Lehet, de sajnos nehezen hihető, a Facebook, mint hivatkozási alap nem működik.

Mindegy ki vezeti majd a céget, a legfontosabb, hogy a termék már megvan, és nagyon jó.

Te sem értesz mindenhez, ezért alapvető fontosságú a menedzsment. E nélkül nem fog menni.

Ha egy ötlet nem tetszett, hozok másikat.

A befektető megbízható, elhivatott szakembereket keres, nem köklereket.

Az évszázad üzletét akarom megcsinálni.

Egy kisebb piac konzervatívabb üzlete is nagyon jó üzlet lehet, és gyakran hihetőbb, mint a következőre 3 évre beígért sokmilliárdos árbevétel.

fontos, hogy bármennyire is barátságosak a tárgyalások, bármennyire is ígéretes a folyamat, soha ne hidd, hogy már megszerezted a pénzt,

csak miután aláírtátok a szerződést. És ha nem jött össze, ne keseredj el: a befektető kritikája csak használhat az

ötletnek, ezzel felvértezve keress nyugodtan másik lehetséges befektetőt. Azt azonban fontos megértened: lehet, hogy az üzleti ötleted nagyon jó, és életképes, csak nem a kockázati tőke befektetési szempontjai szerint. Ekkor keress más finanszírozási lehetőséget.

És végül: ne gondold, hogy minden „bokorban” kockázati tőke terem: a kockázati tőke finanszírozás inkább a ritka kivétel. Míg például 2012-ben közel hét és fél ezer beruházási hitelügylet jött létre Magyarországon, addig klasszikus kockázati tőkebefektetésből 42 darab valósult meg, s miközben egy átlagos beruházási hitel összege nem éri el a 40 millió forintot, addig a klasszikus kockázati tőkebefektetések átlagértéke meghaladja 600 millió forintot.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.palyazat.gov.hu
- www.mvzrt.hu
- www.szta.hu
- www.hvca.hu/hu
- kockazatitoke.blog.hu
- www.insiderblog.hu

MITŐL MÁS, HA AGRÁR?

EBBEN A FEJEZETBEN MEGKÍSÉRELJÜK ÖSSZEFOGLALNI NEKED AZOKAT A SAJÁTÓSSÁGOKAT, AMELYEKSEL, MINT AGRÁRVÁLLALKOZÓ SZÁMOLHATSZ. TERMÉSZETESEN MINDAZ, AMIT A VÁLLALKOZÁSOK FINANSZÍROZÁSÁRÓL A KORÁBBI FEJEZETEBEN ELMONDTUNK, TOVÁBBRA IS ÉRVÉNYES, DE ERRE AZ ÁGAZATRA TOVÁBBI SZABÁLYOK ÉS LEHETŐSÉGEK JELLEMZŐEK.

Mitől speciális az agrárfinanszírozás?

Ahogy a gazdaság minden területén, úgy az agráriumban is egyformán jelen vannak azok a cégek, akik versenyeztetik a bankokat, illetve azok, akik nem vagy csak nagy nehézségek árán jutnak hitelhez.

Ha céged a mezőgazdaságban dolgozik, számodra nyilvánvaló, hogy az agrárhitelezés kiemelt szezonja a tavasz beköszöntével indul: az ilyenkor esedékes mezőgazdasági

munkálatok kifejezetten forrásigényesek (pl. tavaszi vetőmagok, műtrágya, a talajmunkák kivitelezéséhez nagy tételben szükséges gázolaj beszerzése stb.). Mindezek finanszírozásához többnyire forgóeszközhitelre van szükség, hiszen a tevékenység szezonális miatt a bevételek bizonyos időszakokra korlátozódnak és jóval később várhatóak, mint a kiadások.

További egyedi vonása a mezőgazdaságnak az EU közösségi agrárpolitikája

(KAP) alapján folyósított rendszeres és ezáltal előfinanszírozható (területalapú, illetve agrár-környezetgazdálkodási) támogatások rendszere. A támogatások megelőlegezése szintén rövid távú, kifejezetten erre a célra kidolgozott forgóeszköz hitelkonstrukciók keretében történik.

Az agrárium tartós, azaz közép- vagy hosszú távú finanszírozási igénye eszközberuházások, gépbeszerzések, valamint földvásárlás esetén lép fel.

Itt is, mint másutt, a hitelhez jutás döntően a banki hitelminősítéstől függ, melyet kedvezően befolyásol a többéves gazdálkodói múlt és a stabil, több lábon álló gazdálkodás. Jó hír, hogy a jelentősebb bankok mindegyike nyitottságról számol be, ami az agrárfinanszírozást illeti. Úgy tűnik, mindegyikük tisztában van azzal, hogy az agráriumot

- erős szezonális jellemzi,
- az egyes évek között erős eltérések lehetségesek (terméshozam, árak stb.),

- a termelési ciklushoz igazodó finanszírozási konstrukciókkal tudják csak hitelezni.

A bankok mezőgazdaság felé való nyitottságának az oka egyrészt a támogatásokra alapuló stabil mezőgazdasági jövedelmi helyzet, másrészt az a tény, hogy az ágazat válságban is megbízható(bb)an teljesít (hiszen enni válságban is kell...).

Növény vagy állat?

A mezőgazdaságon belül a finanszírozhatóság szempontjából kedvezőbb helyzetben van a növény-termesztés: a földalapú támogatás mellett a ter-

ménykészletek is biztonságosan finanszírozhatók (lásd például a közraktári finanszírozás nyújtotta lehetőséget). Az állattartó ágazat gondja, hogy az állomány nehezen vonható be fedezetként, és az uniós támogatások meg sem közelítik a növény-termesztését, emellett az üzemgazdaságosság is csak kevés vállalkozásnál éri el a nyereséges működéshez szükséges mértéket. Szakértők véleménye szerint állatot tartani piaci alapon ma Magyarországon a családi gazdaságokban kevéssé éri meg,

így ha illet működtetsz és hitelt vennél fel, biztosan nagy lesz a hangsúly a fedezeten, amit fel tudsz ajánlani.

Agrárvállalkozásként is számít a méret

Más típusú finanszírozó partnerekkel dolgoznak a kisebb, illetve a nagyobb vállalkozások. A kisebb mezőgazdasági üzemek többnyire lízingcégekkel, faktoringcégekkel, integrátorokkal működnek együtt, míg a nagyobbakat jellemzően a beszállítók, illetve a bankok finanszírozzák.

Hitelt, de milyet és kitől?
Akárcsak az egyéb ágazatoknál, itt is azt tanácsoljuk, a nézelődést kezd a központi honlapokon, leginkább az MFB-nél (Magyar Fejlesztési Bank, www.mfb.hu). Itt megtalálod a legtöbb kedvezményes kamatozású, illetve a speciálisan az agrárvállalkozásoknak szóló konstrukció leírását és azokat a finanszírozó intézményeket (pénzügyi közvetítőket) is, akiknél ténylegesen felveheted a hitelt. Az MFB által meghirdetett hitelprogramok meglehetősen széles hitelfelvevő kör részére elérhetők, lehet szó akár kettős könnyvhitelt vezető vállalkozásról, östermelőről, egyéni vállalkozóról, vagy egyes programok esetén termelő és értékesítő szövetkezetekről. A programok mind beruházási hitelcél, mind pedig tartós forgóeszköz hitelcél megvalósításához igénybe vehetők. De itt is igaz, hogy a kedvezményes kamatozású hitelek felvételéhez világos és átlátható hitelcél, üzleti modellt, illetve biztosítéki struktúrát kell tudnod felmutatni.

AGRÁRFINANSZÍROZÁS 2014

Az agrárvállalkozások hitelhez jutását jelentősen befolyásolja az ágazati hovatartozásuk. A bankok általában szívesebben finanszírozzák a növénytermesztéssel foglalkozó, és ezen belül is a nagyobb méretű vállalkozásokat. Ők ma a piacon versenyeztetik a banki partnereiket. Ennél kedvezőtlenebb helyzetben vannak forrásbevonás szempontjából az állattenyésztő ágazatok, miközben nekik a terményárak ingadozásainak áthidalására hosszabb készletfinanszírozásra is szükségük lenne. Hitelképességüket a hosszabb termelési ciklus, a felvevőpiac (feldolgozóipar) elégtelensége és a világpiacról beszerzett takarmányárak egyaránt kedvezőtlenül befolyásolják. A kisebb agrárvállalkozásokat, östermelőket illetően pedig a bankok legfőbb elvárása a megbízhatóság és a transzparencia fokozása lenne, ennek hiányában hitelre számítani nem érdemes!

Ne feledkezz meg az Növekedési Hitelprogramról (NHP) sem! Az elmúlt időszak slágerhiteleiből, az NHP hitelek közül az agrárvállalkozások is részesedhetnek. Sőt, az NHP első hullámában a mezőgazdasági vállalkozások az NHP hitelek egyik legaktívabb felhasználói voltak, a vállalati hitelezésben való részvételüket mintegy háromszorosán múlták felül!

Ha kisebb összegű forgóeszköz hitelt keresel, gondold a régóta létező Gazdakártya-Gazdahitelre vagy az Agrár Széchenyi Kártyára. Mindkét konstrukcióval jellemzően átlagosan 5-6 millió Forint forrást vesznek igénybe az agrárvállalkozások.

Természetesen nézd meg a saját bankod kínálatát is! Ha rákattintasz a bankok honlapján a vállalkozásoknak szóló menüre, a legtöbb esetben külön az agrárvállalkozásoknak szóló fejezetet is fogsz találni. A bankok az MFB általuk forgalmazott kedvezményes kamatozású lehetőségeken (pl. a fentebb említett MFB vagy

MÁSOK HOGYAN CSINÁLJÁK?

Az agráragazat összesen mintegy 1000 milliárd Forintnyi kötelezettségállománnyal rendelkezik. A finanszírozás legfontosabb tételét, az 1000 milliárdos kötelezettség közel 40%-át a közvetlen (rövid és hosszú távú) banki finanszírozás jelenti, amely mostanában mind szűkebben áll rendelkezésre és a válság során mintegy 10 százalékkal csökkent. A második legnagyobb tételt, mintegy 20%-ot a szállítói állomány képezi, amely a hitelforrások szűkülésével egy időben növekedett, elsősorban az inputanyag-gyártók felé nőtt az ágazat tartozása. Igen nagy volumen az egyéb rövid lejáratú kötelezettség, amelynek legnagyobb szeletét az integrátori hitelezés adja, ez az ágazat finanszírozásának 10–15%-át biztosítja. Nem elhanyagolható tétel az alapvetően devizalapú lízingfinanszírozás sem, ami az ágazat kötelezettségállományának kb. 10%-át teszi ki.

NHP hitelek) túl, támogatás előfinanszírozási konstrukciókat, esetenként közraktári hiteleket, faktoring és lízing lehetőséget és esetleg termőföld-vásárlási konstrukciókat kínálnak számadra. A ► 4.6 Kedvezményes vállalati hitelek c. fejezetben összefoglaltuk Neked a kifejezetten az agrárvállalkozások számára elérhető kedvezményes kamatozású konstrukciók főbb paramétereit.

Mi legyen a fedezet?

A többi ágazathoz hasonlóan a hitelfelvétel legégetőbb kérdése az agrárvállalkozá-

soknál is a megfelelő fedezet megléte vagy hiánya.

- A szektor specialitásának tekinthetők a termőföld fedezet mellett folyósítható hitelügyletek, legyen szó termőföld vásárlásról, beruházásról vagy forgóeszközhitel igénybe vételéről. A művelési ág szerinti besorolás alapján a szántó, szőlő, gyümölcsös, és gyepterületek szolgálhatnak hitelfedezetként. A finanszírozásban a településkategóriák szerint is megállapított hitelbiztosítéki értékek 40-90% között mozognak.

- Az agrárfinanszírozás további különlegessége,

3.8

MITŐL MÁS, HA AGRÁR?

hogy a rendszeres támogatások is szolgálhatnak fedezetül. Annak ellenére, hogy a bankok kockázata e körben kicsi, a finanszírozás mértékében bankonként jelentősek a különbségek: 70%-95% között alakulnak. Érdemes tehát alaposan körülnézned!

- Külön említést érdemel a hitelgarancia lehetősége: szemben más ágazatokkal, az agrárvállalkozások számára „saját” hitelgarantőr szervezet áll rendelkezésre.

Az Agrár-Vállalkozási Hitelgarancia Alapítvány (AVHGA) célja különösen

az agrár, de általában a vidéki vállalkozók és vállalkozások (természetes személyek, őstermelők, egyéni vállalkozók, társas vállalkozások, szövetkezetek) hitelképességének növelése, hitelhez jutási feltételeinek javítása, külső forrásbevonási képessé-

gének erősítése, pénzügyi életképességének biztosítása, s így a vidék fejlődésének előmozdítása. Szolgáltatásait (bankhitelhez, bankgaranciához, lízinghez, faktoringhoz, kapcsolódó készfizető kezesség) az Alapítványhoz csatlakozott hitelintézetek jogosultak igénybe venni a hazai vidéki vállalkozásokkal kötött szerződésükhöz kapcsolódva. A hitelgarancia segítségével vidéki vállalkozóként könnyebben juthatsz hozzá külső pénzügyi forrásokhoz és szolgáltatásokhoz.

Az AVHGA sokaknak eszébe jut: évente több ezer kezességet bocsát

ki, melyek révén évről évre 55-60 milliárd Ft hitel felvételéhez segíti hozzá a hazai agrár/vidéki vállalkozásokat. Az Alapítvány tevékenységéről, hitelintézeti partnereiről további információt a www.avhga.hu honlapon találsz.

Mi történik, ha bedől a hitel?

A bedőlő hitelek fedezeteként felajánlott termőföldek nem kerül(het)nek banki tulajdonba, azokat kötelező bírósági végrehajtási eljárás során elárverezni.

Gondoltál már a közraktárakra?

Agrárvállalkozásként, különösen növénytermelés esetén speciális lehetőséget jelenthet számodra a közraktári finanszírozás. A konstrukciókba általában minden, a Budapesti Árutőzsdén jegyzett termék bevonható. A tőzsdén nem jegyzett speciális közraktári termékek finanszírozására pedig egyedi ajánlatot kérhetsz. Ha a megtermelt árut közraktár-

ban helyezed el, közraktári jegyet kapsz, amely a közraktárban elhelyezett áru tulajdonjogát megtestesítő, legfeljebb 1 éves futamidejű értékpapír.

Milyen szerepe van a közraktári jegynek a hitelfelvétel során?

A közraktári jegy a bankod számára biztosítékul szolgál, hiszen megtestesíti a letett áru feletti tulajdonjogot, könnyen átruházható (hiszen értékpapír) és -a közraktárak törvényi kötelezettségeiből adódóan- az áru mennyisége és minősége is garantált a futamidő alatt. A hitellel

VÁLSÁGÁLLÓ ESZKÖZ – A TERMŐFÖLD, MINT BIZTOSÍTÉK?

A biztosítékul szolgáló, megművelt termőföld értékének magasabb hányadát veszik újabban egyes bankok figyelembe a hitelösszeg megállapítása során. Jelenleg például a szántó, mint fedezet befogadási értéke az értékbecslés szerinti forgalmi érték 80-85 százaléka körül alakul. Ráadásul, miközben a lakóingatlanok árai csökkentek az utóbbi időszakban, addig a termőföldárak nőttek. Mindennek hatására mára egyértelművé vált: a termőföld egyfajta „válságálló biztosítékként” jelenik meg a hitelfolyósítások fedezeteként.

**Összegyűjtöttük Neked
a működő közraktárak
elérhetőségeit** (nem tévedés, tényleg csak három van belőlük...):

■ www.atidepo.hu
■ www.concordia.hu
■ www.koronakozraktar.hu
Fontos, hogy a közraktárakban megbízhatasz: felügyeletüket a Magyar Kereskedelmi Engedélyezési Hivatal látja el: www.mkeh.gov.hu.

A VÁLSÁG ÉS A KÖZRAKTÁRAK

A közraktári hitelezést rendkívül súlyosan érintette a gazdasági válság. Korábban a bankok teljesen megbíztak a közraktári jegyben mint fedezetben, arra „válogatás nélkül” akárkinek, akármilyen közraktár által kiállított jegyre, a jegy értékének 90%-át elérő hitelt adtak. A közraktári jegynek ezt a „kvázipénz-funkcióját” tönkre tette a válság (és néhány tisztességtelen szereplő) és ez azóta is tart: egyelőre úgy a termelők, mint a bankok igen óvatosak ezen a területen.

likvid forráshoz juthatsz arra az időre, amíg a betárolt terményt értékesíted. A bankok gyakorlatában a hitel összege az áru értékének maximum 80%-a lehet. Ha fedezeted nincs, de közraktározásra alkalmas árud (és ennek finanszírozására nyitott banki partnered) van, fontold meg ezt a lehetőséget is: évente közel száz milliárd forintnyi közraktár-jegy kerül kibocsátásra az országban.

Kik azok

az integrátorok?

Ha egyedül nem boldogulsz a bankokkal, megoldást jelenthet számodra az integráció, amely a mezőgazdaságra jellemző együttműködési forma. Az integrátori szerződés általában közép-,

vagy hosszú távra szól, amely alapján az integrátor piaci és/vagy termelési biztonságot nyújt az integrált termelőnek, valamint különböző szolgáltatásokkal és/vagy finanszírozással segíti a mezőgazdasági tevékenységet végző magántermelőt, gazdálkodó szervezetet (pl.: biztosítja a termeléshez szükséges alapanyagokat, az integrált által megtermelt terményt megvásárolja, a

termeléshez szükséges forgóeszközöket saját (vagy a saját nevében felvett pénzintézeti) forrásból megfinanszírozza stb.). Az integrált termelő által előállított termény az integrátor által nyújtott hitel és járulékai árufedezetéül szolgál.

Az integráció lehet horizontális (azonos termelőtevékenységet végző integráltak összefogása), vagy vertikális (egy adott termékpályán az egymásra épülő tevékenységek összefogása), vagy ezek kombinációi.

Jóllehet a gazdasági válság jelentősen csökkentette az integrátorok forrásbevonási lehetőségeit (és számos csődre is került sor), jelenleg ismét szaporodik az integ-

rátorok száma és vannak kifejezetten nekik szóló finanszírozási lehetőségek is. Sokszor a nagyobb mezőgazdasági termelő vállalkozások is vállalják, hogy a környékbeli kisebb termelők számára beszerzik a szükséges vetőmagot, növényvédő szert vagy egyéb input anyagokat, majd értékesítik a megtermelt terményeket. Az együttműködés előnyei az integrált termelők is belátták az utóbbi időben: az elmúlt években integrátor nélkül maradt kis magán-gazdaságok az első banki forgóeszköz hitel felvételekor szembesültek azzal, hogy ezt a hitelt csak fedezet mellett vehetnék fel...

A NAGYOBB JOBB...

A vállalkozások fejlesztésénél (és finanszírozásánál is) az egyik szempont általában a gazdaságos működés, és ez elképzelhetetlen az optimális birtoknagyság nélkül. Egy technológiai beruházás is akkor lehet rentábilis, ha az a későbbiekben a megművelt terület nagyságának növelésével fejlődhet. Ma még nagyon sok vállalkozásnak az is problémát jelent, hogy a kis terület nem termeli ki az esetleges beruházások, fejlesztések költségeit, sőt gyakorta ahhoz sem elegendő, hogy kiszámítható jövedelmet biztosítson.

MIHEZ KEZDJ MEGTAKARÍTOTT PÉNZEDDEL?

HA CÉGEDNEK VAGY NEKED MEGTAKARÍTÁSAID KELETKEZNEK, SZÁMTALAN LEHETŐSÉGED VAN RÁ, HOGY MEGFONTOLTAN HASZNOSÍTSD AZ ÖSSZEGET. ÁLTALÁBAN MINÉL HOSSZABB IDŐTÁVRA FEKTETED BE PÉNZED, ANNÁL MAGASABB HOZAMOT ÉRHETSZ EL.

A bankok rövid távra szóló befektetési ajánlataikat sok esetben az elhelyezni tervezett összeg nagysága, a futamidő és a vállalni kívánt kockázat szerint csoportosítják. Minden befektetési termékre jellemző azonban, hogy az elérhető hozam nagysága és a kockázat mértéke egymással fordítottan arányos, azaz általánosságban az a helyzet, hogy annál magasabb hozamot érhetsz el, minél hosszabb az időtáv és minél magasabb a kockázat.

A folyószámla

A legegyszerűbb megoldás, ha a bevételt rajta hagyod vállalkozásod folyószámláján. Ennek nagy hátránya ugyanakkor, hogy a bankok ilyenkor sokszor csak elhanyagolható mértékű, akár 1 százalék alatti éves kamatot fizetnek, ami lehet, hogy még magára a számla fenntartására sem elég. A folyószámlát csak akkor érdemes a pénzed „tárolására” használni, ha fontos, hogy a lehető legkönnyebben és

leggyorsabban hozzáférj, illetve ha kis összegről és nagyon rövidtávról lévén szó sokat nem veszítesz a „látra szóló”, alacsony kamattal.

Nagyobb összegnél vagy kicsit is hosszabb időre ugyanakkor már célszerű „rendes” befektetési formák után nézni. Itt leggyakrabban három megoldást választanak a kisvállalkozások: bankbetétet, befektetési alapokat és állampapírokat.

A bankbetét

A betét előnye, hogy a folyószámlánál általában magasabb hozamot biztosít, a teljes kamathoz ugyanakkor csak a lejáratú idő végén jutsz hozzá. Ezzel kapcsolatban problémát jelenthet, hogy míg néhány helyen az ügyfél már maga döntheti el, hogy hány napig nélküli a pénzt, a bankok minimális egységként legalább kerek hetekben határozzák meg betéti konstrukcióikat. Érdemes ez ügyben a pénzintézetek honlapján tájéko-

Fő megtakarítási típusok	Mennyi időre?
Bankbetét	1–12 hónap
Állampapír (kincstárjegy, államkötvény)	3 hónap – 10 év
Befektetési jegy	3 hónap – 5 éven túl
Egyéni részvénybefektetések	3–5 év

Forrás: Magyar Nemzeti Bank

zódni, illetve magukat a tranzakciókat is a ma már szinte minden banknál elérhető internetes szolgáltatásokon keresztül bonyolítani (■ 9.8. fejezet Üzletvitel az interneten), mivel ezt néha kamattfelárral jutal-

mazzák. Összességében tehát, ha nem vagy biztos benne, hogy nem lesz szükséged időközben a szóban forgó pénzre, vagy ha az igazán csak milliós nagyságrendnél jó kondíciókat kínáló befektetéseknél valami jövedelmezőbbre vágysz, akkor célszerűbb rugalmasabb befektetési formák után nézni.

A befektetési jegyek

Erre jó példát jelentenek a rugalmasságuk mellett sokszor a betéteknél nagyobb hozammal kecsegtető rövid távú, likviditási vagy pénzpiaci alapok által kínált befektetési jegyek. Ezek rendszerint 3–12 hónap alatt futják ki igazi formájukat, ennél

hosszabb időtávra érdekesebb nagy kockázatú, így nagyobb várható hozamú megtakarítási eszközt választani (a befektetési alapok esetében ide sorolhatóak a válság következtében értékükből múlt évben sokat veszítő részvény- vagy az ingatlanalapok is). Ezekből normál körülmények között – a befektetési jegyek árfolyamváltozásából eredő kockázatai mellett – bármikor kiszállhatsz, viszont a sokszor magas pénzmozgatási jutalékok miatt itt is érdemes alaposabban áttanulmányozni az „apró betűt”. A pénzintézetek termékfejlesztése

NE FELEDD,

Te egy sikeres kisvállalkozó vagy (hiszen pénzt termel a céged), és nem tőzsdei spekuláns. A Te üzleted – tisztelet a kivételnek – nem az értékpapír- vagy devizapiac. Légy tisztában azzal, hogy egy részvénybefektetés kockázati kitettségének alapos feltérképezése sokrétű és alapos szakismereteket igényel, és a magas hozamra még körültekintő döntéshozatal esetén sincs garancia. Ehhez hasonlóan viszonylag kevés kisvállalkozó rendelkezik átfogó ismeretekkel a devizapiacok működésének mozgatórugóiról. Alapszabályként menj inkább biztosra: legyen kisebb a befektetéseiden elért hozam, de ne kockáztasd a teljes befektetést, és lehetőleg abban a devizanemben takaríts meg, amiben kiadásaid is felmerülnek. Döntésed előtt tájékozódj, fordulj befektetési tanácsadóhoz, de azzal is légy tisztában, hogy ő sem pártatlan: az ő üzlete a Te befektetésed.

3.9

MIHEZ KEZDJ
MEGTAKARÍTOTT
PÉNZEDDEL?

nyomán e tiszta formáknak, a bankbetétnek és a befektetési jegynek ma már számos kombinációja elérhető, illetve érdemes figyelni az akciókat is, melyeket sok esetben éppen rövid, néhány hónapos időtávra hirdetnek meg. Az akciós betéti hirdetséknél minden esetben nézz utána, hogy az akciós időtartamot követően milyen mértékű kamatot fog fizetni a bank a lekötött pénzed után. Számold utána, hogy az akciós időszakot követően várhatóan alacsonyabb hozammal együtt is megéri-e az ajánlott akciós befektetési terméket választanod.

A diszkontkincstárjegy

Az éven belüli befektetések harmadik alapvető formája a diszkontkincstárjegy. Ez az eszköz nem kama-

tot fizet, hanem olcsóbban veheted meg, mint amennyiért lejáratkor visszaváltják, így a kettő különbözetét zsebelheted be a kamat „helyett”.

Hivatalosan 3, 6 vagy 12 hónapos futamidővel lehet megvenni, de az úgynevezett „másodpiacra”, azaz akár saját bankodnál különösebb költség nélkül éven belül gyakorlatilag bármilyen hátralévő futamidővel megvásárolható. Diszkontkincstárjegyet akkor érdemes vásárolni, ha nagyon fontos, hogy biztonságban legyen befektetésed, illetve ha azt szeretnéd, hogy egyszerűen lehessen értékesíteni – igaz, mindennek ára van: viszonylag alacsony hozammal kell beérned. A főként hosszútávon kifizetendő részvényeknél alacsonyabb kockázattal, de az állampapíroknál rendszerint magasabb hozamot biztosítanak a vállalati kötvények. Ezeket azonban a milliós nagyságrend alatt inkább vállalati kötvényekbe (is) fektető befektetési jegy formájában érdemes megvenni, és akkor sem néhány hetes időtávra.

BEFEKTETÉS ELŐTT TÁJÉKOZÓDJ!

Folyószámlák és lekötött betétek

A bankok ajánlatairól és az elérhető kamat mértékéről a bankok hirdetményeiből, az úgynevezett kondíciós listákból tájékozódhatsz. Ezek megtalálhatók a bankok ügyfélszolgálatában is, de a legegyszerűbb, ha az egyes bankok honlapján nézed meg őket. Mielőtt azonban elvesznél az ajánlatok között, felhívjuk figyelmedet a www.mnb.hu honlapon a Felügyelet menüpont alatt a Pénzügyi Fogyasztóvédelmi Központ szolgáltatásaira, ahol többek között tematikusan rendezve találhatók meg a fontosabb pénzügyi szolgáltatások ismertetése és összehasonlítási lehetőségek (pl. a magánszemélyek számára szóló Bankszámla választó program). A vállalkozásod számára legmegfelelőbb bankszámla kiválasztásához pedig javasoljuk a bankracio.hu oldalon elérhető céges bankszámla összehasonlító alkalmazást.

Állampapír-befektetések

A lakossági befektetők részére hozzáférhető állampapírok jellemzőiről és elérhető hozamairól az állampapír-forgalmazásban részt vevő bankok honlapjain, illetve az Államadósság Kezelő Központ honlapján (www.allampapir.hu) tájékozódhatsz.

Befektetési alapok

A befektetési alapok jellemzőiről további részleteket a www.bamosz.hu honlapon olvashatsz, ahol az egyes alapok hozamairól és a kapcsolódó költségekről is tájékozódhatsz. A költségekről a www.mnb.hu honlapon a Pénzügyi Fogyasztóvédelmi Központnál a befektetési alapokkal foglalkozó részében is részletes információk állnak rendelkezésedre.

Részvények

A tőzsdei befektetésekkel kapcsolatos további részleteket, valamint a magyar tőzsdére bevezetett részvényekkel kapcsolatos árfolyam- és háttér-információkat a Budapesti Értéktőzsde honlapján www.bet.hu értheted el.

Forrás: penziranytu.mnb.hu

Megtakarítás devizában

Akár forintban, akár devizában keletkezik bevétel, azt is érdemes megfontolni, hogy valamilyen külföldi pénznemben takarítsd meg fölösleges pénzeszközeid egy részét. Megfontolhatod azt is, hogy az árfolyamváltozásra játszva akár néhány napos időtávra is a devizapiacra keress gyorsan, nagy hozamot biztosító lehetőségeket, ezeken azonban nemcsak nyerni, hanem nagyot bukni is lehet, így csak azoknak ajánlott, akik tisztában vannak a sokszor gyorsan változó pénzpiaci folyamatok rejtelmeivel.

Adózni is kell

Mielőtt eldöntöd, hogy miként hasznosítod átmenetileg megnőtt készpénzállományodat, érdemes mérlegelni azt is, hogy az adott megoldás mellett mennyi marad belőle adózás után. Az árfolyamnyereségnek nincs kitüntetett szabályo-

! Válságtanácsadó

A válság egyik következménye volt, hogy felértékelődött a szabad pénz jelentősége mivel szinte mindenki pénzsűkében volt – bizony, a bankok is –, ezért egyre „többet ért” a pénz. A banki betétek esetében láthattad, hogy szinte minden bank emelte betéti kamatait, és folyamatosan különböző akciókkal próbált további betéteket gyűjteni. Az állampapírok hozama is emelkedett, azaz az állam is többet fizetett a Tőled kapott kölcsönért.

Mostanra ez a trend megfordult, a Magyar Nemzeti Bank az elmúlt időszakban folyamatosan csökkentette az alapkamatot, ami a számodra elérhető banki és egyéb megtakarítási termékek kamatszintjét is jelentősen csökkentette.

A kockázatot jól tűrő befektetőknek érdekes terepet kínál a tőzsde, hiszen a tőzsdei adás-vételekkel akár ki is használhatod egy válság jelenségeit: játszatsz a forint gyengülésére, vagy akár a kamatok változására is.

A néha nagyon magas kockázatra tekintettel azt javasoljuk, hogy a tőzsdei ügyletekkel kapcsolatban légy rendkívül megfontolt: csak a ténylegesen hosszútávon is nélkülözhető pénzed erejéig gondolkodj esetleges befektetésen.

Ha sok megtakarításod van, és hosszú távon sem lesz rá szükséged, úgy nagyon jó alkupozícióból tárgyalhatsz ma az ingatlanpiacon: a jelentősen romló hitelezési feltételek miatt csökkent a potenciális vevők száma, így könnyen elképzelhető, hogy nagyon jó áron is találhatsz ingatlant, akár befektetési céllal is. Az ingatlan azonban – ellentétben a korábban felsoroltakkal – nem tehető gyorsan pénzzé: így ingatlanba csak akkor fektess, ha az adott megtakarítással valóban hosszú távra tervezel.

zása a társaságok adózásában, így az árfolyamnyereség része a cégek társasági adó alapjának. Ez alól kivételt jelent a törvényben nevesített bejelentett részesedésen elért árfolyamnyereség. A társasági adó mértéke – általános esetben – a pozitív adóalap 19 százaléka, azonban – és itt jön a kisvállalkozók számára a jó hír – a pozitív adóalap

500 millió forintot meg nem haladó összegéig csupán 10 százalék. A belföldi illetőségű társasági részvényese által, részvényei után kapott osztalék mentes a társasági adó alól.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- penziranytu.mnb.hu
- www.mnb.hu
- www.adozona.hu
- www.bankmonitor.hu

3.9

MIHEZ KEZDJ
MEGTAKARÍTOTT
PÉNZEDDEL?

MIRE JÓ AZ ÁLLAM?

ÁLTALÁBAN ÚGY GONDOLUNK AZ ÁLLAMRA, MINT ELLENFELÜNKRE. AZONBAN NÉHA A SEGÍTSÉGEDRE IS LEHET: A MAGYAR ÁLLAM PÉLDÁUL SZÁMOS ESZKÖZZEL PRÓBÁLJA SEGÍTENI A TIÉDHEZ HASONLÓ VÁLLALKOZÁSOK FEJLŐDÉSÉT. MINDEZT NEM KEDVESSÉGBŐL TESZI: A MIKRO-, KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK FEJLŐDÉSÉNEK SEGÍTÉSE, TŐKÉHEZ JUTTATÁSA A GAZDASÁG EGÉSZE SZEMPONTJÁBÓL IS ALAPVETŐ FONTOSSÁGÚ.

Egy átlagos magyar kis-vállalkozó úgy gondol az államra, mint egy kőke-mény ellenfélre: rengeteg, állandóan változó szabállyal, hatósági előírással, bürokratikus, időrabló eljárással, és persze a kellemesnél magasabb adókkal nehezíti meg az életét. Próbáld meg azonban egy pillanatra az állam helyébe képzelni magad: ha már nem csak a Te vállalkozásod, hanem százezernyi hasonló

vállalkozás, sőt egy egész ország működtetése a feladat, úgy hirtelen valóban nagyon komplikálttá válik minden: ezernyi, egymással gyakran ellentétes érdek, kívánság vagy szükséglet és szempont összehangolása tényleg nem egyszerű feladat (bár ez még korántsem magyarázza meg a kisvállalkozások hazai környezetének problémáit). Ha csak a Téged mint kisvállalkozót érdeklő

szempontot nézzük, az állam akkor is szükségszerűen kétarcú: egyik oldalról adóztat, gyakran - számodra talán - érthetetlenül szabályoz, és büntet, a másik oldalon ugyanakkor forrásokat biztosít, támogat és fejleszt. E második szerep eszköztárához a fejlesztéspolitika. Mivel a fejlesztéspolitika elsődleges „ügyfelei” éppen az olyan vállalkozások, mint a Tiéd, ezért hasznos lehet, ha rendelkezel

egy általános képpel arról, hogy milyen célokat próbál megvalósítani az állami fejlesztéspolitika, és ehhez milyen eszközöket használ fel.

Miért segíti a fejlesztéspolitika a kkv-kat?

Bár a híreket, nagy reklámkampányokat a nagyvállalatok uralják, a hazai kis- és középvállalkozások (gyakran használt rövidítésükkel ők a kkv-k) a gazdasági versenyképesség és a foglalkoztatás szempontjából alapvető fontosságúak. A több százezer hazai kkv ad munkát a magyar foglalkoztatottak többségének, és megkerülhetetlenül fontos szereplői például a szolgáltatás, a kiskereskedelem, az építőipar, az ingatlankereskedelem vagy a számítástechnika piacának. Nyugodtan mondhatjuk: a kkv-k nélkül megállna az élet!

A kkv-k fejlesztése, segítése tehát az állam alapvető érdeke, hiszen az

alacsony foglalkoztatottság kedvezőtlen hatása előbb-utóbb a gazdaság egészére rányomja bélyegét. Az állami fejlesztéspolitika fő célja a kkv-k teljesítményének, élet- és versenyképességének, hatékonyságának javítása. Ha elolvasod keretes írásainkat, megérted, hogy miért éppen ezeket tartja szem előtt az állam. Ehhez fontos a szabályozási környezet felhasználó barátabbá tétele, a finanszírozáshoz jutás elősegítése, valamint a vállalkozói tudás, illetve a vállalkozói infrastruktúra fejlesztése. A fenti lépések megvalósítását szolgáló források elosztásánál a legfontosabb elv, hogy az állami beavatkozások hozzájáruljanak a hiányzó vagy nem kielégítően működő piacok kifejlődéséhez, és

mindezt tegyék úgy, hogy közben egységnyi ráfordítással a legnagyobb hatást tudják elérni, például az elért vállalkozások száma tekintetében. Hosszú távon a fejlesztéspolitikát minősíti annak fenntarthatósága, idővel csökkenteni kell ugyanis a programok erős donorfüggőségét: a cél végső soron az öfenntartó módon működni képes vállalkozások létrejöttének támogatása.

Tudod, mekkora a céged?

A fejlesztéspolitika szempontjából vállalkozásnak tekinthető minden olyan, önálló piaci kapcsolatokkal rendelkező gazdálkodó szervezet, amely tevékenységét profitorientáltan végzi és jövedelemtermelést folytat.

A vállalkozások számára kiírt pályázatok túlnyomó több-

ségén kkv-k (azaz mikro-, kis- és középvállalkozások) vehetnek részt, így támogatási szempontból lényeges az, hogy mely vállalkozás minősül kkv-nak. Az Európai Unió megfogalmaz bizonyos szabályokat a definícióra vonatkozóan, viszont minden egyes tagállam maga dönti el a cégek besorolására vonatkozó mutatószámokat.

Magyarországon a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló 2004. évi XXXIV. törvény szabályozza a kérdést. E jogszabály alapján könnyen besorolható vállalkozásod, az átlagos statisztikai létszám, az éves nettó árbevétel

VÁLLALATOK KATEGORIZÁLÁSA

	Mikro	Kis	Közép
Létszám (fő)	10	50	250
Árbevétel (millió euró)	2	10	50

tel vagy a mérlegfőösszeg alapján. Így, amennyiben a vállalkozásodnál a foglalkoztatottak létszáma 10 főnél kevesebb, akkor mikrovállalkozásról beszélhetünk, kivéve, ha az éves nettó árbevétel vagy a mérlegfőösszeg meghaladja a kétmillió eurónak megfelelő forintösszeget, mely esetben már kisvállalkozásod van. Ezen túl fontos szempont a tulajdonosi struktúra is. Ha a vállalkozásodnak van 25 százalékot meghaladó tulajdonrésze más vállalkozásban, vagy a vállalkozásod 25 százalékot meghaladó tulajdonosai birtokolnak más vállalkozá-

sokban tulajdonrészt, akkor az árbevétel határoknál a konszolidált éves beszámolót kell figyelembe venni. Ha nem készül konszolidált éves beszámoló, akkor a foglalkoztatottsági és pénzügyi adatok számításánál a tulajdoni arálynak megfelelően kell figyelembe venni a tulajdonosok vagy a birtokolt vállalkozások adatait. Mindezek mellett pedig főszabályként akkor beszélhetünk kkv-ról, ha az állam vagy az önkormányzat közvetlen vagy közvetett tulajdoni részesedése nem haladja meg a 25 százalékot.

Hatékonyak a magyar kkv-k?

A magyar vállalkozások átlagos árbevétele 60-70 millió forint és a vállalkozások 90%-ának éves bevétele nem éri el a 100 millió forintot. Ha összehasonlítjuk a hazai vállalkozásokat európai társaikkal, arra jutunk, a magyar vállalatok több emberrel kevesebb jövedelmet termelnek: míg az EU-ban egy alkalmazott-

ra átlagosan 172 ezer euro árbevétel jut, addig itthon ennek kevesebb, mint a fele, 71 ezer euro. Úgyhogy a kérdésre a válasz sajnos nem! A magyar vállalkozásoknak sürgősen növekedni és ezen belül a termelékenységet is fokozni kellene!

Mitől függ a kkv-k versenyképessége?

A kkv-k versenyképességét alapvetően az határozza meg, hogy milyen módon és mértékben képesek reagálni a hatékony nagyvállalatok által támasztott kihívásra. Ebben sok tényező játszik szerepet (lásd, amit a sikeres vállalkozások jellemzőiről írunk), de közülük most kiemelnének az alábbiakat: a munkamegosztás (kiszervezés), a hálózatosodás, az innováció és a nemzetközi kapcsolatok fontosságát. Amennyiben egy kkv nem tudja saját szervezetén belül gazdaságosan működtetni azon menedzsmentfunkciókat, amelyek elengedhetetlenül szükségesek a gazdálkodáshoz,

sokszor ésszerűbb, ha e szolgáltatásokat külső szállítóktól vásárolja meg. Erre a legegyszerűbb példa, hogy Neked is nagy valószínűséggel külső cég végzi a könyvelésed, de a számvitelen kívül ide tartozhatnak még a marketing, a jogi, műszaki, számítástechnikai és egyéb szolgáltatások is. A magyar kis- és középvállalkozások háromnegyede rendszeresen vásárol valamilyen működési vagy stratégiai szolgáltatást, ráadásul a szolgáltatók nagy része szintén kis- vagy középvállalkozás. Gondold meg, nem cipel a céged magával olyan funkciókat, melyeket hatékonyabb lenne kiszervezni? Emellett a kkv-k számára a hálózatosodás az egyik leghatékonyabb eszköz a méretgazdaságosság hátrányok mérséklésére. Az első és, a hazai vállalkozókat figyelve, egyik legnehezebb lépés, hogy meggyőzd magad: együttműködni márpedig érdemes! Ha ezt már tény-

leg komolyan gondolod, a kapcsolatépítést célszerű egyszerűbb, informális módon elkezdni. Első lépésnek tekintheted akár azt is, ha például vállalati találkozókra elkezdesz beszélgetni, tapasztalatot cserélni más vállalkozókkal. Majd az így kialakult kapcsolatokra építve, kölcsönös érdekek mentén, fokozatosan érdemes kialakítani formális együttműködést is. Ha mindez komoly szintre jut, klaszterről beszélhetünk, amely -akkreditálását követően- akár célzottan rá szabott, vissza nem térítendő állami támogatáshoz is juthat az EU-s pályázatok keretében. Jelentősen fokozza egy vállalkozás versenyképességét, ha képes innoválni. Az innováció meghatározása meglehetősen széleskörű: bármilyen új termék, szolgáltatás vagy eljárás bevezetése annak számít, ez lehet technológiai, marketing vagy akár szervezeti innováció. Innoválni lehet házon

belül vagy együttműködésben is. Miközben az a kép él bennünk, hogy kreatív, innovatív nemzet vagyunk, ha a vállalkozásaink teljesítményét megnézzük, az derül ki, hogy az EU által alkalmazott 10 innovációs mérőszámból 9 esetében a hazai kkv-k jelentős lemaradásban vannak európai társaikhoz képest. A legszélsőségesebb példa a házon belül innováló kkv-k aránya: míg az EU-ban ez 30%, addig Magyarországon csak 13%. Nyilvánvaló, hogy versenyképes és jóval nagyobb növekedési lehetőségekkel rendelkezik az a vállalkozás, amelyik bekapcsolódik a világ-gazdasági vérkeringésbe. Ebből a szempontból sem túl rózsás a helyzet: a hazai vállalkozások döntő része nem rendelkezik nemzetközi kapcsolatokkal, árbevételüknek csak mintegy 5-10%-a származik exportból, miközben átlagos EU-s társaiknak ennek többszöröse.

Te sikeres vállalkozónak tartod magad?

A hazai vállalatok mintegy 25%-a tekinthető gyorsan növekvő, sikeres vállalkozásnak. Ők mind az alkalmazottak száma, mind a reál-árbevétel növekedése szempontjából kiemelkedő teljesítményt nyújtanak.

Mi jellemzi általában a sikeres vállalkozásokat?

- motivált (tehát nem kényszerből) vállalkozók alapítják egy kedvező piaci lehetőség kiaknázására,
- fókuszáltnak, azaz mérsékelt diverzifikáció mellett, jellemzően 2-3 tevékenységi struktúrában tevékenykednek,
- célpiacuk túlmutat a helyi szinten, legalább regionális szinten működnek,
- az átlagot meghaladó mértékben vannak külföldi kapcsolataik,
- főként más vállalkozások számára értékesítik termékeiket, szolgáltatásaikat,
- gyakran cégcsoportok, vállalkozói hálózatok tagjai,
- beruházásaik és innovációs tevékenységük átlag feletti,

A KICSI SZÉP: MEKKORA A KKV-K SÚLYA?

A Magyarországon bejegyzett vállalkozások 99,9 százaléka kkv-nak számít, ezen belül 94,6 százalék mikrovállalkozás. A kkv-k foglalkoztatási jelentősége megkérdőjelezhetetlen: az üzleti szférában foglalkoztatottak 72%-át biztosítják, mintegy 1,9 millió embernek adnak munkát és a bruttó nemzeti termék (GDP) 54,6%-át állítják elő.

- jelentős részük különböző a vállalkozáserősítő és közbeszerzési pályázatok aktív és visszatérő résztvevője, valamint a pénzügyi, tőkepiaci finanszírozó intézmények elsődleges célcsoportja.

Egyszerűen fogalmazva, ha motivált vagy, megpróbálsz kapcsolatokat építeni, beruházni és innoválni, már sokat tettél azért, hogy növekedni tudj és sikeres legyél!

És mit ajánl Neked az állam?

A vállalatok fejlődését az állam többfajta eszköz-csoport révén igyekszik

támogatni. A szabályozási jellegű beavatkozások az általános gazdasági környezet formálásán keresztül mindenkire hatnak. Alapelvei között az egyik legfontosabb a felesleges, értelmét veszített, elavult állami szabályozások, eljárások hatályon kívül helyezése vagy lehetséges egyszerűsítése, korszerűsítése. Fontos kritérium, hogy a vállalkozói szektort érintő államigazgatási ügyintézésnek mindenekelőtt az ügyfelek érdekét kell szem előtt tartania, akárcsak a hatékony működéshez szükséges jogbiztonság, áttekinthetőség erősítését, a piaci információk bővítését. Az ehhez hasonló, az üzleti környezetet javító szabályozási intézkedéseknek már többször nekirugaszkodott a magyar állam, ugyanakkor – mint ezt Te is naponta érezkedheted – átütő sikert mind ez idáig nem sikerült elérni ezen a területen.

A vállalkozások finanszírozáshoz juttatását az állam közvetlen programokkal segíti, melyek jellemzői, hogy időről időre, többnyire kifejezetten a kkv-k részére kerülnek meghirdetésre. Az ezekhez a programokhoz való hozzáférés nem „automatikus”, eleve csak bizonyos feltételek teljesítésekor elérhetőek és csak az részesül belőlük, aki pályázik. Itt tehát Neked kell kezdeményezned!

Ezeknek a programoknak a legfontosabb elemei az uniós és hazai forrásból egyaránt finanszírozott, vissza nem térítendő állami támogatások (pályázatok) (lásd 4.9. fejezet: Európai

Unió pályázatok), valamint az államilag támogatott egyéb finanszírozó eszközök (lásd a 4.3.-4.8. fejezetekben bemutatott pénzügyi konstrukciókat, köztük a kedvezményes vállalati hiteleket, a hitelgarancia- és a tőkeprogramokat). E programokkal kapcsolatban már valóban érezhető a fejlődés: Neked is csak ajánlani tudjuk, hogy nézz körbe alaposan, könnyen elképzelhető, hogy számodra is tartogat üzleti lehetőséget valamely állami program. A nézelődést a fontosabb állami szereplőknél érdemes elkezdened. Hogy megkönnyítsük a dolgod, egyrészt készítettünk egy intézményi térképet „termékenként”, azaz aszerint,

MI A MEZŐGAZDASÁGI TÁMOGATÁSOK IGÉNYLÉSÉNEK LEGFONTOSABB FELTÉTELE?

A támogatások igénylésének alapvető feltétele, hogy az igénylő „láthatóvá” váljék a támogatásért felelős szervezetek számára. Ez elsődlegesen az MVH-nál történő regisztrációval valósul meg (ügyfélregisztráció). Ezen kívül nyilvántartásba kell vetetni azt a földet és azokat az állatokat is, amelyek után támogatást szeretnél kapni.

MELY TERÜLETEK UTÁN KÉRHETSZ EGYSÉGES TERÜLETALAPÚ TÁMOGATÁST?

Egységes területalapú támogatás alapjául szolgáló területnek a 73/2009/EK tanácsi rendelet 124. cikk (1)-(5) bekezdésében foglaltaknak megfelelő mezőgazdasági területet kell tekinteni.

Támogatás iránti kérelmet az a mezőgazdasági termelő nyújthat be, aki a terület jogszerű földhasználójának minősül. A támogatásra való jogosultság további feltételekhez kötött, melyekről a www.mvh.gov.hu-n tájékozódhatsz.

Fontos, hogy tudd: egyes jogcímeken az egységes területalapú támogatáshoz kapcsolódóan kiegészítő nemzeti támogatás (ún. top-up támogatás) is igénybe vehető.

hogyan milyen államilag támogatott finanszírozási lehetőséget szeretnél igénybe venni, másrészt röviden összefoglaltuk Neked a fontosabb szereplőkre vonatkozó tudnivalókat.

Az állam és az agrárvállalkozások

Már többször jeleztük: az agrárvállalkozások különleges helyzetben vannak, nincs ez másként a számukra rendelkezésre álló állami támogatásokkal kapcsolatban sem.

Magyarország számára az Európai Unióhoz való csatlakozással jelentős támogatási források nyíltak meg

agrár- és vidékfejlesztési célokra. Ezeknek a támogatásoknak két tipikus forrásuk van: az egyik az Európai Unió költségvetése (pontosabban a Közös Agrárpolitikához kapcsolódó kiadások finanszírozására létrehozott Európai Mezőgazdasági Garanciaalap (EMGA), illetve az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alap (EMVA)), a másik pedig a magyar központi költségvetés. Az agrártámogatások a Közös Agrárpolitika (KAP) részeként érkeznek Magyarországra. A 2014-2020-as tervezési ciklusra meghirdetett KAP újdonságai:

- a közvetlen támogatások közelíteni fognak egymáshoz a tagállamok között, illetve a tagállamokon belül is (egy gazdálkodó esetében felső támogatási limit megállapítása)
- a közvetlen támogatások 30%-át külön természetvédelmi intézkedésekhez, az úgynevezett „zöldítéshez” kötik
- továbbra is fennmarad az Egységes Területalapú Támogatás (SAPS) rendszere
- a kisebb gazdák egy fix támogatási összeget kaphatnak majd jóval kisebb követelmények teljesítéséért cserébe
- a generációváltás elősegítésére a fiatal gazdák a gazdálkodás első öt évében címzett többlettámogatáshoz juthatnak hozzá.

A vidékfejlesztési (ún. EMVA) pályázatokról a 4.9 Európai Unió pályázatok című fejezetben esik szó.

Az agrár- és vidékfejlesztési támogatásokra vonatkozó információk különféle kate-

4.1

MIRE JÓ AZ ÁLLAM?

góriák és jogcímek alá rendezve alatt érhetőek el a Magyar Vidékfejlesztési Hivatal honlapján (www.mvh.gov.hu):

- a Nemzeti támogatások,
- a Nemzeti kiegészítő támogatások és a Tejkvóta,
- a Területalapú (SAPS) és Közvetlen támogatások,
- az EU Intervenciós intézkedései,
- az EU Külpiaci intézkedései,
- az EU NVT intézkedései,
- az EU Belpiaci intézkedései,
- az EMVA.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.palyazat.gov.hu
- www.ksh.hu
- www.mvh.gov.hu
- www.europa.eu/pol/agr/index_hu.htm

A KEDVEZMÉNYES FINANSZÍROZÁS SZEREPLŐI

EBBEN A FEJEZETBEN BEMUTATJUK NEKED A VÁLLALAKOZÁSOK FEJLESZTÉSÉT KEDVEZMÉNYES FINANSZÍROZÁSI LEHETŐSÉGEKKEL SZOLGÁLÓ INTÉZMÉNYEKET A SZÁMODRA RELEVÁNS, „ÜGYLETTÍPUSOK” SZERINTI BONTÁSBAN.

Ha már végiggondoltad, mire van szükséged (ebben segít a 3. fejezet) és azt is tudod, hogy melyik kedvezményes finanszírozási lehetőség érdekel, az alábbi intézményi térkép segít eligazodni, hogy hol kezd a keresgélést. A térképen a főbb finanszírozás típusok (azaz vissza nem térítendő támogatás, kedvezményes hitel és a hozzá kapcsolódó hitelgarancia, valamint kockázati tőke) szerinti bontásban

gyűjtöttük össze azokat az intézményeket, amelyeknél az állam által támogatott lehetőségek elérhetőek. Ha megnézed a térképet, láthatod, többnyire az a helyzet, hogy az egyes lehetőségek, programok gazdája egy állami szereplő. Tapasztalataink szerint náluk érdemes elkezdened az információgyűjtést (lásd az információ oszlop alatt megjelenő intézményeket). Ugyanakkor maguk az ügyletek, a tényleges

igénybevétel más szervezeteknél, sok esetben piaci szereplőknél történik (lásd az igénybevétel oszlop alatt megjelenő szervezeteket).

A fejlesztéspolitikai nagyágyú

2014-től az EU új tervezési ciklusa vette kezdetét. Minden ilyen ciklusfordulót komoly tervezési és egyeztetési folyamat előz meg. Természetesen nem csak az elérhető lehetsé-

ÁLLAMI TÁMOGATÁSELEMMEL BÍRÓ KEDVEZMÉNYES FINANSZÍROZÁSI LEHETŐSÉGEK INTÉZMÉNYI TÉRKÉPE

VISSZA NEM TÉRÍTENDŐ TÁMOGATÁS

KEDVEZMÉNYES HITEL

információ

igénybevétel

www.palyazat.gov.hu

Az intézményrendszer
átalakítás alatt áll.
Konkrét információ az adott
pályázat dokumentációjá-
ban érhető el.

MVH
www.mvh.gov.hu
(agrárvállalkozások)

MVH
www.mvh.gov.hu
(agrárvállalkozások)

információ

igénybevétel

MFB
www.mfb.hu

MV Zrt.
www.mvzrt.hu

KAVOSZ
www.kavosz.hu

EXIMBANK
www.eximbank.hu

Pénzügyi közvetítő (finan-
szírozó bank, hitelintézet,
takarékszövetkezet, egyéb)

EXIMBANK
www.eximbank.hu

HITELGARANCIA, BANKGARANCIA

KOCKÁZATI TŐKE

információ

igénybevétel

MFB
www.mfb.hu

GARANTIQA
www.garantiqa.hu

AVHGA
www.avhga.hu

MEHIB
www.mehib.hu

Finanszírozó bank,
hitelintézet,
takarékszövetkezet

MEHIB
www.mehib.hu

információ

igénybevétel

MV Zrt.
www.mvzrt.hu

SZTA
www.szta.hu

JEREMIE kockázati tőkealap-
kezelő társaságok.

SZTA
www.szta.hu

gek, pályázatok változnak meg, de módosulhatnak az őket közvetítő intézmények, illetve az általuk ellátott feladatok is. Az alábbiakban röviden bemutatjuk számodra amit erről az új időszakról már most tudni lehet. Az intézményi térképen az állami háttérű szereplőket és elérhetőségeiket tüntettük fel. Az általuk ajánlott konstrukciók főbb jellegzetességeit a következő fejezetekben foglaljuk össze.

palyazat.gov.hu

Bár nem intézmény, mégis megjelenik ebben a felsorolásban, hiszen az új fejlesztési időszakban

a palyazat.gov.hu lesz a vállalkozásfejlesztési pályázatokkal kapcsolatos információk legfőbb lelőhelye. Ide érdemes kattintani, ha

- pályázatot keresel (pályázati gyorskereső)
- beadott, elbírálás vagy megvalósítás alatt lévő pályázatot van (pályázati e-ügyintézés)
- konkrét információra van szükséged (ügyfélszolgálat)
- általában tájékozódni kívánsz (fejlesztési információk).

A palyazat.gov.hu oldalon a Pályázatok menüpont alatt megtalálható az EU-s vállalkozásfejlesztési és az egyéb (pl. Kutatási és Technológiai Innovációs Alap, Európai Területi Együttműködés programok, Svájci Hozzájárulás, EGT és Norvég Finanszírozás Mechanizmus) pályázatok teljes dokumentációja is. A későbbiekben megnyíló pályázati lehetőségek igénybevételét illetően még átalakulás alatt áll

az intézményrendszer, e tekintetben az adott pályázat dokumentációjára érdemes hagyatkozni.

MV - Magyar Vállalkozásfinanszírozási Zrt. (MV Zrt.)

Az MV Zrt. támogatásközvetítőként lép fel az EU-s források felhasználásával kialakított kedvezményes vállalati hitelekkel, hitelgarancia programokkal és kockázati tőkeprogramokkal kapcsolatban. Az általa közvetített lehetőségeket azonban nem közvetlenül nála, hanem az MV Zrt.-vel szerződött, ún. pénzügyi közvetítőkön keresztül tudod elérni. A vállalati hitelek és hitelgarancia programok esetében ez finanszírozó bankokat, takarékszövetkezeteket, pénzügyi vállalkozásokat vagy vállalkozásfejlesztési alapítványokat jelent, a tőkeprogramok esetében pedig kockázati tőketársaságokat. Mégis fontosnak tartjuk felhívni a figyelmet az MV Zrt-re, mivel a honlapján (www.mvzrt.hu) keresztül koncentráltan

tudsz ezekről a programokról tájékozódni és itt találsz meg azt is, melyik pénzügyi közvetítőnél tudod ténylegesen igénybe venni ezeket a lehetőségeket.

Magyar Fejlesztési Bank (MFB)

Az MFB, amellett, hogy klasszikus fejlesztési bankként funkcionál (azaz közvetlenül is lehet hozzá fordulni finanszírozási igényekkel), magyar állami források felhasználása révén kedvezményes hitelprogramokat is refinanszíroz. Ez utóbbiak képezik egyébként a jelenleg elérhető kedvezményes vállalati hitelek jelentős részét. Ha ezekről szeretnél tájékozódni, a legcélszerűbb itt, az MFB-nél kezdened a www.mfb.hu-n. De megint csak igaz, hogy ezekhez a hitelekhez közvetlenül a pénzügyi közvetítőkön keresztül férsz hozzá (a www.mfb.hu-n azt is megtalálsz, hogy az egyes konstrukciónál pontosan kik a közvetítők).

HA ÚJABB (KÜLFÖLDI) PIACOKRA LÉPNÉL...

Ha tevékenységedet elsősorban a kiviteltre alapozod vagy bővíteni szeretnéd, a Nemzeti Külgazdasági Hivatal (HITA) lehet segítségedre, hogy új piacokat találj termékeid számára.

Az elérhető szolgáltatások köre magában foglalja a célzott üzleti partnerkeresést, tárgyalások és árubemutatók megszervezését, vagy akár exportfejlesztési terv elkészítését is. Mindezeket a vállalkozásod profilja szerint alakítják ki, így érdemes felvenned a kapcsolatot a Hivatal munkatársaival, bővebb információt pedig a www.hita.hu linken találsz.

MFB Invest Zrt.

Az MFB Invest elsősorban fejlesztési tőkebefektettként működik (technológia fejlesztés, információ technológia, logisztika, környezetvédelem, megújuló energia források, infrastruktúra fejlesztés), de befektethet ingatlanokba, projekt vállalatokba is, illetve eseti jelleggel magyar társaságok nemzetközi terjeszkedését vagy beszállítói kapcsolatait segítő projektekbe is. Az MFB Invest kockázati tőkealapok alapítója. Önállóan vagy piaci befektető bevonásával hoz létre olyan új alapokat, amelyek tevékenységük során a tulajdonosok által meghatározott fejlesztési

illetve tőkekihelyezési célokat szolgálják.

Az MFB Invest másik fontos tevékenysége, hogy tanácsadással is foglalkozik, ezzel is segítve a vállalkozásokat céljaik megvalósításában.

Széchenyi Tőkealap-kezelő Zrt. (SZTA)

Az SZTA 2011 óta végez kockázati tőkebefektetéseket az ország egész területén. Az alap potenciális partnernek tekint minden olyan vállalkozást, mely legfeljebb 750 ezer eurónak megfelelő forint összegnyi tőkejuttatás befogadásával képes piaci pozícióját javítani, és fejleszteni.

KAVOSZ Zrt. (KAVOSZ)

A Széchenyi Kártyáról már biztosan hallottál. A KAVOSZ végzi a Széchenyi Kártya Program szakmai irányítását, melynek keretében már hat hiteltermék vehető igénybe. A hitelkérelmet a KAVOSZ, a VOSZ és a Területi Kereskedelmi és Iparkamarák irodáiban nyújthatod be. A közel 300 iroda teljes országos területi lefedettséget biztosít, tehát valamennyi régióban találhatsz a székhelyedhez közeli regisztráló irodát. A KAVOSZ elvégzi az előminősítést, befogadja a hitelkérelmet, és továbbítja azt a Programban résztvevő, általad választott hitelintézetnek.

Garantiqa Hitelgarancia Zrt. (Garantiqa)

A Garantiqa hitelhez, bankgaranciához, lízing- és faktoring ügyletekhez történő kezességvállalás révén tudja elősegíteni vállalkozásod fejlődését. A kezességvállalási

kérelmet az a pénzügyi intézmény (kereskedelmi bank, takarékszövetkezet, lízing- vagy faktorcég) küldi meg a Garantiqa-nak, akivel eleve kapcsolatban állsz, tehát az ügyletek során nincs közvetlen dolgod a Garantiqa-val.

Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal (MVH)

Agrárvállalkozások számára a Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal (MVH) foglalkozik az EU-s és a magyar költségvetés által biztosított forrásból finanszírozott ágazati (agrár)támogatások iránti kérelmek befogadásával,

4.2

A KEDVEZMÉNYES FINANSZÍROZÁS SZEREPLŐI

elbírálásával és a juttatások folyósításával, valamint a piacszabályozó intézkedések működtetésével. A Hivatal a Budapesten működő központi szervből és hatósági jogkörben eljáró igazgatóságokból, valamint területi szervekből - 19 kirendeltségből áll.

Agrár-Vállalkozási Hitelgarancia Alapítvány (AVHGA)

Ha vállalkozásod mezőgazdasági területen működik vagy tevékenysége révén a vidéki térséghez kapcsolódik, akkor az AVHGA lehet az ideális hitelgarancia partnered. Készfizető kezesség vállala-

ása révén segíti elő, hogy hitelhez juss, akkor is, ha amúgy nem tudsz elegendő fedezetet felajánlani a banknak. A Garantiqa-hoz hasonlóan az AVHGA szolgáltatásait is a bankodon keresztül veheted igénybe.

Magyar Export-Import Bank Zrt. (Eximbank)

Nemzetközi kereskedelmi kapcsolatok építése esetén (pl. ha exportálsz) érdemes az Eximbankra, gondolnod. Az Eximbank export elő- vagy utófinanszírozást nyújt és exportcélú hitelfedezeti vagy kereskedelmi garanciákat vállal. Az

Eximbank szolgáltatásait közvetlenül nála (és nem pénzügyi közvetítőkön keresztül) veheted igénybe.

Magyar Exporthitel Biztosító Zrt. (MEHIB)

A MEHIB vállalja az exportőrök rövid, közép- és hosszú lejáratú szállítói hiteleinek, a külföldi befektetések, a bankok által nyújtott vevőhitelek és a hitelintézetek által faktorált követelések kockázatainak biztosítását. A MEHIB szolgáltatásait közvetlenül nála (és nem pénzügyi közvetítőkön keresztül) veheted igénybe.

MI AZ A KÖZREMŰKÖDŐ SZERVEZET?

A Közreműködő Szervezetek az európai uniós vissza nem térítendő támogatások közvetítésében résztvevő szervezeteket jelentik. Ezek a szervezetek látják el a pályázatok lebonyolításával kapcsolatos összes teendőt: ide kell benyújtani a pályázatokat, ők végzik a döntés előkészítést, a szerződéskötést, a támogatások kifizetését, nyomon követik és ellenőrzik a projektek megvalósulását és lezárását. A 2014-2020-as időszakra vonatkozó főszabály, hogy operatív programként egy Közreműködő Szervezet kerül kijelölésre, melyek szakminisztériumi irányítás alá tartoznak majd. Ennek megfelelően 2014. április 15-vel megszűnt a MAG Zrt., az elmúlt évek vállalkozásfejlesztési pályázatainak közreműködő szervezete, a jövőben ezek a pályázatok a Nemzetgazdasági Minisztérium részeként kialakítandó közreműködő szervezet alá tartoznak majd.

AZ INTÉZMÉNYEK ELÉRHETŐSÉGEI

MV-Magyar Vállalkozás- finanszírozási Zrt. (MVZrt)

1074 Budapest, Dohány u. 12.
Tel: (1) 354 3000, Fax: (1) 354 3001
e-mail: info@mvzrt.hu,
www.mvzrt.hu

Magyar Fejlesztési Bank Zrt. (MFB)

1051 Budapest, Nádor u. 31.
Tel (Call Center): 06 40 555 555,
06 40 466 682 (06 40 INNOVA)
Fax: (1) 428 1490
e-mail: ugyfelszolgalat@mfb.hu,
kabinetiroda@mfb.hu,
www.mfb.hu

MFB Invest Zrt.

1027 Budapest, Kapás u. 6-12.
Tel: +36 (1) 452 5700
Fax: +36 (1) 452 5702
E-mail: info@mfbinvest.hu
http://www.mfbinvest.hu

Széchenyi Tőkealap-kezelő Zrt. (SZTA)

1077 Budapest, Wesselényi u. 28.
Tel: (1) 413 2740
e-mail: kovacs.katalin@szta.hu,
www.szta.hu

KAVOSZ Pénzügyi Szolgáltatásokat Közvetítő Zrt. (KAVOSZ)

cím: 1062 Budapest, Váci út 1-3.
Westend Irodaház, „A” torony, 1. em.
Tel: 06 (40) 200 427
www.kavosz.hu

Garantiqa Hitelgarancia Zrt. (Garantiqa)

1082 Budapest, Kisfaludy utca 32.
Tel: (1) 485 8300, Fax: (1) 485 8320
email: info@garantiqa.hu,
www.garantiqa.hu

Agrár-Vállalkozási Hitelgarancia Alapítvány (AVHGA)

1054 Budapest, Bajcsy-Zsilinszky út 42-46.
(Atrínova Irodaház)
Tel: (1) 474 5070, Fax: (1) 373-8465
email: office@avhga.hu
www.avhga.hu

Magyar Export-Import Bank Zrt. (Eximbank)

1065 Budapest, Nagymező utca 46-48.
Tel: (1) 374-9100, Fax: (1) 269-4476, (1) 269-5735
email: eximh@eximbank.hu
www.exim.hu

Magyar Exporthitel Biztosító Zrt. (MEHIB)

1065 Budapest, Nagymező u. 46-48.
Tel: (1) 374-9200, Fax: 269-1198
email: info@mehib.hu
www.exim.hu

4.2

A KEDVEZMÉNYES FINANSZÍROZÁS SZEREPLŐI

Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal

Központi ügyfélszolgálat

1095 Budapest, Soroksári út 22-24.
Tel: (1) 374 3603, (1) 374 3604, (1) 475 2114
email: ugyfelszolgalat@mvh.gov.hu

Területi kirendeltségek email címei:

Bács-Kiskun megye	kecskemet@mvh.gov.hu
Baranya megye	pecs@mvh.gov.hu
Békés megye	bekescsaba@mvh.gov.hu
Borsod-Abaúj-Zemplén megye	miskolc@mvh.gov.hu
Csongrád megye	szeged@mvh.gov.hu
Fejér megye	szekesfehely@mvh.gov.hu
Főváros és Pest megye	pest@mvh.gov.hu
Győr-Moson-Sopron megye	gyor@mvh.gov.hu
Hajdú-Bihar megye	debrecen@mvh.gov.hu
Heves megye	eger@mvh.gov.hu
Jász-Nagykun-Szolnok megye	szolnok56@mvh.gov.hu
Komárom-Esztergom megye	tatabanya@mvh.gov.hu
Nógrád megye	salgotarjan@mvh.gov.hu
Somogy megye	kaposvar@mvh.gov.hu
Szabolcs-Szatmár-Bereg megye	nyiregyhaza@mvh.gov.hu
Tolna megye	szekszard@mvh.gov.hu
Vas megye	szombathely@mvh.gov.hu
Veszprém megye	veszprem@mvh.gov.hu
Zala megye	zalaegerszeg@mvh.gov.hu

KEDVEZMÉNYES MFB HITELEK

VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉSI HITELRE VAN SZÜKSÉGED?
NÉZZ KÖRÜL A MAGYAR FEJLESZTÉSI BANKNÁL, AZ ORSZÁG
FEJLESZTÉSI BANKJÁNÁL!

Az állami tulajdonú MFB (Magyar Fejlesztési Bank Zrt.) törvény által előírt feladata a magyarországi székhelyű mikro-, kis- és középvállalkozások versenyképességének erősítéséhez szükséges forráslehetőségek biztosítása. A kedvezményes kamatozású, minimális költségű vállalkozói hiteleket több mint félszáz beruházási és fejlesztési célra adják. Akár 15 éves lejáratral, 3 év türelmi idővel igazán egyedülálló hitel- és lízingkonstrukciókat is ajánl az MFB.

MFB Vállalkozásfinanszírozási Program

A programok közül érdekes lehet számodra az MFB Vállalkozásfinanszírozási Program. Ezt akkor érdemes igényelned, ha foglalkoztatási, innovációs és beszállítói vagy éppen környezetvédelmi, vidékfejlesztési és egészségügyi célú beruházásokhoz keresel kedvezményes kamatozású forrást. Akkor is érdemes közelebbről megvizsgálni a feltételeket, ha az Új Széchenyi Terv vagy az Új Magyarország

Vidékfejlesztési Program pályázataihoz kapcsolódóan lenne szükséged kiegészítő forrásra. A futamidő legfeljebb 15 év, míg a hitelösszeg 5 millió és 3 milliárd forint között lehet.

A program egyik legnagyobb előnye, hogy már kezdő vállalkozások is igénybe vehetik, függetlenül attól, hogy egyéni vállalkozásod van, vagy céget alapítottál. Mindemelllett megkezdett beruházások is finanszírozhatóak, amennyiben a csekély összegű támogatási kategóriát választod!

4.3

KEDVEZMÉNYES MFB HITELEK

A fejezet támogatója:


Magyar Fejlesztési Bank Zrt.

	MFB Vállalkozásfinanszírozási Program	MFB Kisvállalkozói Hitel
Hitelösszeg	5 millió – 3 milliárd forint	1–50 millió forint
Saját erő	A beruházás nettó – vagy amennyiben a vállalkozás áfa visszaigénylésére nem jogosult, bruttó – bekerülési értékének legalább: I.) Csekély összegű támogatás esetén 10%-a; II.) Regionális csoportmentességi támogatás esetén 25%-a.	A beruházás nettó – vagy amennyiben a vállalkozás áfa visszaigénylésére nem jogosult, bruttó – bekerülési értékének legalább 10%-a, amely a kockázatok (adósminősítés) függvényében 15%-ra emelkedhet.
Kamat	3 havi EURIBOR + RKV* + legfeljebb 3,5%/év	3 havi EURIBOR + 5% /év
Lejárat	Legfeljebb 15 év	Legfeljebb 15 év
Szerződés-kötési díj	–	Egyszeri 1%, amelyet a szerződéskötéskor számítanak fel.
Folyósítási jutalék	A finanszírozó pénzügyi intézmény aktuális kondíciós listája szerint, de legfeljebb egyszeri 1%.	Egyszeri 1%, amelyet az első folyósításkor számítanak fel.
Projekt-vizsgálati díj	A finanszírozó pénzügyi intézmény aktuális kondíciós listája szerint, de legfeljebb egyszeri 1%, és legfeljebb 1 millió Ft.	Egyszeri díjként számítják fel: 25 ezer forint + a hitelösszeg 0,1%-a
Rendelkezésre tartási díj	0,4% /év	0,25% /év
Módosítási díj	A finanszírozó pénzügyi intézmény aktuális kondíciós listája szerint, de legfeljebb a fennálló tőketartozás 1%-a, és legfeljebb 1 millió Ft.	A fennálló hitelösszeg 0,1%-a, de legalább 10 ezer forint.
Biztosítékok és kezességvállalási díj	A finanszírozó pénzügyi intézmény belső szabályzatai szerinti, szokásos banki biztosítékok.	Minden esetben szükséges a Garantíqa Hitelgarancia Zrt. által nyújtott, a hitel tőkeösszegére és 1 éves kamataira kiterjedő 80%-os kezességvállalása. A kezességvállalási díj az ügyfél részére nem kerül felszámításra. Biztosítékként továbbá ingatlan és ingó jelzálogjog, készpénzovádeák, és a többségi tulajdonos készfizető kezességvállalása fogadható el.

Forrás: www.mfb.hu • Call Center: 06-40-555-555

*Az RKV az MFB kamatfelár mértéke, amely évente változó. Az RKV 2014-ben 1,5 %/év. Az MFB Zrt. a tárgyévről vonatkozó kamatfelár mértékét a tárgyévet megelőző év november 30-ig hozza nyilvánosságra a honlapján keresztül.

További pozitívum, hogy a támogatott beruházási hitel vagy zárt végű pénzügyi lízing bármely más pályázat keretében elnyert támogatás mellé is igényelhető.

Hitelkérelmedet nemcsak a Magyar Fejlesztési Bankhoz, de a programban részt vevő bármely pénzügyi intézményhez is benyújthatod. Ez utóbbiak listáját megtalálhatod az MFB honlapján (www.mfb.hu).

MFB Kisvállalkozói Hitel

Az MFB által kínált népszerű hitelprogram célja, hogy a magyarországi székhelyű mikro vállalkozások és kisvállalkozások beruházási és fejlesztési céljaihoz hosszú lejáratú, kedvezményes forráslehetőséget biztosítson. Ha tehát foglalkoztatottaid létszáma nem éri el az 50 főt és egyelőre 10 millió eurós nagyságrendű árbevételed sincs, ezt a hitelprogramot Neked

találták ki. A felvett hitelt fordíthatod ingatlanvásárlásra, használt vagy új gépek, berendezések, járművek vagy tárgyi eszközök beszerzésére, illetve az ezek működéséhez szükséges szoftvekre is.

A hitelprogram legnagyobb előnye a kedvező kamatozásban rejlik: a maximálisan felvehető 50 millió forintot igen alacsony, 3 havi EURIBOR+5%-os (azaz jelenleg 5,3%) éves kamattal fizetheted vissza. Saját erőként ugyanakkor fel kell mutatnod a vásárolni kívánt eszköz értékének legalább 10 százalékát, illetve adósminősítés függvényében 15 százalékat. A hitel felvételéhez automatikusan társul a Garantiqa Hitelgarancia Zrt. 80 százalékos kezességvállalása is, de ez nem jelent többletköltséget, mivel a díja - a konstrukció keretében - számodra nem kerül felszámításra.

A hitelprogram különösen kedvező vonása, hogy két év türelmi idő után kell csak elkezdened a törlesztést, valamint a fizetendő hiteldíjak korlátozottak: csak projektvizsgálati, rendelkezésre tartási, módosítási, valamint egyszeri folyósítási jutalékot kell fizetned, kezelési költség, illetve előtörlesztési díj nem kerül felszámításra és a hitelgarancia vállalás után sem kell díjat fizetni.

Az MFB számos programot kínál az agrárvállalkozásoknak is. Az MFB Agrár Forgóeszköz Hitelprogram, illetve az Új Magyarország Agrár Forgóeszköz Hitelprogram célja a mezőgazdasági termelés, elsősorban az állattenyésztés forgóeszköz finanszírozással való ellátása, míg az Új Magyarország Agrárfejlesztési Hitelprogram a mezőgazdaság versenyképességét beruházások finanszírozásával javítja.

Az Új Magyarország TÉSZ Forgóeszköz Hitelprogram zöldség-gyümölcs termelői szervezeteknek biztosít kedvezményes kamatozású forgóeszközhitelt. Az alapvető élelmiszerfeldolgozó ágazatokban termelő tevékenységet folytató vállalkozások bankgaranciát is igényelhetnek az MFB Élelmiszeripari Bankgarancia Programja keretében.

Az Agrár Forgóeszköz Vis Maior Hitelprogram pedig kedvezményes kamatozású forgóeszköz hitelt biztosít az elemi és katasztrófa kárt szenvedett, mezőgazdasági termékek elsődleges előállításával foglalkozó vállalkozások folyamatos termelésének biztosításához, versenyképességük fenntartásához, minőségi termékek előállításához.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

• www.mfb.hu

25 ÉVE A VÁLLALKOZÓK SZOLGÁLATÁBAN

Minden vállalkozó életében elérkezik az a pillanat, amikor úgy érzi, hogy annyi munka, kockázatvállalás, munkahelyteremtés, adó- és járulékfizetés után végre szeretne hozzászólni a gazdaság „nagy” kérdéseihöz is. Hiszen vállalkozóként maga dönt a cége ügyeiről, de annak eredményességét, fejlődését nagyon sok külső körülmény is befolyásolja: a közterhek, az adminisztráció útvesztői, szabályozók és jogszabályok. Nem árt, ha van egy olyan szervezet, mely kifejezetten a vállalkozások és a vállalkozók érdekeit képviseli: ez a Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetsége (VOSZ).

A VOSZ a magántulajdonú gazdasági szereplők megjelenésével szinte egy időben, 1988-ban alakult meg. A Szövetségnek ma már – cégformától függetlenül - minden magyarországi vállalkozás és egyéni vállalkozó is tagja lehet. A belépéssel a tag számára több szinten is lehetőség nyílik üzleti kapcsolatok kiépítésére és ápolására.

A VOSZ tevékenységében a legnagyobb hangsúlyt a vállalkozói érdekképviselés jelenti. A Szövetség rendszeresen jelentkezik szakmai, szakértői anyagokkal, és jelentős szakértői bázisát használva az országos törvényalkotáson túl a pályázati kérdésekben, helyi szintű érdekegyeztetésben (pl. hivatalok, hatóságok) is hallatja szavát. A legfőbb törekvések közé tartozik a kis- és középvállalkozások piacképességének növelése.

A VOSZ az érdekképviselés mellett kifejezetten vállalkozóknak szánt szolgáltatásokkal is segíti a mindennapi munkát. Legsikeresebb szolgáltatása a hazai mikro-, kis- és középvállalkozások finanszírozási problémáin segítő Széchenyi Kártya Program. A 12 éves múltra visszatekintő programot – amely révén a hazai vállalkozók több-tízmilliós támogatott hitelekhez juthatnak – a Szövetség által, a Magyar Kereskedelmi és Iparkamarával közösen alapított KAVOSZ Zrt. bonyolítja le. A program 12 éve alatt a KAVOSZ mintegy 200 ezer igénylést hagyott jóvá és 1300 milliárd forintnyi finanszírozási keret nyílt meg a hazai mikro-, kis- és középvállalkozások számára.

A megnövelt állami támogatásnak is köszönhetően vállalkozók tízezrei számára nyílik lehetőség olyan hitelek igénybe vételére, amelyek éves kamatlába a korábban szinte elérhetetlen, 2% alatti szintekről indul.

A szövetség a könnyített finanszírozás mellett a költségmegtakarítások területén is elindította szolgáltatását, amely a VOSZ-BESZ Zrt. által ajánlott, kedvező árú termékek, munkaeszközök, energiaforrások, gépjárművek és más, a vállalkozás működéséhez kapcsolódó javak elérhetővé tételében ölt testet. Költségkalkulátorunk, amellyel megbecsülhető a várható megtakarítás, a cég honlapján elérhető és kipróbálható.



VÁLLALKOZÓK ÉS MUNKÁLTATÓK ORSZÁGOS SZÖVETSÉGE (VOSZ)

www.vosz.hu
www.vallalkozo.info;
www.vosz-besz.hu

Cím: 1054 Budapest,
Hold u. 21.

Tel: (06-1) 414-2181, -82
E-mail: center@vosz.hu

A SZÉCHENYI KÁRTYA PROGRAM

A SZÉCHENYI KÁRTYA PROGRAM NEM CSAK KÁRTYÁT, HANEM SZÁMOS EGYÉB FINANSZÍROZÁSI LEHETŐSÉGET IS AJÁNL NEKED!

A Széchenyi Kártya azért jött létre, hogy kedvezményes finanszírozási lehetőséget biztosítson a hazai kkv szektor számára. Az első Széchenyi Kártyát 2002-ben adták át, ezt megelőzően forgóeszköz-finanszírozásra, átmeneti likviditási nehézségek áthidalására csak korlátozott lehetőségek álltak a mikro-, kis- és középvállalkozások rendelkezésére. A Széchenyi Kártya Konstrukció 2010-ben, a Forgóeszközhitel és a Beruházási hitel bevezetésével bővült Programmá, melynek elemei teljesen egymásra épülnek és akár egyidejűleg, egyszerre is felhasználhatóak. A Prog-

ram lehetőséget teremt arra, hogy a vállalkozások különböző finanszírozási céljaik megvalósítására a megfelelő konstrukciót vehessék igénybe. Agrár-vállalkozásoknak szól az Agrár Széchenyi Kártya, 2012 tavaszától pedig az uniós pályázatokon való részvételt segítő Széchenyi Önerő Kiegészítő Hitel és a Széchenyi Támogatást Megelőlegező Hitel is elérhetővé vált a vállalkozások számára. A KAVOSZ által irányított program tehát mára hat hitelterméket foglal magában, amelyekhez az állam kamat- és kezességi díjtámogatást biztosít. Ráadásul a hitelekhez a Garantika

Hitelgarancia Zrt., illetve Agrár Széchenyi Kártya esetén az Agrár-Vállalkozási Hitelgarancia Alapítvány készfizető kezességvállalása kapcsolódik, ami szintén megkönnyíti a vállalkozások hitelhez jutását. A Széchenyi Kártya Program keretein belül 2013 szeptemberéig közel 200 ezer hitelügylet jött létre, a kihelyezett hitelek összege 1250 milliárd forint.

Kik igényelhetik?

A Széchenyi Kártya Program hiteleit minden olyan kkv igényelheti, amely legalább egy éve (10 millió Ft feletti hitelkeret igénylése esetén két éve) működik. Feltétel még, hogy a vállalkozásnak ne

legyen lejárt köztartozása, hiteltartozása valamint megfeleljen a Széchenyi Kártya Program Üzletszabályzatban meghatározott egyéb feltételeknek. Az üzletszabályzatot megtalálod a www.kavosz.hu weboldalon.

Hol igényelheted?

A hitelkérelmet a regisztráló irodákban, azaz a VOSZ, a Területi Kereskedelmi és Iparkamarák, vagy a KAVOSZ Zrt. irodáiban nyújthatod be. A Széchenyi Kártya igényléséhez szükséges igénylési lapokat ezekben az irodákban is beszerezheted, de letöltheted a www.kavosz.hu weboldalról is. A regisztráló irodák munkatársai nem csak abban

MELY HITELINTÉZETEK VESZNEK RÉSZT A PROGRAMBAN?

A Széchenyi Kártya Program hiteltermékeinek forgalmazásába az évek során egyre több hitelintézet kapcsolódott be, mára az OTP Bank, az Erste Bank, az MKB, a Takarékbank által képviselt Takarékszövetkezeti hálózat, a Sberbank, a Gránitbank, az UniCredit Bank, a Budapest Bank, a K&H Bank, a DRBbank és a Raiffeisen Bank is csatlakoztak a Programhoz.

segítenek Neked, hogy megtaláld a vállalkozásod számára legmegfelelőbb hitelkonstrukciót, de az adatok kitöltésében és a kérelemcsomag összeállításában is.

A regisztráló irodák a befogadott hitelkérelmet a konstrukcióban résztvevő hitelintézetek közül az általad kiválasztott Bankba/ Takarékszövetkezetbe tovább-

bítják, ahol a pozitív bírálatot követően megkötik vállalkozásoddal a szerződést és megnyitják a hitelkeretet.

Széchenyi Kártya Folyószámlahitel

Biztosan Veled is előfordult már olyan helyzet, amikor nem hosszú távra, hanem csak átmeneti pénzügyi nehézségek leküzdéséhez volt szükséged forrásra.

A Széchenyi Kártya kedvezményes kamatozású folyószámlahitel, 500 ezer és 25 millió forintos összeghatár között igényelhető. A kölcsön futamideje

4.4

A SZÉCHENYI KÁRTYA PROGRAM

A fejezet elkészítését segítette:



NÉVJEGY

OTP Bank Nyrt.

telefon: 06 1/20/30/70 366 6666

06 40 366 666

06 1 366 6030

cím: 1051 Budapest, Nádor utca 16.

e-mail: informacio@otpbank.hu

honlap: www.otpbank.hu



Az OTP Bank Magyarország piacvezető, és a régió meghatározó pénzügyi szolgáltató csoportja. Jogelődje, az Országos Takarékpénztár Nemzeti Vállalat 65 éve jött létre, az OTP Bank 1990-ben alakult részvénytársasággá. A hitelintézet által végzett nem banki tevékenységeket leválasztották, létrejöttek a leányvállalatok, és a bank zászlóshajójává vált egy teljes körű pénzügyi szolgáltatásokat nyújtó bankcsoportnak, amely az univerzális bankszolgáltatásokon kívül egyebek mellett jelzálogbanki, lakástakarékpénztári, faktoring-, lízing-, alapkezelési, nyugdíjpénztári és egészségpénztári szolgáltatásokat is kínál. Az OTP Csoport napjainkban mintegy 12,2 millió ügyfél pénzügyi igényeire ad magas színvonalon megoldást, a külföldi leánybankokkal együtt több mint 1500 bankfiókjában, elektronikus csatornákon, valamint ügynőkökön keresztül.

Vállalkozói termékeinkről és szolgáltatásainkról részletesebben a mellékelt elérhetőségeken informálódhat!

1+1 év. A Széchenyi Kártya hitelkeretet sokrétűen felhasználhatod, például átutalás révén, vagy a hozzá kapcsolódó MasterCard üzleti bankkártyával pénzt vehetsz fel az automatákból, vagy vásárolhatsz, tehát minden olyan műveletet elvégezhetsz, amit saját bankkártyáddal szoktál.

Széchenyi Forgóeszközhitel

A Széchenyi Forgóeszközhitel már nem pusztán az átmeneti likviditási problémák áthidalására szolgál. Hosszabb, akár 36 hónapos futamideje miatt kifejezetten a vállalkozásod működéséhez szükséges forgóeszközök (alapanyagok, árukészletek) finanszírozására alkalmas. Az igényelhető hitel összege 1-25 millió forint lehet.

Széchenyi Beruházási Hitel

A konstrukció kamattámogatását 5%-ra emelte a kormány, így jelenleg

kevesebb, mint évi 2,5 % kamattal juthatsz hitelhez, ami ingatlan vásárlásra, építésre, fejlesztésre, új és akár használt gépek, tárgyi eszközök beszerzésére is felhasználható. A kedvező feltételek segíthetnek abban, hogy végre belevághass a válság miatt halasztgatott terveid megvalósításába vagy lecseréld vállalkozásod elavult gépeit, eszközeit. Legfeljebb 50 millió Ft összegben, akár 10 éves futamidőre igényelheted, 20% saját erővel.

Széchenyi Önerő Kiegészítő Hitel és a Széchenyi Támogatást Megelőlegező Hitel

Az önerő kiegészítő hitelből a projekt összköltségének saját forráson és uniós támogatáson felüli részét fedezheted. Az elnyert, vissza nem térítendő támogatás általában utólagos finanszírozású, azaz a legtöbb esetben a teljes beruházást meg kell valószínűsítanod, és csak a befeje-

zést követően jutsz hozzá a támogatáshoz. A támogatást megelőlegező hitel segít, hogy gyorsabban juss hozzá az elnyert EU-s forrásokhoz. A két konstrukcióban az igényelhető hitel összege legalább 500 ezer, legfeljebb 50 millió forint és az 5%-os állami kamattámogatásnak köszönhetően ezeknek a hiteleknek az éves kamata jelenleg (2014 április közepén): 2,1%..

Agrár Széchenyi Kártya

Az Agrár Széchenyi Kártya egy szabad felhasználású 1, 2 vagy 3 éves lejáratú folyószámlahitel. Mezőgazdasági termékek előállításával, feldolgozásával és forgalmazásával, erdő-, vad- és halgazdálkodással foglalkozó vállalkozások igényelhetik. A hitelkeret összege legalább 500 ezer, legfeljebb 25 millió forint lehet.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.kavosz.hu

Mert hiszünk
azokban,
akik hisznek
magukban!

Számlavezetés
és finanszírozás
vállalkozásoknak

OTP Business
Vállalkozásban
otthon

A tájékoztatás nem teljes körű.

Részletes feltételek: www.otpbank.hu • 06 1/20/30/70 366 6666 • 06 40 366 666

HITELEK EU-S FORRÁSBÓL

**EU-S FORRÁSBÓL NEM CSAK VISSZA NEM TÉRÍTENDŐ
TÁMOGATÁS FORMÁJÁBAN RÉSZESEDHET A VÁLLALKOZÁSOD.
FORGÓESZKÖZRE VAN SZÜKSÉGED VAGY ÉPPEN BERUHÁZOL?
ERRE IS VAN EU-S FINANSZÍROZÁSI HÁTTERŰ MEGOLDÁS!**

Az MV- Magyar Vállalkozás-finanszírozási Zrt. (MV Zrt.) kezeli azokat a 85%-ban az EU által finanszírozott programokat, melyek célja, hogy bővíljenek a magyarországi mikro-, kis- és középvállalati szektor finanszírozási lehetőségei. Az MV Zrt. által kezelt hitelprogramok elősegíthetik felzárkózásodat, versenyképességed fenntartását vagy javítását. Akár induló vállalkozásként is kedvező feltételekkel juthatsz beruházási, illetve forgóeszközhitelhez.

Az MV Zrt. által kezelt konstrukciók jellegzetessége, hogy hitelhez az ún.

pénzügyi közvetítőkön (hitelintézeteken, pénzügyi vállalkozásokon, vállalkozásfejlesztési alapítványokon) keresztül juthatsz. A pénzügyi közvetítők listáját és az általuk kínált hitelkondíciókat is megtalálod a www.mvzrt.hu oldalon. A közvetítőkre igen fontos feladatok hárulnak a program során: az elérhető hitelek bizonyos feltételei (pl. a hitel lehetséges maximális összege) függhetnek a közvetítő kilitétől is, és végeredményben ők határozzák meg a kamatot, kapcsolatban állnak a hitelfeltevővel, azaz Veled, ők végzik a hitelkérelmek

befogadását, elbírálását, a szerződéskötést, a folyósítást, illetve a hitelszámlák kezelését, és emellett viselik az általuk folyósított hitelek kockázatát is.

Új Széchenyi Hitel Program

A program keretében beruházási és/vagy tartós forgóeszköz hitelhez juthatsz. Hitelt vehetsz fel gépek, berendezések és más beruházások finanszírozására, céges ingatlan és egyéb infrastruktúra fejlesztésére vagy akár a tevékenységed bővítéséhez szükséges termékek vagy szolgáltatások beszerzésére is. A

pénzügyi közvetítő kilététől függően a beruházási hitel felső keretösszege 10, 50, illetve 200 millió forint, a forgóeszköz hitelé 6, 50 vagy akár 200 millió forint lehet. A beruházási hitelek lejáratára legfeljebb 10, a forgóeszköz hiteleké 3 év lehet.

Forint alapú hitelek	ÚJ SZÉCHENYI HITEL
Hitelcél	Beruházás és beruházáshoz kötött forgóeszköz (megkezdett beruházás is)
Max hitelösszeg	200 millió Ft
Max futamidő	beruházási hitel - 10 év tartós forgóeszköz hitel - 3 év
Hitelfelvevők köre	mikro-, kis-, és középvállalkozások
Ügylet kamatplafon	maximum 9%

A hitelek kamata mindkét esetben legfeljebb évi 9% lehet, a pénzügyi közvetítő döntésétől függően. Emellett a hitelhez kapcsolódó összes további költség legfeljebb 50.000.- forint lehet, amely magában foglalja a közvetítőnek a hitel bírálatával és

folyósításával kapcsolatos szolgáltatásainak ellenértékét! Fontos, hogy beruházási hitel felvétele esetén minden esetben számítanod kell arra, hogy önerőt is kell biztosítanod (konstrukciótól függően a projekt teljes nettó összköltségének legalább 10

százalékát), forgóeszköz hitel esetében nincs ilyen elvárás.

Erre a hitelre akkor is jogosult lehetsz, amennyiben még kezdő vállalkozó vagy, vagy már megkezdett beruházásodhoz van szükséged további forrásra.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

• www.mvzrt.hu

4.5

HITELEK EU-S
FORRÁSBÓL

NÉVJEGY

MV-Magyar Vállalkozásfinanszírozási Zrt. (MV Zrt.)

cím: 1074 Budapest, Dohány u. 12., V. emelet (Focus Point irodaház)

honlap: www.mvzrt.hu

e-mail: info@mvzrt.hu

Az MV Zrt. fő tevékenysége kezességvállalás, egyéb tevékenységként támogatásközvetítést végez. A Társaság az elmúlt időszakban számos visszatérítendő pénzügyi programokat hirdetett meg: Új Széchenyi Kombinált Mikrohittel Program, Új Széchenyi Hitel Program, Új Magyarország Kockázati tőke, Új Magyarország Kis- és Középvállalkozói Hitel (MFB-vel közös program).

A programok nyílt pályázati felhívással kerülnek meghirdetésre, amely alapján kiválasztásra kerülnek azok a pénzügyi közvetítők, amelyek segítségével a program forrásai eljutnak a végső kedvezményezett mikro-, kis- és középvállalatokhoz. A programok alapszerűen működnek, a visszatérített pénzügyi eszközök ismételt felhasználhatók a programok futamideje alatt.

Az MV Zrt. által meghirdetett programok igénybevételével kapcsolatban a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség ügyfélszolgálatát célszerű felkeresni.

KEDVEZMÉNYES VÁLLALATI HITELEK

A KEDVEZMÉNYES KONSTRUKCIÓK IGEN NÉPSZERŰEK,
UGYANAKKOR KOMOLY KIHÍVÁS ÁTTEKINTENI ŐKET.
HOGY SEGÍTSÜNK NEKED, TÁBLÁZAT(OK)BA SZEDTÜK
A RENDELKEZÉSEDRE ÁLLÓ LEHETŐSÉGEKET.

Mit olvashatsz ki a táblázatokból?

A felvehető hitelösszeg és a futamidő tekintetében a konstrukciók minden igényt ki tudnak elégíteni, a párszázezer forintos projektektől kezdve a több milliárdos beruházásokig és 1-től 15 évig terjedő futamidővel bezárólag mindent megtalálsz.

Ami a hitelek költségeit illeti, három fő csoportba sorolhatóak:

- a jelenlegi kamatlábak alapján a kedvezményes hitelek éves kamata 2-9 % közé esik,

- az egyéb banki díjak általában további egyszeri 0-4%-kal növelik meg számodra a hitel költségét,
- a legtöbb kedvezményes konstrukció hitelgaranciával jár együtt, ennek éves díja jellemzően 1% alatt marad.

A biztosítékok tekintetében több konstrukció az ún.

szokásos bankári biztosítékokat írja elő, azaz a bank döntésére bízva, hogy mit kér Tőled fedezetül.

Véleményünk szerint elsőként azokat a konstrukciókat érdemes végiggondolnod, ahol elsősorban a beruházás tárgya lehet a biztosíték, illetve ahol hitelgaranciát vehetsz igénybe.

KINEK SZÓL A TÁBLÁZAT?

A táblázatban az általában a KKV-k részére szóló konstrukciók szerepelnek. Már most felhívjuk a figyelmet, hogy a halászati, akvakultúra, szénágazati és acélipari vállalkozások általában ki vannak zárva a kedvezményes konstrukciókból. A kifejezetten agrárvállalkozásoknak szóló kedvezményes konstrukciókat pedig egy különálló második táblázatban foglaltuk össze.

ÖSSZEHASONLÍTHATÓ KONSTRUKCIÓK

Annak érdekében, hogy megkönnyítsük az egyes lehetőségek összehasonlítását, a táblázatban a jelenlegi (2014 április közepén érvényes) referencia kamatlábak (Bubor, Euribor) felhasználásával kiszámoltuk Neked az adott napon érvényes aktuális kamatfeltételeket. De ne feledd: mivel a referenciakamatlábak naponta változnak, így a majdan ténylegesen fizetendő kamat mértéke eltérő lesz attól, mint amit a táblázatban látsz!

A NÖVEKEDÉSI HITELPROGRAM (NHP)

Talán hallottál már a Magyar Nemzeti Bank által meghirdetett hitelprogramokról. Ezek célja, hogy minél olcsóbban juttassák forráshoz a növekedni, beruházni szándékozó mikro-, kis- és közép vállalkozásokat, ágazati korlátozás nélkül.

A program első, 2013 augusztus végén zárult hullámából a legnagyobb mértékben a kereskedelem, a feldolgozóipar, a mezőgazdaság területén működő vagy ingatlanl foglalkozó vállalkozások részesedtek. Az NHP hitelek negyedét a legkisebb (mikro-), háromnegyedét pedig kis- és közepes vállalkozások vették igénybe. A legtöbb ügylet (az ügyletek 40%-a) 10 és 50 millió Forint közötti, több mint 30%-a pedig 10 millió Forint alatti hitel felvételére született, döntően közép- vagy hosszú távra.

Az NHP második -azóta is tartó- hulláma 2013 októberében indult. A feltételek alapvetően megegyeznek majd a korábbiakkal: a hitelkamat továbbra is legfeljebb évi 2,5% lehet. Ha megnézed a jelenleg elérhető - szintén kedvezményes kamatozású- hitelek kamatait, láthatod, a különbség óriási, akár 7%-kal is kevesebb lehet így a fizetendő éves kamatszázalék (nominálisan)! Ráadásul, ha nem tudnál elegendő fedezetet nyújtani, a hitelekhez hitelgarancia is kapcsolódik, amelynek a díja legfeljebb évi 0,5% lehet, és ráadásul a hitelgarancia díjával együtt sem lehet a hitel éves költsége 2,5%-nál nagyobb.

Hasonló feltételekkel lehet a céged meglévő devizahitelét is forintosítani. A várható előnyök itt is hasonlóan jelentősek: az ily módon felvett forint hitel éves kamata (nominálisan) mintegy 2-7%-kal alacsonyabb lesz, mint a kiváltott devizahitel és még az árfolyamkockázattól is megszabadulsz!

A konkrét lehetőségekről további információt bankod honlapján keress!

Mivel jár a kedvezményes kamatozás?

Tudnod kell, hogy ezeknél a konstrukcióknál állami támogatásnak minősül a piacinál alacsonyabb kamat, valamint a hitelgarancia szervezet által állami viszontgaranciával biztosított kezességvállalás. Az EU-s szabályok alapján különféle támogatási kategóriák (általános, halászati, mezőgazdasági de minimis stb.) léteznek, melyekre egyedi szabályok vonatkoznak, melyek közül az egyik legfontosabb, hogy mekkora összegű támogatásra jogosult egy vállalkozás. Például a legismertebb ún. "általános de minimis" támogatási kategóriában ilyen típusú támogatásból legfeljebb 200.000 eurónak megfelelő összeg (ez a támogatástartalomra és

nem –jelen esetben- a felvett hitel összegére vonatkozik!) erejéig részesülhet egy vállalkozás bármely 3 év során.

A kulcskérdés tehát a támogatástartalom (azaz pl. kedvezményes kamatozásnál a piaci kamatszint és az általad ténylegesen fizetett kamat közötti különbség), melyet a finanszírozó számol ki Neked.

Ha egy ügylet során a vállalkozásod túllépné a megengedett határt, olyan szintre kell csökkenteni a kedvezményes kamatozású hitel összegét, hogy annak támogatástartalma a határ alá csökkenjen.

4

ÁLLAMI ÉS UNIÓS
FORRÁSOK

Név	Hitel típusa	Hitelfelvevő
Növekedési Hitelprogram	forgóeszköz vagy beruházási hitel	mikro, kis- és középvállalkozások, egyéni vállalkozók, östermelők, családi gazdálkodók
MFB Vállalkozás-finanszírozási Program	éven túli lejáratú beruházási hitel, zárt végű pénzügyi lízing	minden vállalkozás, induló vállalkozások is
MFB Vállalkozás-finanszírozási Program Támogatás Plusz Támogatást Megelőlegező Hitel	éven túli lejáratú forgóeszköz-hitel	minden Új Széchenyi Terv nyertes pályázó, aki MFB Vállalkozás-finanszírozási beruházási hitelt vesz fel
MFB Vállalkozás-finanszírozási Program Támogatás Plusz ÁFA Hitel	rulírozó forgóeszköz-hitel	minden Új Széchenyi Terv nyertes pályázó, aki MFB Vállalkozás-finanszírozási beruházási hitelt vesz fel
MFB Vállalkozás-finanszírozási Program Támogatás Plusz Támogatási Bankgarancia	biztosítéki bankgarancia	minden beruházáshoz vissza nem térítendő támogatásra pályázó, illetve nyertes vállalkozás, aki MFB Vállalkozás-finanszírozási beruházási hitelt vesz fel
MFB Kisvállalkozói Hitel	éven túli lejáratú beruházási hitel	mikro- és kisvállalkozások, kezdő vállalkozások is
Új Széchenyi Hitel	beruházási hitel	mikro-, kis- és középvállalkozások
	forgóeszköz-hitel	
Széchenyi Beruházási hitel	beruházási hitel	két lezárt üzleti évvel rendelkező KKV
Széchenyi Forgóeszközhitel	tartós forgóeszköz-hitel	egy lezárt üzleti évvel rendelkező KKV
Széchenyi Kártya	folyószámla-hitel	egy lezárt üzleti évvel rendelkező KKV
Széchenyi Támogatást Megelőlegező Hitel	támogatás megelőlegező hitel	két lezárt üzleti évvel rendelkező KKV
Széchenyi Önerő Kiegészítő Hitel	támogatás kiegészítő hitel	két lezárt üzleti évvel rendelkező KKV

Kizárások (szokásos kizárásokon túl)	Hitel összege	Futamidő (max.)	Türelmi idő (max.)
- 2013.08.01. után alapított vállalkozások - szerződészkötés 2014.12.31-ig	3 millió - 10 milliárd Ft	1 év (forgóeszköz hitel), 10 év (beruházási hitel)	
- nehéz helyzetben lévő vállalkozások, - szénágazat, - halászat, - akvakultúra, - szerződészkötés 2014.06.30-ig	5 millió -3 milliárd Ft	15 év	3 év
- nehéz helyzetben lévő vállalkozások, - szénágazat, - halászat, - akvakultúra, - szerződészkötés: 2014.06.30-ig	max. az elnyert támogatás előlegként nem folyósítható összege	a beruházás pénzügyi befejezését követő 6 hónap	-
- nehéz helyzetben lévő vállalkozások, - szénágazat, - halászat, - akvakultúra, - szerződészkötés: 2014.06.30-ig	NAV bevallás alapján a NAV-val szembeni követelés 85, illetve 90%-a	180 nap	-
- nehéz helyzetben lévő vállalkozások, - szerződészkötés: 2014.06.30-ig	a támogatási döntés alapján szükséges biztosíték összege	támogatási szerződésnek megfelelően	-
- mezőgazdaság, - szénágazat, - halászat, - akvakultúra, - ha főtevékenysége olyan ágazatba tartozik, melyet a Garantiqa üzletszabályzata kizár, - szerződészkötés: 2014.06.30-ig	1-50 millió Ft, kezdő vállalkozásnak 1-25 millió Ft	15 év	2 év
- nehéz helyzetben lévő vállalkozások, - szénágazat, - halászat, - akvakultúra,	max. 200, 50, illetve 10 millió Ft a közvetítő kiletétől függően	10 év	2 év
	max. 200, 50, illetve 6 millió Ft a közvetítő kiletétől függően	3 év	nincs
- negatív hitelmúlt vagy elutasító döntés a Széchenyi Kártya Programon belül, - ha 6 hónapon belül legalább 50%-ban tulajdonosváltásra került sor - ha a vállalkozás közvetlen tulajdonosai között off-shore cég van, - ha a vállalkozás kizárólag közvetlenül exporthoz kapcsolódó tevékenységet végez	1-50 millió Ft	1-10 év	2 év
- negatív hitelmúlt vagy elutasító döntés a Széchenyi Kártya Programon belül, - ha 6 hónapon belül legalább 50%-ban tulajdonosváltásra került sor - ha a vállalkozás közvetlen tulajdonosai között off-shore cége van, - ha a vállalkozás kizárólag közvetlenül exporthoz kapcsolódó tevékenységet végez	1-25 millió Ft	1-3 év	3 vagy 8 hónap
- negatív hitelmúlt vagy elutasító döntés a Széchenyi Kártya Programon belül, - ha 6 hónapon belül legalább 50%-ban tulajdonosváltásra került sor - ha a vállalkozás közvetlen tulajdonosai között off-shore cége van, - ha a vállalkozás kizárólag közvetlenül exporthoz kapcsolódó tevékenységet végez	0,5-25 millió Ft	1 év (vagy 1+1 év)	-
- negatív hitelmúlt vagy elutasító döntés a Széchenyi Kártya Programon belül, - ha 6 hónapon belül legalább 50%-ban tulajdonosváltásra került sor - ha a vállalkozás közvetlen tulajdonosai között off-shore cége van, - ha a vállalkozás kizárólag közvetlenül exporthoz kapcsolódó tevékenységet végez	0,5-50 millió Ft	1-5 év	1,5 év
- negatív hitelmúlt vagy elutasító döntés a Széchenyi Kártya Programon belül, - ha 6 hónapon belül legalább 50%-ban tulajdonosváltásra került sor - ha a vállalkozás közvetlen tulajdonosai között off-shore cége van, - ha a vállalkozás kizárólag közvetlenül exporthoz kapcsolódó tevékenységet végez	0,5-50 millió Ft	1-10 év	2 év

Név	Aktuális kamat (éves) ¹	Egyéb banki díjak (összesen) ²	Hitelgarancia díja (éves)
Növekedési Hitelprogram	fix 2,5%	nincs	max. 0,5%, a kamatban megfizetve
MFB Vállalkozás-finanszírozási Program	5.33%	3-4%	a garancia-szervezet díjszabása alapján
MFB Vállalkozás-finanszírozási Program Támogatás Plusz Támogatást Megelőlegező Hitel	6.16%	1%	-
MFB Vállalkozás-finanszírozási Program Támogatás Plusz ÁFA Hitel	4.66%	1%	-
MFB Vállalkozás-finanszírozási Program Támogatás Plusz Támogatási Bankgarancia	bankgarancia díja: 0,5-3,8% / év	1%	-
MFB Kisvállalkozói Hitel	5.33%	2-3%	nincs
Új Széchenyi Hitel	6-9%	50 e Ft	1%
Széchenyi Beruházási hitel	2.10%	2,5-3,5%	1,3% (de ehhez 50% állami díjtámogatás társul)
Széchenyi Forgóeszközhitel	5.60%	2,5-3,5%	1,6% (de ehhez 50% állami díjtámogatás társul)
Széchenyi Kártya	5.60%	1%	1,4% (de ehhez 50% állami díjtámogatás társul)
Széchenyi Támogatást Megelőlegező Hitel	2.10%	2,5-3,5%	1,3% (de ehhez 50% állami díjtámogatás társul)
Széchenyi Önerő Kiegészítő Hitel	2.10%	2,5-3,5%	1,3% (de ehhez 50% állami díjtámogatás társul)

1: A 2014.04.15-én érvényes referencia kamattalakkal (BUBOR, EURIBOR) számolva.

2: összesítés és szakértői becslés alapján

Finanszírozható tevékenységek	Nem finanszírozható tevékenységek (a szokásosokon túlmenően)
- forgóeszköz finanszírozás - új, illetve megkezdett beruházás - EU-támogatás előfinanszírozása - az előző célokra korábban felvett és 2013 március 31. előtt folyósított forint vagy deviza alapú kölcsön vagy pénzügyi lízing kiváltása (II. pillér)	- tulajdonosoktól vagy cégcsoporton belül történő vásárlások - saját vállalkozásban végzett beruházás - lakóingatlan vásárlás - személygépkocsi vásárlás
- tárgyi eszköz beruházás - a beruházáshoz, fejlesztéshez közvetlenül kapcsolódó szabadalmi jog, licenc, know-how vagy nem szabadalmazott technikai tudás (immateriális javak) vásárlása, előállítása	- más hitel, lízing kiváltása, üzletrész, részvény vásárlása - áfa - exporttal kapcsolatos beruházás - az import áruk helyett hazai áru beszerzését előnyben részesítő beruházás - befejezett beruházás
- a támogatási szerződésben meghatározottak szerint	-
- NAV bevallás alapján a NAV-val szembeni követelés előfinanszírozása	-
-	-
- ingatlan beruházás (vásárlás, építés, átalakítás) - használt és új gépek, berendezések, felszerelések, járművek beszerzése - tárgyi eszköz működtetéséhez kapcsolódó szoftver beszerzése	- forgóeszköz vásárlása - más hitel kiváltása, üzletrész, részvény vásárlása - tulajdonosoktól történő vagy cégcsoporton belüli tárgyi eszköz vásárlása - áfa finanszírozása - exporttal kapcsolatos tevékenységek - az import áruk helyett hazai áru beszerzését előnyben részesítő beruházás
- immateriális javak, gépek, berendezések, egyéb tárgyi eszközök beszerzésének és egyéb beruházások finanszírozása, - meglévő üzleti tulajdon vagy bérelt infrastruktúra bővítése, fejlesztése, - gazdasági tevékenység elindításához, tevékenységbővítéshez, vagy beruházáshoz kapcsolódó finanszírozások ideértve az e feltételeknek megfelelő forgóeszköz-beszerzések finanszírozását is	- más hitel, lízing kiváltása, üzletrész, részvény vásárlása - áfa - tulajdonostól, tisztviselőtől történő tárgyi eszköz vagy immateriális javak vásárlása
- ingatlan építése, vásárlása, fejlesztése - új vagy használt gép, berendezés, egyéb tárgyi eszköz beszerzése - a beruházáshoz kapcsolódó forgóeszköz beszerzése	- exporthoz közvetlenül kapcsolódó tevékenységek - teherszállító járművek vásárlása közötti teherszállítás terén működő vállalkozások esetén - fekete vagy barnaszén bányászathoz kapcsolódó tevékenység
- forgóeszközök és/vagy szolgáltatások beszerzése	- exporthoz közvetlenül kapcsolódó tevékenységek - teherszállító járművek vásárlása közötti teherszállítás terén működő vállalkozások esetén - fekete vagy barnaszén bányászathoz kapcsolódó tevékenység
-	- exporthoz közvetlenül kapcsolódó tevékenységek - teherszállító járművek vásárlása közötti teherszállítás terén működő vállalkozások esetén - fekete vagy barnaszén bányászathoz kapcsolódó tevékenység
- áfa finanszírozására is használható, ha nem áfavisszaigénylő a vállalkozás	- exporthoz közvetlenül kapcsolódó tevékenységek - teherszállító járművek vásárlása közötti teherszállítás terén működő vállalkozások esetén - fekete vagy barnaszén bányászathoz kapcsolódó tevékenység
- áfa finanszírozására is használható, ha nem áfavisszaigénylő a vállalkozás	- exporthoz közvetlenül kapcsolódó tevékenységek - teherszállító járművek vásárlása közötti teherszállítás terén működő vállalkozások esetén - fekete vagy barnaszén bányászathoz kapcsolódó tevékenység

Név	Egyéb feltételek	Saját erő
Növekedési Hitelprogram	-	nincs
MFB Vállalkozás-finanszírozási Program	- forráskiegészítésként pályázatok keretében elnyert támogatáshoz is felhasználható - a beruházáshoz közvetlenül kapcsolódó tartós forgóeszköz is finanszírozható	a beruházás nettó értékének min. 10 vagy 25%-a (a támogatás jogcímétől függően)
MFB Vállalkozás-finanszírozási Program Támogatás Plusz Támogatást Megelőlegező Hitel	-	nincs
MFB Vállalkozás-finanszírozási Program Támogatás Plusz ÁFA Hitel	- 90%-os előfinanszírozás, ha a követelés 30-90 napon belül esedékes - 85%-os előfinanszírozás, ha a követelés 90-180 napon belül esedékes	nincs
MFB Vállalkozás-finanszírozási Program Támogatás Plusz Támogatási Bankgarancia	- a bankgarancia díja évenként előre fizetendő	nincs
MFB Kisvállalkozói Hitel	- ingatlan építés és vásárlás esetén max. 12 hónapja megkezdett beruházás is finanszírozható	a beruházás nettó értékének min. 10 vagy 15%-a
Új Széchenyi Hitel	A hitelkondíciók (pl. hitel maximális összege, kamat- és díjfeltételek) jelentősen eltérőek lehetnek pénzügyi közvetítőnként.	10%
		–
Széchenyi Beruházási hitel	- megkezdett beruházási is finanszírozható - 10 mio Ft alatti hitelösszegnél 3-, felette 5-szörös bankszámlaforgalom	20%
Széchenyi Forgóeszközhitel	- 10 mio Ft hitelösszeg felett 2 lezárt üzleti év - 10 mio Ft alatti hitelösszegnél 3-, felette 5-szörös bankszámlaforgalom	nincs
Széchenyi Kártya	- 10 mio Ft hitelösszeg felett 2 lezárt üzleti év, - 6-10 mio közötti hitelösszegnél 3-, felette 5-szörös bankszámlaforgalom, - a kezes min. 50%-os tulajdonában álló ingatlan (de ez nem kerül biztosítékként lekötésre)	nincs
Széchenyi Támogatást Megelőlegező Hitel	- kizárólag a www.kavosz.hu -n felsorolt pályázatokon elnyert támogatások előfinanszírozására szolgálhat - a hitel összege maximum 50 millió Ft, a Széchenyi Önerő Kiegészítő Hitellel együtt - 10 mio Ft alatti hitelösszegnél 3-, felette 5-szörös bankszámlaforgalom	nincs
Széchenyi Önerő Kiegészítő Hitel	- kizárólag a www.kavosz.hu -n felsorolt pályázatokon elnyert támogatások előfinanszírozására szolgálhat - a hitel összege maximum 50 millió Ft, a Széchenyi Támogatást Megelőlegező Hitellel együtt - 10 mio Ft alatti hitelösszegnél 3-, felette 5-szörös bankszámlaforgalom	20%

4.6

KEDVEZMÉNYES VÁLLALATI HITELEK

Biztosíték	Pénzügyi közvetítők	További információ
- szokásos bankári biztosítékok - hitelgarancia igénybevétele lehetséges (Garantiqa vagy AVHGA)	- bankok és takarékszövetkezetek	kereskedelmi bankok honlapjai
- szokásos bankári biztosítékok - hitelgarancia igénybevétele (Garantiqa) lehetséges	- bankok és takarékszövetkezetek - 50 millió Forint feletti hiteligény esetén a kérelem az MFB-hez közvetlenül is benyújtható	www.mfb.hu
- vissza nem térítendő támogatás MFB-re történő engedményezése - a beruházási hitel biztosítékai - szokásos bankári biztosítékok	a hitelkérelmet közvetlenül az MFB-hez kell benyújtani	www.mfb.hu
- NAV követelés engedményezése - beruházási hitel biztosítékai - szokásos bankári biztosítékok	a hitelkérelmet közvetlenül az MFB-hez kell benyújtani	www.mfb.hu
- beruházási hitel biztosítékai - szokásos bankári biztosítékok	a garanciakérelmet közvetlenül az MFB-hez kell benyújtani	www.mfb.hu
- biztosíték értéke: hitelösszeg + 1 év kamata - minden esetben szükséges a Garantiqa kezességvállalása - emellett ingatlan vagy ingó zálogjog, készpénz óvadék	takarékszövetkezetek, regionális fejlesztési társaságok, vállalkozásfejlesztési alapítványok	www.mfb.hu
- szokásos bankári biztosítékok	bankok, takarékszövetkezetek, vállalkozásfejlesztési alapítványok, pénzügyi vállalkozások	www.mvzrt.hu
- magánszemély készfizető kezességvállalása - Garantiqa készfizető kezességvállalása - a beruházás tárgya	Gránit Bank, K&H, MKB, Takarékbank, takarékszövetkezetek, Unicredit Bank, Sberbank. Budapest Bank, DRBbank	www.kavosz.hu
- magánszemély készfizető kezességvállalása - Garantiqa készfizető kezességvállalása	Budapest Bank, Erste, Gránit Bank, MKB, OTP, Takarékbank, takarékszövetkezetek, UniCredit, Sberbank, DRBbank	www.kavosz.hu
- magánszemély készfizető kezességvállalása, - Garantiqa készfizető kezességvállalása	Budapest Bank, DRBbank, Erste, Gránit Bank, K&H, MKB, OTP, Raiffeisen, Takarékbank, takarékszövetkezetek, UniCredit, Sberbank	www.kavosz.hu
- Garantiqa készfizető kezességvállalása - magánszemély készfizető kezességvállalása, - támogatás engedményezése	DRBbank, UniCredit, MKB	www.kavosz.hu
- Garantiqa készfizető kezességvállalása - magánszemély készfizető kezességvállalása, - támogatás engedményezése	UniCredit, MKB, DRBbank	www.kavosz.hu

ÁLLAMI ÉS UNIÓS FORRÁSOK

Az agrárvállalkozások hitelei

Az itt következő táblázatban láthatod, milyen lehetőségek állnak kifejezetten az agrárvállalkozások rendelkezésére. A felvehető hitel összege jellemzően 1 és 50 millió forint közötti, de akár 1 milliárd forint is lehet. A konstrukciók többségében fogóeszköz finanszírozást kínálnak, de akad beruházási hitel is. A le-

hetséges maximális futamidő – a gazdálkodás ciklusaihoz igazodva – minden esetben meghaladja az egy évet, jellemzően 3-5 év közötti, de akár 15 év is lehet. Ami a hitelek költségét illeti: a kamatok nagyságrendileg azonosak az általában a kkv-k rendelkezésére álló konstrukcióknál számított kamatokkal, jelenleg az agrárhitelek után is évi 2,5–7,1% kamat fizetendő. Emellett az egyéb díjak további egyszeri 1-5% terhet jelentenek számodra. Ami a legnagyobb kihívást, a megfelelő biztosíték kérdését illeti: kifejezetten előnyös, hogy minden konstrukció esetében lehetőség van hitelgaranciát is igénybe venni (igaz ez további költséggel jár számodra).

AZ AGRÁRHITELEK KAMATA

Akárcsak az előzőleg bemutatott hitelek esetében, az agrárhitelek kamatozása is ún. referenciakamatokhoz kötött (Bubor, Euribor). A táblázatban kiszámoltuk Neked, hogy egy adott pillanatban (2014 április közepén), melyik konstrukció konkrétan mennyibe kerülne Neked, hogy össze tudd őket hasonlítani. De ne feledd: az általad felvett hitel után ténylegesen fizetendő kamat viszont majd a referencia kamaláb hitelfelvételkorí értéke alapján kerül meghatározásra, tehát nem lesz pont annyi, mint amit a táblázatban látsz.

Név	Hitel típusa	Hitelfelvevő
Növekedési Hitelprogram	forgóeszköz vagy beruházási hitel	mikro, kis- és középvállalkozások, egyéni vállalkozók, őstermelők, családi gazdálkodók
MFB Agrár Forgóeszköz Hitelprogram	éven túli lejáratú forgóeszköz hitel, illetve beruházási hitel (1.3 hitelcél)	- mezőgazdasági termelő, halgazdálkodó vállalkozások - baromfi, nyúl, sertés és sertés termelők - őstermelők is - kezdő vállalkozások is
Új Magyarország Agrárfejlesztési Hitel Program	éven túli lejáratú beruházási hitel	mezőgazdasági vállalkozások (a hitelcélról függő további feltételek)
Új Magyarország Agrár Forgóeszköz Hitelprogram	éven túli lejáratú forgóeszköz hitel	- mezőgazdasági tevékenységet folytató vállalkozások - őstermelők is - kezdő vállalkozások is
Gazdahitel-Gazdakártya	forgóeszköz (folyószámla)- és beruházási hitel	- agrárgazdaságban legalább 1 éve működő KKV-k - TÉSZ-ek - mezőgazdasági és kistermelők - családi vállalkozók
Agrár Széchenyi Kártya	folyószámlahitel	mezőgazdasági, erdő-, vad-, halgazdálkodással foglalkozó gazdasági társaságok, szövetkezetek, egyéni vállalkozók, családi gazdálkodók, őstermelők
Új Magyarország TÉSZ Forgóeszköz Hitelprogram	éven túli lejáratú forgóeszköz hitel	- előzetesen elismert zöldség- gyümölcs termelői csoportok - véglegesen elismert termelői szervezetek
MFB Agrár Forgóeszköz Vis Maior Hitelprogram	éven túli lejáratú forgóeszköz hitel	- mezőgazdasági termeléssel foglalkozó KKV - őstermelők is - kezdő vállalkozások is
MFB Élelmiszeripari Forgóeszköz Hitelprogram	éven túli lejáratú forgóeszköz hitel	élelmiszeripari vállalkozások

1: A 2014.04.15-én érvényes referencia kamatlábakkal (BUBOR, EURIBOR) számoiba.
2: összesítés és szakértői becslés alapján

Kizárások (szokásos kizárásokon túl)	Hitel összege	Futamidő (max.)	Türelmi idő (max.)	Aktuális kamat (éves) ¹	Egyéb banki díjak (összesen) ²	Hitelgarancia díja (éves)
- 2013.08.01. után alapított vállalkozások - szerződés kötés: 2014.12.31-ig	3 millió - 10 milliárd Ft	1 év (forgó-eszköz hitel), 10 év (beru-házási hitel)		fix 2,5%	nincs	max. 0,5%, a kamatban megfizetve
- nehéz helyzetben lévő vállalkozás - szerződés kötés: 2014.06.30-ig	1-50 millió Ft (termelők és halgazdálkodók) 1-500 millió Ft (termeltetők)	6 év	3 év	3,41%	1-2%	n.a.
- nehéz helyzetben lévő vállalkozás - szerződés kötés: 2014.06.30-ig	hitelcéltól függően 1-1000 millió Ft	hitelcéltól függően 5-15 év	hitelcéltól függően 3-7 év	6,83%	2-3%	n.a.
- halászati és akvakultúra tevékenység - termelő tevékenységet nem folytató TÉSZ, termelői csoport és BÉSZ - nehéz helyzetben lévő vállalkozás	1-200 millió Ft	5 év	2 év	6,66%	1-2%	n.a.
n.a.	1-15 millió Ft	3 év	n.a.	7,10%	1%	0,4-0,9%
- nehéz helyzetben lévő vállalkozás - tartósan veszteséges vállalkozás - negatív/alacsony saját tőke - negatív hitelműlt a Széchenyi Kártya Programon belül - 6 hónapon belül 50%-ot meghaladó tulajdonosváltás	0,5-25 millió Ft, de éves árbevétel max. 35%-a	1-3 év	n.a.	2,60%	4-5%	1,7-4,5% évi max. 0,75% állami díjtámogatással
- nehéz helyzetben lévő vállalkozás - szerződés kötés: 2014.06.30-ig	50-250 millió Ft	7 év	4 év	6,33%	1%	egyszeri 2%
- nem regisztrált vállalkozás - halászati és akvakultúra tevékenység - mezőgazdasági tevékenységet nem folytató TÉSZ, termelői csoport és BÉSZ - nehéz helyzetben lévő vállalkozás - szerződés kötés: 2014.06.30-ig	1-50 millió Ft és max. 200e Ft/ha (szántó, legelő), max. 500e Ft/ha (ültetvény), max. 200e Ft/állategység	5 év	1 év	5,83%	1-2%	n.a.
- nem regisztrált vállalkozás - nehéz helyzetben lévő vállalkozás - szerződés kötés: 2014.06.30-ig	5 - 500 millió Ft	2 - 6 év	3 év	3,56%	2,5%	n.a.

Név	Finanszírozható tevékenységek	Nem finanszírozható tevékenységek (a szokásosokon túlmenően)
Növekedési Hitelprogram	- forgóeszköz finanszírozás - új, illetve megkezdett beruházás - EU-támogatás előfinanszírozása - 2013.03.31. előtt folyósított hitel, lízing kiváltása (II. pillér)	- tulajdonosoktól vagy cégcsoporton belül történő vásárlások - saját vállalkozásban végzett beruházás - lakóingatlan vásárlás - személygépkocsi vásárlás
MFB Agrár Forgóeszköz Hitelprogram	- állattenyésztéshez kapcsolódó finanszírozás (tenyészállat vásárlás is) - növénytermesztéshez kapcsolódó forgóeszköz finanszírozás	- áfa - exporttal kapcsolatos tevékenység - olyan forgóeszköz finanszírozására, amelynek összegét a piacon forgalmazott termékek ára vagy mennyisége alapján rögzítik - értékpapír, üzletrész, részvény vásárlása
Új Magyarország Agrárfejlesztési Hitel Program	- ingatlan építése, megvásárlása, fejlesztése - gépek, berendezések, szoftverek vásárlása - nem építési célú földvásárlás (beruházás max. 10%-a) - beruházásokhoz kapcsolódó, aktiválható költségek - termőföld vásárlás	- áfa - exporttal kapcsolatos tevékenység - import áruk helyett hazai áruk beszerzését előnyben részesítő beruházás - más hitel kiváltása, üzletrész, részvény vásárlása - tejet és tejtermékeket utánozó vagy helyettesítő termékek előállításához szükséges beruházások - hitelcélról függő további kizárások
Új Magyarország Agrár Forgóeszköz Hitelprogram	- forgóeszköz beszerzés	- beruházás - áfa - exporttal kapcsolatos tevékenység - más hitel kiváltása, üzletrész, részvény vásárlása - értékpapírok, befektetések finanszírozása
Gazdahitel- Gazdakártya	- mezőgazdasági termék előállítás - halászati, erdőgazdálkodási tevékenységek - forgóeszköz és beruházás finanszírozása	- mezőgazdasági termékek feldolgozása és forgalmazása - import áruk helyett hazai áruk preferálása - export tevékenység
Agrár Széchenyi Kártya	- forgóeszköz finanszírozás	- import áruk helyett hazai áruk preferálása - export tevékenység
Új Magyarország TЭСZ Forgóeszköz Hitelprogram	- forgóeszköz beszerzés	- beruházás - áfa - exporttal kapcsolatos tevékenység - más hitel kiváltása - értékpapír, üzletrész, részvény vásárlása - az EUMSz I. Mellékletében felsorolt mezőgazdasági termékek elsődleges termelésével foglalkozó vállalkozásoktól piaci ár alatt történő forgóeszköz beszerzés
MFB Agrár Forgóeszköz Vis Maior Hitelprogram	- forgóeszköz finanszírozás	- beruházás - áfa - exporttal kapcsolatos tevékenység - értékpapír, üzletrész, részvény vásárlása
MFB Élelmiszer-ipari Forgóeszköz Hitelprogram	- forgóeszköz finanszírozás - élelmiszeripari célú forgóeszköz hitel kiváltása	- áfa - exporttal kapcsolatos tevékenység - olyan forgóeszköz finanszírozása, amelynek összegét a piacon forgalmazott termékek ára vagy mennyisége alapján rögzítik - értékpapír, üzletrész, részvény vásárlása

Egyéb feltételek	Saját erő	Biztosíték	Pénzügyi közvetítők	További információ
-	nincs	- szokásos bankári biztosítékok - hitelgarancia igénybevétele lehetséges (Garantiqa vagy AVHGA)	- bankok és takarékszövetkezetek	kereskedelmi bankok honlapjai
-	nincs	- szokásos bankári biztosíték - lehetséges hitelgarancia igénybevétele (AVHGA)	- kereskedelmi bankok - takarékszövetkezetek - 50 millió Forint feletti hiteligény esetén a hitelkérelem közvetlenül az MFB-hez nyújtandó be	www.mfb.hu
Hitelcélok: 1. mezőgazdasági termékek elsődleges előállítás céljából végrehajtott beruházás 2. Fiatal mezőgazdasági termelők tevékenységének megkezdéséhez szükséges beruházás 3. Projekt kiegészítő hitel az ÚMVP pályázatokhoz 4. Agrárforrás hitel infrastruktúra és technológia fejlesztésre 5. Intézményi kezességvállalással biztosított termőföld vásárlása	min. 15%	- szokásos bankári biztosíték - hitelgarancia (AVHGA vagy Garantiqa)	- kereskedelmi bankok - takarékszövetkezetek - 50 millió Forint feletti hiteligény esetén a hitelkérelem közvetlenül az MFB-hez nyújtandó be	www.mfb.hu
-	nincs	- szokásos bankári biztosíték - lehetséges hitelgarancia igénybevétele (AVHGA vagy Garantiqa)	- kereskedelmi bankok - takarékszövetkezetek - 50 millió Forint feletti hiteligény esetén a hitelkérelem közvetlenül az MFB-hez nyújtandó be	www.mfb.hu
- egy lezárt üzleti év - 10 mio Ft alatti hitelösszegnél ingatlanbiztosíték nélkül	nincs	- AVHGA hitelgarancia a hitel összegének max. 80%-ára - hitelösszeg függvényében további biztosíték (magánszemély kezessége, ingatlan)	- takarékszövetkezetek	www.takarekpont.hu
- a mezőgazdasági termelők kivételével 1 lezárt üzleti év - 15 mio Ft hitelösszeg felett 2 lezárt üzleti év - MVH regisztrációs szám - kötelező bankszámlaforgalom	nincs	- AVHGA kezességvállalás - hitelösszeg függvényben további biztosíték (magánszemély kezessége, ingatlan vagy ingóság)	DRBbank, OTP, Takarékbank, takarékszövetkezetek, Sberbank	www.kavosz.hu
-	nincs	- szokásos bankári biztosíték - lehetséges az AVHGA hitelgaranciájának igénybevétele - az MFB által történő hitelnyújtás esetén 80%-os állami készfizető kezesség	- a hitelkérelem közvetlenül az MFB-hez is benyújtható	www.mfb.hu
- bejelentett és a megyei kormányhivatal mezőgazdasági szakigazgatási szerve által elfogadott katasztrófa- és elemi kár miatti vis maior esemény, agrárkár enyhítés kérelem - záradékoltatott hitelkérelem	nincs	- szokásos bankári biztosíték - lehetséges AVHGA hitelgarancia igénybevétele	- kereskedelmi bankok, - takarékszövetkezetek	www.mfb.hu
- az MFB Agrár Forgóeszköz Hitelprogram és az Élelmiszeripari Forgóeszköz Hitelprogram együttes hitelösszege max. 500 millió forint	nincs	- szokásos bankári biztosítékok - lehetséges AVHGA vagy Garantiqa hitelgarancia igénybevétele	- Gránit Bank, Magyar Takarékszövetkezeti Bank, MKB, OTP, UniCredit - 50 millió Forint feletti hiteligény esetén a hitelkérelem közvetlenül az MFB-hez nyújtandó be	www.mfb.hu

HITELGARANCIA A GARANTIQTÓL

HITEL KELLENE, DE NINCS FEDEZET? TUDTAD, HOGY VAN OLYAN INTÉZMÉNY A PIACON, AMELY AZZAL FOGLALKOZIK, HOGY HITELGARANCIA FORMÁJÁBAN BIZTOSÍTÉKOT NYÚJT AZ ÁLTALAD FELVETT HITEL MÖGÉ?

Minden jól sikerült vállalkozás esetében eljön az idő, amikor nagy döntéseket kell hozni: az eddigi keretek között már nem lehet továbbmenni, van piaci igény a termékre, de sem a működési keretek, a családias légkör, sem a kapacitások nem teszik lehetővé a nagy ugrást.

Ilyenkor az egyik legfontosabb döntés a külső forrás bevonása. Ez történhet úgy, hogy tőkeemeléssel új tulajdonosokat engedünk be a cégbe, de megvalósíthatjuk magunk is, csak hogy ehhez hitel kell.

Feltörekvő vállalkozásoknál ilyenkor a legnagyobb probléma a megfelelő fedezet hiánya. A régi gépeket a bank nem fogadja be fedezetnek, a telephelyet bérlik, vagy már terhelt, alapvetően szellemi tevékenységnél pedig gyakorlatilag nincs felajánlható fedezet.

Ilyenkor kerülhet elő a vállalkozásban érintettek ingatlana, már ha még szabad, és nem került rá korábban jelzálog. A lépés rizikós és gyakorta nehéz. Ha életképes a cég, de nincs elegendő felajánlható fedezet a szükséges

forrás megszerzéséhez, segíthet a hitelgarancia.

A kereskedelmi bankok és a magyar állam tulajdonában álló Garantiqa Hitelgarancia Zrt. (Garantiqa) éppen azért jött létre, hogy a fedezethiányos helyzeteket megoldja azáltal, hogy a készfizető kezességét vállal a felveendő hitel maximum 80 százalékára. Ebben a pillanatban a finanszírozó saját kockázata jelentősen csökken és a hitelfelvétel lehetővé válik.

Felmerülhet a kérdés, mit kér ezért cserébe

A Garantiqa Hitelgarancia Zrt. több, mint 20 éve segíti készfizető kezességvállalásával a hazai kis- és középvállalkozások forráshoz jutását.

Kezességet vállalunk hitelekhez és bankgaranciákhoz.

Szolgáltatásunkat azoknak a vállalkozásoknak kínáljuk, amelyek nem rendelkeznek elegendő fedezettel ahhoz, hogy forráshoz jussanak.

További információért keresse fel bankját, vagy munkatársainkat.

Garantiqa Hitelgarancia Zrt.
1082 Budapest, Kisfaludy utca 32.

t: +36 1 485 8300

f: +36 1 485 8320

e. info@garantiqa.hu

www.garantiqa.hu

a Garantiqa? Egyrészt előír biztosítékot, amely azonban alapvetően a hitelfelvevő által a hitelügylethez eleve felajánlott biztosítékokat jelenti. Például az egyéves vagy annál rövidebb futamidejű hitel esetén elegendő lehet

a vállalkozás tulajdonosának készfizető kezessége, más vagyontárgy bevonása nem minden esetben szükséges. Ugyanakkor fontos, hogy olyan hitelek garantálását nem vállalja a Garantiqa, amelyeket a kezességvállaláson kívül más fedezet nem biztosít (azaz azért a hitelfelvevőnek is kell valamit kockáztatnia...).

Másrészt a kezességvállalásért díjat (ún. garancia-díjat) kell fizetned. Ennek mértéke jellemzően a hitel összegének körülbelül 1 százaléka körül mozog évente, de egyes kiemelten támogatott konstrukciók, például a Növekedési Hitelprogram keretében felvett hiteleknél, illetve egyéb beruházási hiteleknél nem több, mint évi

0,3% . Ez azért lehet ilyen alacsony, mert az állam a Garantiqa általa kifizetendő rész 85 százalékára viszontgaranciát vállal. E nélkül a garanciadíjak magasabbak lennének, amelyek megterhelnék a hitelfelvevő vállalkozásokat.

Tekints tehát úgy a hitelgaranciára, mint megvásárolható fedezetre: a hiteled összegének pár százalékáért cserében olyan fedezetet vásárolsz magadnak, amelyet a finanszírozó bank elsősorlagú biztosítékként értékel!

Hitelgaranciát nem csak hitelfelvételhez, de egyéb finanszírozási tranzakciókhoz is igénybe lehet venni: így a Garantiqa-a hitelek mellett kezességet vállal bankgaranciákhoz, lízing- és faktoring szerződésekhez is.

A hitelgarancia ügyek átfutási ideje is igen versenyképes: alapesetben 7–10 munkanap alatt dönt a Garantiqa, de az egyszerűsített bírálatú ügyek átfutása 1-4 munkanap, míg

bizonyos hitelkonstrukciók (például a Széchenyi Kártya) esetében akár 1 munkanapon belül is lehet.

Ha úgy érzed, a hitelgarancia tud rajtad segíteni, érdeklődj a bankodnál, milyen nála elérhető konstrukciókhoz tudod igénybe venni! Fontos, hogy tudd, a Garantiqa-val semmilyen közvetlen feladatod nem lesz a tranzakció során, magát a kezességvállalást is a finanszírozó intézmény (bank, takarékszövetkezet, lízingcég stb.) kezdeményezi nála. Ez úgy valósulhat meg, hogy a Garantiqa szoros együttműködésben dolgozik a kisvállalkozások finanszírozásában jelenlévő bankokkal, takarékszövetkezetekkel, lízing- és faktoring cégekkel és partnerséget épített ki a hazai vállalkozások fejlesztését, versenyképességét célul kitűző érdekvédelmi szervezetekkel és más intézményekkel is.

HA MÉG OLVASNÁL ERRÓL:

- www.garantiqa.hu

MÁSOK HOGYAN CSINÁLJÁK?

A magyar kkv-k hitelállományának 10-12%-át fedezi hitelgaranciával a Garantiqa. 2013-ban több mint 30 ezer szerződés révén mintegy 400 milliárd forint forrás bevonásához segítette hozzá a hazai vállalkozásokat.

KOCKÁZATI TŐKE ÁLLAMI SEGÉDLETTEL

4.8

KOCKÁZATI
TŐKE ÁLLAMI
SEGÉDLETTEL

A fejezet támogatója:



2011 ÓTA ÚJ SZELEK FÚJNAK A HAZAI KOCKÁZATI TŐKE PIACON: NÉGY HULLÁMBAN JÖTTEK LÉTRE EU-S FORRÁSOK FELHASZNÁLÁSÁVAL A KORAI VAGY NÖVEKEDÉSI ÉLETSZAKASZUKBAN JÁRÓ HAZAI VÁLLALKOZÁSOKNAK TŐKÉT JUTTATNI SZÁNDÉKOZÓ KOCKÁZATI TŐKEALAPOK.

Mit ajánl Neked a JEREMIE program?

Ha tőkét keresel már működő vállalkozásodba, megoldást jelenthetnek számodra a JEREMIE kockázati tőkealapok. 2011 óta négy hullámban 28 kockázati tőkealap jött létre az országban, amelyek részben magán, részben állami források felhasználásával a korai (magvető és induló), illetve növekedési szakaszban levő vállalkozások tőkehelyzetét kívánják javítani.

Összesen mintegy 130 milliárd Forint tőke keresi így módon a gazdáját! A célvállalattal kapcsolatos elvárás, hogy üzleti tervei átgondoltak és ígéretesek legyenek, vonzó iparágakban működjön (kizárt a mezőgazdaság, a hajógyártás, szén- és acélipar, valamint a pénzügyi ágazat) és megfelelő növekedési potenciállal rendelkezzen. A JEREMIE alapok befektetési futamideje 2015. december 31-ig tart, azaz eddig kell, hogy megszűlessen a befektetésre vonatkozó döntés.

A JEREMIE I. alapok 5 évnél nem idősebb, korai vagy növekedési életsza-

MI AZ A JEREMIE?

A JEREMIE Program az Európai Unió vállalkozásfejlesztési programja. A program teljes neve Joint European Resources for Micro to Medium Enterprises, ami körülbelül annyit jelent hogy Közös Európai Források KKV-k Számára. A program többféle vállalkozásfejlesztési eszközt fog össze, amik közös jellemzője, hogy:

- visszatérítendő pénzforrásokra és visszaforgó pénzalapokra épülnek,
 - a források felhasználása piaci szereplőkön, pénzügyi közvetítőkön keresztül történik.
- A programnak Magyarországon három alprogramja indult, úgymint:
- mikrohitel program,
 - kezességvállalási program,
 - kockázati tőke program.

A JEREMIE Program hazai támogatásközvetítője az MVZrt.

ÁLLAMI ÉS UNIÓS FORRÁSOK

A fejezet támogatója:



kaszban járó, maximum évi 1,5 milliárd forint árbevételű mikro-, kis- és középvállalkozásokba fektetnek be. További feltétel, hogy üzleti terveik átgondoltak és ígéretesek legyenek, vonzó iparágakban működjenek (kizárt a mezőgazdaság, a hajógyártás, szén- és acélipar, valamint a pénzügyi ágazat) és megfelelő növekedési potenciállal rendelkezzenek. Egy kedvezményezett számára évente maximum 1,5 millió euró (azaz

körülbelül 450 millió forint) adható, legfeljebb három egymást követő évben. A befektetés formája lehet tőkefinanszírozás (részvételsszerzés), valamint pénzkölcsön is - bizonyos korlátozások mellett. A következő (második, harmadik és negyedik) hullámokban létrejött alapok az ún. Közös Magvető Alap vagy a Közös Növekedési Alap feltételei mellett fektethetnek be:

- A Közös Magvető Alap alprogram nevének megfelelően magvető, azaz vállalkozások indulást megelőző életszakaszában történő finanszírozásra specializálódik, a kedvezményezettek 3 éven belül alakult vállalkozások lehetnek, melyek éves bevétele nem éri el a 200 millió forintot.
- A Közös Növekedési Alap alprogram ezzel szemben a már növekedési fázisba lépett vállalkozások tőkével történő

ellátását szolgálja. A befektetések megvalósítására 6 alapkezelő került kiválasztásra összesen több mint 32 milliárd

forint jegyzett tőkével. A növekedési alapok célvállalatai esetében a megengedett maximális árbevétel évi 5 milliárd

JEREMIE TŐKEALAP-KEZELŐ TÁRSASÁGOK:

A JEREMIE I. kockázati tőkealap kezelő:

Co-Investment alprogram:

Euroventures Zrt.

Közös Alap alprogram:

Biggeorge's-NV EQUITY Kockázati Tőkealap-kezelő Zrt.
Central-Fund Kockázati Tőkealap-kezelő Zrt.
DBH Investment Zrt.
Finext Startup Kockázati Tőkealap-kezelő Zrt.
MORANDO Kockázati Tőkealap-kezelő Zrt.
Portfolion Kockázati Tőkealap-kezelő Zrt.
Primus Capital Kockázati Tőkealap-kezelő Zrt.

A JEREMIE II. Közös Magvető Alap alapkezelői:

Core Venture Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Első Magyar Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Kairos Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Prosperitás Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.

A JEREMIE II., III., és IV.

Közös Növekedési alap alapkezelői:

New York Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Equity Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Venturio Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Bonitás Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Kairos Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Prosperitás Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Alliance Jura-Hongrie Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Perion-Invest Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Tőkepartner Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Dinamo Ventures Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Hemisphere Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
PBG FMC Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Valor Capital Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Core Venture Kockázati Tőkealapkezelő Zrt.
Gran Private Equity Zrt.
Garangold Investment Befektető Zrt.

A JEREMIE KOCKÁZATI TŐKETÁRSASÁGOK FŐBB BEFEKTETÉSI JELLEMZŐI

Program neve	Új Magyarország Kockázati Tőkeprogram		Új Széchenyi Kockázati Tőkeprogram	
Tőkealapok generációja	JEREMIE I.		JEREMIE II.	JEREMIE II. JEREMIE III. JEREMIE IV.
Alprogramok neve	Co-Investment alprogram	Közös Alap alprogram	Közös Magvető Alapok	Közös Növekedési Alapok
Tőkealapok száma	1	7	4	6 + 8 + 4=18
Céltársaságok paraméterei	Közép-Magyarországi Régióban lévő székhely	Közép-Magyarországi Régió kívüli székhely		
	mikro-, kis vagy középvállalkozás			
	5 éven belüli alapítás		3 éven belüli alapítás	5 éven belüli alapítás
	max. 1,5 milliárd Ft árbevétel		max. 200 millió Ft árbevétel	max. 5 milliárd Ft árbevétel
Befektetési méret	Egy 12 hónapos időszakon belül max. 1,5 millió EUR (max. 3 egymást követő évben) összesen max. 4,5 millió EUR.	Egy 12 hónapos időszakon belül max. 150.000 EUR, melyet egy alkalommal további 150.000 EUR pénzkölcsön követhet.	Egy 12 hónapos időszakon belül max. 2,5 millió EUR, amely többször megismételhető.	
Főbb ágazati és egyéb korlátozások	Nem támogathatók: • nehéz helyzetben lévő vállalkozások; • hajógyártásban, a szén- és acéliparban, valamint a pénzügyi-, illetve az agrárágazatban tevékenykedő vállalkozások Tiltott felhasználásnak minősül a hitelkiváltás, kereskedelmi célú ingatlanfejlesztés, részesedésszerzés.			
A potenciális célvállalat	• üzleti tervei jól átgondoltak és ígéretesek • menedzsmentje komoly szakmai felkészültséggel bír • vonzó, jól fejlődő iparágban működik • várhatóan teljesíteni tudja a magasabb hozamelvárásokat • nincs lehetősége banki forrásbevonásra (pl. tőkeszegénység, a projekt jellege, kockázata, fedezetek hiánya miatt) • kész megosztani a társaság tulajdonjogát			

4.8

KOCKÁZATI TŐKE ÁLLAMI SEGÉDLETTEL

A fejezet támogatója:



forint, a vállalkozás legfeljebb 5 éve működhet, egy kedvezményezett pedig egy évben összesen legfeljebb 2,5 millió euró befektetésben részesülhet.

Közép-Magyarországi székhelyű vállalkozások ki zárólag egyetlen JEREMIE tőkealaptól (Euroventures Kockázati Tőkealap-kezelő Zrt.) számíthatnak tőkebefektetésre, a többi alap befektetése a Közép-Magyarországi régió kívüli székhelyű vállalkozásokat célozzák.

A fejezet támogatója:



Tőke a Széchenyi Tőkealaptól

A Széchenyi Tőkealap-kezelő Zrt. 2011 nyarán indította el országos befektetési tevékenységét, amelynek célja a tőkefinanszírozásra alkalmas kisvállalkozói kör azonosítása. A Széchenyi Tőkebefektetési Alap 14 milliárd forint EU forrás kihelyezése felett rendelkezik amely forrás az Európai Unió Regionális Operatív Programjainak 2-2 Mrd forint összességéből áll össze. Ezért a befektetések a forrást biztosító mind a hét régióban egyenletes lefedettségben kell, hogy tőkét biztosítsanak a vállalkozásoknak.

A Széchenyi Tőkealap – amelynek célja, hogy több mint száz vállalkozás részesedhessen az alap tőkéjéből – jelenleg 40 befektetéssel a legnagyobb portfólióval rendelkező befektető. Potenciális partnernek tekint minden olyan termelő és szolgáltató vállalkozást, amely legfeljebb 750 ezer eurónak megfelelő forintösszeg erejéig átmeneti időre (átlagosan 5, maximum 7 éves időtartamra), kisebbségi tulajdonosként végrehajtott tőkejuttatás befogadásával képes piaci pozícióját stabilizálni és fejleszteni, munkahelyeket teremt és ezzel hozzájárul az egyes

régiók gazdasági helyzetének megerősítéséhez. A részesedésszerzés mindig kisebbségi és időleges, egyértelműen – az alapítókát helyzetbe hozó – meghatározott kilépési stratégiával, reális üzleti tervre épül, az ágazati jellemzőket figyelembe vevő hozamelvárást rögzít, és esetenként tulajdonosi kölcsön nyújtásával is társul.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.mvzrt.hu
- www.szta.hu
- www.insiderblog.hu

Széchenyi Tőkealap

cím: 1077 Budapest, Wesselényi u. 28.

honlap: www.szta.hu

Kapcsolattartás és tájékoztatás tőkebefektetési ügyekben:

Török József, üzletfejlesztési igazgató, telefon:
+361/413-2746, e-mail: torok.jozsef@szta.hu

Harsági Tünde, befektetési igazgató, telefon:
+361/413-2742, e-mail: harsagi.tunde@szta.hu



A Széchenyi Tőkealap-kezelő Zrt. a Magyar Állam 100%-os tulajdonában álló gazdasági társaság, amely működteti a Regionális Operatív Programokban (lásd bővebben az Európai Uniók pályázatokról szóló 4.4 fejezetet) erre elkülönített források felhasználására létrehozott Széchenyi Tőkebefektetési Alapot. Az Alap 2011 óta végez kifejezetten a tőkefinanszírozásra alkalmas kisvállalkozói kör irányában tőkebefektetési tevékenységet. Kisebbségi (legfeljebb 750 ezer eurónak megfelelő), hagyományos(abb) iparágba történő befektetési igény esetén feltétlenül érdemes megismerkedned a Széchenyi Tőkealappal.

EURÓPAI UNIÓS PÁLYÁZATOK

4.9

EURÓPAI UNIÓS
PÁLYÁZATOK

2014 ÉS 2020 KÖZÖTT, AHOGY AZT MÁR AZ ELŐZŐ ÉVEKBEN IS MEGSZOKHATTUK, A VÁLLALKOZÁSOK FEJLŐDÉSÉT AZ ÁLLAM VISSZA NEM TÉRÍTENDŐ PÉNZÜGYI TÁMOGATÁSOKKAL IS IGYEKSZIK ELŐMOZDÍTANI. BÁR JELENLEG KEVÉS KONKRÉT PÁLYÁZATI LEHETŐSÉG ÉRHETŐ EL, MINDENKÉPPEN ÉRDEMES FEJBEN TARTANOD: VÁLLALKOZÁSOD FEJLESZTÉSEI MEGVALÓSÍTÁSÁHOZ AZ ÁLLAM KÖZVETLEN PÉNZJUTTATÁSSAL IS HOZZÁJÁRUL!

Kisvállalkozóként érdemes elgondolkodnod azon, hogy az EU által meghatározott hétéves fejlesztési ciklusokhoz igazodva rendre akár több száz milliárd elköltendő forint várja, hogy éppen olyan vállalkozásokhoz kerüljön, mint amilyen a Tiéd!

E fejezetben áttekintjük, hogy mit tudunk ma a várhatóan ősszel kiírásra kerülő pályázatokról.

OPERATÍV PROGRAMOK 2014-2020

A következő időszak operatív programjai az alábbiak lesznek:

- Magyar Halgazdálkodási Operatív Program (MAHOP)
- Környezeti és Energiahatékonysági Operatív Program (KEHOP)
- Emberi Erőforrás Fejlesztési Operatív Program (EFOP)
- Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program (GINOP)
- Integrált Közlekedésfejlesztési Operatív Program (IKOP)
- Terület- és Településfejlesztési Operatív Program (TOP)
- Versenyképes Közép-Magyarország Operatív Program (VEKOP)
- Vidékfejlesztési Program (VP)
- Végrehajtási Koordinációs Operatív Program (VKOP).

Széchenyi 2020

Gőzerővel zajlik a most induló 2014-2020-as időszak uniós forrásfelhasználásának tervezése. A források felhasználása az ún. operatív programok alá besorolva történik.

Jó hír, hogy a tervek szerint a források mintegy 60 százalékát gazdaságfejlesztésre fordítja az ország.

ciós Operatív Program (GINOP), illetve a Versenyképes Közép-Magyarország Operatív Program (VEKOP), és ezeken belül is leginkább az együttesen közel 950 milliárd Forint felhasználható forrást jelentő első prioritások keretében meghirdetett pályázatokra lesz érdemes odafigyelned.

A jövő vállalkozásfejlesztési pályázatai

A felsorolásból kitűnik, hogy vállalkozásként elsősorban a Gazdaságfejlesztési és Innová-

Bár a várakozások szerint legkorábban 2014 második félévében megnyíló pályázatok konkrét felteiről még nincsenek elérhető információk, a

korábbi évek tapasztalatai alapján elmondható, hogy a támogatás összege jellemzően egy és százmillió forint közé esik, mértéke ritkán megy 50% fölé és a 100%-ot szinte soha nem éri el, és széleskörű célokhoz kapcsolódhat. Lehetnek eszközbeszerzésre és kapcsolódó licenc-, know-how beszerzésre, infrastrukturális és ingatlan beruházásra, IKT fejlesztésre szóló pályázatokat, de támogatást kaphatsz akár új vállalkozás indítására, innovációs tevékenységre, piacra jutáshoz, vállalati HR-fejlesztésre, különféle rendszerfejlesztésekre, vagy éppen tanácsadás igénybevétele is.

Általában a támogatásért cserében - a projekt megvalósítása mellett - vállalásokat is kell tenned, melyek többnyire a foglalkoztatással, esetleg a vállalatod által elért árbevétellel, eredménnyel kapcsolatosak. A vállalkozások fejlesztését

szolgáló pályázatok központi információs lelőhelye a palyazat.gov.hu honlap. Itt a Pályázatok menüpont-ra kattintva -különböző szűrőfeltételek beállításával vagy éppen anélkül- érheted el a számodra releváns (vagy összes) nyitva álló pályázati lehetőséget. Az agrár (és vidéki) vállalkozásoknak szóló EU-s pályázati lehetőségek

Az agrárvállalkozások részére a nem közvetlen EU-s támogatások felhasználását az új tervezési ciklusban, azaz a 2014 és 2020 közötti időszak során, a mintegy 1300 milliárd Forint felett rendelkező Vidékfejlesztési Program (VP) határozza meg.

A vidékfejlesztés fókuszában a következő 7 év során az alábbi területek állnak majd:

- Kertészet és állattenyésztés (technológia és eszköz-beszerzés, korszerűsítés és eszközhatékonyság)

A GAZDASÁGFEJLESZTÉSI PROGRAM PRIORITÁSAI

- I. Vállalkozások versenyképességének javítása és foglalkoztatásának ösztönzése
- II. Tudásgazdaság fejlesztése
- III. Infokommunikációs fejlesztések
- IV. Természeti és kulturális erőforrások megőrzése, az örökségi helyszínek hasznosításán és az energiahatékonyság növelésén keresztül
- V. Foglalkoztatás ösztönzése és a vállalati alkalmazkodóképesség fejlesztése
- VI. Pénzügyi eszközök és szolgáltatások fejlesztése

MIT KELL TUDNI AZ ÚJ SZÉCHENYI TERV INFOPONT HÁLÓZATRÓL?

Ha a rendelkezésre álló vállalkozásfejlesztési pályázati lehetőségekről helyben kívánsz tájékozódni, fordulj az Új Széchenyi Terv Infopont hálózat tagjaihoz! Ez egy olyan országosan közel 200 helyszínen elérhető információs hálózat, melynek tagjai -egyéb tevékenységükön túlmenően- vállalták, hogy naprakész, hiteles tájékoztatást biztosítanak az elérhető pályázatokról.

- Élelmiszer-feldolgozás, élelmiszerlánc (hozzáadott érték növelése, uniós és nemzeti minőségi rendszerek, rövid ellátási lánc)
 - Vízgazdálkodás (vízfelhasználás, öntözés hatékonyságának javítása, vízvisszatartás)
 - Helyi gazdaság (helyi gazdaságfejlesztés, gazdasági diverzifikáció vidéki térségekben).
- A korábbi évek gyakorlata szerint ezek a pályázatok a Vidékfejlesztési Minisztérium rendeletei révén kerülnek meghirdetésre, illetve a fontosabb tudnivalókról, szabályokról az MVH közleményei rendelkeznek. Az eddigiek azt mutatták, hogy -szemben a vállalko-

zásfejlesztési pályázatoknál tapasztaltakkal- ezek a pályázatok igen rövid ideig, jellemzően néhány hétig vannak „nyitva”, azaz ennyi idő áll rendelkezésre a támogatási kérelmek beadására. Fontos tehát, hogy rendszeresen tájékozódj és kövesd a számodra megnyíló lehetőségeket!

Erre a legalkalmasabb felület a Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal honlapja (www.mvh.gov.hu). Itt a Támogatások menüpont alatt találod az aktuális pályázati lehetőségeket.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.palyazat.gov.hu
- www.mvh.gov.hu

SIKERES PÁLYÁZÓK PÁLYÁZATAI

HA MÁR PÁLYÁZTÁL, TUDOD, HA MÉG NEM, SZÁMÍTHATSZ RÁ:
A VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉSI PÁLYÁZATOK VILÁGA EGY KÜLÖN VILÁG
SPECIÁLIS SZABÁLYOKKAL, MELYEKEL ÉRDEMES ELŐRE TISZTÁBAN
LENNI. EBBEN KÍVÁN SEGÍTSÉGEDRE LENNI EZ A FEJEZET.

Nem csak a fejlesztési programok és várhatóan maguk a pályázatok változnak meg az új ciklusban, hanem változik az az intézményrendszer és környezet is, amelyik a támogatásokat, illetve a rájuk vonatkozó információkat Hozzád eljuttatja.

Bár ezek a változások még folyamatban vannak és konkrét pályázatok még nem elérhetőek, az előző évek tapasztalataiból összegyűjtöttük azokat, melyekre nagy valószínűséggel a következő években is számítani lehet.

Pályázatkeresés

Ha Te magad szeretnéd megismerni a lehetőségeket, akkor a pályázat.gov.hu oldalon kezd a nézelődést. Itt a Pályázatok menüpont alatt a Pályázati kereső vagy a Pályázati dokumentációk pontok alatt lehet megtalálni az éppen nyitva álló pályázati lehetőségeket. A Pályázati kereső szűrési feltételek beállítását is lehetővé teszi, hogy tényleg csak a számodra releváns pályázatokat tudd megnézni. A Pályázati dokumentációk pont alatt viszont könnyebben

találsz meg az egy adott pályázathoz kapcsolódó dokumentumokat.

Ismerkedés a pályázattal

Ha találsz egy olyan pályázatot, amelyről úgy gondolsz, hogy érdekes lehet számodra, kezd el a feltételek megismerését. Ne lepődj meg, amikor megnyitod (még mindig az NFÜ honlapján, www.nfu.hu) a pályázatra vonatkozó felületet: minden pályázattal kapcsolatban számos dokumentumot kell átnézned. Szerintünk az alábbi módszer segít, hogy ne vessz el a dokumentumtengerben:

- Az olvasást érdemes a Pályázati Felhívással kezdeni. Ez gyakorlatilag egy tömörített változata a részletes feltételeknek, általában 10-15 oldal, arra valószínűleg jó, hogy eldöntsd, érdekes-e számodra a pályázat.

- Lépj tovább az ugyanitt letölthető Részletes Pályázati Útmutatóra. Ez már egy komolyabb anyag (közel 80 oldal) viszont jó hír, hogy szinte az összes vállalkozásfejlesztési pályázathoz ezt kell ismerned. De egyben ez a nehézsége is: ha egy konkrét pályázatról szeretnél tájékozódni, a Pályázati Felhívást és a Pályázati Útmutatót egyszerre kell olvasnod, hogy el tudd dönteni, az Útmutató pontosan mely részei vonatkoznak a Téged érdeklő pályázatra. Fontos, hogy a Pályázati Felhívás és az Útmutató szerkezete megegyezik (azaz pl. mindkettő esetében a G. pont tartalmazza a pályázattal együtt beadandó mellékleteket).

- Mielőtt hozzálátsz a

AKTUÁLIS PÁLYÁZATOK

Az aktuális pályázatokról a palyazat.gov.hu honlapon, vagy a 06-40-638-638 ügyfélszolgálati telefonszámon tájékozódhatsz.

pályázatíráshoz, még a mellékletekkel is meg kell ismerkedned. Mind a Pályázati Felhíváshoz, mind a Pályázati Útmutatóhoz számos melléklet kapcsolódik. Ezek közül ebben a szakaszban szelintünk a leglényegesebb a pénzügyi elszámolásokra, illetve a monitoringgal kapcsolatos szabályokra vonatkozik. Ha nem értesz bizonyos fogalmakat, segíthet a Pályázati Útmutató V. melléklete, a Fogalomjegyzék.

- Fontos, bár időrabló, átfutnod az adott pályázatra vonatkozó Közleményeket is (a többi, az adott pályázatra vonatkozó dokumentummal együtt a www.palyazat.gov.hu-n találod meg), mivel a pályázat kiírását követően megjelent fontosabb híreket, információkat tartalmazzák.

A pályázat összeállítása

A beadandó pályázat a Projekt adatlapból, a Megvalósítási adatlapból és a Pályázati Felhívás G. pontja alatti mellékletekből áll. Fontos, hogy a Projekt adatlapot az elektronikus kitöltőprogram segítségével kell elkészítened, melyet a palyazat.gov.hu oldalról az adott pályázatra vonatkozó információk közül tölthetsz le. A pályázatok leadása elektronikus adathordozón és papíron együttesen történik a Pályázati Felhívás A. pontjában meghatározott módon az adott pályázat közreműködő szervezeténél. A pályázat elkészítéséhez segítséget jelenthet a palyazat.gov.hu oldal Pályázatok menüpontjában található Hasznos információk pályázóknak pont tartalma, ahol összegyűjtve

találhatóak meg a leggyakrabban elkövetett hibák, a legtöbb nehézséget jelentő kérdésekkel kapcsolatos tudnivalók.

Mire kell feltétlenül odafigyelned?

Mindig figyelmesen olvasd végig a Pályázati Felhívást és Útmutatót, különös tekintettel a formai követelményekre, a határidőkre, a pályázati összeg nagyságára és a támogatási intenzitásra (utóbbi százalékos formában mutatja meg azt, hogy Neked, mint pályázónak mekkora önrészt kell vállalnod a projekt megvalósítása érdekében). Sajnos, sok

4.10

SIKERES
PÁLYÁZÓK
PÁLYÁZATAI

esetben a vállalkozások azért nem tudják igénybe venni a támogatást, mert nem tudnak olyan mértékű forráshoz jutni – még banki segítséggel sem –, amellyel a kötelező saját forrás szükségletet elő tudják teremteni. Ha veled is ez lenne a helyzet, érdeklődj a kiegészítő támogatási lehetőségekről, pl. az államilag támogatott kedvezményes hitel- vagy garanciavállalási konstrukciókról (▶ 4.6. fejezet Kedvezményes vállalati hitelek).

„Meglepetések“ a pályázatokkal kapcsolatban

Sokan hiszik, hogy pályázni a világ legegyszerűbb

dolga, majd menetközben derül ki számukra, hogy a pályázatokon való részvétel komoly, jelentős idő- és energiaráfordítást megkövetelő dolog. Az alábbiakban igyekeztünk összegyűjteni Számodra azokat a körülményeket, melyeket hasznos eleve számításba vened, mivel menetközben igazán kellemetlen meglepetéseket okozhatnak.

A pályázati rendszer merevsége

Sok, valós indok létezik annak magyarázatára, hogy miért jött létre egy viszonylag merev pályázati rendszer: ami számodra esetleg egy érthetetlen előírás, az a teljes pályázati rendszer szempontjából egy fontos és a működést biztosító szabály lehet. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy kiemelt figyelmet kell fordítanod a szabályok betartására, mert a rendszer a legkisebb eltérést sem tolerálja. Néha elég egy elírás, egy értelmetlen hiba és megakad a folya-

mat, bármely szakaszán jársz is. Ha szerencsés vagy, ilyen esetben lesz egy hiánypótlási esélyed, azaz egy lehetőség arra, hogy kijavítsd a hibát, de természetesen ez mindenképpen lassítja számodra a folyamatot.

Adminisztrációs igény

Bár nyilvánvalóak a törekvések az adminisztráció csökkentésére, azért jó, ha tudod, a pályázatok kiemelt adminisztrációval járnak. Ráadásul egy pályázat életútja során ez növekvő tendenciájú, tehát, ha túlzónak tartod a dokumentum mennyiséget, amit át kell olvasnod, mielőtt el tudod készíteni a pályázatot, számíts rá, hogy a később-

biekben, amikor például kifizetési igénylést állítasz össze, időszakos vagy záró beszámolót nyújtasz be, ezek a terhek csak fokozódnak. Minden bizonnyal kifejezetten ezzel foglalkozó munkatárs(ak)ra lesz szükséged, hogy megbirkózz ezzel a feladattal.

Finanszírozási kihívások

Alapvetően kétféle finanszírozási helyzettel találkoz magad szemben, ha pályázol. Egyrészt ezek a pályázatok (bár esetenként lehetőséget adnak előleg igénylésére) utófinanszírozásúak. Ez azt jelenti, hogy meg kell, hogy tudd előlegezni a támogatás összegét. Másrészt szinte soha nem kapod meg a

MIRE FIGYELJ, HA AGRÁRPÁLYÁZATON INDULSZ?

A vállalkozásfejlesztési pályázatok kapcsán fentebb elmondottak többnyire igazak az agrárpályázatokra is: jelentős adminisztrációval, komoly jelentéstételi és monitoring követelményekkel kell számolnod! Fontos, hogy az MVH (www.mvh.gov.hu) honlapján az adott pályázat menüpontjában a Közlemények, illetve Tájékoztatók menüpont alatt összegyűjtve találod meg a számodra releváns szabályokat, változásokat.

HOGYAN BIRKÓZZ MEG AZ ADMINISZTRÁCIÓVAL?

Ha már beadott, esetleg nyertes pályázatot van, a palyazat.gov.hu oldalon a Pályázatok menüpontban a Hasznos információ kedvezményezetteknek pont alatt számos fontos információhoz juthatsz hozzá. Megtalálhatóak itt a leggyakrabban elkövetett eljárási hibák, a leggyakoribb kérdések, továbbá útmutatók, segédletek és különféle nyomtatványok.

projektet 100%-át támogatóként (átlagosan inkább kb. 50%-os támogatásra számíthatsz), tehát önerőre és ezen belül saját forrásra is szükséged lesz, melyet magadnak kell előteremtened. Ha bármelyik is gondot okoz számodra, gondold a kedvezményes hitelekre, támogatás előfinanszírozási lehetőségekre (összefoglaltuk őket Neked a [▶ 4.6](#) Kedvezményes vállalati hitelek fejezetben).

Lehatárolási kérdések

Külön figyelned kell, ha 5000 fő alatti településen vagy 100 fő/km² alatti népsűrűségű területen működő mikro vállalkozásod van: korábban az ilyen mikrovállalkozások csak

az ún. ÚMVP (Új Magyarország Vidékfejlesztési Program, 2007-2013) keretében meghirdetett pályázatokból részesülhettek (azaz az itt bemutatott pályázatokból nem). 2012 tavaszától azonban módosult ez az ún. lehatárolási szabály és abban az esetben, ha a Vidékfejlesztési Minisztérium nem kívánja, illetve forráskimerülés miatt nem tudja az 5000 fő alatti településeken működő mikro vállalkozásokat támogatni, akkor lehetségessé válik számodra a vállalkozásfejlesztési pályázatokon való részvétel is. Mindezt az ún. Településlista segít Neked eldönteni: a Részletes Pályázati Útmutató mellékletében

található lista tartalmazza azokat a településeket, ahol korlátozás nélkül támogathatóak a mikro vállalkozások.

Egy sikeres pályázat életútja

Ha beadta a pályázatot, első körben egy ún. befogadási kritériumok (benyújtási határidő, támogatás összegének és a támogatásintenzitás, a pályázói körbe való tartozás, megfelelő kitöltő program és file formátum használata) vizsgálatán esik túl. Ebben a szakaszban nincs hiánypótlási lehetőség, tehát ha valamit elrontottál, a hiba kijavítását követően új pályázatként (újra) be kell adnod a pályázatot. A pályázat a befogadásáról (vagy éppen be nem fogadásáról) 7 napon belül írásbeli értesítés kapsz.

Ezután következik az érdemi elbírálás, melynek eredményére a pályázat benyújtásától 30-40 nap múlva számíthatsz (de ezt a határidőt kitolja az

esetleges hiánypótlásokra adott idő), és írásos értesítést is kapsz róla. Ezt követi a támogatási okirat kiállítása vagy a támogatási szerződés megkötése. Fontos, hogy a projektet, kivéve, ha a pályázati felhívás erről másként rendelkezik, saját felelősségre, már a pályázat beadását követően megkezdheted de ennél hamarabb semmiképpen sem.

A következő fontos momentum a kifizetés igénylés összeállítása lesz számodra. Ehhez segítséget a pénzügyi elszámolásra vonatkozó pályázati melléklet ad, illetve a

4.10

SIKERES
PÁLYÁZÓK
PÁLYÁZATAI

Közreműködő Szervezet honlapján számos nyomtatványt, segédletet találsz. A kifizetésre a Közreműködő Szervezet az igénylés (illetve az esetleges erre vonatkozó hiánypótlás) beérkezésétől számított 30 napon belül számíthatsz.

Kifizetési igénylés csak időszakos vagy záró beszámolóval együtt nyújtható be, amelyek összeállítását a monitoringra vonatkozó melléklet segíti. A projekt zárását követően -kkv-k esetében- 3 éven át évente ún. fenntartási jelentéseket kell benyújtani, arról, hogy a pályázatban vállaltak

MIBEN SEGÍTHET EGY PÁLYÁZATÍRÓ CÉG?

A pályázatíró cégek a pályázatok figyeléséről a támogatási szerződés megkötésén át az egész projekt gondozásában és megvalósításában lehetnek segítségére. Emellett, ha egy pályázatíró egyszer megismeri a cégedet, elvárhatod, hogy ő maga javasoljon újonnan megnyíló pályázati lehetőségeket a számodra. Célszerű tehát hosszabb távon együttműködnöd partnereddel, így kiválasztásakor érdemes körültekintően eljárnod.

Kínálat akad bőven – jelenleg több mint ezer cég lát el ilyen tevékenységet –, ami egyrészt lenyomhatja a piaci árakat, másrészt könnyebben megtalálhatod a számodra legmegfelelőbbet. Kérhetsz tanácsot ismerőseidtől, gyakorlottabb pályázó társaidtól, hogy az ajánlatok és referenciamunkák megismerése után a legjobb döntést hozhadd meg. Érdemes tudni, hogy a komolyabb pályázatíró cégeknek általában konkrét pályázatokra szakosodott munkatársakat találsz.

Joggal merül fel benned a kérdés, hogy miért kellene ilyen cég szolgáltatásait igénybe vened, hiszen a pályázati útmutató segítségével akár egyedül is elkészítheted pályázatodat. Ez kétségtelenül így van, de -hacsak nem érdekel személyesen és nincs nagyon sok szabadidőd- hamarosan rá fogsz jönni, hogy ez bizony egy külön szakma számos banánhéjjal... Azt is tudnod kell, hogy egyrészt a beadott pályázatok legnagyobb részét formai okok miatt utasítják vissza, másrészt a későbbiekben (nyertes pályázat esetén) –bár többnyire van mód hiánypótlásra- ha hibázol, mindenképpen lelassul az egész folyamat, márpedig a játék a Te zsebedre megy (gondolj például egy hiányosan összeállított kifizetési igénylés kapcsán jelentős késéssel beérkező támogatási összegre...). Érdemes azzal is kalkulálnod, hogy nem elég megírni és megnyerni a pályázatot, a projektet szabályosan

meg is kell valósítani. A támogatási összeg elnyerése felett érzett örömhöz azért a pályázatok rugalmatlansága is társul, vagyis a projekt tervezését kellő alaposan célszerű elvégezni. A pályázati tanácsadó ezen a ponton tud magas hozzáadott értéket nyújtani. A mérleg pozitív soronyjében van az is, hogy a pályázatíró cégek jelentős része garanciát vállal arra, hogy amennyiben formai okok miatt utasítják el a pályázatodat, visszafizetik számodra a megbízási díjukat.

Természetesen az éremnek van egy másik oldala is. A pályázatíró cégekkel kapcsolatos kockázatok részben arra vezethetők vissza, hogy a pályázatírás mint különálló szolgáltatás Magyarországon nem tekint vissza nagy múltra. Bár, mint fentebb írtuk, jelenleg mintegy ezer cég lát el ilyen jellegű tevékenységet, 2004-ben számuk még a háromezret közelítette. Jelentős tehát a szelekció, és Neked sem árt válogatónak lenned: előfordulhat, hogy egy cég nem végez minőségi munkát, mert például nincs megfelelő gyakorlata az adott területen. Referenciamunkákat mindenképpen érdemes bekérned, és szükség esetén ne szégyelld elkérni a pályázatíró cég múlt évi mérlegadatait is, amelyből láthatod, hogy ténylegesen milyen mértékű forgalmat bonyolított le.

A pályázatíró cégek legnagyobb része egy fix díj mellett – a pályázat sikeressége esetén – további összegre is igényt tart. A jutalék rendkívül változó és természetesen attól is függ, hogy a pályázat melyik szakaszáig dolgozik Neked a pályázatíró (csak a támogatási döntésig vagy a projekt lezárásáig vagy akár a fenntartási időszak végéig); azon mindenesetre nem szabad meglepődni, ha az elnyert támogatási összeg 1-5, de esetenként akár 10 százalékát is elkéri a pályázatíró partner.

TÁMOGATÁSI KISOKOS

Az alábbiakban összefoglaljuk Neked az első közelítésben legfontosabb fogalmakat, hogy megkönnyítsük a tájékozódást a pályázatok világában.

GOP, KMOP, ROP, TÁMOP...

Ezek az ún. Operatív Programok (OP). Az EU-s (és a kapcsolódó hazai) források felhasználása az Operatív Programokban tervezettek szerint történik. A 2007-2013-as időszakra ez 15, az Európai Bizottság által elfogadott, Operatív Programot jelent, ezek közül 7 regionális és 8 tematikus. Az ÚSZT Vállalkozásfejlesztési Programjának pályázatai ezek alá az OP-k alá tartoznak.

...GINOP, TOP, IKOP, KEHOP, EFOP, KOP, VOP, MAHOP, VEKOP

Ezek pedig már a következő 2014-2020-as időszak ún. tematikus és regionális Operatív Programjainak rövidítései. A jövőben ezekről a betűkódokról (is) ismerheted meg a pályázati lehetőségeket. A vállalkozásfejlesztési pályázatok a Gazdaságfejlesztési és Innovációs OP (GINOP) alá fognak tartozni.

Támogatási kategóriák

A vissza nem térítendő állami támogatások különböző támogatási kategóriákban vehetők igénybe, ezek közül a vállalkozásfejlesztési pályázatoknál a csekély összegű (de minimis), a regionális beruházási támogatás vagy a KKV-k részére tanácsadáshoz nyújtott támogatás kategóriák fordulnak elő. Az egyes támogatás kategóriákra részletes EU-s szabályok vonatkoznak, hogy milyen esetekben és milyen feltételekkel nyújthatóak (pl. milyen arányú, illetve összegű támogatás vehető igénybe). Erre vonatkozóan további információt a Részletes Pályázati Útmutató D. fejezetében találsz.

Elbírálás

A beadott pályázatok - befogadásukat követő - elbírálása lehet könnyített vagy egyfordulós. Könnyített elbírálás esetén, amennyiben a pályázat megfelel a Felhívásban és a Pályázati Útmutatóban közzétett projekt kiválasztási feltételeknek, akkor „automatikusan” (további mérlegelés nélkül) támogatásban

részesül (feltéve, hogy még nem merült ki a támogatási keret). Könnyített eljárásnál a bírálókat a beérkezés sorrendjében történik.

A másik lehetőség, hogy a pályázat egyfordulós eljárás keretében kerül tartalmi, azaz mérlegelést is jelentő értékelésre. Ilyenkor a Pályázati Felhívásban, illetve Részletes Pályázati Útmutatóban megadott szempontok alapján egy ún. Döntés-előkészítő Bizottság hoz döntést a támogatás odaítéléséről. Az egyfordulós eljárás lehet folyamatos (azaz a pályázatok folyamatosan, a beérkezés sorrendjében kerülnek a Bizottság elé) vagy szakaszos (ilyenkor a Felhívásban megadott határidőig beérkezett pályázatok egyszerre kerülnek elbírálásra).

Támogatásintenzitás

Ez egy nagyon izgalmas kérdés a számodra. Ha van egy mondjuk 10 millió forintba kerülő projektet (és itt kizárólag a pályázati feltételek szerinti elszámolható költségekre gondolunk), és a pályázat, amit kinéztél magadnak 40% támogatásintenzitású, akkor ez azt jelenti, hogy - nyertes pályázat esetén - 4 millió forint támogatásra számíthatsz (de ne feledd, csak utólag, tehát ezt is elő kell finanszíroznod!), a fennmaradó 6 millió forintot viszont magadnak kell előteremtened, ez lesz az ún. önrész.

Önrész és saját forrás

Az önrész a projekt értékének állami támogatással csökkentett része. Az önrész állhat egyrészt saját forrásból, másrészt esetleg az államháztartás más alrendszereiből származó egyéb támogatásból. A saját forrás lehet számlapénz, bankbetét, a pályázó nevére szóló értékpapír, bankhitel, tagi kölcsön stb. A vállalkozásfejlesztési pályázatok előírják, hogy a saját forrásnak a projekt elszámolható összköltségének mekkora hányadáról (jellemzően 25%) kell igazolhatóan rendelkezésre állnia (az igazolás módját a Pályázati Felhívás és Útmutató részletesen szabályozzák).

(indikátorok) valóban teljesülnek. Az indikátorok nem teljesítése esetén a támogatás arányos részét vissza kell fizetned. Az időszakos vagy záró beszámolók, fenntartási jelentések kötelezően az a pályázat.gov.hu oldalról elérhető PályTáj felületen keresztül kerülnek benyújtásra. A projekt bármely szakaszában számíthatsz továbbá ellenőrzésekre, illetve helyszíni szemlére.

Hogyan informálódj, ha már beadta a pályázatod?

A Széchenyi 2020 Ügyfél-szolgálat három csatornán keresztül nyújt tájékoztatást:

- telefonon a 06-40-638-638 belföldről helyi tarifával hívható, illetve a 06-1-474-9180 külföldről is elérhető normál díjas telefonszámon,
- online a palyazat.gov.hu e-ügyfélszolgálatán keresztül,

- személyesen. A személyes ügyintézést megkönnyíti, hogy a palyazat.gov.hu-n történő regisztrációt követően lehetőség van előzetes időpont egyeztetésre!

Pályázati e-ügyintézés (PályTáj felület)

Bár a pályázati rendszer alapvetően papírra épül, az Egységes Monitoring Információs Rendszer (EMIR) Pályázati e-ügyintézés (Pályázó Tájékoztató) felülete hatékony támogatást nyújt a pályázás és projektvégrehajtás teljes folyamatában. A PályTáj felület a www.palyazat.gov.hu honla-

pon a Pályázatok menüpont alatt érhető el. A jelentkezéshez a felület bal oldalán ki kell választanod a fejlesztési periódus programot (ez a pályázati felhívás kódjának betűjele, amelyet megtalálasz például a pályázati felhívás első oldalán majd a felület alján az alintézkedés számát (ez a pályázati felhívás kódszámát jelenti).

Ezt követően a pályázatod beérkezését visszaigazoló levelében a Közreműködő Szervezet által küldött pályázati azonosítószám és belépési jelszó segítségével juthatsz el a saját pályázatodra vonatkozó információkhoz

és követheted nyomon elbírálásának lépéseit. Emellett, sikeres pályázat esetén számos dokumentumot (lásd időszakos vagy záró beszámolók, fenntartási jelentések) ezen a felületen keresztül kell benyújtani.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.palyazat.gov.hu



Fizessen elő most

a Napi Gazdaságra, és legyen
a vendégünk egy wellness-
hétvégére Mátraházán
a LIFESTYLE HOTEL
MÁTRA****superior szállodában!

Az akció visszavonásig érvényes.

Szobafoglalás a szabad helyek függvényében
lehetséges, a kiemelt időszakok kivételével.
Ajánlatunk új előfizetésekre vonatkozik.

Az AKCIÓS csomag ára: 86 400 Ft + áfa

Az akciós csomag tartalma:

- egyéves Napi Gazdaság-előfizetés
- 2 fő részére 2 éjszaka félpanziós ellátással
a LIFESTYLE HOTEL MÁTRA****superior
szállodában

További információ:

www.napigazdasag.hu/elofizetes

Napi Gazdaság

a legolvasottabb gazdasági napilap*

A **megújult Napi Gazdaság** bővített tartalommal, 20 oldalon jelenik meg. A korábbi népszerű rovatok mellett számos új rovatot indítottunk. A Vállalkozásfejlesztés és Vállalkozásfinanszírozás mellett a kéthetente megjelenő Startup melléklet úttörőnek számít a napilapok kínálatában.

Lapunk nagy hangsúlyt helyez arra, hogy az olvasók ne csak a legfrissebb híreket kapják meg, hanem az üzleti döntéshozatalt is segítsük háttéranyagainkkal, lényegre törő interjúinkkal. A Napi Gazdaság új szerkezetét úgy alakítottuk ki, hogy a régóta sikeres nagyvállalatok és a feltörekvő startupok vezetői egyaránt hasznos olvasmányként vehessék kézbe a kiadványt.

A hagyományos nyomtatott verzió mellett pedig online felületünkön külön rovat foglalkozik a kis- és középvállalkozásokkal. A www.napigazdasag.hu lehetővé teszi, hogy olvasóink a világ minden táján naprakészek lehessenek gazdasági és pénzügyi területen egyaránt.



* 37 000 olvasó (Millward Brown – TNS Hoffmann, Nemzeti Olvasottsági Kutatás (NOK) 2013/IV. negyedév)

HASZNOS HONLAPOK

www.azenzem.hu

Cikkek, írások, adatbázisok a pénzügyek minden területéről.

www.bankarnet.hu

Az oldal több mint húsz bank hitelkínálatából segít választani.

www.bankmonitor.hu

Pénzügyi termékek teljeskörű megjelenítése, segítség a választáshoz.

www.enterpriseurope.hu

Az Enterprise Europe Network vállalkozásfejlesztési hálózat magyar oldala.

www.exim.hu

A kis- és középvállalkozások exporttevékenységének támogatása.

www.garantiqa.hu

Minden, ami a hitelgaranciával kapcsolatban felmerülhet.

www.hita.hu

A Nemzeti Külgazdasági Hivatal honlapja

www.kavosz.hu

Minden ami Széchenyi! Információk a KA-VOSZ gondozásában lévő finanszírozási lehetőségekről, úgy mint a Széchenyi Kártya, Széchenyi Forgóeszköz Hitel, Széchenyi Beruházási Hitel, Széchenyi Megelőlegező Hitel, Széchenyi Önerő Kiegészítő Hitel és az Agrár Széchenyi Kártya feltételeiről, igénybevételi lehetőségeiről, forgalmazó hitelintézetekről.

www.mfb.hu

A Magyar Fejlesztési Bank honlapján információt találhatsz a hazai források felhasználásával elérhető államilag támogatott kedvezményes hitel- és garancialehetőségekről. Itt ismerheted meg a részletes feltételeket és azt is, hogy hol és hogyan lehet a hitelkérelmeket benyújtani.

www.mvzrt.hu

Európai uniós de nem vissza nem térítendő finanszírozási források (kedvezményes hitelek, hitelgarancia és kockázati tőke) feltételeiről és a pénzügyi közvetítőkről nyújt tájékoztatást (Új Széchenyi Hitel-, Garancia- és Tőkeprogram).

www.nih.gov.hu

A Nemzeti Innovációs Hivatal a hazai K+F eredmények hasznosítását, piacra jutását célzó kezdeményezésekhez nyújt szakmai támogatást.

www.nonprofit.hu

Információ nonprofitokról – nem csak nonprofitoknak. Minden, ami a civil szervezetekről elérhető, így pályázatok is.

www.opten.hu

Ingyenes és előfizetéses gazdasági és jogi adatbázis szolgáltatások.

www.palyazat.gov.hu

Az aktuálisan kiírt pályázatok között böngészhetsz és kereshetsz Neked megfelelőt, regionális és országos szinten egyaránt. Ha vissza nem térítendő támogatást szeretnél, innen érdemes elindulnod..

www.pafi.hu

A Pályázatfigyelő a hazai társadalmi szervezetek és alapítványok, intézmények, magánszemélyek, önkormányzatok, vállalkozások számára meghirdetett pályázati kiírások gyűjteménye.

www.szechenyi2020.hu

A 2014-2020 közötti pályázatok kommunikációs felülete.

www.tka.hu

A Tempus Közalapítvány oldala, nemzeti és nemzetközi oktatási, képzési, pályázati programok, különböző képzések az EU-támogatások felhasználása témakörében.

vallalkozas.netenahivatal.gov.hu

Minden az e-közigazgatásról, vállalkozások részére.

ADÓZÁSI ÉS SZÁMVITELI ALAPFOGALMAK

BÁR AZ EMBER SZERETNÉ AZT HINNI, HOGY „AZ ÉN CÉGEM – AZ ÉN PÉNZEM” SZABÁLY ÉRVÉNYESÜL A MINDENNAPOKBAN, EZ SAJNOS NEM ÍGY VAN.

Abban a pillanatban, ha céged megalakul, az erre szánt pénzt egy olyan zsebbe raktad, amiből nem költözhetsz szabadon bármire. Sőt, többféle adó is terheli majd vállalkozásodat. hogy csak a legfontosabbakat említsük: társasági és helyi iparűzési adó, illetve a vállalkozásodban foglalkoztatottak után fizetendő szociális hozzájárulási adót és szakképzési hozzájárulást. Összegezve: ha van céged, akkor kénytelen vagy megismerkedni a társasági és a forgalmi adózás és a számvitel alapfogalmaival is.

Áfás és alanyi áfamentes tevékenység

Az alanyi áfamentesség választása esetén nem kell 27 százalék általános forgalmi adót (áfa) rászámolni az eladási áradra. Ez elsősorban akkor jó, ha magánszemély a vevőd, vagy olyan cég, amely nem tartozik az áfakörbe (bankok, biztosítók, brókercégek stb.), mivel ebben az esetben 27 százalékkal olcsóbb áron dolgozhatsz nekik. Alapesetben, ha áfakörbe tartozó, azaz áfát fizető vállalkozás a vevőd, neki lényegében mindegy, hogy áfás vagy nem áfás a számlád, mivel a Neked fizetett áfával

ő csökkentheti az államnak fizetendő adóját.

Az alanyi áfamentességet 2014-ben is éves szinten 6 millió forint bevételig lehet választani. Ha ezt a bevételi szintet átlépted, akkor automatikusan áfakötelessé válsz, azaz áfát kell rászámolnod az eladási áraidra, és ennek összegét az államnak be kell fizetned. (Van ugyanakkor olyan tevékenységek, melyek jellegüknél fogva – függetlenül éves bevételeedtől – áfamentesek: ilyen például a magánóra nyújtása.) Az alanyi áfamentesség hátránya viszont, hogy

ÜGYFÉLKAPU: ADÓBEVALLÁS ONLINE

Az Ügyfélkapu (▶ 9.7. fejezet Kapcsolat az állammal) a magyar kormányzat elektronikus ügyfélbeléptető és -azonosító rendszere, mely a kormányzati portálon (<http://www.magyarorszag.hu/>) található, és biztosítja, hogy személyazonosságod igazolása mellett biztonságosan kapcsolatba léphess elektronikus közigazgatási ügyintézés és szolgáltatást nyújtó szervekkel. Az Ügyfélkaput az adóbevalláson túl többek között lakcím-, egyéni vállalkozói igazolvánnyal kapcsolatos vagy éppen anyakönyvi ügyekben is használhatod. Az Ügyfélkapu első sorban a magánszemélyhez kapcsolódik, de további lehetőségeket hordoz magában, ha ez a magánszemély egy vagy több társaság elektronikus ügyeinek az intézésére is fel van hatalmazva. Ehhez csak annyit kell tenned, hogy postai úton leadod a NAV felé a 14T180 sorszámu adatlapot. Fontos azonban tudnod, hogy az Ügyfélkapun keresztül a társaságot, csak képviselője, nagykorú alkalmazottja, könyvelője, adótanácsadója vagy ügyvédje képviselheti.

áfás költségeid áfáját nem igényelheted vissza. Ez abban az esetben fontos, ha olyan tevékenységet folytatsz, amely esetében a majdani eladási ár jelentős részét teszik ki az alapan yagok költségei. A szolgáltatások jelentős részénél viszont az eladási árban csak csekély részt képviselnek az alapanyagárak, így nagy valószínűséggel akkor jársz jól, ha az alanyi áfamentességet választod, természetesen csak addig, amíg el nem éred a 6 millió forint éves bevételt.

Egyszerűsített vállalkozói adó (eva)

Előnye:

- Nagyon egyszerűen kalkulálható, bevallható adónem. Mértéke jelenleg a bruttó (azaz áfával növelt) bevétel 37 százaléka, amivel az iparüzési adón (legtöbb önkormányzatnál 2 százalék, de minden évben lehet választani az adóalap 50 százalékos megállapítását is) és a munkaviszonyban bejelentett alkalmazottak járulékán, és a cégautóadón kívül az

összes adónemet kiváltod (áfa, társasági adó, személyi jövedelemadó [szja], egészségügyi hozzájárulás (EHO) stb.). Így a cégedből akár év közben folyamatosan osztalékéltőleg (közbenső beszámoló alapján amennyiben a cég társasági szerződése ezt lehetővé teszi), akár az év végi beszámoló alapján osztalék címszóval, az EVA és az iparüzési adó megfizetésével, a cégen termelt jövedelmet (ha áfás tevékenységed van, akkor lényegében a nettó bevétel 78,74%-át, ha áfamentes a tevékenységed vagy alanyi mentes adózást választottál, akkor 62%-át) további adóktól mentesen felveheted. Amennyiben ennek a cégnek ügyvezetője/beltagja vagy és máshol nem vagy alkalmazásban, ezt

a jövedelmet csökkenti a minimálbér (jelenleg bruttó 101.500,- forint) után fizetendő adók és járulékok összege: ez jelenleg kb. havi 64 ezer forint, de ha a tevékenységed középfokú iskolai végzettséget igényel, akkor legalább a garantált bérminimum (jelenleg: bruttó 118.000,- forint) után fizetendő adók és járulékok összege, ami kb. havi 74 ezer forint;

MI MENNYIBE KERÜL?

Egyéni vállalkozó könyvelési díja	5–10 ezer Ft/hó
Bt. induló könyvelési díja	10–20 ezer Ft/hó
Kft. induló könyvelési díja	15–25 ezer Ft/hó

(2014. márciusi állapot)

Amennyiben nem munkaviszonyban végzed az ügyvezetést/személyes közreműködést minimálbér esetén is a szociális hozzájárulási adót és a szakképzési hozzájárulást a minimálbér 112,5% után, a 8,5 százalékos egészségbiztosítási és munkaerő-piaci járulékot a minimálbér 150%-a után kell megfizetni, ami további költségnövekedést jelent.

- A könyvelése nagyon egyszerű és olcsó (csak bevételi naplót kell vezetni, feltéve, hogy vállalkozásod nem tartozik a számviteli törvény hatálya alá, mert akkor kettős könyvvitelre vagy kötelezett). Arra is figyelned kell, hogy gyűj-

teni kell a tevékenységhez kapcsolódó költségszámlákat, az évente akár többször változó adójogszabályok miatt érdemes könyvelőt fogadni.

Annak ellenére, hogy az adó mértéke 37%, alacsony költségszint mellett még mindig kicsit kedvezőbb a normál esetben fizetendő 10% társasági adó, valamint a 16% + 14% osztalék után fizetendő személyi jövedelemadó és EHO (ennek felső határa éves szinten 450.000,- Ft) kombinációjánál. A legtöbbek számára azonban az EVA megtartása inkább az adminisztráció egyszerűsége miatt lehet indokolt, mint a tényleges adómentesítés miatt. Az eva alkalmazásának éves bevételi határa 2014-ben bruttó 30 millió forint. Ha ezt a bevételi szintet átlépted, akkor automatikusan kikerülsz az EVA hatálya alól.

- Ezt az adózási formát csak akkor választhatod, ha a cégednek két egymást követő üzleti évben

van bevétele, vagyis – feltételezve, hogy egy adott év decemberében alapítod a cégedet és

abban a hónapban szerzel bevételt –, legalább 1 évet és 1 hónapot kell várnod ezen kedvez-

KI LEGYEN A KÖNYVELŐ?

Az egyéni vállalkozónak kezdetben nem kell mindenképpen könyvelőt megbíznia, elvben – egy kis szakirodalmi tájékozódás után – maga is elvégezheti a könyvelést. Fontos azonban, hogy tisztában légy ennek veszélyeivel: ha valamit rosszul csinálsz, nagyon sokat veszíthetsz, így mi azt javasoljuk, inkább már az elején fordulj könyvelőhöz. Amikor vállalkozásod „beindul”, már másért is célszerű könyvelőt fogadni, hiszen több idő marad a vállalkozásra, nem kell az adminisztrációval törődnöd, a jogszabályi változásokat követned. (Kivételt képezhetnek az átalányadózók és az evások, nekik annyival egyszerűbb a könyvelésük, hogy gyakran valóban nincs szükségük állandó könyvelőre.)

Jó tudni, hogy a számviteli törvény hatálya alá tartozó adózók esetében a törvény csak akkor írja elő kötelezően könyvelő megbízását vagy alkalmazását, ha az éves nettó árbevétel az üzleti évet megelőző két üzleti év átlagában – ennek hiányában a tárgyévben várhatóan – a 10 millió forintot meghaladja.

A könyvelő megválasztását alaposan mérlegeld, mert könyvelőt váltani nem egyszerű. A legjobb megoldás, ha őt egy vagy több ismerősd ajánlja. Bizonyosodj meg arról, hogy a könyvelőnek nincs-e olyan tevékenységi köre, amely a sajátoddal megegyezik, vagy ahhoz hasonló! (Ha a konkurencia ismeri a vállalkozás belső anyagait, ezt ki is használhatja!) Tudd meg, hogy mi a könyvelés díjának alapja, ez lehet fix havidíj (ami általában arányos az árbevétellel), de meghatározhatják a számlák száma, a könyvelt tételek vagy ezek valamilyen kombinációja alapján is. A szerződésben legyen benne, hogy mire terjed ki a feladata, felelőssége, rendelkezik-e felelősségbiztosítással. Mindig írásban kérd, hogy mikor milyen befizetési kötelezettségedet kell teljesítened!

Ne feledd azonban, hogy ez „csapatmunka”, tehát neked is időben informálnod kell a könyvelőt, például egy új alkalmazott bejelentéséről, fontos változásokról, oda kell adnod a számláidat, és ha jövőbeni terveidről is beszélsz vele, segíteni tud megtervezni a legoptimálisabb módot arra is, hogy ne érienek váratlan meglepetések.

ményes adózási forma alkalmazására.

- Ezen adózási forma választása esetén a társaságnak csak magánszemély tulajdonosai lehetnek és magának a társaságnak nem lehet részesedése más társaságban, ez utóbbi alól kivételt képez a tőzsdén jegyzett nyilvánosan működő részvénytársaság részvényeinek a birtoklása.
- Amennyiben a társaság tulajdonosi köre két éven belül a szavazati jogok tekintetében 50 százalékot meghaladó mértékben változik, automatikusan kikerül az eva hatálya alól.
- van néhány kitétel arra vonatkozóan, hogy mely tevékenységeket nem lehet az eva hatálya alatt végezni, tehát döntésed előtt érdemes erről is tájékozódni. (jövedéki tevékenység végzése, vámjogszabályokban meghatározott közvetett képviselői tevékenység stb.)

Egyszerűsített közteher-viselési hozzájárulás (ekho)

A jellemzően művészeti, szellemi szabadfoglalkozás, valamint a hivatásos sportoló és edző esetében a magánszemélyek az általános adó- és járulék szabályok alkalmazása helyett választhatják az egyszerűsített közteher-viselési hozzájárulást. Az ekho mértéke 35 százalék, ami úgy oszlik meg, hogy az ekho alapja után 20 százalék a kifizetőt

(azaz aki kifizeti a számlát) terheli, 15 százalékot pedig a magánszemély fizet meg. Ezt az adómet évi 25 millió forint, hivatásos sportoló és edző esetében évi 100, illetve 50 millió forint bevételig lehet alkalmazni, azzal hogy ha a magánszemély általános forgalmi adó fizetésére kötelezett, akkor a bevételt az Áfa-val csökkentetten kell értelmezni. Feltétel még, hogy a magánszemély jövedelme elérje az év

első napján érvényes havi minimálbér tizenkétszeresét – egyszerűbben fogalmazva: ha egy cég legalább minimálbéren bejelentett munkavállalóként megfizeti utánad a járulékokat.

KAMARAI HOZZÁJÁRULÁS

A gazdasági kamaráról szóló 1999. évi CXLI. törvény módosítása szerint a gazdálkodó szervezetek (azaz egyéni és társas vállalkozások) kamarai hozzájárulás fizetésére kötelezettek 2012-től.

A kamarai hozzájárulás összege évenként 5.000,- Ft., amit a tárgyév március 31-ig kell megfizetni a kamarai nyilvántartást vezető területi kamara részére. Az induló vállalkozások kötelesek az alakulást követő 5 napon belül kamarai nyilvántartásba vételüket kezdeményezni, és ezzel egy időben elutalni az éves 5.000,- Ft. kamarai hozzájárulást is (ennek mértéke fix, vagyis független attól, hogy januárban vagy decemberben alakul a vállalkozás). A Kamara pedig köteles részükre a törvényben meghatározott szolgáltatásokat (tanácsadás gazdasági, pénzügyi, adózási, hitelhez jutási kérdésekben; üzleti partnerkeresés és pályázattígyelés) térítésmentesen nyújtani.

Lényeges továbbá, hogy a kamarai tagság továbbra is önkéntes marad, így a regisztrált vállalkozások nyilvántartásba vételükkel nem válnak kamarai taggá. A kamara önkéntes tagja a kamarai hozzájárulás összegét a kamarai tagdíjból levonhatja.

Egyszeres könyvelés

(pénzforgalmi könyvelés: naplófőkönyv, pénztárkönyv)
Csak a pénzmozgással járó eseményeket kell könyvelni a pénzmozgás időpontjában. Egyszerűen megfogalmazva: ha például árut vásárolsz készpénzért, akkor azt rögtön le kell könyvelni, ha átutalással fizeted ki 30 nap múlva, akkor csak az átutalás időpontjában könyvelsz. Ez a könyvelési

lehetőség lényegében megszűnt, mivel minden gazdasági társaságnak kettős könyvelést kell vezetni. Az egyéni vállalkozók viszont pénztárcönyv (naplófőkönyv) vezetésével, azaz ezen könyvelési formában könyvelhetnek.

Kettős könyvelés

Azért kettős a „kettős könyvelés”, mert minden gazdasági eseményt kétszer kell könyvelni. Egyszer, amikor bekövetkezik, és másodszor, amikor pénzügyileg is rendeződik az esemény. (Például ma megveszem az árut számla ellenében, de a jövő héten fizetem ki banki utalással, azaz már ma

A PÉNZFORGALMI ÁFA

Ma Magyarországon sajnos igen általános kése-delmes fizetések miatt sok kisvállalkozás küszködik finanszírozási gondokkal. Külön nehezíti helyzetüket, hogy egy hosszas késedelem esetén nem csak pénzükhöz nem jutnak hozzá, de még a kiszámlázott tétel ÁFA tartalmát is előre be kellett fizetniük. Ezen a helyzeten segít az ún. „pénzforgalmi ÁFA elszámolás”, mely lehetővé teszi, hogy adófizetési kötelezettségük csak akkor keletkezzen, amikor a számlájuk ellenértékét megkapták.

Az adóalany alakuláskor vagy évvégéig - ekkor ténylegesen következő év január 1-től - választhatja a pénzforgalmi elszámolást, akkor ha:

- székhelye avagy lakóhelye belföldön van,
- nem áll csőd- vagy felszámolási eljárás alatt,
- nem választott alanyi adómentességet,
- a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló 2004. évi XXXIV. törvény szerint kisvállalkozásnak minősül,
- az éves nettó árbevétele sem a választást megelőző évben, sem a választás évében nem haladja meg a 125 millió forintot.

A pénzforgalmi elszámolás időszakában:

- a kiállított számlák kötelező tartalmi eleme a „pénzforgalmi elszámolás” feltüntetése,

- a termékértékesítés és szolgáltatásnyújtás után az adót is tartalmazó (bruttó) ellenérték jóváírásakor kell megállapítani a fizetendő adót,
- a termék beszerzéséhez, szolgáltatás igénybevételeéhez kapcsolódó adólevonási jog legkorábban abban az adómegállapítási időszakban gyakorolható, amelyben az adót is tartalmazó (bruttó) ellenértéket megtérítik,
- választásunk érinti partnereinket is, mivel az általunk kiállított számlában a rájuk áthárított általános forgalmi adót a főszabálytól eltérően csak akkor igényelhetik vissza, amikor a számla ellenértékét részünkre megtérítette,
- a pénzforgalmi elszámolás alkalmazása időszakában az adóalany éves nettó árbevétele nem haladhatja meg a 125 millió forintot. Ha ez mégis bekövetkezik, akkor a pénzforgalmi elszámolás szabályait már arra az ügyletre sem alkalmazhatja az adóalany, amelynek ellenértékével túllépi az előírt értéktartárt. Ekkor az esemény bekövetkezésétől számított 15 napon belül ezt a tényt be kell jelenteni az adóhatóságnak,
- amennyiben az adóalany a saját döntése alapján a következő évtől már nem kívánja alkalmazni a pénzforgalmi elszámolást, döntését a naptári év utolsó napjáig köteles bejelenteni az adóhatóságnak.

könyvelem az árut mint esz-közt, amivel szemben pedig a szállító [eladó] felé fenn-álló tartozásomat teszem. A jövő heti banki fizetésnél a bankszámlaegyenleg csökken, és eltűnik a szál-

lítóval szembeni tartozás.) Másként megfogalmazva a kettős könyvelés „teljesítés” szemléletű, azaz gyakorlatilag az árbevételt, költséget akkor kell elszámolni, amikor az esemény (például

áru leszállítása, szolgáltatás igénybevétele, szolgáltatás nyújtása) megtörténik, azaz „teljesül”, függetlenül a való-ságos pénzmozgástól, azaz attól, hogy kifizetik-e azonnal vagy sem.

Adózás egyszerűen: a KATA

A kisvállalatok adózásának egyszerűsítése érdekében kerül bevezetésre – az általános szabályoktól eltérő alternatív adózási módként – a kisadózó vállalkozások tételes adója (KATA). Amennyiben az egyéni vállalkozók, egyéni cégek, kizárólag magánszemély taggal rendelkező betéti és közkereseti társaságok akként döntenek, hogy a KATA szerinti adózást választják, a főállású kisadózók után fizetendő havi 50 ezer (amivel teljes körű biztosítottnak minősül) – főállásúnak nem minősülő kisadózók esetében havi 25 ezer – forint tételes adót kell fizetnie. 2014-től a főállásúnak minősülő kisadózó – saját döntése alapján – magasabb összegű tételes adó megfizetésével magasabb ellátási alapot biztosíthat magának. Ez a magasabb tételes adó havi 75 ezer forint, amely megfizetésével a társadalombiztosítási és munkanélküli-ellátások alapja 136 250 forint, az 50 ezer

forintos tételes adó megfizetése esetén lévő 81 300 forintos ellátási alap helyett. Fontos szabály, hogy a bejelentett kisadózók után a bejelentés hatálya alatt megkezdett minden naptári hónapra a tételes adó egészét kell megfizetni a tárgyhónapot követő hónap 12. napjáig. A vállalkozás bevételeinek naptári évben elért összegéből a 6 millió forintot meghaladó része után további 40 százalék adót kell fizetnie.

Tételes adóval teljesített közterhek

A kisadózó vállalkozás mentesül

- a vállalkozói személyi jövedelemadó és vállalkozói osztalékalap utáni adó vagy átalányadó megállapítása, bevallása és megfizetése;
- társasági adó megállapítása, bevallása és megfizetése;
- a személyi jövedelemadó, járulékok és az egészségügyi hozzájárulás meg-

állapítása, bevallása és megfizetése (pl. osztalék, a személyesen közreműködő tag esetén a béren kívüli juttatások utáni adó alól a kisadózó vonatkozásában);

- szociális hozzájárulási adó és egészségügyi hozzájárulás, valamint a szakképzési hozzájárulás megállapítása, bevallása és megfizetése alól.

Ugyanakkor a tételes adó megfizetésével nem mentesül az iparüzési adó megfizetése alól, de jogosult az adó alapjának egyszerűsített meghatározására. Természetesen más jogviszonyban lévők esetében (pl. munkavállaló) az adófizetési és bevallásadási

ELEKTRONIKUS SZÁMLÁZÁS

Az eddigi gyakorlat szerint a cégek zömében papír alapú számlázást alkalmaztak, mivel az elektronikus számlázás szabályai bonyolultak voltak és annyira megrágták annak alkalmazását, hogy az előnyei elvesztek. Ezen változtat a 2012/45 EU Tanácsi Irányelv, amelynek alkalmazása a tagállamok számára már 2013. január 1-től kötelező. Ezzel összhangban változtak a hazai rendelkezések is. Így az elektronikus számla az amit elektronikusan állítottak elő, elektronikusan továbbítottak és elektronikusan fogadtak be. Alkalmazásának feltétele a befogadó beleegyezése. Az előírás értelmében a számla kibocsátás időpontjától a számla megőrzésére vonatkozó időszak végéig biztosítani kell a számla eredetének hitelességét, adattartalma sértetlenségét és olvashatóságát.

Bár az elektronikus számlázás előnyös lehetne a cégek számára, egyben adókockázatokkal is terhelt, mivel sajnos a hazai jogszabályi háttér jelenleg nem teljesen egyértelmű. Ezért várhatóan az elektronikus számlázás terjedése lassú folyamat lesz.

kötelezettség teljesítésével kapcsolatos rendelkezéseket az általános szabályok szerint kell teljesíteni.

A kiadó vállalkozás az említett adónemekre vonatkozó bevételek benyújtása helyett csupán egy nyomtatvány (KATA) benyújtására kötelezett az adóévet követő év február 25-ig. Az adminisztrációs terhek könnyítését eredményezi, hogy a KATA szerint adózó vállalkozás pusztán bevételi nyilvántartás vezetésére kötelezett. Az adózók így könyvelő, illetve adózásban jártas szakemberek igénybevétele nélkül tudnak eleget tenni adókötelezettségüknek. Az adóalanyiság a választás

A KÉSZPÉNZFIZETÉS KORLÁTOZÁSA

Az adózás rendjéről szóló törvény idei módosítása értelmében 20%-os mulasztási bírsággal sújtható azon pénzforgalmi számla nyitására kötelezett adózó, aki szerződésenként havonta 1,5 millió forintot meghaladóan készpénzben fizet szintén pénzforgalmi számla nyitására kötelezettnek. A bírság alapja a másfél millió forintot meghaladóan teljesített készpénzes kifizetés. Hab a tortán, hogy a mulasztási bírsággal mind a kifizetést teljesítő, mind pedig a kifizetést elfogadó adózó is sújtható.

bejelentését követő hónap első napjával jön létre, és év közben bármikor választható.

Adatszolgáltatási és nyilatkozattételi kötelezettség

Ha egy kisadózás hatálya alá tartozó adózó egy helyről (azaz ugyanazon adószámmal rendelkező kifizetőtől) származó bevétele egy naptári évben meghaladja az 1 millió forintot, erről a tényről mind a kisadózó, mind a kifizető nyilatkozni és adatot szolgáltatni köteles.

Miért van erre szükség?

A kisadózó által megszerzett bevétel lényegesen kedvezőbben adózik, mintha ugyanaz a bevétel munkabéreként lenne kifizetve. Ahogy a törvény mondja, a cél a "munkavi-

szonytól való elhatárolás".

Ez azt jelenti, a törvényalkotó igyekszik elejét venni annak, hogy kisadózóval kötött vállalkozási szerződéssel valaki munkaviszonyt leplezzen. Azaz ha a kisadózónak egy helyről több, mint 1 millió forint bevétele származik, az adóhatóság ezt munkaviszonynak vélelmezheti, annak bizonyítása, hogy ez nem így van, pedig a kisadózót terheli.

Mivel az áfás cégeknek a jelenlegi evánál is előnyösebb adózási módot kínál ez az adózási forma, mindenképpen megfontolandó a KATA-ba való átlépés azon Bt-knek és Kkt-knek, melyek éves árbevétele nem sokkal haladja meg a

6 millió forintot, de mindemellett azoknak is előnyös lehet, akik nincsenek áfa körben. Aki vállalkozóként dolgozik és nem rendelkezik Bt-vel vagy Kkt-vel, csak Kft-vel, akár még a betéti társaság alapítása és fenntartása is megérheti, mert ezek a költségek akár már egy év alatt is megtérülhetnek a KATA választása mellett.

A BIZONYLATOK MEGŐRZÉSE

A számviteli törvény előírja, hogy a beszámolót, az üzleti jelentést, az azokat alátámasztó leltárt, főkönyvi kivonatokat, valamint a könyvelést közvetlenül és közvetetten alátámasztó számviteli bizonylatokat (ide tartoznak például a vevői számlák, a szállítói számlák, pénztárbizonylatok, bankkivonatokat, stb.) egységesen 8 évig kell olvasható formában megőrizni. Jó tudni, hogy a megőrzési időn belüli szervezeti változás, ideértve a jogutód nélküli megszűnést is, nem hatálytalanítja e kötelezettséget.

Új kisvállalati adó: a KIVA

A kisvállalati adózás választásának feltételei:

- az adózó átlagos statisztikai állományi létszáma az adóévet megelőző adóévben várhatóan nem haladja meg a 25 főt,
- az adózó adóévet megelőző adóévben elszámolandó bevétele várhatóan nem haladja meg az 500 millió forintot, 12 hónapnál rövidebb adóév esetén az 500 millió forint időarányos részét,
- az adóévet megelőző két naptári évben az

adózó adószámát az állami adóhatóság jogerősen nem törölte vagy függesztette fel,

- az üzleti év mérlegforduló napja december 31.,
- az adózó adóévet megelőző adóévéről készített beszámolójában a mérlegfőösszeg várhatóan nem haladja meg az 500 millió forintot.

A kisvállalati adó szerinti adózás választására egész évben lehetőség nyílik. A kizárólag elektronikus úton beadott 14T203KV nyomtatványon történt

bejelentést követő hónap első napjától él a kiva adóalanyiság. Azonban a (kiva) alanya csak az adóév december 1-jétől december 20-ig jelentheti be elektronikusan a NAV-hoz az erre a célra rendszerezített nyomtatványon, hogy adókötelezettségeit a következő évtől nem a kisvállalati adó szabályai szerint teljesíti.

Ez az adónem ugyan szélesebb körben használható, mint a tételes adó, viszont jóval szerényebb kedvezményeket nyújt a vállalkozások számára, hiszen az eddigi éves nyereség után fizetendő 10%-os társasági adó valamit a bérek után fizetendő 27%+1,5%-os szociális hozzájárulási adó és a szakképzési hozzájárulás helyett az éves pénzforgalmi alapon számolt „nyereség”, valamint a személyi jellegű kifizetések után kell 16%-os adót fizetni.

Minden egyéb közteher tekintetében a kisvállalkozói adózást választó vállalkozást ugyanazok a fizetendők terhelik, mint eddig.

A fentiek miatt ez az adózási mód kifejezetten csak azoknak a cégeknek ajánlott, akik valamilyen okból kifolyólag nem választhatják a tételes kisadózást (pl. Kft-k), és jellemzően kis nyereséggel és nagy személyi (bér) jellegű kifizetésekkel rendelkeznek, valamint nincsenek fennálló hitelek, felhasználható elhatárolt veszteségeik.

PÉNZÜGYI TRANZAKCIÓS ILLETÉK

A tranzakciós illeték fizetésére a pénzforgalmi szolgáltató kötelezett, azonban az illeték átvállalásáról, illetve továbbhárításáról minden bank egyedileg dönt.

A pénzügyi tranzakciós illeték mértéke

- a pénzügyi tranzakciós illeték alapjának 0,3 százaléka, de fizetési műveletenként legfeljebb 6 ezer forint, (ide tartozó fizetési műveletek pl.: átutalás, beszedés, kölcsöntörlesztés)
- a pénzügyi tranzakciós illeték alapjának 0,6 százaléka a fizetési számláról történő készpénzkifizetés, illetve a készpénzhelyettesítő fizetési eszköz útján történő készpénzkifizetés esetén, azzal, hogy a fizetési műveletenkénti 6 ezer forintos korlát ezen műveletekre nem vonatkozik.

Az illeték megfizetésére kötelezett a számlakivonaton legalább évente egyszer tájékoztatja ügyfelét az ügyfél fizetési számláján végrehajtott – illetékköteles – műveletek után megállapított illeték összegéről.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.nav.gov.hu/nav/ado/eva
- www.nav.gov.hu/nav/ado/kiva
- www.nav.gov.hu/nav/ado/kata

A KISVÁLLALKOZÓI KÖR TÁRSASÁGI ADÓ KEDVEZMÉNYEI

A társasági adóban a kis- és közepes vállalkozások számára három olyan kedvező szabály is található, amely a befektetési tevékenységet honorálja, illetve próbálja azt előmozdítani. Az egyik ilyen szabály a kisvállalkozások befektetési adóalap-kedvezménye, a másik a fejlesztési tartalék , a harmadik pedig a kis- és közép vállalkozások adókedvezménye. Az első két esetben az adóalap csökkenthető, a harmadik esetben pedig maga az adó.

**A következő táblázatba
összegyűjtöttük a kedvezmények
főbb jellemzőit.**

	Fejlesztési tartalék
Ki jogosult alkalmazni	minden adózó
Felső korlát	az adózás előtti nyereség 50 %-a, legfeljebb 500 millió Ft
Mire fordítható	Új és használt tárgyi eszközök beszerzésére függetlenül attól, hogy a beruházást üzembe helyezték-e vagy sem
Mire nem fordítható (tiltás)	- immateriális javak beszerzésére
	- az apportba kapott eszközökre
	- a térítés nélkül átvett eszközökre
	- nem alkalmazható olyan eszközök esetében amelyre nem számolható el vagy nem szabad elszámolni értékcsökkenési leírást (pl. telek, erdő, képzőművészeti alkotás, régészeti lelet, befejezetlen beruházás ill. olyan eszközök, amelyek értékükből a használat során nem veszítenek, vagy amelyek értéke évről-évre nő), kivéve műemlék, egyedi védelem alatt álló épület, építmény
Elismert költség-e a társasági adóban a beszerzett eszköz amortizációja	Nem, mert ezt már előre felhasználta a vállalkozás
Mit kell cserébe vállalni	Négy éven belül a fejlesztési tartalékot fel kell használni, azaz olyan beruházást megvalósítani, amelyre a fejlesztési tartalék elszámolható. Ezekre az eszközökre - a használt fejlesztési tartalék mértékéig - a társasági adóban nem lehet az értékcsökkenést elszámolni.
	A fejlesztési tartalék gyakorlatilag előre elszámolt amortizáció.
Szankció	Az adóalap-kedvezményre jutó adó összegét késedelmi pótlékkal növelten kell megfizetni
El lehet-e adni a beszerzett eszközt szankció nélkül	Igen
Kapcsolódó számviteli teendő	Az igénybe vett fejlesztési tartalék összege az eredménytartalékból átkönyvelendő a lekötött tartalékba - ezzel osztalékfizetési korlátot jelent -, majd a felhasználáskor visszakönyvelés

Kisvállalkozások beruházási kedvezménye	Kis- és középvállalkozások adókedvezménye
- aki az adóév utolsó napján kis- és középvállalkozásnak minősül és	- aki a pénzügyi intézménytől felvett hitel (ideértve a pénzügyi lízinget is) szerződésének megkötése adóévének utolsó napján kis- és középvállalkozásnak minősül, de
- valamennyi tulajdonosa (tagja) az adózón kívül magánszemély (nem feltétel, hogy belföldi legyen) - azaz a visszavásárolt üzletrész nem akadály	
az adózás előtti eredmény összege, legfeljebb 30 millió Ft	2013. december 31-ig megkötött szerződéseknel az adóévben kifizetett kamat 40 százaléka, míg a 2014. január 1-től megkötött szerződéseknel az adóévben kifizetett kamat 60 százaléka, de mind a két esetben legfeljebb 6 millió Ft
Kizárólag új eszközök beszerzésére: ingatlan, műszaki - azaz termelő - berendezés, gép, jármű valamint szoftvertermékek felhasználási joga és szellemi termék beszerzésére illetve meglévő ingatlan bekerülési értékét növelő felújítás elvégzésére	a felvett hitel kizárólag tárgyi eszköz beszerzésére, előállítására fordítható
- Használt eszközök beszerzésére	immateriális javak beszerzésére
- Nem termelő eszközök (pl. irodai gépek, felszerelések, személygépkocsi) beszerzésére	
- az új szoftvertermékek felhasználási jogán és szellemi terméken kívüli immateriális javak megszerzésére	
- üzemkörön kívüli ingatlan megszerzésére	
- ültetvény létesítésére	
- befejezetlen beruházásra	
- a hibás teljesítés miatt a jótállási időn belül cserébe kapott eszközökre, ha a visszacserélt eszközre az adózó már alkalmazta a kedvezményt0	
- a forgóeszközök közül a tárgyi eszközök közé átsorolt eszközre	
Igen	Igen
- Csak a már megvalósított beruházás alapján lehet igénybe venni.	- A hitel felvételének évét követő négy éven belül a beruházást üzembe kell helyezni
- Az igénybe vett összeg és az adókulcs szorzatának értéke „De Minimis” támogatásnak, vagy egyes esetekben mezőgazdasági támogatásnak minősül	- Az igénybe vett összeg és az adókulcs szorzatának értéke „De Minimis” támogatásnak, vagy kis- és középvállalkozásnak nyújtott támogatásnak minősül
- A kisvállalatok beruházási kedvezményénél vállalni kell, hogy az adókedvezmény igénybevételét követő negyedik adóév végéig az eszközt üzembe kell helyezni és tilos elidegeníteni.	- A beszerzett eszköz a beszerzés évében és azt követő három évben nem idegenítheti el
A kedvezményt duplán kell visszafizetni.	Az adókedvezményt késedelmi pótlékkal növelten kell megfizetni
Nem	Nem
Nincs	Nincs

ADÓNAPTÁR

A MEGLEHETŐSEN TÚLBONYOLÍTOTT MAGYAR ADÓRENDSZER-
BEN KISVÁLLALKOZÓ LEGYEN A TALPÁN, AKI VALAMENNYI FIZETÉ-
SI KÖTELEZETTSÉGÉNEK IDŐPONTJÁT ÉSZBEN TUDJA TARTANI.
AZ ALÁBBI ADÓNAPTÁR - MELY A KISVÁLLALKOZÁSOKAT TERHELŐ
LEGFONTOSABB ADÓNEMEK BEVALLÁSI ÉS BEFIZETÉSI HATÁRIDE-
JÉT DOLGOZZA FEL - EBBEN KÍVÁN SEGÍTSÉGEDRE LENNI.

SZEMÉLYI JÖVEDELEMADÓ

Személyi jövedelemadó előlege

A munkáltatónak az általa levont jövedelemadó-
előleget az elszámolt hónapot követő hó 12-éig, a
kifizetőnek az általa levont jövedelemadó-előleget a
kifizetés hónapját követő hó 12-éig kell bevallania és
megfizetnie.

Személyi jövedelemadó

- A vállalkozási tevékenységet nem folytató magán-
személynek, ha általános forgalmi adó fizetésére
nem kötelezett, a személyi jövedelemadóról az
adóévet követő év május 20-áig kell bevallást benyúj-
tania (kivéve, a munkáltatói adómegállapítást) és a
jövedelemadót az adóévet követő év május 20-áig
kell megfizetnie.
- A vállalkozási tevékenységet folytató, vagy általános
forgalmi adó fizetési kötelezettséget eredményező
értékesítést végző magánszemélynek a személyi
jövedelemadóról az adóévet követő év február 25-ig
kell bevallást benyújtania és a jövedelemadót az adó-
évet követő év február 25-éig kell megfizetnie.

ÁLTALÁNOS FORGALMI ADÓ

- a havi adómegállapításra kötelezett adózó a tárgyhót
követő hó 20-áig;
- a negyedéves adómegállapításra kötelezett adózó a
tárgynegyedévet követő hó 20. napjáig,
- az éves adómegállapításra kötelezett adózó az adóévet
követő év február 25-éig nyújtja be adóbevallását és fizeti
meg az adó nettó, elszámolandó összegét, illetőleg ettől
az időponttól igényelheti vissza.

TÁRSASÁGI ADÓ

Társasági adó előlegének bevallása és határidői

A társasági adó alanya az adóbevallással egyidejűleg
az adóbevallás esedékességét követő második naptári
hónap első napjával kezdődő 12 hónapos időszakra
társasági adóelőleget vall be.

- Az adóelőleg havonta, egyenlő részletekben esedékes, ha
az előző adóévi fizetendő adó meghaladja az 5 millió forintot.
Ennek fizetési határideje minden hónap 20-a.
- Háromhavonta, egyenlő részletekben esedékes, ha az
előző adóévi fizetendő adó legfeljebb 5 millió forint. Ek-
kor a befizetési határidő a negyedévet követő hó 20-a.

A társasági adóelőleg kiegészítésének kötelezettsége

Az adóév utolsó havi, negyedévi előlegét az előleg kiegészítésére kötelezett adózónak a tárgyév utolsó hónapjának 20. napjáig kell teljesítenie. Az adóelőleget a kettős könyvvitelt vezető belföldi illetőségű adózónak és a külföldi vállalkozónak a várható éves fizetendő adó összegére az adóév december hó 20-áig ki kell egészítenie és az adóelőleg-kiegészítés összegéről a tárgyév utolsó hónapjának 20. napjáig bevallást kell tennie. (Az előlegkiegészítési kötelezettség nem vonatkozik arra az adózóra, amelynek az adóévet megelőző adóévben az éves szinten számított árbevétele nem haladta meg az 100 millió Ft-ot.)

A társasági adó bevallása és megfizetése

Az adózónak a társasági adóról az adóévet követő év május 31-éig kell bevallást tennie és az adót, - a megfizetett adóelőleg és előlegkiegészítés, valamint az adóévre megállapított társasági adó különbözetét -, az adóévet követő év május 31-éig kell megfizetnie, illetve ettől az időponttól lehet visszaigényelni.

IPARÚZÉSI ADÓ

Az iparűzési adó alanya az önkormányzatnak leadott adóbevallással egyidejűleg az adóbevallás esedékességét követő második naptári hónap első napjával kezdődő 12 hónapos időszakra iparűzési adóelőleget vall be féléves megbontásban. Az első féléves előleget március 15. napjáig, míg a második féléves előleget szeptember 15. napjáig kell megfizetni az önkormányzatnak.

Az iparűzési adóelőleg kiegészítésének kötelezettsége

Az előleg kiegészítésre kötelezett adózónak (az adóévet megelőző adóévben az éves szinten számított árbevétele meghaladta az 100 millió Ft-ot) az adóelőleget a kettős könyvvitelt vezető belföldi illetőségű adózónak és a

külföldi vállalkozónak a várható éves fizetendő adó összegére az adóév december hó 20-áig ki kell egészítenie és az adóelőleg-kiegészítés összegéről a tárgyév utolsó hónapjának 20. napjáig bevallást kell tennie.

Az iparűzési adó bevallása és megfizetése

Az adózónak az iparűzési adóról az adóévet követő év május 31-éig kell bevallást tennie és az adót, - a megfizetett adóelőleg és előlegkiegészítés, valamint az adóévre megállapított iparűzési adó különbözetét -, az adóévet követő év május 31-éig kell megfizetnie az önkormányzatnak, illetve ettől az időponttól lehet visszaigényelni az önkormányzattól.

JÁRULÉKOK

Természetbeni egészségbiztosítási járulék, pénzbeli egészségbiztosítási járulék, munkaerő-piaci járulék, valamint nyugdíjjárulék

- A munkáltató az általa levont járulékot az elszámolt hónapot követő hó 12. napjáig,
- a kifizető az általa levont járulékot a kifizetés hónapját követő hó 12. napjáig,
- a Tbj. 4. § b) pontja szerinti egyéni vállalkozó a járulékot havonta a tárgyhónapot követő hónap 12. napjáig vallja be és fizeti meg.

Az egyszerűsített vállalkozói adó szabályai szerint adózó biztosított egyéni vállalkozó a Tbj. 29/A. §-ának (1)-(3) bekezdésében meghatározott járulékalap után fizetendő járulékot havonta a tárgyhónapot követő hónap 12. napjáig fizeti meg és az adózás rendjéről szóló törvény 31. §-ának (2) bekezdésében meghatározott adattartalommal a tárgyhónapot követő hónap 12-éig vallja be. A Tbj. 31. §-ának (4) bekezdésében említett egyéni vállalkozó az EVA alap 4 százaléka után fizetendő járulékot negyedévente, a

negyedévet követő hónap 12. napjáig fizeti meg és az adózás rendjéről szóló törvény 31. §-ának (2) bekezdésében meghatározott adattartalommal a tárgynegyedév utolsó hónapjának kötelezettségeként vallja be.

Szociális hozzájárulási adó

Az adót az adóalany az Art. 31. § (2) bekezdése szerint havonta állapítja meg és a tárgyhónapot követő hónap 12-éig bevallja és megfizeti.

Az EVA-adózó egyéni vállalkozó az egyszerűsített vállalkozói adó alapja figyelembevételével fizetett adót az Art. 31. § (2) bekezdése szerint havonta állapítja meg, és a tárgyhónapot követő hónap 12-éig vallja be és fizeti meg. Ettől eltérően a legalább heti 36 órás foglalkoztatással járó munkaviszonnyal rendelkező, vagy közép- vagy felsőfokú oktatási intézményben nappali rendszerű oktatás keretében tanulmányokat folytató eva-adózó egyéni vállalkozó az adót negyedévente állapítja meg, és a tárgynegyedévet követő hónap 12-éig vallja be és fizeti meg.

Egészségügyi hozzájárulás

A kifizetőt, valamint a magánszemélyt terhelő százalékos mértékű egészségügyi hozzájárulást a kifizető havonta állapítja meg, vonja le, a jövedelem kifizetését (juttatását) követő hónap 12. napjáig fizeti meg és az Art. 31. § (2) bekezdésében meghatározottak szerint vallja be az állami adóhatóságnak. Ha az Eho-tv. 3. §-ában meghatározott jövedelem nem kifizetőtől származik vagy az egészségügyi hozzájárulás levonására nincs lehetőség, az egészségügyi hozzájárulást a magánszemély állapítja meg, fizeti meg és vallja be. A béren kívüli juttatás és a béren kívüli juttatásnak nem minősülő egyes meghatározott juttatások adóalapként meghatározott összege utáni egészségügyi hozzájárulást a személyi jövedelemadóval egyidejűleg kell megállapítani, bevallani és megfizetni.

Egyszerűsített vállalkozói adó

Az adóalany az adóév első három negyedévére előleget fizet a negyedévet követő hó 12. napjáig, az adóelőleget a december 20. napjáig az adóévi várható fizetendő adó összegére ki kell egészítenie. A bevallás határideje egyéni vállalkozók és a számvitelről szóló törvény hatálya alá nem tartozó – azaz az egyszerűsített vállalkozói adó alany – közkereseti, betéti társaság és korlátlan felelősséggel működő egyéni cég esetében az adóévet követő év február 25., a számvitelről szóló törvény hatálya alá tartozó adózók esetében az adóévet követő év május 31.

Szakképzési hozzájárulás

A hozzájárulásra kötelezett az év 1-11. hónapjára vonatkozóan havonta szakképzési hozzájárulási előleget fizet. A hozzájárulásra kötelezett az előleg összegét havonta maga állapítja meg, elektronikus úton vallja be és fizeti meg a tárgyhót követő hónap 12. napjáig. A befizetett előleg és az éves nettó kötelezettség különbözetét a tárgyévet követő év január 12. napjáig kell befizetni vagy a többletbefizetést ettől az időponttól lehet visszaigényelni.

Egyszerűsített közteherviselési hozzájárulás

A kifizetőt terhelő – megállapított és a magánszemélytől levont – egyszerűsített közteherviselési hozzájárulást havonta, a tárgyhót követő hó 12. napjáig kell bevallani és megfizetni. A vállalkozási tevékenységet nem folytató magánszemélynek, ha általános forgalmi adó fizetésére nem kötelezett, az adóévet követő év május 20-áig, (benne az egyszerűsített közteherviselési hozzájárulás szerint adózott bevételek utáni adókötelezettség részletezésével) kell bevallást benyújtania, egyebekben az adóévet követő február 25. napja tekintendő irányadó bevallási határidőnek a vállalkozási tevékenységet (is) folytató magánszemélyek eseté-

ben. Ha a magánszemély az Ekho-tv. hatálya alá tartozó tevékenységét vállalkozási szerződés vagy eseti megbízási szerződés alapján végzi és az ekho választásáról az őt megillető bevétel kifizetése előtt nyilatkozik, akkor nyilatkozhat arról is, hogy a kifizetőt és az őt terhelő Ekho megállapítását, bevallását és megfizetését átvállalja a kifizetőtől. Ezen nyilatkozat esetén a magánszemély az általa megállapított Ekhot negyedévente, a negyedévet követő hó 12. napjáig fizeti meg, az e nyilatkozat szerinti Ekho alapját és fizetendő összegét – a kifizetőtől átvállalt és a magánszemélyt terhelő összegek szerint külön - negyedéves bontásban a negyedév utolsó hónapjának kötelezettségeként az éves személyi jövedelemadó bevallásában vallja be. A kifizető ebben az esetben az adóévet követő január 31-ig a magánszemély adóazonosító jelének feltüntetésével adatot szolgáltat az adóhatósághoz a magánszemély részére az adóévben juttatott Ekho alapot képező bevételről.

A KISADÓZÓ VÁLLALKOZÁSOK ADÓJA (KATA)

A kisadózó vállalkozások tételes adóját a kisadózó vállalkozás a tárgyhónapot követő hónap 12. napjáig megfizeti. A kisadózó vállalkozás az adóévet követő év február 25-ig az állami adóhatóság által rendszere resített, papír alapon vagy elektronikus úton benyújtott nyomtatványon nyilatkozatot tesz az adóévben adóalanyként megszerzett bevételéről. Ha a kisadózó vállalkozás az adóévben megszerzett bevétel után a törvény 8. § (6) bekezdése szerinti százalékos mértékű adó megfizetése is köteles, az adóévet követő év február 25. napjáig, ha az adóalanyiság év közben szűnik meg, az adóalanyiság megszűnését követő 30 napon belül a százalékos mértékű adót bevallja és megfizeti.

A KISVÁLLALATI ADÓ (KIVA)

Az adóalany a kisvállalati adó alapját és az adót adóévenként megállapítja és az adóévet követő év május 31-ig bevallja.

Amennyiben az adózó törvény szerint meghatározott adófizetési kötelezettsége az adóévet megelőző adóévben az 1 millió forintot meghaladta, az adóelőleg megállapítási, bevallási és fizetési kötelezettségének havonta, a tárgyhónapot követő hónap 20-áig tesz eleget. A törvény szerinti adóalanyiság első adóévében az adózó e rendelkezést abban az esetben alkalmazza, ha az adóévet megelőző adóévben a bevétele várhatóan meghaladja a 100 millió forintot.

Amennyiben az adózó az e törvény szerint meghatározott adófizetési kötelezettsége az adóévet megelőző adóévben az 1 millió forintot nem haladta meg, az adóelőleg megállapítási, bevallási és fizetési kötelezettségének negyedévente, a tárgynegyedévet követő hónap 20-áig tesz eleget. A törvény szerinti adóalanyiság első adóévében az adózó e rendelkezést abban az esetben alkalmazza, ha az adóévet megelőző adóévben a bevétele várhatóan nem haladja meg a 100 millió forintot.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- http://www.nav.gov.hu/data/cms280406/24._IF_Adonaptar_2014.pdf

TANÁCSOK MUNKA- ADÓKNAK

A KISVÁLLALKOZÁSOK ZÖME HASONLÓ KÖRNYEZETBEN DOLGOZIK: EGY ORSZÁGON BELÜL MINDENKI SZÁMÁRA ADOTTAK A SZABÁLYOZÁSI, ADÓZÁSI KÖRÜLMÉNYEK, HASONLÓAN KÖNNYŰ (VAGY NEHÉZ) PÉNZÜGYI FORRÁSOKHOZ JUTNI, MINDENKINEK NAGYJÁBÓL UGYANANNYIBA KERÜL AZ IRODABÉRLET VAGY AZ ÜZEMANYAG, A TÁMOGATÁST KERESŐK HASONLÓ PÁLYÁZATOKON TUDNAK ELINDULNI. VAN AZONBAN EGY MEGKÜLÖNBÖZTETŐ PLUSZ, AMELY AZ EGYIK VÁLLALKOZÁST SIKERRE VISZI, ÉS AMINEK HIÁNYÁBAN A MÁSIK KÖNNYEN ELBUKIK: EZ PEDIG A VÁLLALKOZÁSBAN DOLGOZÓ CSAPAT, AZAZ A HUMÁN ERŐFORRÁSOK MINŐSÉGE.

Ahhoz, hogy olyan csapatot építhess fel, akikkel a kitűzött üzleti és szakmai célokat elérheted, az első fontos lépés, legalább fejből határozott és részletes elképzeléssel, stratégiával rendelkez az arról, hogy mit szeretnél megvalósítani, mi az az érték, amelyet a céged „előállít”, hogyan, milyen tevékenységeket végeztek majd, kinek

adjátok el a termékeket, szolgáltatásokat, kikkel versenyeztek a piacon, stb.

Ha mindez egyértelmű és tiszta, gondold végig, kikre van ehhez szükséged, milyen tapasztalattal, szaktudással, speciális kompetenciákkal rendelkező munkatársakat kell megtalálnod.

Legjobb, ha mindezt írásban is rögzíted, végig gondolva minden olyan követelményt, ami a feladat szempontjából fontos.

Ne csak az iskolai végzettségekre koncentrálj, a diplomák csak a szükséges alapot biztosítják ahhoz, hogy valaki gyakorolja a szakmáját, inkább azokat a szükséges tapasztalatokat vedd számba, amelyek

5.2

TANÁCSOK MUNKA- ADÓKNAK

felkészíthették őt egy olyan szerepkör színvonalas betöltésére, amely a vállalkozásodban vár rá. Készíts „fantomképet”, képzelj el egy külső partner szemével, a többi vezetőtárs szemével és nem utolsósorban a sajátoddal, kit, milyen szakembert látna/látnál szívesen ebben a pozícióban. Gondold végig a leendő munkatársad egy napját, milyen feladatok teszik ki a munkája nagy részét és mik lesznek azok, amelyekkel ritkábban találkozik, de nagyon fontosak.

Milyen kompetenciákra lesz valóban szüksége, kikkel fog együtt dolgozni cégen belül és azon kívül, hogyan kell velük kommunikálnia, mennyire fontos a munkájában az elmélyültség, precizitás, vagy éppen a nagyvonalú, kreatív ötletekkel teli munkavégzés. A képzeletbeli lécet érdemes magasra tenni, de nem biztos, hogy elsősorban a diplomák, MBA-k, nyelvtudások tekintetében, inkább azokban a mindennapi munkát erősen befolyásoló képességekben és készségekben, mint az

összpontosítás, együttműködés, vezetőknél irányítás, ellenőrzés, értékelés képessége, a kitartás, a következetesség, jó kommunikáció, kezdeményező képesség, önállóság.

Ezeket a rendszerezett, papírra vetett elvárásokat alapként használhatod egy, a pozícióra vonatkozó követelményprofilhoz, az esetleg megjelentetett álláshirdetéshez, ha a szakemberkeresésben tanácsadó, fejvadász segítségét veszed igénybe, a számára adott briefhez. Később, amikor személyesen találkozol már jelöltekkel, akkor az interjú megtervezéséhez („mikre kell rákérdeznem ahhoz, hogy jól választhassak”), azoknak az elvárásoknak a szóbeli megfogalmazásához, melyeket szintén az interjú során elmondasz a jelölteknek, végül pedig a munkát majd betöltő kolléga munkaköri leírásához. Érdemes rászánni az időt, a jó választás alapja lesz a sikeres együttműködésnek.

Amellett, hogy mit vársz a jelölttől, gondold végig azt is, mit nyújtasz neki, mivel ez a döntés az ő számára legalább olyan fontos, hiszen a szakmai életének egy fontos lépéséről van szó. Légy őszinte magaddal (és természetesen a jelölttel is), ne mondj többet az induló vállalkozásról, vagy annak lehetőségeiről, mint amit magadban is gondolsz róla, oszd meg a lehetőségek mellett azokat a tényeket is, amelyek kockázatokat hordozhatnak, ne ígérj önállóságot, ha tudod, hogy szorosan fogod irányítani, de mondd el, ha úgy gondolod, hogy a

MIRE VALÓ A HR?

A kissé idegenül hangzó „emberierőforrás-gazdálkodás” (angol, de itthon is elterjedt megfelelője a „human resources”, azaz rövidítve HR) bármely modern és szakszerűen működő vállalkozásban (legyen az termelő vagy szolgáltató cég) a következő funkciókkal támogatja az üzletmenetet:

- toborzás, kiválasztás
- bérgazdálkodás, juttatások
- képzés, fejlesztés
- munkaügyi adminisztráció

Egy mikrovállalkozás esetében e funkciókat általában a tulajdonos vagy az ügyvezető, a vállalkozás növekedésével azonban előbb-utóbb egy dedikált munkavállaló (ő a „HR-es”, vagy ahogy az idősebbek ismerhetik régről: a személyzetis) látja el.

működés rendjének kialakításában számítasz rá.

Gondold végig milyen jövedelmet tudsz kínálni tartósan és megbízhatóan, ne kecsegtessd a „most csak ennyi, de féléven belül nagyon jól fogunk keresni mindannyian” típusú ígéretekkel. Bíz abban, hogy felelősen el fogja tudni dönteni, megéri-e számára esetleg egy kicsivel alacsonyabb jövedelem, mint amit esetleg egy régi, beállt működésű cégnél kaphatna, cserében azért, hogy egy cég „hőskorának” részese lehet, hogy izgalmas és újszerű dolgokkal foglal-

kozhat, hogy ez eddigi tapasztalatait egy fiatal, friss cégben felhasználhatja,

hogy értékes, és értékelt tudást hozhat be a újonnan alakuló közösségbe.

! Válságtanácsadó

Ha ki akarsz rugni valakit, halaszd holnapra!

A válságnak köszönhetően sajnos már elég sok szakember került az utcára. Nekik ebben a helyzetben nagyon kevés lehetőségük van, hiszen a munkaerőpiacon drámaian csökken az új álláslehetőségek száma.

Az egész arról szól, hogy kik lesznek a túlélők. Akiknek sikerül, azok a javuló lehetőségek között majd nagy üzleteket fognak kötni és viszonylag gyorsan fejlődni. Akik nem tudják átvészelni ezeket az időket, azok sokkal nehezebb feltételek között indulhatnak majd újra.

Tehát aki időt nyer, az cégének túlélést és piacot nyer, ezért a meglévő kollégáidat, amennyiben mód van rá, mindenképpen próbáld megtartani. Egyrészt ezért nagyon hálásak lesznek Neked, ami nem üres szólam, ez konkrétan lojalitást és motivációt jelent a cég és vezetője iránt, másrészt a tudás, ami a fejükben van, a céged értékének meghatározó része, amit sokkal nehezebb és drágább pótolni, mint gondolnád!

Persze a céged személyi jellegű költségei sajnos a csökkenő forgalmad mellett is azonosak, ezeket időlegesen a következő módon csökkentheted:

– 6 órás munkarend és ehhez tartozó munkabér és járulékok,

– 4 napos munkahét bevezetése,

– meglévő egyéb juttatások időleges szüneteltetése,

tervezett beruházások elhalasztása és a megmaradó forrásokkal munkatársaid megtartása.

Mindenképpen nézz utána az állami munkahely-megtartási programoknak is.

Amennyiben mégis el kell küldened valamelyik munkatársad, mindig vedd figyelembe a munka törvénykönyve vonatkozó részeit, a felmondásnak mindig írásban és egyértelmű indoklással kell történnie, amennyiben nem vagy tisztában ezekkel, mindenképpen kérj szakmai segítséget!

Minden esetben törekedj a közös megegyezésre, a céged lehetőségeihez képest igyekezz korrekt, emberséges ajánlatot tenni, ebben az esetben egy későbbi munkaügyi per kizárható.

Összességében tisztában kell lenned azzal, hogy vállalkozásod tudástökéje nagyrészt a benne dolgozó emberek fejében van, ezért az ő (kényszerű) elvesztésük jelentős tudás- és tapasztalathiányt okoz, amit később, a válságot követően csak sokkal drágábban tudsz majd pótolni.

És még egy-két szempont pont az előkészítésben: csapatot építesz, ezért gondolj arra, hogy minden újabb munkatárs valahogyan alakítani fogja a képet, annak a közösségnek a minőségét, ahová érkezik. Minél kisebb a cég, vagy minél előbb jön, annál erősebben. Nem csak a saját munkakörének ellátása a cél és a tét, hanem az is, hogyan illeszkedik majd a csapatba, hozzád, a már ott dolgozóhoz. Nagyon jó, ha kiemelkedő szölistákkal dolgozhatsz együtt, de az is nagyon fontos, hogy harmonikusan szóljon a zenekar.

Számolj azzal is, hogy a közvetlen környezetedben lesznek olyan családtagok, barátok, akik szívesen csatlakoznának a cégedhez, különösen mostanában, amikor nem kényezteti el a munkaerőpiac a munkát keresőket. Kivételesen szerencsés helyzet, ha az előzetesen végiggondolt „fantomkép” pontosan az unokaöcséd-

5.2

TANÁCSOK MUNKA- ADÓKNAK

MENNYIBE KERÜL EGY MUNKAVÁLLALÓ?

Mint vállalkozó, nyilván tisztában vagy azzal, hogy a vállalkozásod legfontosabb értékét kollégáid jelentik. Ugyanakkor általában a munkavállalók bére, és a bér után fizetendő járulékok egy cég költségei között is igen jelentősek. Nem árt hát tisztában lenned azzal, pontosan mennyibe is kerül vállalkozásodnak egy alkalmazott.

A jelenlegi adózási szabályok szerint egy alkalmazott munkaviszonyból származó bérjövödelméhez kapcsolódóan kétféle járulékot kell fizetni.

Az első részt a munkavállalói járulékok teszik ki ezek

- a személyi jövedelemadó (évi 16%)
- valamint további összesen 18,5 százalék (10% nyugdíj, 8,5% egészségbiztosítási és munkaerőpiaci) járulék.

nem kalkulálva esetlegesen a családi adókedvezménnyel.

A második részt a munkáltatói járulékok jelentik, ezek összesen 28,5 %-ra rúgnak (részletezve: 27% szociális hozzájárulási adó, 1,5% szakképzési járulék).

A családi kedvezmény – az eltartottak lélekszámától függően – kedvezményezett eltartottanként és jogosultsági hónaponként egy és kettő eltartott esetén 62 500 forint, három vagy annál több eltartott esetén 206 250 forint adóalap csökkentő tétel kedvezményezettienként.

2014-től lehetőség van a családi adókedvezmény járulékok terhére történő érvényesítésére. Ezzel lehetővé válik, hogy az igénybe nem vett családi kedvezmény szja tartalmának megfelelő összeget le lehessen vonni a 7%-os egészségbiztosítási járulékból és a 10%-os nyugdíjjárulékból.

Összegezve: vállalkozásod teljes költsége az általad a munkavállalónak fizetett bruttó bér 128,5%-a. A nettó bérhez már nehezebb viszonyítani, hiszen a családi kedvezmény igénybevételével a nettó bér

/ munkavállalói járulék arány változhat. Amennyiben a munkavállaló nem veheti igénybe ezt a kedvezményt, úgy a céged teljes költsége megközelítőleg a nettó bér kétszeresére rúg. Csökkentheti a munkavállaló összköltségét, ha olyan munkavállalót alkalmazunk, akinek felvétele valamilyen állami járulékkedvezménnyel jár.

Szociális hozzájárulási adó kedvezmények
Teljes munkaidőben foglalkoztatott esetében, havonta a bruttó munkabér, de legfeljebb 100 ezer Ft összeghatárig (részmunkaidő esetén a 100 ezer Ft időarányos részéig), az alábbi két, százalékos kedvezményből lehet választani:

27%-os SZOCHO kedvezmények:

- 25 év alatti munkavállaló, pályakezdők,
- Tartósan álláskereső személyek (a foglalkoztatás első 2 évében),
- Gyed, gyes, gyet folyósítását követően/alatt foglalkoztatott munkavállalók (a foglalkoztatás első 2 évében),
- A három vagy több gyermeket nevelő gyed, gyes, gyet folyósítását követően/alatt foglalkoztatott munkavállalók (a foglalkoztatás első 3 évében),
- A szabad vállalkozási zónákban működő vállalkozások (munkaerő-kölcsönző munkáltatókra nem vonatkozik (a foglalkoztatás első 2 évében).

14,5%-os SZOCHO kedvezmények:

- Szakképzettséget nem igénylő munkakörben foglalkoztatott munkavállalók,
- 25 év alatti nem pályakezdő és 55 év feletti munkavállalók,
- Tartósan álláskereső személyek (a foglalkoztatás 3. évében),
- gyed, gyes, gyet folyósítását követően/alatt foglalkoztatott munkavállalók (a foglalkoztatás 3. évében),
- A három vagy több gyermeket nevelő gyed, gyes, gyet folyósítását követően/alatt foglalkoztatott munkavállalók (a foglalkoztatás 4-5. évében).

re, vagy a régi barátodra illik, hiszen egy csomó információd van róla, aminek nem kell utánajárni, ismeritek egymást, az egyik legfontosabb építőelem, a bizalom megvan és működik közöttetek. Nem kell hirdetni, tanácsadóra költeni, nem kell napokon keresztül válogatni, itt van kéznél. Ez nagyon fontos, és lehet, hogy mindent összevetve tényleg ő a legjobb megoldás, de légy objektív, és a követelményprofiloddal vedd össze, mit is tud, mit hoz a vállalkozásba igazán és csak akkor dönts mellette, ha ismeretlenként is őt választanád.

Hol találhatod meg a jelöltet?

A fentieket szemelőtt tartva természetesen először azért nézz körül a saját környezetedben, volt kollégák, ismerősök körében, kérj ajánlást olyan tapasztalt vezetőktől, akikben megbízol, beszéljess szélesebb körben a terveidről és arról, hogy a megvalósításukhoz munkatársakra van szükséged. Biztosan fogsz ötleteket kapni, hiszen mostanában sokan keresnek munkát szinte minden szakmában, és biztosan lesznek közöttük nagyon értékes ajánlások, hiszen senki nem adja szívesen a nevét valakihez,

BÉREN KÍVÜL: MI AZ A CAFETERIA?

A cafeteria juttatásokat a munkabéren felül adhatod dolgozóidnak. A munkabér kifizetése nem olcsó, így jobban járhat a munkavállaló és a munkáltató is a béren kívüli juttatások alkalmazásával.

A cafeteria-rendszerrel Te is lehetőséget nyújthatsz munkavállalóidnak arra, hogy e juttatásokat a számukra kívánt kombinációban vegyék igénybe. Hátrány azonban, hogy a béren kívüli kifizetések igen pontos adminisztrációt igényelnek (kinek, mikor, mekkora összegű juttatást adtál, és milyen jellegű önkéntes pénztári befizetések kapcsolódnak hozzájuk), erre érdemes felkészülnöd. Ráadásul e juttatások nem bérként jelentkeznek a munkavállalóknál, így a nyugdíjlapba sem számítanak bele. Fontos, hogy minden munkavállalónak azonos mértékű cafeteria juttatást kell adni, vagy minden munkavállaló által megismerhető szabályzatban kell rendelkezni róla. (munkakör, életkor, beosztás alapján csoportok kialakítása stb.)

Az adómentesen adható béren kívüli juttatások:

- kultúra utalvány (50 000Ft/év)
 - sporteseményre szóló belépő, bérlet (korlátlan)
 - kockázati élet-baleset és betegségbiztosítása (havonta maximum a minimálbér 30%-a)
 - lakáscélú támogatás (max. 5 millió Ft)
- 2014-től Kiegészül a munkáltató által lakáscélú felhasználásra adómentesen nyújtható vissza nem térítendő támogatások köre. Lehetővé válik, hogy a hitelintézettől vagy korábbi munkáltatótól felvett lakáscélú hitel visszafizetéséhez, törlesztéséhez a munkáltató által adott támogatás is adómentes juttatásnak minősüljön. Az adómentesség további feltételei (pl., a támogatás hitelintézet vagy kincstár útján nyújtása, a támogatás összege a vételár (építési költség) 30%-a, legfeljebb 5 millió forint lehet) változatlanul maradtak. A kedvezményes adózású béren kívüli juttatások igen változó felhasználási területeket ölelhetnek fel, például:
- helyi utazásra szolgáló bérlet,
 - iskolakezdési támogatás (gyerekenként minimálbér 30%-a),

- Erzsébet utalvány (8.000 Ft/hó),
- önkéntes kölcsönös nyugdíjpénztár (minimálbér 50%-ig) és önkéntes kölcsönös egészségpénztár (minimálbér 30%-ig),
- Széchenyi pihenő kártya, mely 3 alszámlából áll, amit az alábbi területeken lehet felhasználni:
 - vendéglátás alszámla 150.000 Ft/év,
 - szabadidő alszámla 75.000 Ft/év,
 - szállás alszámla 225.000 Ft/év,
- iskolarendszerű képzési költsége a minimálbér 2,5-szereséig.

A kedvezményes adózású béren kívüli juttatások éves értékhátára 500.000 Ft. A béren kívüli juttatások adóterhe: a juttatás 1,19-szerese után a kifizetőt 16% szja mellett 14 százalékos eho terheli. Ez összesen 35,7%

Az összeghatár felett adott juttatás egyes meghatározott juttatásnak minősül, amikor a 14%-os eho helyett már 27% ehot kell fizetni (összesen 51,17%)

Egyes meghatározott juttatásnak minősül továbbá a cégtelen magáncélú használata, a csoportos életbiztosítás, a reprezentációs és üzleti ajándék, a kifizető által jogszabály alapján a magánszemélynek kedvezményesen adott termék és nyújtott szolgáltatás, a minimálbér 1 százalékát meg nem haladó értékű reklám, vagy egyéb adómentesnek és üzleti ajándéknak nem minősülő juttatás, a kifizető által hivatali, üzleti utazáshoz kapcsolódó étkezés vagy más szolgáltatás.

Mindezeket figyelembe véve milyen előnyöket nyújt a számodra vállalkozóként, cégvezetőként a cafeteria-rendszer?

- költséget takaríthatsz meg, mert a cafeteria-rendszer elemei az adómentes határokon belül adó- és járulékmentesen adhatók; avagy a kedvezményes kulcs és összeghatárig a bérhez képest költséghatékonyabbak a társaság részére;
- tervezhetőbbé válnak HR-költségeid;
- növelheted dolgozóid lojalitását és elégedettségét;
- személyre szabott juttatást jelent;
- előnyös megoldás, ha bért szeretnél emelni.

5.2

TANÁCSOK MUNKA- ADÓKNAK

akinek a képességeiről nincs meggyőződve, vagy rosszak a tapasztalatai vele kapcsolatban.

Ha ezt a kört nem érzed elégségesnek, vagy nem voltak igazán jók az ötletek, fordulj internetes állásportálok segítségéhez, vagy szakemberkeresésben járatos tanácsadóhoz, fejeződj.

A legtöbb információt a munkaerőpiac állásajánlatairól a nagy internetes állásportálokon találod, ezeken érdemes hirdetni, hiszen a legtöbb álláskeresőt is ezek a felületek vonzzák. Költségei nem túl magasak, egy 2 hetes hirdetés ára néhány tízezer forint nagyságrendű.

Azon felül, hogy a hirdetésedre jelentkezők önéletrajzát folyamatosan továbbítják feléd, ezek a fórumok viszonylag kevés egyéb szolgáltatást adnak: kereshetsz az adatbázisukban megszabott díj ellenében, megszabott

időn belül az adott szakmában dolgozó jelöltek között, illetve, speciális, személyreszabott szolgáltatásokat is kaphatsz, általában megadott szempontok alapján egy speciális szoftver, vagy munkatársaid segítségével „előszűrök” a beérkező anyagokat, így kevesebb időt kell a válogatásra fordítanod.

Van már olyan szolgáltató is a piacon, amely a toborzási munkákból a kiválasztás menedzselését végzi el online módon, a pályázók teljesítménye alapján, a követelményeknek megfelelően összeállított kérdések, feladatok, tesztek, videók, webkamerás interjúk segítségével. A szoftver a megadott feladatokat meghatározott sorrendben a jelentkezők elé tárja, és teljesítményüket rögzíti. Az alulteljesítő pályázókat elutasítja, és erről őket értesíti, míg a többieket továbbjuttatja. Így gyakorlatilag csak azokkal a jelentkezőkkel kell

személyes találkozás, akik már minden feltételnek megfeleltek, hallottad, láttad őket feladatmegoldás közben és már csak a személyes benyomás hiányzik. Amúgy sem túl magas költségei a kiválasztásra fordított idő jelentős lerövidítésével, az esetleg földrajzi távolságból adódó problémák nagyon egyszerű kiküszöbölésével, a választás biztonságának erősítésével megtérülnek.

Kiemelkedően fontos pozíciók esetében érdemes más módszert, szakértőt is bevetni.

Itt lépnek a képbe a fejeződjek, akik nem hirdetés alapján találják meg a keresett jelölteket, hanem célzottan és szisztematikusan keresnek a munkaerőpiacon, olyan szakembereket megcélözva, akik éppen nincsenek keresésben, emiatt nem olvasnak állás-hirdetéseket, mégis egy érdekes ajánlat felketheti az érdeklődésüket és

dönthetnek a váltás mellett. Ennek a módszernek az az előnye, hogy olyan szakemberekkel szélesíti a választékot, akik valahol – hasonló munkakörben – már bizonyítottak, „szabad szemmel is láthatóak” eredményeik, referenciáik, ajánlóik révén, és akik nincsenek lépéskényszerben, de megnyerhetőek egy izgalmas pozíció számára.

A tanácsadó személyes munkaerőpiaci, kiválasztási tapasztalat sokat segíthet a döntésedben. Ez a szolgáltatás időigényesebb, drágább, „mégretre” egyedileg készített, nem konfekció termék.

Interjú a jelöltekkel

A legalaposabb előkészítés mellett is a kiválasztási folyamat legérdekesebb, legnagyobb téttel bíró pontja a személyes találkozás.

Az interjú egy olyan, 45-60 perces beszélgetés, ahol az előzetesen egymásról szerzett információkat pontosíthatjátok és a személyes benyomásra támaszkodva kiegészíthetitek őket.

Viszonylag ritkán fordul elő, hogy az interjú végére mindkét fél el tudja dönteni, hogy egymást választják-e, de arra kell törekedni, hogy ehhez a döntéshez minél több

információ álljon rendelkezésükre. Általában a jelölt és a majdani munkáltató is röviden beszámol a saját háttéréről, motivációiról, terveiről, elvárásairól, azaz mindenki az asztalra teszi a kínálatát. Ezután lehet egyes pontokra, kérdésekre koncentrálni, példákat, eddigi tapasztalatokat elmesélni, megoldott, vagy épp nem túl sikeres momentumokat bemutatni.

Hívd elő magadban azt a „fantomképet”, amelyet előzőleg rajzoltál, és próbáld meg megtalálni az egyező pontokat, feltárni azt, ami hiányzik, esetleg nem úgy van. Tökéletes egyezést ritkán fogsz találni, de a legfontosabbakban nem kell kompromisszumot kötni: fontos, hogy tapasztalt, érett arcot keresünk, vagy egy fiataalt; fontos, hogy mellékszereplő naivát, vagy drámai főhóst fog játszani; de nem kell minden ráncon, minden

egyéni színen, minden kelléken fennakadnunk. Forognak közkézen interjú kérdéssorok, amelyek abban próbálnak segíteni, hogyan lehet egy rövid beszélgetésben egy személyiség legfontosabb pontjait feltárni. Lehetnek ezek között hasznos gondolatok, de biztos, hogy érdemes elkerülni a mindkét fél számára kínos, nyögvenyelős kérdéseket 3 legjobb, 3 legrosszabb tulajdonságról, illusztráció, vagy példa nélkül felsorolt gyengeségekről és erősségekről, ezekre a jelöltek egyrészt felmelegíthető konzerv válaszokkal érkeznek, vagy idegesíti őket, egyik sem segít

egymás jobb megismerésében. Érdemes inkább minden kijelentéshez, megállapításhoz analógiát, példaként említhető tapasztalatot kérdezni, annak az életszerűsége sokkal többet árul egy egy jelöltről, mint a kölcsönös „végszavazás” egymásnak. A legfontosabb tapasztalatok, készségek és képességek meglétéről meg kell győződni, fontos tudni (kölcsönösen), hogy mit várhatunk ettől a munkakapcsolattól, és mit tudunk nyújtani benne, fontos ezekből az információkból összeáll mozaikdarabokat összeilleszteni, elképzelni, de még ennél is fontosabb

REPREZENTÁCIÓ, ÜZLETI AJÁNDÉK

A reprezentáció és üzleti ajándék nyújtása esetén 16%-os mértékű személyi jövedelemadót (SZJA) és 27%-os mértékű egészségügyi hozzájárulást (EHO) kell megfizetni a juttatás értékének 1,19 szerese után. Az adót a bérjárulékokkal együtt a havi járulékbevallásban kell bevallani és megfizetni.

2014-es változás, hogy az éttermi szolgáltatás igénybevétele esetén a bank/hitelkártyával történő fizetés ellenében kapott nyugta alapján is elszámolható költség, ha a szolgáltatás igénybevétele igazoltan reprezentáció (pl.: hivatali, üzleti vendéglátás) céljából történik.

5.2

TANÁCSOK MUNKA- ADÓKNAK

azokra az első percektől megjelenő érzésekre, intuíciókra hallgatni, amelyek a szimpátiáról, az azonos hullámhosszról, vagy chemistry-ről szólnak.

Ne felejtse el, hogy nem egy prima önéletrajzzal, vagy egy parádés karriervonallal fogsz együtt dolgozni, hanem azok gazdájával, egy emberrel. Tehát a „mindent tud, ami nekem kell, sokat hozhat a cégnek a kapcsolatrendszere és legfeljebb majd kerüljük egymást, mert nem tudom elképzelni, hogy egy légtérben legyek vele” típusú megfontolások a biztos kudarc felé viszik a munkakapcsolatot, több ilyen „racionális” döntés pedig akár az egész vállalkozást is. Nem egyszerű, de rendkívül izgalmas vezetői, vállalkozói feladat, érdemes a kellő időt és figyelmet megszavazni neki.

A kiválasztott jelölt

A kiválasztási folyamat végén kell még némi gondolkodási idő valószínűleg mindkét félnek, jelöltnek és munkáltatónak egyaránt, ez idő alatt lehet a jelölt által megadott referenciákat ellenőrizni, és a majdani munkavállalónak is van ideje megosztani a döntését a családjával, barátjaival, azonban ezt nem tanácsos egyik fél részéről sem túl sokáig húzni. Mindig jöhetnek újabb szempontok, de azért bízunk abban, hogy a legfontosabbakat időben végiggondoltuk, ezért nem érdemes túl sokáig húzni a döntést, a másik fél motivációját, lelkesedését csökkentheti, ha nagyon sokáig váratjuk. A döntést lehetőleg szóban, személyesen közöljük, sokat lendít majd a közös indulásban egy örömteli, biztató mosoly, egy köszönöm és kézfogás.

Ezt követően lehet a hivatalos lépéseket, munkaszerződést, fizikai munkakörnyezetet előkészíteni, illetve a többi pályázót mielőbb értesíteni arról, hogy másra esett a választás.

Miután belépett új kollégád, segítsd a beilleszkedését, fontos, hogy a szükséges – és számára persze új – információkhoz időben és pontosan hozzájusson, megfelelő kommunikáció és kooperáció legyen körülötte, így lesz a legrövidebb idő alatt a vállalkozásod eredményes új erőforrása.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.profession.hu
- www.cvonline.hu
- www.jobpilot.hu
- www.jobline.hu
- www.monster.hu
- www.facebook.com/SzarnyasFejvadasz
- www.talentscreener.com

AZ EMBER- KÖZPONTÚ VÁLLALKOZÁS

MIÉRT GONDOLJÁK MA SOKAN, HOGY HA VALAKI VÁLLALKOZÓ LESZ, AKKOR ANNAK AZ EMBEREKKEL MÁR NEM KELL FOGLALKOZNI ÉS CSAK A TERMELÉSI FOLYAMATOKRA ÉS A PÉNZRE KELL KONCENTRÁLNI? MIÉRT FÉLNEK A VÁLLALKOZÓK ATTÓL, HOGY A VELÜK DOLGOZÓ EMBEREKNEK PROBLÉMÁIK VANNAK, HOGY ESETLEG MÁSKÉPPEN GONDOLKODNAK, ÉS NETÁN MÉG ÉREZNEK IS? MIÉRT ÁLLNAK MA A VEZETÉS KÖZÉPPONTJÁBAN SZINTE KIZÁRÓLAG A SZERVEZET ÉS A TERMELÉSI FOLYAMATOK, ÉS FELEJTIK EL AZ EMBERT, AKI AZ EGÉSZET MŰKÖDTETI?

A szociálpszichológusok már régóta tudják, hogy minden emberi találkozásnak két oldala van. Az emberek találkozásának és tetteinek és minden velük történt eseménynek van egy formai oldala, egy jól megismerhető, és tényekkel leírható története. Ezzel egy időben azonban minden emberben belül is lejátszódik valami: érzé-

sek, gondolatok, érzelmek. Ezek alkotják a szociális folyamatok tartalmi oldalát. Ezt az együtt, egy időben és soha szét nem választható módon lejátszódó folyamatot nevezik a szakemberek a szociális folyamatok kettősségének.

E kis kitérő után vissza az üzlethez: nyilvánvaló, hogy egy vállalkozásban,

ahol emberek dolgoznak, ez a kettősség is mindig és mindenhol jelen van. Sajnos a tapasztalat azt mutatja, hogy a vezetők többsége ebből a törvényszerűségből csak keveset vagy szinte semmit sem ismer fel, így ez a kettősség annak ellenére nem tudatosul bennük, hogy ma a vállalkozásokban jelentkező problémák

5.3

AZ EMBER- KÖZPONTÚ VÁLLALKOZÁS

jelentős része pont ezekkel kapcsolatos. Miközben a formai oldalra koncentrálnak, azaz a folyamatokkal és a szervezettel vannak elfoglalva, azzal, ami eközben, mint tartalom jelenik meg, sajnos nem tudnak mit kezdeni.

Sok vezető számára a vállalkozás csak számok, teljesítmények és kimutatások összessége, melyek folyamatok eredményeként keletkeznek. Egy ilyen vezető által irányított vállalatban többnyire azt tapasztalhatod, hogy ez a vezető a vezetői felelősséget hatalomként értelmezi a többi ember, a munkatársai felett és kisajátítja a kezdeményezést, a gondolkodás minden területét. Egy ilyen vállalkozásban nincsen helye az emberi szellemnek, az emberi alkotó erőnek, ami már önmagában hatalmas probléma, hiszen ez közvetlen kapcsolatban van a vállalkozás nyereséges működésével és sikereivel.

A kizárólag a pénzre és a folyamatok hatékonyságára koncentráló vezetői viselkedés hatására elromlanak a vállalatban belüli emberi kapcsolatok is, ez a folyamat pedig olyan, mint egy fokozatosan kialakuló belső felmondás a dolgozók részéről, melynek során a vállalkozás tagjai szépen elszakadnak egymástól és a vállalatuktól is.

Ez a folyamat viszonylag új a vállalkozások történelmében, csak akkor jelent meg, amikor a XX. század elején az ipari tömegtermelés beindult és az ember a modern ipari termelési folyamatok részévé vált. Az ezt megalapozó, és máig is ható vezetési elmélet, a „Scientific Management” ugyanakkor olyan mértékben ivódott bele a gazdasági és vállalkozási kultúrába az egész világon, hogy még azok is, akik soha sem hallottak róla, ezen elmélet szerint gondolkodnak és tervezik meg vállalkozásuk folyamatait és szervezetét.

Mit tehetsz a vállalkozásodban?

Ha felismerted, hogy azt, amire a vállalkozásod képes lesz, azt a képességet, tudást, kreativitást a munkatársaid, az emberek hozzák magukkal, úgy a leglényegesebb teendőd az, hogy bízz meg bennük.

Fel kell ismerned, hogy nem csak Te tudod a helyes válaszokat, sőt, munkatársaid a megfelelő szinteken ezt jellemző-

en jobban tudják. Azaz bíznod kell munkatársaid önszervező és önfejlődési

A SCIENTIFIC MANAGEMENT

A Scientific Management a XX. század első éveiben jelent meg az USA-ban, és ez volt az az elmélet, amely az 1900-as évek kezdetén még spontán és szervezetlen állapotban lévő vállalatokat a szervezett és tervezett munkavégzés fázisba vitte át, és ezzel lehetővé tette a szédületes ipari fejlődést, az ipari és technológiai forradalmat, a modern ipari tömegtermelést.

A Frederic Taylor által kidolgozott elmélet az ipari termelés három alapvető tevékenységét - a tervezést, a kivitelezést és az ellenőrzést - szétbontotta és önálló részlegeket javasolt létrehozni az egyes feladatok ellátására, mely részlegekben az oda leginkább illő és képességeik tekintetében megfelelő emberek dolgoztak.

Taylor elméletében lényegében tehát azzal foglalkozott, hogy hogyan lehet a munkát tudományosan és ésszerűen megszervezni, miként lehet a munkavégzés folyamatait, az összes tennivalót a lehető legracionálisabb módon elvégezni egy üzemen belül. Elméletét négy olyan alapfogalomra építette, melyek egyébként a vállalkozások fejlődésének alapkérdéseivel kapcsolatosak: ezek a mechanizálás, a szabványosítás, a specializálás és végül a koordinálás.

képességében, abban hogy az őket közvetlenül érintő kérdéseket a legjobban ők tudják megoldani.

Közben persze gondoskodnod kell arról is, hogy munkatársaid új és

emberileg helyes munkakapcsolatokat alakítsanak ki, melynek fontos része a főnök és beosztott közötti valódi emberi találkozás is. Ennek alapja, hogy teljesen nyilvánvaló legyen mindkettőjük számára, hogy ugyanazért a vezérelvért dolgoztok, csak más felelősséget kell viselnetek.

Abban a vállalkozásban, ahol a munkatársak az előzőekben ismertetett módon tudnak dolgozni, partnernek tekintenek mindenkit, aki segíti a vállalkozást és tesz annak sikeréért. Ebben a kö-

össégben az emberek felismerik, hogy a gazdaságban megtermelt áruknak és szolgáltatásoknak a másik ember valódi és reális igényeit kell kielégíteniük. Ezért tudják, hogy a vállalatban belül minden kérdésnek, amit a vállalat meg kíván oldani értelmesnek és a másik emberrel, az ő igényeivel kapcsolatosnak kell lennie.

Az így irányított vállalkozások nem akarják saját terméküket a piacra rákényszeríteni, nem manipulálják vevőiket, hanem a piacra és a vevő igényeire figyelnek. Egy

ilyen cég figyel belső és külső közössége szociális igényeire, minden szinten őszinte tevékenységet folytat, konstruktív és igaz visszajelzéseket ad. Ezeket a vállalkozásokat pedig partnereik szeretik, és egyre többet vásárolnak tőlük, így lesznek az „egyszerű” emberorientált vállalkozásokból az emberi jövő sikeres, nyereséges vállalkozásai, akik a fenntartható jövőt szolgálják.

Mindennek közvetlen hatása van a vállalkozás működésére és eredményességére. A vállalatban dolgozó munkatársakban ezek egyértelmű változást okoznak: magas lesz a munkatársak motiváltsága, erős az identitásérzésük, mindenki partnernek tekinti a másik embert. Ez pedig minden gyakorló vállalkozó álma.

MI TERMELI A PROFITOT EGY VÁLLALKOZÁSBAN?

Azt ma már szinte minden vezető és menedzser jól tudja, hogy a XXI. században egy vállalkozás sikere attól függ, mennyire tudja a benne dolgozó emberek kreativitását kiaknázni, és a munkatársak képesek-e alkotó szellemi képességükkel ezt a sikert elősegíteni. Ma a kreativitás lett a gazdasági élet csodafegyvere és a vezetők által leginkább vágyott munkavállalói tulajdonság. Azaz, elméletben minden vezető tisztában van azzal, hogy legfontosabb feladata a munkatársakban szunnyadó szellemi alkotó és kreatív képességek lehető leghatékonyabb kiaknázása.

A kreativitás ugyanis az ember egyetlen olyan képessége, ami valami újat tud létrehozni, valami addig nem létezőt megteremteni. Ebből következik az is, hogy nyereséget csak és kizárólag az emberi kreativitás tud létrehozni. Ezért soha ne feledd, hogy a profit kérdése a te vállalkozásodban is mindig a fejedben dől el! Az egyedüli vezetői eszköz, mely a munkatársak számára a kreatív munkavégzéshez szükséges hangulatot és légkört biztosítani tudja: a bizalom. Ha vezetőként ezt be tudod látni és a nyereséges működés szempontjából döntően fontos gondolatokat és emberi szellemi képességeket megfelelő módon tudod kezelni és működtetni, akkor vállalkozásod nyereséges és sikeres lesz!

HA MÉG OLVASNÁL ERŐL:

- www.kulturaliskreativok.cc
- www.menedzserkalauz.hu
- www.hu.kaizen.com

HOGYAN KEZELD KINN-LEVŐSÉGEIDET?

5.4

HOGYAN KEZELD KINN-LEVŐSÉGEIDET?

VÁLLALKOZÓI PÁLYAFUTÁSOD SORÁN NÉHA NEHÉZ HELYZETEK-
KEL IS SZEMBE KELL NÉZNED. EZEK KÖZÜL IS AZ EGYIK LEGKEL-
LEMETLENEBB, AMIKOR ELVÉGZETT MUNKÁD UTÁN PARTNEREDTŐL
SZERETNÉD MEGKAPNI JOGOS JÁRANDÓSÁGODAT, Ő AZONBAN
ERRE NEM HAJLANDÓ VAGY ÉPPEN ANYAGI OKOK MIATT KÉPTELEN.
AZ ILYEN HELYZETEKRE JOBB IDEJEKORÁN FELKÉSZÜLNÖD.

Felmérések szerint már a világgazdasági válság előtti utolsó „békeévben”, 2008-ban is a magyar mikro- és kisvállalkozások partnereinek harmada rendszeresen határidő után, azaz késedelmesen fizetett, az összes késedelmes fizetés pedig a teljes értékesítés harmadát tette ki. Csaknem minden második vállalkozással előfordult, hogy azért nem tudott fizetni szállítóinak, mert

neki sem fizettek időben vevői. Azóta a gazdasági krízis hatására a helyzet csak romlott, 2008 őszétől a 30–120 napos fizetési határidejű számlák váltak jellemzővé, de – ágazattól függően – a tényleges késedelem e határidőkön felül akár további 40–60 nap is lehet.

A fővállalkozó hatalma

Egy nagy projekt esetében a megrendelővel általában

egy fővállalkozó szerződik, így ő áll a piramis tetején. Tőle – az ő fizetési hajlandóságától, sikerétől – akár cégek százai, munkavállalók ezrei is függenek.

Amennyiben a fővállalkozó bármilyen okból nem fizeti ki az alvállalkozóit, az dominószerűen bedöntheti a folyamatba bekapcsolt többi vállalkozót is, hiszen az a fővállalkozótól származó pénzből fizetné saját

alvállalkozóit. Ezt a helyzetet nevezzük „lánctartozásnak”. Ez a piramisszerű működés leginkább az építőiparra (a közelmúltból elég csak a médiában sokat szereplő Megyeri híd ügyére gondolnod) és a kereskedelemre jellemző, de más ágazatokban sem példa nélküli.

A ki nem fizetett munka önmagában is elég nagy baj, csakhogy a mikro-, kis- és a középvállalkozások kevés kivételtől eltekintve nem rendelkeznek akkora tartalékokkal, hogy egy nagyobb, ki nem fizetett munkát tartósan finanszírozni legyenek képesek.

E cégek számára, méretükből fakadóan, akár végzetes is lehet egy csak jelentős késéssel vagy egyáltalán ki sem fizetett számla: ez önhibájukon kívül akár a cég megszűnését is okozhatja. Számukra tehát egyaránt jelentős üzleti kockázatot jelent, hogy alkupozíciójuk a nagy megrendelővel szemben gyenge, jogaik, követeléseik érvényesítése lassú, és a magyarországi igazságszolgáltatás sem minden esetben garantálja a járandóságát joggal követelő hitelező számára. A kedvező eredményt.

Próbáld megelőzni a bajt! Ahhoz, hogy ne kerülj ilyen helyzetbe, érdemes a partnercéget még szerződéskötés előtt „lekáderezni”. Tájékozódj annak eddigi működésével, fizetési helyzetével, tulajdonosainak más cégeivel kapcsolatban!

A partner felmérésére több lehetőség is kínálkozik: az interneten a cégbíróság adatai nyomán ingyenesen

elérhetőek a vállalkozások alapadatai (www.e-cegjegyzek.hu). Több lehetőséget kínálnak a közhiteles tájékoztatások (cégkivonatok, mérlegadatok) egyes fizetős adatbázisok felhasználásával (ilyenek például a Complex, az Opten vagy a Coface szolgáltatásai) pedig már tényleg nagyon sokat megtudhatsz eljövendő vevődről.

Ha hiába várod az utalást...

Ha a baj már megtörtént, azaz egy adósod a határidő leteltével sem fizet, akkor alapvetően három lehetőséged van: vagy megpróbálsz egyezkedni

vele, vagy behajtó céghez fordulsz, vagy pedig jogi útra érdemes terelned az ügyet. Bármelyiket is választanád, egy óvintézkedést mindenképpen érdemes megfontolnod: ha a lejárat után 30 nappal sem fizet partnered, és kétségeid vannak a folytatást illetően, a kockázat csökkentése érdekében neked is érdemes lehet leállítanod szállításaid.

Ha megegyezésre törekszel, akkor is fontos, hogy jogi lehetőségeiddel tisztában legyél, elsősorban azért, hogy tudd, milyen eszközeid lehetnek a későbbiekben. Először is vedd sorra,

MELYEK A GYAKORI NEMFIZETÉS LEGFONTOSABB OKAI?

- Az állami szektorban sok az „ingadozó” mértékű finanszírozással szembesülő és magas hitelállományú „közösségi” megrendelő, illetve a pályázatfüggő projektek is gyakran lassúak.
- A magáncégek gyakran alultőkésítettek, nem hitelképesek és lassan növekednek.
- A magyarországi cégkultúra része, hogy bárkinek lehet több tucatnyi cége akár egyetlen alkalmazott nélkül is (évente 20 ezer cégmegszűnésre 35 ezer cégalapítás jut!).

hogy a köztetek lévő szerződés milyen rendelkezéseket tartalmaz késedelmes fizetés esetére, és ne félj élni ezekkel az eszközökkel (például: késedelmi kamat). Ha ennél nagyobb elrettentő erő kell, úgy lényeges, hogy a számládon szereplő fizetési határidőt követő 15 nap elteltével a bíróság kimondhatja a tartozó fél fizetésekretelességét, azaz, ha ezzel kívánnád megrendelőt fizetésre bírni, úgy nem kell hónapokat várnod. A közbeszerzési törvény módosítása alapján pedig a megbízás teljesítését követő 15 napon belül el kell kezdeni az átadás-átvételi eljárást, azaz fővállalkozód nem húzhatja ezt sem az örökkévalóságig. Végül légy azzal tisztában, hogy a vállalkozót, díjkövetelése erejéig, a vállalkozói szerződés ilyen irányú rendelkezése esetén a megrendelő tulajdonát képező, a szerződés szerinti munkák végzésére szolgáló ingatlanon jelzálogjog illeti meg.

ADJ ESÉLYT A KÖZÖS MEGEGYEZÉSNEK!

Mielőtt határozottabb érdekvérvényesítési formákhoz folyamodnál, érdemes lehet külső segítséget hívni vitás ügyetek rendezésére. Jogvita esetén ennek egyik bevált módja a közvetítői eljárás (azaz mediáció) igénybevétele. A mediáció során a felek között szakképzett – szakmai ismeretekkel (közgazdaságtan, jog, mérnök, pedagógus) rendelkező, valamint mediátori képzettségű –, a témában jártas mediátor közvetít. A mediátor négy szemközti és közös megbeszélésen is áttekinti a felekkel a helyzetet, rámutat a megoldási lehetőségekre, esetleg új tényezőkre hívja fel a figyelmet. Az eljárás célja nem a vita eldöntése, hanem a vita felek által történő megoldásának elősegítése.

A mediációnak többféle előnye van a bírósági jogérvényesítéssel szemben. Ekkor a felek közös megegyezéssel hoznak döntést a vita tárgyával kapcsolatban, a bírósági útnál kevésbé bürokratikus, jóval olcsóbb (díja az ügyvédi óradíjhoz hasonló) és gyorsabb (az átlagos mediáció 5-6 órát vesz igénybe) eljárás keretében. Mindemellett, ha sikerül megállapodásra jutni, ám azt valamelyik fél mégsem tartja be, úgy a másik fél továbbra is élhet a bírósági eljárás lehetőségével.

Jöjjenek a profik!

Szomorú tapasztalat, hogy a magyar gazdaságban a bíróság által kimondott felszámolás követeléskezelési eszközként nem hatékony, a megtérülés ugyanis minimális (fél százalék körüli). Ha figyelembe vesszük az alacsony kockázatkezelési és fizetési kultúrát, akkor joggal gondolhatunk arra, hogy sokan veszik igénybe a kinnlevőségek kezelé-

sére és a követelések behajtására specializálódott szakemberek vagy cégek segítségét. Ezzel szemben Magyarországon a nem fizetett számlák alig 2 százaléka kerül csak behajtással foglalkozó szolgáltatóhoz (összehasonlításképpen: a 15 legrégebbi EU-tagállam átlaga 8 százalék körüli). A követeléskezelő cégek fellépése eredményeként ugyanakkor jelentősen lerövidülhet ügyfeleid átlag-

gos fizetési ideje, ez pedig akár érezhető kamat megtakarítást és bevételt is jelenthet számodra, ami bőven ellensúlyozhatja e cégek díjait.

Ha az adósod nem fizet, jöhét a jogi út

Ha sem a tárgyalás, sem a külső segítség bevonása nem hozott eredményt, nem marad más hátra, mint a jogi út. Ennek kapcsán jó tudnod, hogy amennyiben a fizetési határidő, illetve az azt követő 15. nap eredménytelenül telik el, akkor két feltétel fennállása esetén felszámolást indíthatsz adósod ellen. E két

5.4

HOGYAN KEZELD KINN-LEVŐSÉGEIDET?

kritérium a következő: az, hogy az adós nem vitatja (esetleg el is ismeri) az adósságot, ugyanakkor ennek ellenére nem is egyenlíti ki a veled szemben fennálló tartozását. A felszámolási kérelem benyújtása előtt köteles vagy adóssodat írásban felszólítani a teljesítésre. Ezt a felszólítást célszerű ügyvéddel elkészíttetned, a minél kevesebb jogi hiba érdekében, még ha ez sajnos pénzbe is kerül.

Ha ez a lépés eredménytelen, akkor a bíróságra felszámolási kérelmet adhatsz be. Ez sajnos szintén költséggel jár:

közzétételi költségtérítést és eljárási illetéket is fizetned kell. A bíróság az adós fizetéseképtelenségét akkor állapítja meg, ha a nem vitatott vagy elismert tartozását a teljesítési idő lejártát követő 15 napon belül sem egyenlítette ki, vagy ha a tartozást nem vitatta és az ezt követő hitelezői írásbeli fizetési felszólításra sem utalt. A bíróság a felszámolást elrendelő végzésben jelöli ki a felszámolót.

Ha Te kerülnél szorult helyzetbe

Az éremnek persze van egy másik oldala is: a körülmények, például a saját vevőid késedelme hozhatja úgy, hogy te kerülsz pénzügyileg szorult helyzetbe. Ilyenkor érdemes a partnereddel kialakított bizalmi kapcsolat megterhelése helyett külső áthidaló lehetőség után nézni: ilyen megoldás lehet a faktorálás és a forgóeszközhitel. Annyi mindenesetre bizonyos: amennyiben még nem

szakad minden kötél, sokkal olcsóbb megelőznöd a követelések felhalmozódását, mint több hónap, esetleg év után bírósági eljárási illetéket, perköltséget és ügyvédi díjat fizetni!

Faktorálás

Amennyiben a vállalkozásodnak vannak fizetőképes vevői, akkor követeléseidet eladhatod faktorcégeknek, és ebből juthatsz forrásokhoz. A faktoring keretében a faktorcég vevőkkel szembeni számlaköveteléseidet (engedményezés révén) „előre” finanszírozza, azaz követeléseid jellemzően 70–90 százalékát megelőlegezi számodra. Ettől kezdődően vevőid a faktorcégnek tartoznak, a faktorcég pedig jogosult a teljes követelés behajtására. A faktorcég megkeresése elsősorban a Tiédhez hasonló kis- és középvállalkozások számára jelent segítséget, mivel a szállító azonnal pénzhez jut. Fontos tudni azonban, hogy nemfizetés esetén

a faktorcég rendszerint nem vállalja a károkat, ilyenkor visszakövetelheti tőled az ügylet alapján kifizetett előleget. A faktoring szolgáltatást elérheted bankoknál és pénzügyi szolgáltatóknál is (▶ 3.3 fejezet Mire számíthatsz, ha hitelt vennél fel?).

! Válságtanácsadó

Amikor partnereiddel kötendő szerződéseidet előkészíted, mindig járjon fejedben, hogy a magyar kisvállalkozások többsége alulfinanszírozott és likviditási problémákkal küzd. E gazdasági szereplők számára egy-egy megrendelés elnyerése – különösen a jelenlegi gazdasági helyzetben – létszükséglet, emiatt viszont sokszor önköltség alá menő árversenybe is belemennek.

A helyzetet megfordítva, Neked is ügyelned kell arra, hogy ha irreálisan alacsony áron vállalsz el egy megbízást, azon veszteséged lesz, mely többszöri ismétlődés után akár céged teljes tőkéjét is felemésztheti, és következhet a felszámolás. Tanácsunk: inkább ne vállald el a megbízást! Ugyanez a helyzet, ha előzetes tudakozásod alapján komoly annak a veszélye, hogy nem fizetik majd ki a munkádat.

Összegezve: mindig jobb egy meg nem kötött üzlet, mint egy ki nem fizetett számla!

BIZTOSÍTSD BE MAGAD!

A kockázatok növekedése idején vállalkozásodnak egy bizonyos üzemméret felett hasznos lehet hitelbiztosítót igénybe venni.

A hitelbiztosítással foglalkozó cégek kártérítés formájában nyújtanak biztosítási védelmet számodra a vevőid nemfizetéséből vagy fizetéseképtelenségéből eredő kiesések ellen.

Rövid lejáratú forgóeszközhitel

Amennyiben vállalkozásod hitelképes és pénzre van szüksége, akkor legegyszerűbben a rövid lejáratú forgóeszközhitelnek révén juthatsz pénzhez. Fontos tudnod, hogy a forgóeszközhitel egy évnél rövidebb futamidejű, forgóeszköz (például készlet) finanszí-

rozására szolgáló hitel. Amennyiben cégednél a forráshiány egy éven belül többször is várható, lehetséges van rulírozó forgóeszközhitel igénylésére is: ez az eseti forgóeszközhitelhez hasonló termék, azzal a különbséggel, hogy a visszafizetett összeg a rendelkezésre tartási idő alatt újra lehívható. Eseti és rulírozó

forgóeszközhitelt számos bank és takarékszövetkezet kínál a vállalkozásoknak.

A piaci alapon nyújtott forgóeszközhitel mellett többfajta, államilag támogatott hitel is rendelkezésedre áll (ilyenek a mikrohitelek és a Széchenyi Kártya, ha ezekről részletesebb információra van szükséged: ▶ 4.6. fejezet Kedvezményes vállalati hitelek).

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.behajtas.lap.hu
- www.e-cegjegyzek.hu
- www.opten.hu
- www.mediacio.hu
- www.faktoringszovetseg.hu
- www.coface.hu
- www.intrum.hu

5.4

HOGYAN KEZELD KINN-LEVŐSÉGEIDET?

ELKERÜLHETŐ-E A VÁLSÁG?

MOST VAN VÁLSÁG VAGY NINCS VÁLSÁG? AZ ATTÓL FÜGG, HONNAN NÉZZÜK! EGYES VÉLEMÉNYEK SZERINT A VILÁGBAN AZ ÖSSZEOMLÁST KÖVETŐEN MÁR EGY ÉV UTÁN, 2009. MÁSODIK FÉLÉVE TÁJÉKÁN VÉGET IS ÉRT A VILÁGVÁLSÁG, UGYANAKKOR LEGTÖBBÜNK A MINDENNAPOKBAN EBBŐL MÉG SEMMIT NEM VETT ÉSZRE, SŐT ÚGY TŰNIK, MÉG A TÁVOLBAN SEM LÁTJUK A RECESSZIÓ VÉGÉT.

Néha látunk eseteket, amelyből úgy tűnik, mintha lennének cégek, emberek, akiket kikerült a válság. Mázlisták! Sokszor egyszerűen így legyintünk ezekre a példákra, vagy gyártunk hozzá valamiféle jól hangzó „ja persze...” kezdetű elméletet, ami „megmagyarázza” miért is csak minket és nem másokat érintett keményen a válság. De tényleg igaz, hogy őket nem érintette? Miért vannak ekkora

különbségek? Ők, nem hús-vér emberek, vagy valóban csak szerencsésük volt?

A helyes választ nem a szerencsében találhatjuk meg. A válságot senki sem tudta elkerülni, de egyesek biztos tudtak valamit, amit mások nem, amivel ha teljesen kiküszöbölni nem is tudták a kedvezőtlen hatásokat, de csillapítani igen. És ez az, amit érdemes eltanulni tőlük.

Válságok a vállalati szférában

Magyarországon 2010-ben több mint 11 000, 2011-ben közel 9 000 cég ellen indult felszámolási eljárás. Ezt a felszámolási hullámot ma rendszerint a világválság hatásának tulajdonítják. Kétségtelen, hogy a válság hatására megnőtt a fizetési nehézségekkel küzdő vállalkozások száma, de a világválság a cégek nagyon jelentős hányadánál nem előidézte,

5.5

ELKERÜLHETŐ-E A VÁLSÁG?

hanem csak felgyorsította a fizetéseképtelenség kialakulásának amúgy már jelen lévő, csak figyelemben nem részesített folyamatát. A válsághoz az esetek túlnyomó részében az évek során hozott rossz döntések, a tervezés és a felkészülés elmaradása vezetett.

Néhány hiba, amit érdemes elkerülni

Leszögezhetjük, ha a vállalkozások időt és figyelmet szánának arra, hogy megvizsgálják a kedvezőtlen folyamatokat, megpróbálnak előre jelezni a várható nehézségeket, hogy észrevegyék az intő jeleket

és felkészülnének a külső körülmények megváltozására, a saját válságaik kialakulását legtöbb esetben meg tudnák előzni. (Most tekintsünk el attól a körtől, akik a fizetéseképtelenséget tudatosan idézik elő, és húznak hasznot belőle mások rovására.)

A stagnálás például egy könnyen észrevehető jelzés. A változatlanulás egyenlő a lassú halállal. Bár a növekedés sosem töretlen, azonban tendenciájában mégis felismerhetőnek kell lenni. Ahogy a termékeknek, a vállalkozásoknak is van életgörbéjük, nem árt erre is figyelni!

Az információ hatalom!

Erre vannak a mutatószámok. Egy jól összeállított mutatószámrendszer rengeteg információt tartalmaz, nélkülözhetetlen a helyes döntések meghozatalában. A mutatószámok hiánya vakká teszi a vezetőt. Amilyen magától értetődő a közúton, hogy vezetés közben többször is rápillantunk a műszerfalra, annyira meglepő milyen sokan vezetnek vakon a vállalati gazdasági sztrádákon! Pedig ott is sokan közlekednek.

Sajnos Magyarországon a vállalkozók általában kevés figyelmet fordítanak a mérlegekre és még kevesebbet a mutatószámokra. Mivel beszámolót készíteni kötelező, adót is ez alapján kell megállapítani, a beszámoló elsődleges célja – a vállalkozók gondolkodása szerint – a hatóságok informálása, vagy inkább „félrevezetése”, ezért ritkán mutatják a vállalkozás valódi helyzetét. Nem

kívánjuk elemezni a jogkövető magatartás hiányát, induljunk ki abból, hogy mindenki maga dönti el, milyen beszámolót készít, inkább koncentráljunk arra, – és ez a valódi gond – hogy ezek a vállalkozások saját maguk számára sem készítenek információkat, amelyek a valóságot mutatják. Gyakorlatilag saját magukat csapják be azzal, hogy elrejtik önmaguk előtt a valódi és fontos információkat. Márpedig a háttérben meglapuló probléma akkor is probléma, ha nem látjuk. Nem kell ahhoz egy drága és komplett kontrolling rendszert

A NEHÉZ HELYZET KIALAKULÁSÁNAK NÉHÁNY OKA:

Alultőkésítettség: veszélyes helyzet, mert nincs veszténivaló, a céget sokat kockáztat, másokat is magával ránthat.

Túl gyors növekedés: a bővülés finanszírozása nem megoldott – adósságspirál csapdája.

Piacvesztés: a bevételek csökkennek, a felkészületlen, nem jól irányított cégek nem tudják kezelni.

A megtermelt vagyon kivonása magánvagyon gyarapítása céljából: át kell gondolni, milyen hosszú távon akarjuk a céget működtetni!

Az áfa saját bevételként való kezelése: ez a gondolkodás sok rossz döntés megalapozója volt már.

kiépíteni, hogy értékelni tudjuk a cégünk helyzetét, de érdemes szakember segítségét kérni egy kellően egyszerű, hatékony és gyors információs háttér kialakítására

A kintlévőségek, követelések kezelése a megelőzés konkrét eszköze. Azok a kis és középvállalkozások, amelyek nem rendelkeznek saját szakképzett apparátussal a kintlévőségek szakszerű kezelésére, radikálisan csökkenthetik kockázatukat, ha szakembert bíznak meg a kintlévőségeik monitoringjával, behajtásával. Igénybevételük mentesít az időigényes,

adminisztratív, speciális felkészültséget igénylő, komoly mentális terhelést jelentő, a kintlévőség kezelésére irányuló tevékenységektől.

A tervezés hiánya is egy kitaposott út a csőd felé. Azoknak a vállalkozásoknak, amelyek nem készítenek terveket, kifejezetten rosszak az életben maradás kilátásai közép és hosszú távon. De a tervezés önmagában nem csodaszer, egy gazdasági terv léte még nem biztosíték a nyereségre, egy rossz tervezési szisztéma mellett képződhet veszteség is. A terv csupán esély, egy jó terv azonban már komoly versenyelőny!

Az alacsony munkamorál is általános jelenség. Több szakértő állítja, hogy az átlagos munkaidő-kihasználtság Magyarországon kb. 45 százalék, míg a fejlettebb országokban ez a mutató 78-82 százalékos. A mutató rossz értéke részben abból

A VÁLSÁG FELÉ VEZETŐ ÚT

árulkodó tünetei lehetnek:

(különösen akkor érdemes, ha közben folyamatosan nyereséges a cég!)

- Magas pénztár
- Magas könyvelt készlet
- Magas tagi kölcsön
- Folyamatos és magas (adó)tartozás (áfa)

árnyaltabb tünetei lehetnek:

- Fejlesztések tartós elmaradása
- Folyamatos veszteség
- Tulajdonosok készfizető kezességvállalása
- Képzetlen/felelőtlen vezető
- Nem a valóságot mutató mérleg
- Veszteséges itthoni cég, de offshore cég van a háttérben

származik, hogy a hazai vállalkozások zöme egyáltalán nem is foglalkozik a munkaidő szerkezetével. Látják, a dolgozó ott van a munkahelyén, dolgozik, tehát nincs baj. Pedig

érdemes lenne a stopper-órát kézbe venni, mérni, a folyamatokat elemezni és mindjárt kirajzolódna a sok elvesztegetett idő, amely a gyenge hatékonysággal és alacsony munkatempóval is párosulva rontja a versenyképességet. Könnyen belátható, a hosszú munkavégzési idő alatt több bérköltség épül be a termék árába, mint a drága munkaerőt alkal-

mazó, de sokkal kevesebb időt elszámoló nyugati társaságnál. Ezekre való odafigyelés nem igényel beruházást, kis költséggel is megvalósítható.

Ha már komoly a baj

A cégek esetében a fizetéseképtelenséggel jellemezhető helyzetet csődhelyzetnek nevezzük. Két út lehetséges: a csőd-eljárás vagy a felszámolás. A csődeljárás során néhány hónapra fékezhetjük a hitelezői nyomást, rendezhetjük sorainkat, és ha ezt elég meggyőzően tesszük, fizetési haladékokot, vagy kedvezményt

5.5

ELKERÜLHETŐ-E A VÁLSÁG?

érhetünk el. Ha erre nincs kilátás, kezdődik a felszámolási eljárás.

A felszámolást és a csődeljárást a csődeljárástól és a felszámolási eljárástól szóló 1991. évi XLIX. törvény szabályozza. Nem az előzőekből következik, mégis érdemes néhány gondolat erejéig a végelszámolással is foglalkozni, mert jelentősége lehet a válságkezelésben. Anélkül, hogy belemélyednénk a törvények értelme-

zésébe inkább röviden hasonlítsuk össze ezeket a folyamatokat.

Ha úgy tűnik, nincs tovább, és „beüt a ménkü”, akkor nem marad más, mint menteni a menthetőt. Általános tapasztalat, és itt különösen igaz, aki időt nyer, életet nyer! Szakemberrel közösen gondoljuk végig, hogy mit lehet még tenni. Nagyon fontos figyelemztetés: a csődhelyzet, felszámolási helyzet

egészen más típusú gondolkodást igényel, mint a normál működés. Máshogy kell tekinteni a könyvelésre és pénzügyre, más jogszabályok érvényesek, ilyenkor már számolni kell a hiányságok, hibák büntetőjogi következményeivel is. Ne rontsuk a helyzetet azzal, hogy ebben a kritikus pillanatban magunk próbálunk szakértökké válni! Egy már nem létező eszköz miatti feljelentés

felesleges bosszúságot okozhat, és ez a példa csak egy apró momentum az odafigyelést igénylő tettek rengetegében.

Tekintsük át a lehetőségeket a cselekvések célja szerint!

Válságkezelés
Nem kell mindig a legrosszabból kiindulni, a válságkezelés tárháza szinte kiemeríthetetlen. Elsősorban mindig erre törekedjünk, és ha kellően elkötelezetek vagyunk a dolgaink rendezése irányába, a hitelezők is elnézőbbek lesznek, különösen, ha azt egy jól felépített válság-

	Végelszámolás	Csődeljárás	Felszámolás
Az eljárás célja	A működés befejezése, vagyon felosztása	Működőképesség helyreállítása, az átmenetileg fizetési nehézség áthidalására, egyezség tető alá hozása.	A gazdaság működésképtele, másokra veszélyes szereplőinek eliminálása
Ki dönt?	Tulajdonos	Bíróság	Bíróság
Ki irányítja?	Végelszámoló	Ügyvezető és Vagyonfelügyelő	Felszámoló
Kinek az érdekeit képviseli?	Tulajdonosét	A céget és a hitelezőket	Hitelezőket
Az ügyvezető hatásköre	Megmarad	Korlátozottan megmarad	Megszűnik, felszámoló veszi át
A folyamat vége	A társaság megszűnik, a hitelezők megkapják a pénzüket, a maradék vagyont felosztják	Egyezség létrejötte esetén a Társaság működik tovább, ennek elmaradása felszámolást eredményez	A Társaság felszámolással megszűnik (ritkán előfordul, hogy folytatja tevékenységét)

kezelési programmal is megerősítjük.

Végelszámolás előkészítése, lebonyolítása

Sok esetben lehet végelszámolással is orvosolni a bajt. Más esetben csak nincs elég kapacitás a feleslegessé vált vállalat

kozásaink megszüntetésére, végelszámolására, például a sok keresztbe nyújtott, átláthatatlan tagi kölcsön kuszasága elveszi a menedzsment kedvét attól, hogy egyáltalán belefogjon ebbe a feladatba.

Csődeljárás előkészítése

A csődeljárás nem mindig az, aminek látszik. A csőd, a hétköznapi értelmezéssel szemben nem a vég kezdete, hanem a folytató hitelezői igényekkel szembeni védelemé.

Azonban mielőtt elkezdjük ezt a folyamatot, nem árt megtervezni és átlátni mi vár ránk. Érdemes körülnézni a saját házunk táján,

minden rendben van-e a számvitel, a pénzügyek, a készlet és tárgyi eszközök leltári területén, mert bizony a kirendelt vagyonszelő, könyörtelen, és ha úgy látja, megteszi a feljelentést a legkisebb szabálytalanság esetén is. A csőd előkészítése során ügyelni kell a részletekre! Az üzletmenetnek folytatódnia kell, a piacot nem szabad elveszíteni, és láttatni kell a hitelezőkkel, érdemes lesz megállapodni, mert van kiút.

Felszámolási eljárás előkészítése

Sokan gondolják úgy, ha felszámolják a céget, már nem kell semmivel

törődni. Óriási tévedés! Amikor nincs más lehetőség, mint a felszámolás, akkor a legfontosabb, hogy minden katonás rendben legyen. A felszámolásokat nagyon sokan figyelik: bank, adóhivatal, hitelezők. A felszámoló teljhatalmat kap, mindent tételesen felmér, ellenőriz, egy fillér hiány nem kerül el a tekintetét. Sikkasztás, adócsalás, csőd büntett miatt feljelentett vállalkozó sokasága igazolhatja, hogy kis odafigyeléssel mindezt el lehetett volna kerülni. Ezért van szükség egy külső, szakértő szemre, aki észreveszi a veszélyeket és segít elkerülni az igazán nagy bajt.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.csodeljaras.net
- www.vegelszamolas.com
- www.cashcomplex.hu
- www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/gaz/gaz21112.pdf

CÉGAUTÓ, CÉGES TELEFON

5.6

CÉGAUTÓ,
CÉGES
TELEFON

A LEGTÖBB MAGYAR ÁLLAMPOLGÁR HASZNÁL TELEFONT, ÉS A LEGTÖBB CSALÁDBAN VAN AUTÓ IS. HA VÁLLALKOZOL, MÁR CSAK AZ A KÉRDÉS, HOGY EZEKET AZ ESZKÖZÖKET MAGÁNSZEMÉLYKÉNT HASZNÁLOD-E, VAGY BEVISZED A CÉGEDBE (AZAZ CÉGKÉNT MEGVÁSÁRLOD) ŐKET. EBBEN A FEJEZETBEN SEGÍTENI SZERETNÉNK MÉRLEGELNI E LEHETŐSÉGEKET, MIELŐTT DÖNTENÉL ARRÓL, HOGY MELYIK ÉRI MEG JOBBAN.

Cégautó vásárlása és használata

Vállalkozásod működése során szükség lehet a cég használatában lévő autóra. Ez persze lehet a már meglévő saját gépjármű is, ha azonban tényleg új autó vásárlásán töröd a fejed, legfontosabb feladatod, hogy kiszámítsd: a vállalkozásod kitermeli-e azokat a pénzügyi terheket, amelyekkel az autó finanszírozása jár, tehát „elbíri-e” a cég a költségeket. Ha a válasz pozitív, át kell

gondolnod, hogy ki tud-e fizetni készpénzben a teljes vételárat, illetve ha nem, akkor milyen futamidőre, mely finanszírozási forma választása célszerű. Ennek kapcsán mérlegelni lehet a hitel, a pénzügyi lízing vagy a tartós bérlet igénybevételét is, melyek mellett és ellen is számos érv szól.

Vásárlás és hitel

Lássuk elsőként a finanszírozását tekintve legegyszerűbb és legszok-

ványosabb konstrukciót, a cégautó-vásárlást. Ennek során természetesen a legkönnyebb helyzetben akkor vagy, ha a vételkor rendelkezzel annyi pénzzel, hogy a teljes árat kifizessed. Minden egyéb esetben kölcsön felvételéért kell folyamodnod. A hitelfelvételről bővebben olvashattál már (■ 3.3. fejezet). Mire számíthatsz, ha hitelt vennél fel?, ez azonban kiegészül a következő, a cégautóra vonatkozó pontosításokkal. Cégautó

hitelre történő vásárlása-
kor költségként csak a
befizetett díj kamatrésze
számolható el: a kamat-
részt pénzügyi ráfordítás-
ként kell elkönyvelned, a
tőkerész viszont csak a
tartozásod csökkenti. Itt
azonban meg kell említe-
ni, hogy a hitelre vásárolt
autó után is el lehet
számolni értékcsökke-

nést, amennyiben az autó
kimutatható az eszközeid
között. Vagyis az autó
értéke költségként megje-
lenik majd a könyveidben,
de más intenzitással mint
ahogy csökken a tőketar-
tozásod a hiteled idősza-
konkénti törlesztésével.

Arra is érdemes odafigyel-
ni, hogy személygépkocsi
vásárlása esetén az áfa
nem igényelhető vissza
(hacsak nem végzel ahhoz
kapcsolódóan bérbeadási
tevékenységet).

Pénzügyi lízing

A pénzügyi lízing az a tevé-
kenység, amelynek során
a lízingbe adó az autó
tulajdonjogát a lízingbe
vevő, vagyis a vállalkozá-
sod megbízása alapján
szerzi meg. Ezt követően a

lízingbe adó a vállalkozá-
sod határozott idejű hasz-
nálatába adja a járművet
oly módon, hogy azt céged
könyveiben kell kimutatni.
A használatba adással
Neked kell viselned a kár-
veszély átszállásából szár-
mazó kockázatot, a köz-
vetlen terheket (ideértve a
fenntartási és amortizációs
költségeket is), másrésről
azonban jogosulttá válsz
az autó használatából eset-
legesen eredő bevételekre.
Mindemellett nyíltvégű
pénzügyi lízing esetén
jogosultságot szerzel arra
is, hogy a szerződésben
kikötött időtartam lejáratá-
val a lízingdíj teljes tőke-és
kamattörlesztő részének,
valamint a szerződésben
kikötött maradványérték
megfizetésével az autó

tulajdonjogát megszerezd
(zártvégű pénzügyi lízing
esetén a lízingbevevőhöz
kerül szükségszerűen).
Ha ezzel a jogoddal nem
élsz, az autó visszakerül a lí-
zingbe adó birtokába (lásd
a 154 oldali táblázatot).

A lízingcég és a vállal-
kozásod szerződésben
kötik ki a lízingdíj tőkeré-
szét – ez a lízingbe adott
autó szerződés szerinti
árával azonos –, valamint
kamatrészt és a törlesz-
tés ütemezését. Zártvégű
pénzügyi lízing esetén
költségként elszámolható a
lízingdíj kamatrésze, és az
értékcsökkenés, illetve sze-
mélygépjármű esetén az
áfa nem igényelhető vissza.
Nyíltvégű pénzügyi lízing
esetén a lízingdíj kamatré-

MKB –Euroleasing Csoport

cím: 1022 Budapest, Bimbó út 56.

telefon: 06 1 345 2424

e-mail: info@euroleasing.hu

honlap: www.euroleasing.hu

·MKB·
EUROLEASING

Az MKB-Euroleasing cégcsoport 1991-ben alakult azzal a szándékkal, hogy a gépjármű-értékesítéshez kapcsolódó szolgáltatások teljes körét lefedje. Az azóta eltelt közel két és fél évtized az alapítók szándékát igazolta: jelenleg az MKB-Euroleasing az egyetlen szereplő a magyar piacon, mely a gépjárműhöz kapcsolódó szolgáltatási lánc valamennyi elemével áll az ügyfelei rendelkezésére. Széleskörű nemzetközi kapcsolataik segítik szolgáltatási minőségünk folyamatos fejlesztését. Európában egyedülálló módon közös vállalata van a Toyota márká központi finanszírozójával, a Toyota Financial Services-zel, stratégiai partnere a PEUGEOT és CITROËN márkákat finanszírozó Banque PSA Finance magyarországi leányvállalatának, illetve a FIAT, a JEEP, a MAZDA, a HONDA és a KIA márkák hazai értékesítési központjainak.

sze, és az értékcsökkenés számolható el költségként, valamint lehetőség nyílik a lízingdíj tőkerészére eső ÁFA visszaigénylésére. Miért lehet mindezek alapján a pénzügyi lízing konstrukciója előnyös a számodra? Ha a működő (forgatható) tőkédet nem szeretnéd egy összegben lekötöni a vásárlással; maximum évente 6 millió forintig a 2013. december 31-ig megkötött szerződések-nél az adóévben kifizetett kamat 40 százalékát, míg

a 2014. január 1-től megkötött szerződések-nél az adóévben kifizetett kamat 60 százalékát társasági adó-kedvezményként igénybe veheted.

Tartós bérlet (operatív lízing)

Ha biztos vagy benne, hogy soha nem akarsz tulajdonos-sá válni a cégautóban, akkor inkább a tartós bérlet mellett célszerű döntened, ami-ben számos gépjármű- és flottakezelő lehet partnered a magyar piacon. A tartós

bérlet egy sajátos, „operatív” lízing. A bérlet során az autó tulajdonjoga a futamidő lejártával is a bérbeadónál marad, legnagyobb előnye pedig, hogy a bérleti díj és a fenntartási költségek elszámolhatóak a vállalko-zás működési költségként, valamint a díjak áfatartalma személygépkocsik után visszaigényelhető, abban az esetben, hogyha bizonyítot-tan csak céges használat történik nyílt végű lízing és bérleti konstrukciók esetén (útnyilvántartás vezetése).

A tartós bérlet során keretszerződést kell kötnöd az autó bérbeadójával, ami általában egy kezdeti

5.6

CÉGAUTÓ,
CÉGES
TELEFON

Operatív lízing ajánlat teljeskörű flottakezeléssel (példa kalkulációk)		
	Alsó-közép kategóriás gépjármű esetén (1.6 motor, 115 Le teljesítmény)	Kishaszongépjármű esetén (1.6 motor, 102 Le teljesítmény)
Futamidő	48 hónap	48 hónap
Futásteljesítmény	20000 km/év	30000 km/év
Finanszírozás	Forint alapon	Forint alapon
Kezdőrészlet	0 Ft	0 Ft
Nettó beruházás értéke	3,658,000 Ft	3,564,000 Ft
Regisztrációs adó	85,000 Ft	0 Ft
Havi nettó finanszírozási díj (értékcsökkenés+kamat)	61,500 Ft	67,500 Ft
Havi karbantartási, gumibroncs szolgáltatási általány és adminisztrációs díj	13,500 Ft	18,000 Ft
Kötelező biztosítás (baleseti adóval) és CASCO havi díja	13,000 Ft	10,000 Ft
Országos gépjárműmentési szolgáltatás havi díja	250 Ft	250 Ft
Havi gépjárműadó	2,400 Ft	1,800 Ft
Havi cégautó adó	6,300 Ft	0 Ft
Havi nettó flottakezelési díj	35,450 Ft	30,050 Ft
Havi nettó bérleti díj (finanszírozási díj+flottakezelési díj)	96,950 Ft	97,550 Ft

A kalkulációban szereplő összegek tájékoztató jellegűek, a példa kalkuláció nem minősül ajánlatnak.

letét kifizetésével, valamint a havonta a szolgáltatásért fizetendő díjak pontos meghatározásával jár. Bár ezzel havi fix költség keletkezik a bérelt autók után, megspórolod vállalatodnak azt a tőkét, amelybe az autó vásárlása került volna. A lízingcégek adatai szerint jelenleg az ügyfelek többsége 3–5 éves futamidős finanszírozási konstrukciót

választ. A szükséges önrész Tőled függ: minél jobb a vállalkozásod hitel-vissza-fizetési képessége, annál alacsonyabb önrésszel juthatsz autóhoz. Érdemes felkészülni arra, hogy a kereskedő elsőként annak a banknak vagy lízingcégnek a konstrukcióját tárja eléd, amelyikhez a legszorosabb anyagi érdekek fűzi. Szerződéses kap-

csolata viszont feltehetően több céggel is van, így érdemes elkérni és átböngészni a többi finanszírozó cég ajánlatát is. Mivel az autó tulajdonjoga menet közben sem a lízing, sem a tartós bérlet esetén sincs a vállalkozásodnál, érdemes biztos anyagi lábakon álló, tisztességes részeseledésű, jó hírnevű lízingcéget választani.

	Hitel	Zártvégű Pénzügyi lízing	Nyíltvégű pénzügyi lízing	Operatív lízing (tartósbérlet)
Illetékfizetési kötelezettségek?	A Hitelfelvevő fizeti a tulajdonszerzéssel kapcsolatos illetéket a gépjármű megvásárlásakor.	A kötéskor a Lízingbevevő az illetéktörvényben meghatározott gépjármű vagyonszerzési illeték 100%-os mértékű megfizetésre köteles.	Kötéskor a Lízingbevevő a 25%-át köteles megfizetni. A Lízingbevevő a futamidő végi vételi jog gyakorlás esetén az akkor hatályos illetékszabályok rendelkezése szerint köteles illetéket fizetni.	A Bérbe vevőnek nincs illetékfizetési kötelezettsége.
Mikor jelentkezik az ügyfél részéről ÁFA fizetési kötelezettsége?	Beszerzéskor, egy összegben.	Törlesztés kezdetén, egy összegben.	A lízingdíj törlesztés során egyenletesen, de csak a tőke az alapja (a kamat nem).	A bérleti díj törlesztés során egyenletesen, a teljes bérleti díjra.
Hogyan számolja el a Ügyfél a havi finanszírozási díjakat?	Kötelezettség csökkenés + kamat ráfordítás	Kötelezettség csökkenés + kamat ráfordítás	Kötelezettség csökkenés + kamat ráfordítás	Költség
Melyek a Ügyfél társasági adóalap csökkentő tételei a ráfordításokban?	Értékcsökkenés + kamat ráfordítás	Értékcsökkenés + kamat ráfordítás	Értékcsökkenés + kamat ráfordítás	Teljes bérleti díj
Törlesztés (díj) ÁFA tartalma levonásba helyezhető-e?	Nincs ÁFA tartalom.	Személygépjármű esetében nem (csak taxi és bérautó esetén), haszongépjármű esetében igen, rögtön a szerződés kezdetén egy összegben.	Igen, személygépjármű esetében is a lízingdíj tökerésének ÁFA-ja. A maradványérték ÁFA tartalma csak haszongépjármű esetén igényelhető vissza.	Igen, a jogszabályban meghatározott egyéb feltételek fennállása esetén a bérleti díj ÁFA tartalmáig.

Forrás: MKB- Euroleasing

KÜLFÖLDI RENDSZÁMMAL MAGYAR UTAKON

Elsősorban nagyobb értékű autóknál lehet érdemes megfontolnod, hogy valamely közeli EU-tagországban bérelj ki vagy vásárolj meg céges autód. Hála a magyar „regisztrációs adó”-nak, számos cég nyújt számadra ezt lehetővé tevő szolgáltatást.

A külföldi autót vásárlás (lízing vagy tartós bérlet) fő vonzereje az, hogy a magas magyarországi regisztrációs adó miatt ezen országokban lényegesen alacsonyabb a vételár, sőt a fenntartási költség is kisebb a hazainál, mivel kisebbek az adóterhek és olcsóbb a biztosítás. Az autót a gyakorlatban megkötések nélkül használhatod itthon vagy más országban, tekintettel az uniós határok „eltűnésére” (igaz, a hatályos hazai közlekedési jogszabályok szerint magyar állampolgárnak és a tartósan, azaz 30 naptól hosszabb ideje Magyarországon élő EU-polgár külföldinek is csak magyar rendszámú kocsija lehet nálunk, sőt, még vezetni sem vezethetünk külföldi rendszámú kocsit). 2012-től a korábbi 30 nap helyett csak 1 napig lehet külföldi rendszámú személygépkocsit használni Magyarország területén az üzemben tartó engedélyével

Több cég is állítja, lehet találni törvényes megoldást a „külföldi” – általában szlovák vagy német rendszámú – cégautó használatára. Ezzel ellentétes álláspontra helyezkedik a NAV, szerintük ez nagyjából úgy törvény-

telen, ahogy van. Ugyanakkor amíg – a regisztrációs adó miatt – ekkora az árkülönbség, nyilván sokan megpróbálják kihasználni e lehetőségeket.

Fontos tudnod, hogy a jelenleg érvényben lévő ÁFA törvényben a közlekedési eszköz bérbevételéhez kapcsolódóan a teljesítési hely meghatározása a bérbevétel hosszától függ. 30 napot nem meghaladó bérlet esetén a teljesítési hely, azaz ahol az ÁFA-t meg kell fizetni, az a hely, ahol a közlekedési eszközt ténylegesen a bérbevevő birtokába adják, míg a tartós, azaz 30 napot meghaladó bérlet esetén a teljesítési hely, az a hely, ahol a szolgáltatás igénybevevője gazdasági céllal letelepedett. A bérelt gépjárművek bérlete után a bevallott adó visszaigényelhető.

2013-tól a személygépkocsi javítási és karbantartási szolgáltatások fehéritése érdekében, a személygépkocsi üzemeltetéséhez, fenntartásához szükséges szolgáltatást terhelő előzetesen felszámított áfának a korábbi teljes levonási tilalma helyett csak 50%-os levonási korlátozás él.

Tanácsunk, hogy mielőtt külföldi rendszámú autót használnál, tájékozódj! Mindenképpen tekintsd át pontosan a kínált konstrukciót, olvass utána az interneten, és ne csak az autókereskedőt, hanem könyvelődet is kérdezd meg az esetleges kockázatokról!

Amit a döntés meghozatala előtt még mindenképpen érdemes figyelembe vened: a – pénzügyi vagy operatív – lízing előnyös vonásai mellett komoly hátrányokkal is rendelkezhet. Ilyen hátrány lehet többek között a nem

forint alapú finanszírozásnál mutatkozó árfolyamkockázat, vagy a futamidő alatti kamatkorrekció.

A cégautó közterhei

A cégautó vásárlásával és magáncélú használatával együtt járnak olyan

közterhek, melyek külön odafigyelést igényelnek.

Gépjárműadó

Az adó alapja személyszállító gépjármű hatósági nyilvántartásban feltüntetett teljesítménye, Az adó mértéke az adóalap után a gépjármű

- gyártási évében és az azt követő 3 naptári évben 345 Ft/kilowatt,
 - gyártási évet követő 4-7. naptári évben 300 Ft/kilowatt,
 - gyártási évet követő 8-11. naptári évben 230 Ft/kilowatt,
 - gyártási évet követő 12-15. naptári évben 185 Ft/kilowatt,
 - gyártási évet követő 16. naptári évben és az azt követő naptári években 140 Ft/kilowatt.
- kilowattban kifejezve.

Az adót a székhelye vagy telephelye szerint illetékes települési, a fővárosban a kerületi önkormányzati adóhatóság

5.6

CÉGAUTÓ,
CÉGES
TELEFON

határozza meg. Megfizetni két részletben (március 15., és szeptember 15.) kell a kirótt tételek alapján.

Cégautóadó

Cégautóadót kell fizetni minden nem magánszemély tulajdonában lévő személygépkocsija után, továbbá a magánszemélyek azon személygépkocsijára, amellyel kapcsolatban tételes költségelszámolással költséget számoltak el. Nem adóköteles az a magánszemély tulajdonában álló személygépkocsi, melyre tekintettel használója kizárólag kiküldetési rendelvénnyel számol el vagy munkába járásra tekintettel

kap költségtérítést. Az adómentesség csak abban az esetben él, ha az elszámolást a NAV által megadott üzemanyagköltséggel és kilométerenként 9 forint karbantartási költséggel számolod el.

A cégautóadó alanya az autó tulajdonosa, pénzügyi lízingbe vett személygépkocsi esetén a lízingbe vevő, külföldi rendszámú személygépkocsi esetén pedig a gépkocsi használója, ha azután belföldön költséget számolt el.

A nagyobb motornak az autókereskedéseken túl a NAV is megkéri az árat: . A kétszeres adóztatás kizárása érdekében az általad

az önkormányzatnak évi két részletben, határidőben és maradéktalanul megfizetett gépjárműadó levonható a cégautóadóból. Az adót önadózással kell bevallani és megfizetni az NAV-nak negyedévente, a negyedévet követő hónap 20-áig.

A cégautó használat szabályozása

Bár első ránézésre úgy tűnhet, az autóhasználat a világ legegyszerűbb dolga, sajnos e körül is rengeteg vitás kérdés adódhat. Egy baleset esetén a munkáltatót vagy a munkavállalót terheli a Casco önrésze, esetleg valamilyen módon osztozni kell majd ezen? Kit

MENNYI A CÉGAUTÓ ADÓJA?

A törvény szerint: az adó havi mértéke személygépkocsinként, a személygépkocsi kW-ban kifejezett teljesítménye és környezetvédelmi osztály-jelzése alapján a következő:

Környezetvédelmi osztály-jelzés

gépjármű hajtómotorjának teljesítménye (kW)	„0”-„4” osztályjelzések esetén	„6”-„10” osztályjelzések esetén	„5”; „14-15” osztályjelzések esetén
0-50	16 500 Ft	8 800 Ft	7 700 Ft
51-90	22 000 Ft	11 000 Ft	8 800 Ft
91-120	33 000 Ft	22 000 Ft	11 000 Ft
120 felett	44 000 Ft	33 000 Ft	22 000 Ft

Forrás: 1991. évi LXXXII. törvény a gépjármű adóról

terhelnek az esetleg – parkolási, vagy közlekedési – bírságok?

A cégautó használat szabályozása nem törvényi előírás, viszont nagyon hasznos – elsősorban a későbbi vitás helyzetek elkerülése érdekében. A legfontosabb, hogy egy megfelelő cégautó szabályzat konkrét irányelveket fektet le a jármű használatából adódó költségkockázatok munkáltató és munkavállaló közti megosztásáról.

A cégautó szabályzatot természetesen elkészítheted Te magad is, azonban légy vele tisztában, hogy egy teljeskörű, minden lehetséges kockázatot szabályozó dokumentum elkészítése jelentős tapasztalatot igényelhet. Amennyiben autóidat valamely flottakezelő cégtől szerzed be, úgy – ebben a kérdésben is - fordulj hozzájuk bizalommal.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.cegauto.lap.hu
- www.adozona.hu/Kalkulatorok
- www.autohitel.hu
- www.euroleasing.hu
- www.leaseplan.hu
- www.autostart.hu

Céges telefon használata

A telefon igazoltan a cég működéséhez kapcsolódó használata áfa- és egyéb adózási szempontból ugyanolyan leírható költségtétel, mint bármi más, ami a mindennapi ügymenethez szükséges. Ez eddig logikus is hangzik, ugyanakkor a magyar állam annyira már nem nagyvonalú veled, hogy a magáncélú használat után is megengedje ezt Neked, sőt ezután – mivel ez az állam szerint természetbeni juttatás – adóznod is kell (mindazon túl, hogy az áfát is csak 70 százalék erejéig vonhatod le). A céges telefon használatát illetően alapvetően három eset lehetséges. Ha a telefon használója a magánbeszélgetéseit kifizeti, akkor Neked, mint munkáltatónak nem keletkezik (illetve csak az általa a magánbeszélgetések után át nem adott „térítés” erejéig keletkezik) adókötelezettséged (és ez akkor is így van, ha Te egy személyben vagy a telefon használója és a munkáltató is). A második esetben a vállalkozás a természetbeni juttatásként biztosított magáncélú

használat után adót és járulékot fizet. Ebben az esetben a törvény szerint egy bizonyos mértékű magánhasználatot kell „vélelmezned” (illetve részletes számlával alátámasztanod), ez adja az adóalapot. Az adó mértéke jelentős: aktuálisan a telefonszámla áfával növelt értékének 20 százaléka képezi az adóalapot. Az adóalap 19 százalékkal növelt összege után 16 százalékos szja és 27 százalékos eho fizetendő az adóhivatalnak. Fizetnie ez esetben annak kell, aki a telefonszolgáltatóval szerződésben áll, vagyis akinek a nevére szól a számla. A telefonszámla összegéből természetesen

csak azt a részt kell adóköteles bevételként figyelembe venni, amelyet a kifizető, munkáltató a használókkal egyébként nem fiztetett meg. Az említett adókötelezettség a kettős könyvvitelt alkalmazó cégekre, az egyszemélyes társaságokra és az evaalanyokra is kiterjed. Az egyéni vállalkozóknak ellenben csak akkor kell cégtelefon utáni adót fizetniük, ha a tevékenységükben közreműködő magánszemélyeknek (akik elképzelhető, hogy más cég vagy intézmény nevében járnak el) telefonhasználatot biztosítanak. Az „önfoglalkoztató” egyéni vállalkozó ugyanakkor mentesül az adókötelezett-

TELEFONADÓ - PERC ALAPON

A hatályos törvény alapján magánszemély előfizető esetén 2, céges előfizető esetén 3 forintot kell fizetni a szolgáltatóknak telefonhívásonként minden megkezdett perc és elküldött üzenet után is. Az adó összege nem lehet több, mint

- magánszemély előfizető előfizetéséhez tartozó hívószám esetén 700 Ft/hó/hívószám,
- nem magánszemély előfizető előfizetéséhez és a szolgáltatóhoz tartozó hívószám esetén 5000 Ft/hó/hívószám.

Az adót a telefonszolgáltatók szedik be, és fizetik be az államkasszába, ugyanakkor a szolgáltatók nagy része nem nyeli le az adót, hanem vagy az egészet, vagy egy részét áthárítja ügyfeleire.

5.6

CÉGAUTÓ,
CÉGES
TELEFON

ség alól, mivel ő saját magával szemben nem kifizető. Ha azonban kitarasz amellett, hogy csak céges hívása volt alkalmazottnak, akkor figyelned kell arra, hogy valóban csak hivatalos ügyekben kezdeményezzenek hívást alkalmazottaid, illetve magáncélú beszélgetéseikért fizessenek a vállalkozásnak. Különösen azért fontos ez, mivel Neked kell bizonyítanod, hogy a teljes számlából melyik tétel sorolható a céges vagy magándiskurzusok csoportjába. Ehhez vélhetően egy olyan szerződést kell majd kötnöd a telefonszolgáltatóval, amely részletes számlát is biztosít, így lehetőség van a privát hívások elkülönítésére.

BIZTOSÍTÁS BIZTONSÁG

NAGYON SOK MAJDANI GONDTÓL KÍMÉLHETED MEG MAGAD, HA VÁLLALKOZÁSOD VAGYONTÁRGYAIRA BIZTOSÍTÁST KÖTSZ. A ROSSZ HÍR, HOGY EZ IS PÉNZBE KERÜL, A JÓ, HOGY VÉGRE EGY OLYAN PIACON TALÁLOD MAGAD, AHOL ÉRTED VERSENGENEK A BIZTOSÍTÓK.

Magánemberként jó eséllyel Te is rendelkezel biztosítással: lakásodra vagy autódra bizonyosan kötöttél már korábban valamiféle biztosítást. Kisvállalkozóként egy kicsit – de csak egy kicsit – komplikáltabb a dolog, ugyanis a biztosításod díjait nem csak a vagyontárgyak értéke befolyásolja: alapvető fontosságú az is, hogy milyen tevékenységet folytatsz vállalkozásodban.

Könnyen belátható, hogy eltérő kockázata van ugyanis mondjuk egy helyi kis ABC bolt vagy egy kovácsműhely tevékenységének, az egyikben inkább a betöréses lopás, a másikkban inkább a tűz vagy, valamilyen munkahelyi baleset kockázata nagyobb. De adott tevékenységen belül is eltérhetnek a kockázatok: egy fatelepen nagyobb a tűzkár kockázata, mint

egy téglát és termésköveket kínáló másik telepen. Általánosságban elmondható, hogy ugyanarra a vagyoni értékre a legalacsonyabb díjat egy irodaházban bérelt iroda, a legmagasabb díjat pedig fűrésztelep vagy egy kis bútorgyár esetében kéri a biztosítók.

A biztosítások között jelentős eltérés mutatkozhat meg még abban

is, hogy pontosan milyen eseményre vonatkoznak. Alapvetően léteznek nevesített kockázatú biztosítások (azaz arra vonatkozik, ami fel van sorolva a szerződésben), illetve „all risks” biztosítások (melyek mindenre vonatkoznak, ami nincs előre kizárva pl.: háborús károokra).

Mint láthatod, elég sok szempont alapján áll össze a Te vállalkozásodra vonatkozó biztosítás díja. Nem ismerve vállalkozásodat, nyilván nehéz lenne megbecsülni egy ilyen biztosítás várható díját, de nagyságrendileg 100 ezer forint körüli éves díjjal váltathatod meg nyugalmadat.

Vagyontbiztosítás

Vállalkozási biztosítást alapvetően három különböző vagyonelemre köthetsz: ingatlanra, különféle berendezésekre, gépekre és készleteidre. (Egyes biztosítók kínálnak értékpapírokra vagy ékszerekre köthető

módozatokat is). E felsorolásból – attól eltekintve, ha autókkal kereskedsz, vagy szervízt üzemeltetsz – kimarad az autó, mivel az autókra tulajdonosuktól függetlenül ugyanolyan biztosítási lehetőség vonatkozik.

A vállalkozási biztosításokon belül a biztosítók legtöbbje külön kínál valamilyen kisvállalkozói biztosítást is. Ezek általában 500 millió forint alatti biztosítandó vagyonra vonatkoznak, és sok helyen egyszerűsített eljárással köthetők meg.

Felelősségbiztosítás

Természetesen létezhetnek olyan károk, sajnálatos események is egy vállalkozás életében, melyek nem közvetlenül valamely vagyonelemhez kapcsolódnak. A vállalkozás, mint jogi személy általános működési kockázataira, a szerződéses partnereknek okozott, vagy az alkalmazottak üzemi balesete miatti károokra fedezetet nyújtó biztosításokat összefoglalóan felelősségbiztosításnak nevezzük.

A BIZTOSÍTÁSI ALKUSZ

Ha nem akarsz –akárcsak az interneten - egyenként végigjárni a biztosítókat, úgy keress fel nyugodtan egy biztosítási alkuszt (más néven brókert), aki helyetted elvégzi ezt a munkát.

A brókerek több biztosítótól kérnek be ajánlatokat, melyekből ügyfelük eldöntheti, hogy melyiket választja. Egy alkusz munkája gyakran nem csupán a biztosítás megkötésére korlátozódik, hanem akár az esetleges kárrendezésben is segítségére lehet.

Két jó tanács: Az alkusz ugyan nem a biztosító, hanem a Te megbízottad, de a díja a biztosítótól a Te megkötött biztosításod után kapott jutaléka. A jutalékszint pedig gyakran eltérő az egyes biztosítók esetében, ami azért módosíthatja a bróker által feléd kiajánlottakat. Másrészt a biztosítók díjazzák a hűségedet: ha egy helyen kötsz több biztosítást, gyakran jelentős kedvezményeket érhetsz el.

EGY SZÁMPÉLDA A BIZTOSÍTÁSRA

Egy közepes méretű, családi vállalkozás keretében működtetett, kereskedelmi tevékenységet folytató kisvállalkozás esetében, a vállalkozói biztosítási védelem az alábbiak szerint épül fel.

Vagyonbiztosítás

	Biztosított érték (eFt)	A biztosítás éves díja (Ft)
Épület, építmény (150 m ² kereskedelmi célú, normál szerkezeti kialakítású családi ház jellegű építmény)	30.000	70.000
Gép, berendezés (Pénztárgép, telefon és fax, bútorok, fénymásoló, számítógép)	8.000	
Készletek	25.000	
Összesen	63.000	

A példa szerinti biztosítási védelem kiterjed a klasszikus természeti csapás és katasztrófa események miatti károokra, a betöréses lopásból, vandalizmusból és az üvegfelületek törése, rongálódása miatti károokra és veszteségekre (*).

Felelősségbiztosítás

A példában szereplő felelősségbiztosítás kártérítésének felső határa:

- 10.000.000.-Ft / káresemény
- 30.000.000.-Ft / év

A felelősségbiztosítás éves díja: **45.000.-Ft / év.**

A biztosítási csomag éves díja, összesen: 115.000.-Ft / év.

(A jellemző, negyedéves díjfizetési gyakorisággal számolva 28.750.-Ft a negyedévente fizetendő biztosítási díj.)

(*A számítás átlagos kockázati viszonyok mellett, a különböző, igénybe vehető kedvezmények igénybe vétele nélküli alaplíra vonatkozik.)

A kalkulációban szereplő összegek tájékoztató jellegűek, a példa kalkuláció nem minősül ajánlatnak.

E biztosítási forma nagyszámú - előre meghatározott - káresemény bekövetkezésére nyújthat védelmet. A felelősségbiztosítások gyakran a vagyonbiztosításokkal kombinált formában köthetők meg.

A biztosító szerepe a felelősségbiztosítások rendezése során kettős:

- megtéríteni a biztosított helyett a jogos kárigényeket, illetve
- elhárítani a megalapozatlan követeléseket.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.aegon.hu
- www.allianz.hu
- www.generali.hu
- www.uniqa.hu
- www.union.hu
- www.mabisz.hu
- www.fbamsz.hu

Középre írunk.

A SZERZŐI JOG

MINDEN, AMIT MEGALKOTSZ, A SZEMÉLYISÉGEDET TÜKRÖZI, EZÉRT ÉRTÉKES. EZT A JOG IS ELISMERI, ÉS AZ ALKOTÓ-MŰVÉSEKET A SZERZŐI JOG INTÉZMÉNYRENDSZERÉN KERESZTÜL VÉDI. A MŰVEIDDEL TE RENDELKEZHETSZ. HOGY HOGYAN, ERRŐL SZÓL EZ A FEJEZET.

Bármilyen, amit megalkotsz – legyen az grafika, látványterv vagy más iparművészeti alkotás, de egy építészeti terv vagy egy számítógépes program is –, szerzői jogi védelem alá esik. Ennek feltétele, hogy egyéni, eredeti jellege legyen, vagyis ne legyen más mű szolgai másolata.

Fontos:

- A szerzői jogi védelem a műveidet a keletkezésüktől fogva megilleti, a védelem nem függ semmilyen bejelentéstől vagy nyilvántartásba vételtől.
- A szerzői jog nem esztétikai kategória. Nem függ minőségi jellemzőktől vagy

az alkotás színvonalára vonatkozó értékítélettől.

- Egy ötlet önmagában még nem lehet szerzői jogi védelem tárgya.

Milyen jogok illetnek meg Téged mint szerzőt?

Egy mű alkotójaként (szerzőjeként) a következő jogokkal rendelkezel:

- Te döntesz arról, hogy művedet mikor, milyen körülmények között mutatsz be, hozod nyilvánosságra, illetve dönthetsz úgy is, hogy a nyilvánosságtól visszavonod.
- Jogod van ahhoz, hogy a nevedet feltüntessék a műveden. Ez a jog az alkotásoddal kapcsolatos bármilyen közlemény (kri-

tika vagy más hivatkozás) esetében is megillet.

- Felléphet az ellen, hogy a művedet megcsonkítsák, megváltoztassák vagy méltatlan körülmények között használják. Ezek a jogaid – az úgynevezett személyhez fűződő jogok – mindig megmaradnak, függetlenül attól, hogy kivel és milyen szerződést kössz műved felhasználásáról. További fontos jogod, hogy alkotásaid csak a Te engedélyeddel használhatók fel, és ennek az engedélynek a fejében jogdíj jár Neked. Minderről szerződésben – a felhasználási szerződésben – kell rendelkezned.

Mi az a felhasználás?

Felhasználásnak a szerzői jogban a mű bármiféle hasznosítását nevezzük. Ide tartozik a kiállítás, a sokszorosítás (másolás), az átdolgozás, de akár egy díszelemek között játszódó film vetítése is. Mivel egy mű igen sokféleképpen hasznosítható, ezeket

a szerzői jog a lehető legtágabb fogalmakkal jelöli.

Hogyan köthetsz felhasználási szerződést?

Felhasználási szerződés, érvényesen, csak írásban köthető. Emellett az ilyen megállapodásokról a következőket érdemes még tudnod:

- a szerződés csak akkor biztosítja a mű kizárólagos használatának jogát, ha ezt így kifejezetten kikötötték benne;
- a szerződésben minél pontosabban határozzátok meg, hogy mint szerző a mű milyen felhasználására adsz engedélyt (mennyi időre, hol, milyen körülmények között stb.);
- a szerzői jog tiltja az „életműszerződések”. Így nem köthetsz olyan szerződést, amelyben – mint szerző – bizonytalan számú, jövőben megalkotandó mű elkészítésére kötelezed el magad.

A szerzői jog alkotókat védő szabálya, hogy ha a szerződés tartalma nem állapítható meg egyértelműen, akkor mindig a szerző számára kedvezőbb értelmezést kell alapul venni. Soha ne hagyatkozz azonban csupán erre a rendelkezésre, és aláírás előtt mindig olvasd el figyelmesen a szerződés szövegét. Minden félreérthető pontot még aláírás előtt tisztázzatok, mert ezzel vitákat előzhettek meg.

Mindig, mindenkivel Neked kell szerződnöd?

Ha a felhasználási szerződés tárgya az általad alkotott mű első nyilvánosságra hozatala, akkor ez feltétlenül azt igényli, hogy Te személyesen add meg az engedélyt a felhasználónak. A már nyilvánosságra hozott alkotások egyedileg nem gyakorolható, további felhasználására az alkotók közös jogkezelő szervezetei adnak engedélyt. A képző-, az ipar- és a fotóművészeti alkotások (vizuális művek) esetében a közös jogkezelést a Hungart, a Vizuális Művészek Közös Jogkezelő Társasága Egyesület (www.hungart.org/) végzi.

A FÉNYKÉP A SZERZŐI JOGBAN

A szerzői jog nem általában a fényképeket, hanem csupán a fotóművészeti alkotásokat védi. Az, hogy adott esetben egy egyszerű fényképről vagy szerzői jogi védelem alatt álló fotóművészeti alkotásról van-e szó, ismét csak a mű egyéni, eredeti jellege alapján dönthető el. Ez az egyéni jelleg megjelenhet például:

- a fénykép egyedi beállításában;
- a fényképen megörökített pillanat egyediségében; vagy
- a kép előhívása, feldolgozása során használt egyedi megoldásokban.

Összességében: a fotóművészeti alkotást az különbözteti meg az egyszerű fényképtől, hogy megjelenik benne az alkotó személyisége. Ugyanez igaz a tárgyak fotózásának esetében. Ha a fényképpel csupán dokumentálsz egy tárgyat, akkor a fotó nem tartozik a szerzői jog védelme alá. Ha azonban az adott tárgyat úgy fényképezed le, ahogyan csak Te tudod, és az elkészülő képben megjelenik a személyiséged is, akkor vitán felül a szerzői jog által védett művet hoztál létre.

Tárgyak fényképezésénél fontos odafigyelni arra is, hogy maga a fotózott tárgy szerzői mű vagy sem. A szerzői jog által védett alkotások (festmények, kislasztikák stb.) fényképezésekor ugyanis magát az ábrázolt művet is felhasználod, ezért alkotójának jogaira is feltétlenül figyelemmel kell lenned.

A közös jogkezelés előnye az alkotó számára, hogy nem kell alkotásainak minden egyes felhasználását figyelnie, mert a felhasználás nyomon követését és a jogdíjak beszedését a közös jogkezelő elvégzi helyette. A közös jogkezelő működése ugyanakkor a felhasználók dolgát is egyszerűsíti. Például ha egy kiadó már megjelent fotóművészeti alkotásokkal, grafikákkal illusztrált könyvet kíván kiadni, nem kell minden egyes illusztráció alkotóját külön megkeresnie, mert a Hungarttól egy kézből, egy szerződés keretében kaphat engedélyt.

A Hungart közös jogkezelő tevékenysége ezzel együtt is önkéntes. Ha úgy érzed, hogy számodra kedvezőbb, ha a már nyilvánosságra hozott műveid felhasználását is saját magad engedélyezed, akkor lehetőség van arra, hogy kilépj a Hungart által végzett közös jogkezelésből. A közös jogkezeléssel kapcsolatban a Hungartnál részletesen is érdemes tájékozódni.

Mit tehetsz akkor, ha megsértik szerzői jogaidat?

Ha megsértik szerzői jogaidat – például művedet az engedélyed és jogdíjfizetés nélkül használják fel –, számos lehetőség van arra, hogy megfelelő elégtételt kapj. A polgári jog keretében többek között bíróság előtt követelheted, hogy a jogsértő:

- hagyja abba a szerzői jogaidat sértő tevékenységét;
- szolgáltatson számodra adatokat a jogsértő felhasználásra kialakított üzleti kapcsolatairól;
- térítse vissza számodra a jogsértéssel elért gazda-

godást – tehát fizesse meg számodra legalább azt az összeget, amit jogszerű felhasználás esetén jogdíjként amúgy is meg kellett volna kapnod –; illetve

- ezenfelül, ha indokolt, fizessen számodra megfelelő összegű kártérítést.

A szerzői jogok megsértésének súlyosabb eseteit a büntetőjog is büntetni rendeli. Ha a szerzői jogaidat internetes közzéléssel sértik meg, akkor lépj

kapcsolatba az érintett internetszolgáltatóval. Vele egy ún. „értesítési-eltávolítási eljárás” keretében tisztázhatod a helyzetet, és értheted el azt, hogy a jogsértő tartalomhoz való hozzáférést megszüntesse. Az eljárás részleteit az elektronikus kereskedelemről szóló, 2001. évi CVIII. törvény szabályozza. A rendelkezésre álló jogi eszközök mellett is elsőként azonban érdemes tárgyalással megpróbálni

ÖNKÉNTES MŰNYILVÁNTARTÁS

A szerzői jogi törvény kimondja, hogy az ellenkező bizonyításáig azt kell szerzőnek tekinteni, akinek a nevét a művön a szokásos módon feltüntették. Az olyan műtípusok esetében, ahol a névfeltüntetés nehézkes vagy általában a szerzőség bizonyításának megkönnyítése célszerű lehet, a szerző kérheti a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatalánál (SZTNH), hogy művét úgynevezett önkéntes műnyilvántartásba vegyék. Az SZTNH ezt közokirattal igazolja, amit – az ellenkező bizonyításáig – mindenki köteles elfogadni. Az okirat kiállítása díjköteles.

Hogyan történik ez? A mű eredeti vagy másolati példányát az SZTNH ügyfélszolgálatán egy A/4-es méretű, speciális, szírozott, lezárt borítékban helyezik el. Ha a szerző kilétéről vita támad, akkor a borítékban elhelyezett, keltezett mű bizonyítékként használható fel. Az önkéntes műnyilvántartással kapcsolatos információk elérhetők az SZTNH honlapján a Szerzői jog – Önkéntes műnyilvántartás menüpontonról vagy közvetlenül a <http://www.sztnh.gov/szerzoijog/onkentess/> címen.

érvényt szerezni jogaidnak. Sok időt és fáradságot takaríthatsz meg, ha sikerül elkerülnödök a pert.

A szabad felhasználás

Bizonyos esetekben a szerzői jog megengedi, hogy valamely művet a szerző engedélye nélkül használják föl. Ezek az ún. „szabad felhasználásnak” a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvényben pontosan meghatározott esetei. Ilyen lehet például, ha:

- a műről (például fotóművészeti alkotásról) magán-személy magáncélra készít másolatot;
 - a már nyilvánosságra hozott műről, iskolai oktatás céljára készítenek másolatot;
 - képző-, fotóművészeti, építészeti vagy iparművészeti alkotást televíziós műsor-szolgáltatásban díszletként használnak fel; vagy
 - a művet, bírósági eljárásban, bizonyítás céljára használják.
- A szabad felhasználás a szerzői jogban kivételes esetnek számít, e lehetősé-

A CREATIVE COMMONS

Az interneten közzétett művek esetében a terjesztésnek, többszörözésnek lényegében megszűnnek a fizikai korlátai, így a felhasználásnak itt elsősorban jogi szabályai vannak. A Creative Commons rendszerét 2001-ben azzal az igénnyel hozta létre Lawrence Lessig, a Stanford Egyetem jogászprofesszora, hogy enyhítse ezeket a jogi korlátokat, és minél több online tartalom váljék szabadon – értsd: a szerzőnek járó jogdíj megfizetése nélkül – felhasználhatóvá, azaz „kreatív közjósággá”. Az időközben mozgalommá terebélyesedett Creative Commons keretében ezért sajátos engedélyezési mintákat dolgoztak ki és alkalmaznak.

A legfontosabb dolog, amit a Creative Commons-szal kapcsolatosan tudnod érdemes, hogy ez a rendszer nem helyettesíti a szerzői jogot. A hazai jogszabályok Rád – mint alkotóra és felhasználóra egyaránt – feltétel nélkül vonatkoznak. A Creative Commons tehát nem ad felmentést a szerzői jogi szabályok betartása alól, és arra sem ad lehetőséget, hogy jogaid védelme érdekében e rendszer keretein belül fellépj.

geket mindig a legszűkebben lehet csak értelmezni.

Munkaviszonyban alkotott mű

Ha olyan munkakörben helyezkedsz el, ahol az alkotói tevékenység a munkaköri kötelességed id részét képezi – tehát benne szerepel a munkaszerződésed mellékletét képező munkaköri leírásodban –, akkor a munkáltatód a számára e körben elkészített és

átadott művek felhasználására külön felhasználási szerződés megkötése nélkül is jogot szerez. Az ilyen, a szerzői jog szóhasználatában „szolgálati mű”-nek nevezett alkotások felhasználása után külön, a munkabéren felüli jogdíj illet meg, ha a munkáltató a műved felhasználására más személy számára is engedélyt ad. Fontos, hogy tudd: ha valaki munkaszerződés nélkül kívánna foglalkoz-

6.1

A SZERZŐI JOG

tatni alkotói munkakörben, akkor – az adó- és a társadalombiztosítási szabályok megszegésének szokásos következményei mellett – számolnia kell azzal is, hogy (külön megállapodás hiányában) az általad alkotott művek felhasználásának jogát sem szerzi meg.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- Szinger András – Tóth Péter Benjamin: Gyakorlati útmutató a szerzői joghoz (Novissima Kiadó, Budapest, 2004)
- www.hungart.org
- www.sztnh.gov.hu/szerzoi_jog
- www.artisjus.hu/aszerzoi_jogrol/jogszabalyok.html
- hu.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons

DIZÁJN, VÉDJEGY, SZABADALOM

MUNKÁD SORÁN ELŐFORDULHAT, HOGY OLYAN ALKOTÁST HOZOL LÉTRE VAGY MEGOLDÁST DOLGOZOL KI, AMELYNEK VÉDELMERE NEM ALKALMAS VAGY NEM A LEGMEGFELELŐBB A SZERZŐI JOG.

Ez esetben el kell gondolkodnod arról, hogy milyen oltalmi forma jöhet még szóba az alkotás védelmére. Míg a jogi védelem a szerzői jog esetében az alkotás létrejöttétől fogva automatikusan megillet, a következő oltalmi formáknál a jogi védelem megszerzéséhez külön eljárást kell indítanod, és az eljárás eredményeképpen keletkezhet az oltalom.

Formatervezési minta

Ha az általad megalkotott formatervezett termék előállítását nagyobb sorozatban képezed, vagy tartasz attól, hogy egyedi alkotá-

sodat lemásolják, célszerű lehet a formatervezési mintaoltalom megszerzése.

A formatervezési mintaoltalommal védett termék lehet bármely ipari vagy kézműipari árucikk, illetve a termékek közé tartozhat a csomagolás, a kikészítés, a grafikai jelzések és a nyomdai betűformák, valamint azok a részek is, amelyeket valamely összetett termékben való összeállításra szántak.

Ahhoz, hogy egy termék kialakítására formatervezési mintaoltalmat szerezhess, szükséges, hogy a termék megjelenése új és egyéni jellegű legyen.

A formatervezési mintaoltalom 5 évre kizárólagos hasznosítási jogot biztosít a számodra a termék hasznosítására, különösen a gyártási jog eladására, illetve a termék előállítására és forgalmazására. Ez az oltalmi idő legfeljebb négy alkalommal, további 5-5 évre meghosszabbítható. Az oltalom megszerzéséhez bejelentést kell tenned a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatalnál. Az SZTNH az eljárás során, egyebek mellett, vizsgálja az újdonság és az egyéni jelleg meglétét, és engedélyezés esetén okiratot ad ki a minta lajstromba vételéről.

6.2

DIZÁJN VÉDJE SZABADALOM

Védjegy

Ha egy cég megbíz azzal, hogy tervezd meg az emblémáját, alkotói jogaidat a szerzői jog biztosítja. Ha azonban saját céget akarsz alapítani vagy magad akarsz forgalomba hozni az általad tervezett terméket, előnyös lehet számodra egy saját védjegy.

A védjegy fő funkciója, hogy lehetővé tegye a fogyasztók számára egy adott vállalkozás termékének azonosítását (legyen az áru vagy szolgáltatás) annak érdekében, hogy azt meg lehessen különböztetni a versenytársak által előállított más, azonos vagy hasonló terméktől. Az adott termékkel elégedett fogyasztók minden valószínűség szerint a jövőben is az ezzel a védjeggyel ellátott terméket fogják megvenni vagy használni. A védjegy segítségével az azonos vagy hasonló termékek között könnyen különbséget tehetnek.

Védjegyként választhatsz bármilyen megjelölést, ami grafikai ábrázolható. Ilyen megjelölés különö-

sen a szó, szóösszetétel, beleértve a személynevet és a jelmondatokat, betű, szám, ábra, kép, sík- vagy térbeli alakzat (beleértve az áru vagy a csomagolás formáját), szín, színösszetétel, fényjel, hologram, hang, valamint a felsoroltak összetétele. A védjegyjog 10 évre biztosít számodra kizárólagos jogot a védjegy használatára. A védjegyjog további 10-10 éves időtartamra korlátlanul megújítható. Az oltalom megszerzéséhez bejelentést kell tenned az SZTNH-nál. Az SZTNH hatósági vizsgálatot végez, és engedélyezés esetén okiratot ad ki a védjegy lajstromba vételéről.

Szabadalom, használati minta

Ha alkotómunkád során új eljárást, módszert vagy más, műszaki megoldást dolgozol ki, esetleg új anyagot, anyagkeveréket találsz fel, a létrejött találmány védelmére célszerű a szabadalom megszerzése. Ahhoz, hogy egy találmány-

ra szabadalmat szerezhess, többek között szükséges, hogy a megoldás új, azaz más legyen, mint az addig ismertté vált megoldások, feltalálói tevékenységen alapuljon, azaz ne következzen az ismert megoldásokból. További feltétel, hogy a megoldás a legtágabban véve műszaki jellegű legyen. Nem szerezhető oltalom például egy ötletre vagy önmagában a szoftverre. A szabadalmi oltalom 20 évre biztosít számodra kizárólagos jogot a találmány hasznosítására, különösen a gyártási jog eladására, illetve a termék előállítására és forgalmazására. Az oltalom megszerzéséhez bejelentést kell tenned az SZTNH-nál. A szabadalmi bejelentésben mások számára is érthető módon fel kell tárnod, azaz ismertetni a teljes megoldást. Az SZTNH az eljárás során egyebek mellett vizsgálja az újdonság és a feltalálói tevékenység meglétét, és engedélyezés esetén okiratot ad ki a szabadalom nyilvántartásba vételéről.

Ha valaki a megoldásodat az engedélyed nélkül hasznosítja, azzal szemben csak érvényes szabadalmi oltalom alapján léphetsz fel. Eszköz, berendezés oltalmára alkalmas lehet a „kis szabadalomként” is ismert használati minta, amelynek oltalmi ideje tíz év, és az engedélyezési eljárás is gyorsabb-egyszerűbb, költségei pedig kisebbek, mint a szabadalomé.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.sztnh.hu/kapcsolat/ugyfelszolgalat
- www.sztnh.hu/formaterv
- www.sztnh.hu/vedjegy
- www.sztnh.hu/szabadalom
- www.sztnh.hu/hami
- www.sztnh.hu/szolgaltatasok
- www.sztnh.hu/adatbazisok

DIZÁJN ÉS VÉDJEGY AZ EU-BAN

HA TERMÉKEDDEL VAGY SZOLGÁLTATÁSODDAL SZERETNÉL AZ EURÓPAI PIACON IS MEGJELENNI, ÉRDEMES LEHET TÖBB ORSZÁGRA KITERJEDŐ JOGI OLTALMAT BIZTOSÍTANOD MAGADNAK. ERRE KÍNÁLNAK MEGOLDÁST AZ EURÓPAI KÖZÖSSÉGI OLTALMI RENDSZEREK.

A közösségi formatervezési minta és a közösségi védjegy oltalma az Európai Unió minden tagállamában egységesen érvényes. E két közösségi oltalmi rendszert az alicantei (Spanyolország) székhelyű Belső Piaci Harmonizációs Hivatal (BPHH, angol elnevezéssel: Office for Harmonization in the Internal Market, OHIM) működteti; az oltalom megszerzése érdekében a BPHH-nál kell bejelentened azt, amit oltalom alá kívánsz helyezni.

Hol és hogyan?

A bejelentés mindenképpen pénzbe kerül, de nem feltétlenül kell hozzá szakértőt is megfizetned, mert az eljárás egyszerű. Választhatsz, hogy közvetlenül Alicantéba küldöd el a bejelentést, akár interneten keresztül, elektronikus úton; vagy a Magyar Szabadalmi Hivatal közreműködésével juttatod el. Közöségi formatervezési minta (Community Design)

A magyar szabályozástól eltérően a közösségi rendszer – a lajstromozott minta mellett – ismeri a „lajstromozás nélkül oltalomban részesülő” közösségi formatervezési mintát is. Az alapvető feltételek mindkét esetben azonosak; a minta akkor állhat oltalom alatt, ha új és egyéni jellegű. A kétféle oltalom közötti főbb különbségek a következők:
A lajstromozott közösségi formatervezési minta-olta-

lom esetében bejelentést kell tenni, és az oltalom az engedélyezési eljárás eredményeképpen keletkezik. Az oltalmi idő 5 év, amely négy ízben, további 5-5 évre meghosszabbítható, azaz az oltalmi idő akár 25 év is lehet.

A lajstromozás nélküli mintaoltalom külön eljárás lefolytatása nélkül biztosít valamennyi tagállamra kiterjedő hatályú, egységes oltalmat. Az oltalom az Európai Unión belül történő első nyilvánosságra jutással, automatikusan keletkezik. Az oltalmi idő azonban csak 3 év. Ez a gyors ütemben változó vagy avuló termékeket előállító iparágak számára külön testreszabott megoldást, mint amilyen például a ruha- vagy a cipőipar. Kockázati tényező lehet ugyanakkor egy jogvitában az oltalom keletkezése körüli bizonytalanság, azaz a nyilvánosságra jutás időpontjának és annak bizonyítása, hogy mire is terjed ki pontosan az oltalom, és hogy a minta másolása szándékosan történt-e.

A KÖZÖSSÉGI OLTALOM ELŐNYEI ÉS HÁTRÁNYAI

A közösségi oltalom előnye, hogy egyetlen bejelentéssel, egyetlen nyelven, aránylag olcsón, az Európai Unió valamennyi tagállamának területére egyidejűleg, egyetlen eljárásban szerezhet sz oltalmat. Nem kell tehát minden egyes tagállamban – eltérő nyelvekkel, díjakkal és jogszabályokkal megbirkózva – időigényes, költséges eljárást indítanod.

A közösségi oltalom egységes jellegéből azonban hátrányok is származhatnak. A valamennyi tagállamra kiterjedő, egységes oltalom ugyanis megszűnhet, ha akár egyetlen tagállamban felmerül olyan ok, amely az oltalom érvényességét vagy létét befolyásolja.

Ha a termék tervezett piaci bevezetése nem indokolja az oltalomszerzést valamennyi tagállamban, nincs akadálya annak sem, hogy csak egyes tagállamokban szerez sz oltalmat a nemzeti jogszabályok alapján, sőt, ugyanarra a dizájnról vagy védjegyre párhuzamosan is fennállhat közösségi és nemzeti oltalom.

Közösségi védjegy

(Community Trade Mark)

A valamennyi államra kiterjedő közösségi védjegy oltalmi ideje 10 év, amely korlátlanul meghosszabbítható további 10-10 évre. A BPHH honlapján található egy ingyenesen használható adatbázis (Community Trade Mark Consultation Service vagy CTM-online), amely 1996-tól tartalmazza a közösségi védjegybejelentések és védjegyek adatait.

Itt ellenőrizheted, hogy az általad használni kívánt logó, formaterv vagy jelmondat nem áll-e már közösségi védjegyoltalom alatt. Érdemes minderről előzetesen tájékozódnod, mert a hasonló, már oltalom alatt álló megjelölés engedély nélküli használata miatt felléphetnek ellened a bíróságon, továbbá az ilyen korábbi, már oltalom alatt álló megjelölés miatt utóbb oltalomszerzési szándékod is meghiúsulhat!

6.3

DIZÁJN ÉS VÉDJEY AZ EU-BAN

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- A Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala tájékoztató füzetei
- www.sztnh.hu/formaterv/eu_ut/
- www.sztnh.hu/vedjegy/eu_ut/
- www.oami.europa.eu



Ha részletesebben is érdekelnek a trendek, iratkozz fel a Trendinspiráció hírlevelére: <http://www.trendinspiracio.hu/belepes-regisztracio/>

AZ IDEI TRENDEK

BÁRMIVEL IS FOGLALKOZOL VÁLLALKOZÁSODBAN, FONTOS TUDNOD, HOGY MERRE MEGY A VILÁG. MIT FOGNAK GONDOLNI A FOGYASZTÓID, MILYEN ÚJ GONDOLATOK, ÉRTÉKEK HATNAK MAJD RÁJUK. EZEKET A FOLYAMATOKAT – TRENDEKET - ELEMZIK A TRENDKUTATÓK, FIGYELJ ODA RÁJUK, HISZEN HATÁSSAL LESZNEK A TE VÁLLALKOZÁSODRA IS!

InfoJanus

Az új technológiáknak, az új platformoknak és a vállalati, kormányzati oldalról jövő növekvő igénynek köszönhetően egyre több adatot adunk, osztunk meg digitálisan. Ennek eredményeként egyre több információ érhető el a fogyasztóról, vásárlóról, a lakosságról. A jövő nagy kihívása a vállalatoknak továbbra is az adatok megfelelő feldolgozása, hasznosítása a vállalati stratégiában, melyek új típusú gondolkodást feltételeznek. A fogyasztónak

azonban kettős természetű a viszonya az információs technológiához, a digitális platformokhoz és ezen keresztül az adatok közléséhez: egyrészt örül minden személyre szabott ajánlatnak, kedvezménynek és technikai újdonságnak, hiszen az hatékonyabb és kényelmesebb életmódot (életstílust) valamint kapcsolattartást eredményezhet. Ugyanakkor a másik oldalon ellenáll neki és elzárkózik előle, egyre kevésbé akar ugyanis betekintést adni az életébe,

a mindennapjaiba, a gondolkodásába. Ez nem csak azt jelenti, hogy számunkra kevésbé láthatóvá válnak egyes vásárlói csoportok, de azt is, hogy megfelelő érzékenységgel, diszkrécióval kell viszonyulni a kérdéshez.





Új Gubó

Az Új gubó trendje szerint otthon szeretnénk maradni, begubózva, azonban mégis vágyunk a közösségi, szociális élményre. Kvázi virtuálisan behívjuk otthonunkba a közönséget, közösséget, de ténylegesen már nem. Egyre több tevékenységet végzünk odahaza, amelynek azonban nem mindegy a minősége, színvonala, az általa közvetített értékek. A növekvő tudatosság miatt jobban átgondoljuk a hétköznapi tevékenységeket, mivel a közösségünk

egyre inkább rálát az életünkre, egyre több dolgot fedezünk fel az üzethordozó (imázsalakító) képességet. A trendet tovább formálták az elérhető technikai újdonságok és persze az egyre olcsóbban elérhető technikai, digitális kütyük.

okospiac

A kreatív és a praktikus tudás az egyik legfontosabb erőforrás a XXI. században. Az okostelefonok, az applikációk lehetővé tették számunkra az

információ mobil elérhetőségét, így bárki bárhol és bármikor szakszerű és éppen szükséges tudással vétezheti fel magát. Az okos kényelem fogja meghatározni a jövőben az elvárásokat. A technológia és az információ elérhetősége a fogyasztót/vásárlót is okossá teszi. A fogyasztó kivár, mérlegel és a legfontosabb, hogy tájékozódik a termékről, a versenytársairól, a vásárlás eredményével így lesz a leginkább elégedett.

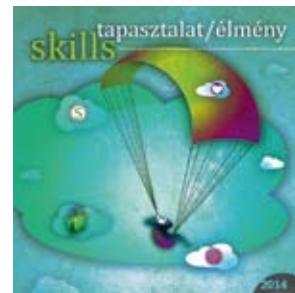


Mivel az információszerzés mára sokkal könnyebbé vált, egyre gyorsabban zajlik, így jelentősen lerövidül az egész döntési folyamat.

tapasztalat/élmény

A hagyományos értelemben vett szaktudás

leértékelődik. Sokkal inkább előtérbe kerül a megtapasztalt tudás, melyet megosztunk egymással tudományos előképzettség nélkül, de annál nagyobb tapasztalattal, magabiztossággal. Márkák „tudásában” közvetlenül



7.1

AZ IDEI TRENDEK

A fejezet támogatója:



A fejezet támogatója:



már nem bíznak a fogyasztók, sokkal inkább hisznek olyanoknak, akiknek már vannak velük kapcsolatos tapasztalataik, vagy éppen a személyes élményeikben, amik a márkához köthetők. Azok a piaci szereplők, akik engedik magukhoz közelebb kerülni a fogyasztóikat élményekkel, megtapasztalással, ismeretek átadásával, megkezdik azt a kulcsfontosságú folyamatot, amiben egy márkával/ szolgáltatóval szemben bizalom alakul ki a vásárlók gondolkodásában.



nem érek rá

Fel kell ismernünk a fogyasztó időkereteit és annak megfelelően kell reagálnunk az igényeire, így lehet a figyelmét lekötni, vagy éppen információt átadni számára. Az idő ugyanis egyre szűkebb keresztmetszetté válik a hétköznapiakban, így számos döntést ennek függvényében kénytelen meghozni a vásárló. A fogyasztó türelmetlen és mindent gyorsabban, azonnal szeretne, és ami a legfontosabb, hogy csak a lényegre szeretné, nincs ideje a felesleges dolgokra. Mindezek alapján a figyelme szelektált és elegendő neki a főcímekben való tájékozódás. Ma már mindent vizuálisan ábrázolva szeretnénk

látni, vagy elvárjuk, hogy egyszerűen képekben vagy éppen beszédes számokban magyarázzák el nekünk a lényegét, nyelvezetünk, a szóhasználatunk kvázi leegyszerűsödik.

ötletből munka

Az önmegvalósításért meg kell dolgozni, amihez jó ötletek szükségesek, új megközelítések és újfajta perspektíva. Megjelennek, és egyre többen lesznek az új típusú szemlélettel rendelkező startup vállalkozások vagy éppen a kis niche (lokális) piacokat kiszolgáló műhelyszerű munkahelyek, cégek. A lényeg az ötlet, melyből akár még munka is lehet, vagyis megélhetés, vállalkozás és önmegvalósítás.



A fogyasztók így számos piacot visszaszereztek már a közelmúltban a válalatoktól, aminek további felerősödését várhatjuk. Ennek természetesen a kiadások csökkentése volt (kezdetben) az elsődleges célja, de a minőség és a megbízható alapanyag, az alapos szaktudás megfelelő terméket, szolgáltatást hozott, az emberek rákaptak a home-made termékekre, szolgáltatásokra.

én origó

Az ÉN kiteljesedése a kiindulópontja a fogyasztásnak, a vásárlásnak. A fogyasztó saját preferenciája, ízlése és értékrendje határozza meg továbbra is vásárlásait, mintegy kifejezve ezzel az ÉN-t: értékorientációját, személyiségét, viszonyát a környezetéhez, a dolgokhoz. A tömegfogyasztástól az egészen egyedi kézműves, műhely termékek megvásárlásán keresztül a termékek egyedi tulajdonságának elisme-



réséig ezek a motívumok mind egy-egy lenyomatot képeznek a fogyasztó saját személyiségéről. Nemcsak a vásárlással, de a média és a kultúra fogyasztásával, és minden tevékenységével alakítja a róla kialakult képet, image-et. A fogyasztónak igénye van arra, hogy önmagát, vagyis ízlését láthassa viszont a termékekben, ezért boldogan vesz részt termékfejlesztésekben, elkészíti, megtervezi maga is termékeket, kreativitásával továbbfejleszti azokat. Továbbra is van jövője a közösségi fejlesztéseknek.

senkipiac

A Senkipiac egy olyan mai jelenséget ír le, melynek alapja a népszerűség, a megosztás és a

beszédtéma, ugyanakkor mindezek a jelenségek kéréséletűek, nagyon rövid ideig vannak csak porondon, rövid ideig képek izgalmat, élményt és érdeklődést generálni. Tartalma inkább sekélyes, mondhatnánk egy nagy lufi, amit közösen fújunk fel, ami majd szép lassan leenged, amikor már nincs az érdeklődés középpontjában. Nem szórakoztat tovább bennünket, hiszen jön a következő... Mégis marketing és a fogyasztói magatartás szempontból fontos szerepe van, hiszen interaktivitásra sarkallja a fogyasztókat. A népszerűség azonban nagyon jövedelmező tud lenni, amit okosan ki is lehet használni, gondoljunk csak a nép-



szerű bloggerekre. Ám számolni kell azzal, hogy könnyen kikerülhet küzből az irányítás: mert a terjesztő fogyasztók folyamatosan alakíthatják a tartalmat, hozzáadva, kigúnyolva, stb. módon, tehát a résztvevők/felhasználók észrevétlenül egyfajta replikátorok lesznek.

nagylelkűség

A nagylelkűség jelensége oly annyira komplexé vált, hogy egész trendd



fejlődött: megszemélyesít egy újfajta fizetőeszközt, a státus fémmjelzője lett, és egyben életstílus-marker. Egyre népszerűbbek az olyan szolgáltatások, melyek esetében nem a pénz kerül elő, mint cse-reeszköz, sokkal inkább a

szívesség, az önkéntesség vagy az ingyen munka. A szívesség, az adakozás vagy a segítségnyújtás egy olyan cselekedet, mely nemcsak nem kerül pénzbe, de a lelkünknek is jót tesz, és egyfajta közösségi élményt is nyújt.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.trendinspiracio.hu
- www.trendland.net
- www.newscientist.com
- www.mashable.com
- www.lsglobal.com
- www.iconoculture.com
- www.gizmodo.com

7.1

AZ IDEI TRENDEK

A fejezet támogatója:



MIT HOZ A JÖVŐ?

PÁR SZÁZ ÉV MÚLVA JÁTSZÓDÓ NÉPSZERŰ SCI-FIKBEN AZ EMBEREK ŪRHAJÓKKAL TÁVOLI BOLYGÓK KÖZÖTT SZÁGULDOZNAK, VAGY ESETLEG IDŐUTAZÁSRA INDULNAK. EZEKEL NEKED, MINT VÁLLALKOZÓNAK MA SEMMI TEENDŐD, DE GONDOLKOZTÁL MÁR AZON ,HOGY MIT HOZ A KÖVETKEZŐ EGY-KÉT ÉVTIZED?

A XVIII. században elinduló technológiai, ipari forradalom előtt az emberek élete generációkon átívelően ugyanolyan technikai keretek közt zajlott. Az a szakismeret, tudás, melyet szüleiktől kaptak, még gyermekeik és unokáik számára is bőven érvényes volt.

A XIX. század közepére a technológiai fejlődés ezt a helyzetet gyökeresen megváltoztatta: a gépek elterjedése, és ezzel párhuzamosan az információk terjedésének új technikai lehetőségei (azaz a tömegmédia kialakulása), a köz-

lekedés fejlődése, a technikai újítások villámgyors terjedése sokak számára kézzelfogható személyes élménnyé tette a technológiai fejlődést.

A gyorsuló ütemű – már egy emberöltőn belül is érzékelhető - változásokat látva egyre többen tették fel a kérdést: mit hoz a jövő? Többségüket persze nem a

HOL TART MA A JÖVŐKUTATÁS?

Az emberiséget vallási, filozófiai vagy ismeretelméleti megfontolásokból mindig foglalkoztatta a jövő, azonban a szisztematikus jövőkutatás csak a modern tudomány kialakulásával, a XX. század során vált elismert tudományos tevékenységgé. A hivatásos jövőkutatók a mindenkori technológiai trendek és tudományos eredmények felhasználásával, statisztikai módszerek és matematikai modellek alkalmazásával egészítik ki, illetve igazolják intuitív felismeréseiket. Mindezek alapján egyre nagyobb biztonsággal képesek „megjósolni” az elkövetkező évtizedek fő tudományos és technikai trendjeit - érdemes tehát rájuk figyelni, hiszen voltaképpen arról beszélnek, hogy mi lesz jó üzlet 10, 20 vagy éppen 50 év múlva.

puszta kíváncsiság vezérelte, hiszen egyre világosabbá vált, hogy a nagy változások idején hatalmas előnyre tesznek szert azok, akik elsőként értesülnek a legújabb újdonságokról és lehetőségekről. A technológiai fejlődés üteme napjainkban is tovább gyorsul: a komputerek teljesítménye, a géntechnológiai és a robotika fejlődése akár a következő évtizedben radikálisan átalakíthatja a mindennapi élet minőségét (és hosszát is).

Az alkalmazkodás képessége

A lassan 200 éve tartó technológiai fejlődés ciklikusan, egy-egy nagy jelentőségű újítás, találmány megjelenése által újabb és újabb lendületet kapva egyre gyorsuló ütemben zajlik. A gyorsuló ütemű technológiai fejlődés ugyanakkor természetesen az emberekől is egyre gyorsabb alkalmazkodást, és szinte egész életen át tartó tanulást követel meg. Az elmúlt évtizedek információs technológiai fejlő-

dése nagyon jól példázza ezt a folyamatot. Gondolj csak nagyszüleidre, akik számára a vonalas telefon, a rádió, a mozi és később a fekete-fehér televízió, vagy szüleid generációjára, ahol a színes TV, a TV-ben élőben közvetített műsorok jelentették a korabeli technológiai újdonságokat. De azóta már megszületett, és szinte mindent megváltoztatott a számítógép, az internet, a mobiltelefon. Az infokommunikációs technológiák ráadásul a technológiai fejlődés minden korábbi eredményénél demokratikusabbak: ingyen

vagy néhány száz forintért szuper biztos, mindenholnan elérhető tárterületet (▶ 9.10. fejezet „Légvárak helyett: felhő”), néhány ezer forintért internet-hozzáférést, néhány tízezerért számítógépet, néhány százezerért pedig a forgalma megsokszorozására alkalmas szoftvereket és alkalmazásokat (▶ 9.2. fejezet „Informatika havidíjért) vehet vagy bérelhet bármelyik kisvállalkozás. Egy-egy jó időben meghozott döntés drámai mértékben tudja javítani a vállalkozások hatékonyságát, s ezzel versenyképességét. Biztosan a Te környezeted-

ben is vannak olyan vállalkozók, akik pár éve még idegenkedve nyilatkoztak az internetről, ma pedig az árbevételük jelentős részét az online eladásokból érik el – nem szélkakasok ők, hanem a körülményekhez

7.2

MIT HOZ A JÖVŐ?



gyorsan alkalmazkodni képes „túlélők”, akik belátták korábbi tévedésüket.

A gépek közti kommunikáció

A sok párhuzamos szálon futó fejlődés egyik következő meghatározó lépése, hogy a hálózatosodás és az

adatforgalom kilép a személyi számítógépek, laptopok, tabletek és okos mobilok világából. Már ma is ezerféle eszközben (pl.: autókban, háztartási gépekben, különböző érzékelőkben, stb.), sőt élőlényekben (lásd a kutyák kötelező chip-es azonosítását) vannak jelen számítástechnikai eszközök. Ez azonban még csak a kezdet: a chipek jó eséllyel szinte minden eszközben megjelennek majd, és a robotika, a mesterséges intelligencia fejlődése kikövetelheti majd magának valamilyen ember/számítógép kapcsolat kialakulását is. Az informatikai eszközök-

nek ez a folyamatosan gyorsuló terjedése hamarosan oda vezet, hogy életünknek szinte egyetlen területe sem lesz, amelyen ne töltőnének be meghatározó szerepet az IKT eszközök és szolgáltatások. A modern egészségügy, a környezetvédelem, a közlekedés, az oktatás, a kereskedelem vagy a gyógyszerkutatás már ma is elképzelhetetlen az informatika nélkül, de a mezőgazdaság, az építőipar vagy a nehézipar jövője sem képzelhető el nélküle.

Hogyan hat majd mindez a vállalkozásodra?

Az elmúlt években azzal kellett szembesülnöd, hogy az informatika fejlődése, ha céged közvetlen tevékenységét nem is, de üzleti környezetét nagymértékben átalakította. Nos, mindez – eltekintve egy-egy speciális tevékenységtől – valószínűleg nem áll itt meg: ez a fejlődés át fogja alakítani a mindennapi munkádat is. Iparágak fognak a semmiből kiemelkedni, mások pedig örökre eltűnni. Elég,

AZ INFORMÁCIÓS TÁRSADALOM

A számítástechnika fejlődése és az internet elterjedése jelentősen átalakította a fejlett társadalmak mindennapjait. Az online tájékozódáshoz, vásárláshoz, banki ügyintézéshez, szórakozáshoz és mindenekelőtt az információhoz és tudáshoz való szabad hozzáférés óriási előnyt biztosít az internethasználók számára.

A vállalkozások között is komoly versenyelőnyre tesznek szert azok a cégek, amelyek a beszerzés, az értékesítés, a marketing, a belső munkaszervezés és a logisztika terén versenytársaiknál hamarabb és/vagy nagyobb mértékben veszik igénybe az infokommunikációs eszközöket és szolgáltatásokat. (▶ 9. fejezet „Az internet haszna”)

ha csak arra gondolsz, hogy a mai gazdaságban milyen alapvető fontosságú a tárgyak, áruk szállítása, és, hogy mekkora váltás lesz ezzel szemben, ha az interneten megrendelt

HÍRES TÉVEDÉSEK

Természetesen számtalan példát találunk arra is, hogy egy-egy szakértő jóslat nem jött be. A XX. század közepe táján a robotika és az akkor hatalmas technológia áttörést hozó űrkutatás határozta meg a jövőképet. Az akkori jóslatok alapján az emberiség ma már részben az űrben élne, körülvéve különféle robotok tömegeivel, igaz nem ismerné a mobiltelefont vagy az internetet. Volt, aki nukleáris energiával működő porszívót, vagy rakétával célba juttatott leveleket vizionált. De sokszor a szakemberek sem látták meg a szemük előtt lévő lehetőségeket: „Nincs ok, hogy valaki egy számítógépet szeretne az otthonába.” – nyilatkozta 1977-ben az ipari számítógépeket gyártó Digital Equipment Corporation vezetője, Ken Olson.

fizikai tárgyat a kiszállítással helyett otthoni 3D nyomtatódon készíted majd el. Egy-egy tárgy vagy gép megjavításához már nem kell feltétlenül elvinni majd azt a szakszervizbe, vagy a mindentudó mesterhez: az internetről letöltött alkatrészmodellt saját magad nyomtatod majd ki.

Ha ez túl futurisztikus számodra (bár jó eséllyel egy évtized múlva ez már a mindennapok valósága lesz), gondolj arra, hogy a sofőr nélküli autók is a fantázia birodalmába tartoznak, miközben a Google vezető nélküli autói már több mint félmillió kilométert tettek meg baleset nélkül, és az amerikai Nevada állam már engedélyezte is a forgalomban történő használatukat. Újabb példa egy technológiára, mely néhány év alatt sci-fi filmek forgatókönyvéből a mindennapokat átalakító valósággá válik.

Még drasztikusabban fog eltűnni a fizikai távolság,

mint üzleti lehetőségeket behatóról jellemző. Rengeteg olyan tevékenység lesz, melyhez nem kell majd „ott” lenned, hanem bárholnan végezheted majd azt. Designerek dolgoznak így ma erdélyi kis falvakból, 3D animátorok észak-kelet magyarországi kistelepülésekről, akiknek ügyfelei akár egy másik kontinensen élnek, és személyesen soha nem is látták egymást.

A távmunka nemcsak a fizikai távolságokat hidalja át, hanem a nyelvi és kulturális különbségeket is. Mindez egy kisvállalkozás számára óriási lehetőséget jelent, hiszen a virtuális térben nem kell óriási összegeket költeni a reprezentációra, a kiállításokon való részvételre, a networkingre – bárki, bárholnan kiléphet a világpiacra, és még csak névjegyet sem kell nyomtatnia...

3D NYOMTATÁS – AZ ÉVTIZED FORRADALMA?

A 3D nyomtatók legújabb generációja már olyan otthon használható, megfizethető gépekből áll, melyekkel egy „normális” nyomtatóhoz hasonlatosan lehet nyomtatni, csak éppen képek – azaz kétdimenziós ábrázolás – helyett háromdimenziós tárgyakat. És, hogy mindezt miért tartják sokan forradalminak? Képzeljük el, hogy egy nehezen beszerezhető pótalkatrészt nem hosszas utánajárással kell beszerezniük majd, hanem az interneten percek alatt letöltött modellt nyomtathatjuk ki otthon. Általánosabban megfogalmazva: míg korábban egy-egy tárgy, egyedi forma – akár egy prototípus – létrehozása komoly eszközparkot és mérnöki tudást igényelt, ám a legújabb 3D nyomtatókkal ehhez egyszerűen használható szoftverek, és letölthető design minták kellene csupán.

Ha meg szeretnél nézni működésben közben egy 3D nyomtatót, akkor vedd fel a kapcsolatot a FREEDEE csapatával (www.freedee.hu), vagy kövesd őket a Facebook-on (www.facebook.com/freedeeprinting) akik szívesen bemutatják neked a készüléket, és a benne rejlő lehetőségeket.

Hozzá kell szoknod ahhoz, hogy gyakran – legalább évente – rá kell szánnod egy kis időt arra, hogy megértsd, mi történik a világban, és ezen belül a te piacodon. Ehhez nem kell saját jövőkutatót alkalmaznod, elég, ha olvasod a szakirodalmat, ellátogatsz ezzel foglalkozó portálokra, feliratkozol néhány hírlevélre. Hidd el, bizonyosan üzletileg is megtérül majd.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.freedee.hu
- <http://hu.wikipedia.org/wiki/Moore->
- Frank Schirmmacher: A matuzsálem összeesküvés

MIT ÉS MENNYIÉRT ÉRTÉKESÍTESZ?

ELSŐ LÁTÁSRA ROPPANT EGYSZERŰ KÉRDÉS, DE A VALÓSÁGBAN SAJNOS NEM AZ. BÁR A KÖZGAZDASÁGTAN MÉRHETETLEN MENNYISÉGŰ ELMÉLETI DEFINÍCIÓVAL HALMOZ EL, EZEK NEKED MOST, AMIKOR VÁLLALKOZÁSODAT TERVEZED, MÉG NEM SEGÍTENEK. ARRA UGYANAKKOR VÁLASZT KELL TALÁLNI, HOGY AZ A VALAMI, AMIT VÁLLALKOZÁSODBAN ELŐÁLLÍTASZ, MILYENFAJTA TERMÉK. HA EZT TUDOD, MÁR CSAK AZT KELL KITALÁLNI, HOGY MENNYIÉRT ADOD.

A termék – legyen az tárgy vagy szolgáltatás – legfőbb ismérve talán az, hogy kiszámítható.

Vannak előre meghatározott paraméterei (menyisége és anyaga, vagy ideje, minősítése stb.), és ezek alapján számolnak el vele. Fontos megjegyezned, hogy a kreativitás, az egyéniség (vagy akár a művészi tartalom) önmagában ugyan nem termék,

de része lehet a terméknek, vagy más esetben termékké tehető.

Amikor vállalkozó lettél, el kellett fogadnod, hogy eladni csak terméket lehet, ezért el kell döntened, hogy mi a Te terméked:

- egy „agyagedény” (hogy régi példánkkal éljünk), azaz valamilyen, kisebb-nagyobb sorozatban gyártott tárgy;

- kreativitásod, mester-ségbeli tudásod, ami adott esetben éppen egy tárgy létrehozásában is tetet ölthet, de jellemzően inkább valamilyen szolgáltatás, így például szakértői munka, tanácsadás;

- vagy esetleg e kettő keveréke, de egyelőre ne bonyolítsuk a dolgot...

E megfogalmazások arra is fel kell hívják a figyelmet, hogy miközben

7.3

MIT ÉS MENNYIÉRT ÉRTÉKESÍTESZ?

látszólag ugyanolyan tárgyakat adnak el különböző boltokban, ezek egészen eltérő termékek lehetnek, eltérő piaci lehetőségekkel, árazással – egyszóval más és más vállalkozási ötleten alapulnak.

(Vö. a sorozatban gyártott teáskannákat az iparművészek által tervezettekkel – ezek akár nagyon hasonlóak is lehetnek, de az utóbbi terméknek biztosan része olyan szaktudás/kreativitás, ami az előbbiben nincs meg, vagy legalábbis nem akarják a termék fontos részeként eladni.) E kiadvány jelentős része arról szól, miként dönthetted el, hogy mi legyen a Te terméked – de egy dolog biztos: ha belekezel a vállalkozásodba, már nincs mese, csak termékben gondolkodhatsz majd.

Mitől válik valami termékké?

Termék alapvetően úgy lesz valami, hogy akként gondolunk rá, vagyis kitaláljuk azokat a paramétereket, amivel megha-

tározhatjuk. Ezek lesznek termékünk jellemzői. A döntés, ami szerint valaminek az eladására vállalkozást hozunk létre, azt is jelenti: van termékünk.

Elvileg bármiből lehet terméket „készíteni” – úgy is megfogalmazhatnánk, hogy egy egyedi tárgy/ötlet és egy termék között az a különbség, hogy a termék tervezhetően és megismételhetően gyártható és eladható (hiszen definiáltuk paramétereit). Bár látszólag sok ellenpéldát lehet felsorolni (pl. a divattervezők egyedi ruhadarabjait, amelyeket nem is cél megismételhetően gyártani), ezekben az esetekben csak arról van szó, hogy a terméket hajlamosak vagyunk tárgynak gondolni, pedig sokszor nem az. Ahogy korábban mondtuk, termék lehet a kreativitás, akár az ötletesség is – csak meg kell határoznod, hogy milyen módon definiált egységekben adod azt el.

Mitől függ egy termék ára? Egy termék árát alapvetően két tényező határozza meg. Egyrészt az előállítás költségei, másrészt pedig az elérhető nyereség. Mondhatjuk azt is, hogy e kettő összege adja a fogyasztó által fizetendő árat. Míg a költségek az esetek döntő többségében objektív módon meghatározhatók, a realizálható nyereség kiszámítása sajnos már közel sem ilyen egyszerű.

De haladjunk sorban!

A költségeket két nagyobb csoportra lehet felosztani, az állandó és a változó költségekre (minderről részletesen: 📖 2.5. fejezet A számok nyelvén: a pénz-ügyi terv). Kalkuláció szempontjából a változó költségekkel a legegyszerűbb a helyzet, ugyanis ezek azok, amelyek a terméked előállításához közvetlenül kapcsolódnak. Ide tartoznak az előállításban részt vevők munkabére (és ezek közterhei!), a nyersanyagköltségek,

a csomagolás, a tárolás vagy a szállítás költségei stb. Ezek egy adott termék esetében a négy matematikai alpművelet segítségével forintra pontosan kiszámolhatóak.

Egy kicsit, bár nem sokkal bonyolultabb az állandó költségek kiszámítása. Fontos megjegyezni, hogy az „állandóság” nem azt jelenti, hogy bizonyos költségek nyugdíjba vonulásodig nem fognak változni, hanem azt, hogy az eladott termékek mennyisége e költségeket nem befolyásolja. A teljesség igénye nélkül ide tartozik a könyvelődíjazása, a reklám-

költségeid, a bankszámlád fenntartásának díja, a boltod/mintatermed és/vagy műhelyed bérletének díja, rezsiköltségei és így tovább.

Vigyázz! Először az ember hajlamos lehet arra, hogy ezekre úgy tekintsen, mint kicsi/kisebb rész, és nem foglalkozik vele. Az első pontos kalkuláció után jön a megdöbbenés, hogy a „biciklinél majd nem többbe kerül a lakat, a pumpa, a kulacs és a karbantartás”. Ahhoz, hogy az állandó költségeket beszámíthasd a termék árába, legalább hozzávetőleges elképzelésed kell

legyen arról, hogy adott idő (mondjuk egy hónap vagy év) alatt mekkora mennyiséget tudsz/szeretnél eladni. Amennyiben meghatároztad ezt a számot, úgy az állandó költségeket ezzel elosztva már azt is kiszámíthatod, hogy mennyi az egy termékre eső állandó költség. (Példa: ha egy év alatt kb. 1000 db terméket adsz el, és az adott évben 100 ezer forintot költesz reklámra, akkor a reklámköltséged termékenként 100 forint.)

Az állandó és változó költségeid ismeretében már legalább azt tudod, hogy mekkora az az ár, ami alá nem éri meg lemenned. A fogas kérdés azonban az, hogy miként határozható meg az elérhető nyereség, azaz mi a legmagasabb ár, amiért még el lehet adni a termékedet.

Az elérhető nyereség

Ez az árazás legnehezebb része – és nincs is holtbiztos módszer arra, hogy pontosan meghatá-

MIKOR HASZNOS AZ ÓRADÍJ?

Bár a közgazdászok nagyon szeretnék, a szolgáltatói szakmát elég nehéz számszeríteni. Sok olyan szolgáltatói tevékenység van (például fodrászat vagy karbantartás, javítás), ahol az árak egy eseményhez (elkészül a frizura, megjavítják a mosógépet) kapcsolódnak, nagyjából függetlenül attól, hogy az mennyi ideig is tart. Sok olyan tevékenység létezik ugyanakkor – így például szakértői munka vagy tanácsadás –, amelynél sokkal nehezebb előre megbecsülni, hogy mennyi időt emészt majd fel a teljesítés.

Ezen esetekben az ár kialakításakor meg kell határozni a teljes projektre fordítandó, órában számolt időintervallumot, ehhez képest hozzávetőlegesen 10–15 százalékos eltéréssel számolhat majd mindkét fél. Az óradíjas megbízások gyakran tartalmaznak egy felső árhatárt is: azaz a megrendelő által a munka elvégzése során kifizethető maximális összeget.

Egy adott tevékenység aktuális óradíjairól némi piackutatással tudhatsz meg többet, persze készülj fel rá, hogy nagyon nagy lehet a szóródás. Az óradíjas munkadíjnak kölcsönös bizalom és partneri viszonyon kell alapulnia, amit Te elszámoltathatósággal garantálhatsz. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy egy hosszabb munka esetén jó, ha ügyfeled napi szinten ellenőrizheti, hogy mennyit tevékenykedtél a projekten. Az elszámolás, a folyamat nyomon követése nemcsak az ügyfél, hanem a Te érdekeidet is védi.

Ami a legfontosabb: egy teljesített megbízás után vonj mérleget. Ha úgy érzed, nem jártál jól, vizsgáld meg, hogy ez minek köszönhető, és ha nem a Te gyakorlatlanságod vagy hibád az oka, a következő megrendelésnél már pontosabban megbecsülheted, hogy mennyi időt és munkát kell szánnod rá.

roz elérhető nyereségedet. Van azonban néhány olyan dolog, ami legalább fogódzót jelenthet számodra. Amennyiben nem egy teljesen új, úttörő jellegű

terméket állítasz elő, a legjobb összehasonlítási alapot a versenytársaid árai jelentik. (Nem véletlenül kellett azt összegyűjtened  2.3. fejezet Piackutatás

7.3

MIT ÉS MENNYIÉRT ÉRTÉKESÍTESZ?

házilag) Ha tisztában vagy a saját költségeiddel és a konkurencia áraival, máris lesz elképzelésed, hogy milyen nagyságrendű profittal számolhatsz (illetve, hogy a Te költségszinted esetén számolhatsz-e profittal egyáltalán).

Ha sokszereplős piacon tevékenykedsz, vélhetően sokfajta árral találkozol majd. Láthatod majd, hogy mi a maximális, elérhető ár a jelenlegi piacon, gondolkodhatsz azon, hogy lehetséges-e a számodra árversenybe kezdeni (azaz a legolcsóbb ár környéki értékesítéssel kezdened).

Elméletileg tehát könnyíti a helyzetet, ha a piacon már kialakult elfogadott ártartomány – persze csak akkor, ha ez a Te költségszinted felett van. Abban a kellemtelen helyzetben, ha az elérhető ár költségeid alatt van, két dolgot tehetsz: (1) megpróbálsz termékednek másfajta piacot keresni, másként definiálni azt – azaz keresned kell egy

olyan piaci szegmenst, amiben hiteles lehetsz és költségeid feletti árat érthetsz el; vagy (2) másik vállalkozáson kezdesz el gondolkodni.

Ha a piaci szegmensben, ahol értékesíteni próbálsz, még kevésbé letisztultak az árak, nem tehetsz mást, mint hogy próbálkozol „be-lőni” egy olyan árat, amit Tőled elfogadnak majd – ebben persze ismét támaszkodhatsz mindarra, amit piackutatásod során versenytársaidról megtudtál (ők mivel hitelesítik áraikat stb.).

Mit tegyünk, ha rossz az ár?

Változtasd meg az árat! Igaz, mivel semmilyen objektív mércéd nincs, így már azt is nehéz észrevenned, hogy egyáltalán megfelelő-e az általad kínált termék ára. (Tekintsünk el attól az esettől, hogy egy csúnya, esős napon észreveszed, hogy egyáltalán nem sikerült semmit eladnod, és üres

a kassza – ezt a pénzügyi tervezés fejezet segítségével végzett tervezéssel és némi előrelátással elkerülheted.)

Átlagos esetben először valószínűleg nem is veszed észre, hogy baj van az árazással, mivel az eladásaidat az áron kívül még számtalan egyéb tényező befolyásolja. Ám léteznek figyelmeztető jelek, amelyek megjelenésekor már érdemes gondolkodnod: ha valamiből túl sokat vagy túl keveset adsz el, az a hibás árazás jele lehet. Az ideális árat ugyanakkor nemhogy elsőre, de elképzelhető, hogy sokadszorra sem fogod majd eltalálni, de ez nem is baj: a feladat, hogy a lehető legközelebb kerülj hozzá.

HOGYAN TÁRGYALJ?

SZINTE MINDEGY, HOGY MIT CSINÁLSZ, BIZTOS, HOGY GYAKRAN VAGY KÉNYTELEN MUNKÁRÓL BESZÉLNI ISMERŐSÖKKEL, ISMERETLENNEKKEL. AZ EGYSZERŰSÉG KEDVÉÉRT HÍVJUK EZT TÁRGYALÁSNAK. A TÁRGYALÁS ALAPVETŐ CÉLJA, HOGY MEGNYERD VALAKI MÁS JÓINDULATÁT. AZ ÜZLETI TÁRGYALÁSNAK ENNÉL LÉNYEGESEBEN KONKRÉTABB CÉLJA VAN, NEM CSUPÁN A JÓINDULATOT, HANEM AZ „ÜZLETET” SZERETNÉD MEGSZEREZNI. MINT MINDENNEK, A TÁRGYALÁSNAK IS MEGVANNAK A MAGA SZABÁLYAI.

A legfontosabb, hogy egy tárgyalás nem akkor kezdődik, amikor leültök az asztalhoz.

Mindig előre tudatosítsd magadban, hogy mi a célod a találkozóval. Állíts fel maximális és minimális

célokat magadnak, és ha sejtéd, hogy melyek lesznek a vitás pontok, próbáld meg forgatóköny-

HOGYAN PREZENTÁLJ?

- Amikor a prezentációt készíted, gondold végig, hogy kihez fogsz beszélni. Egy komoly üzletember számára a gyerekek körében méltán sikeres hangeffektek és animációk csak idegesítőek lesznek, és Téged is zavarni fog, ha állandóan a szóközt kell ütögetned, hogy bejőjön a következő sor.
- Gondold végig, hogy akinek szánod, mennyire ismeri a Te szakterületedet. Csak az ennek megfelelő mennyiségű szakkifejezést használj!
- Tudd meg, hogy mennyi időd van a prezentációra, és eszerint készítsd el, de 20–25 percnél lehetőleg ne legyen hosszabb. Oldalanként számolj legalább egy-másfél perccel. A prezentáció végén mindenké-

pen hagyj időt a kérdésekre és megválaszolásukra.

- A prezentációban nem kell mindent leírni. Bőven elég, ha ott csak a kulcsszavak, fontos gondolatok, alapvető megállapítások szerepelnek.
- Kerüld a nagy táblázatok, hosszú szövegek használatát. Táblázat helyett használj inkább diagramot, az sokkal szemléletesebb!
- Mindenképpen gyakorold be a prezentációt, ha kell, készíts magadnak jegyzeteket papírra vagy a PowerPoint (PPT) fájlba.
- A bemutatót követően mindig add át a kész – de jegyzeteidtől mentes – ppt. fájlt

TUDD MEG, KI A PARTNER!

Nagyobb szerződés aláírása, de akár egy tárgyalás előtt is célszerű az üzleti partneredről információt gyűjteni. Ki ő, mit lehet róla tudni, rendelkezik-e elegendő tőkével, megbízható-e.

Alapvető információs forrásod lehet a világháló. Használd az internetes keresőket (például a Google-t vagy más keresőt), nézd meg a cég honlapját, esetleg keress rá vezetőjének, alapítójának nevére. Tudj meg minél többet tárgyalópartneredről, próbáld meg fellelteni önéletrajzát, esetleg nézd meg, hogy nem szerepel-e az iWiW-en a LinkedIn-en, vagy a Facebook-on hátha találsz hozzá közeli kapcsolatot.

Ha ennél hivatalosabb forrásra van szükséged, úgy a cégbíróságtól megkaphatod a cégek legfontosabb adatait. [Alapító okirat (tulajdonosok, törzstőke), éves beszámoló (mérleg és eredménykimutatás).] Ez az információ ingyenes, csupán akkor kell fizetned, ha másolatot kérsz. Emellett céginformációs adatbázisokban (ezek sajnos általában előfizetősek, de könyvtárakban is szokott lenni belőlük) is megtalálhatod a magyar vállalatok alapvető adatait.

veket felállítani partnered különböző válaszaihoz. Mindehhez persze végig kell gondolnod azt is, hogy mi tárgyalópartnered helyzete, mik a céljai, mit akar elérni, és próbáld meg már előre kompromisszumra jutni vele.

Készülj vállalkozásodról vagy termékedről egy rövid prezentációval, lehetőleg a tárgyalópartnerre szabva, akkor is, ha előre nem beszéltek erről. Bármí-

kor megtörténhet, hogy egy rövid prezentációval meggyőzheted őt, és ha a tárgyalás során végül nem kerül rá sor, akkor is jó, hiszen a prezid elkészítésével előre végiggondoltad a mondanivalódat. Ha a tárgyaláson többen képviseltek vállalkozásodat, akkor beszéljétek meg előre a szerepeket. Lehetőleg döntsétek el, hogy ki, miről beszél, illetve mely kérdésekre válaszol.

Mielőtt elindulsz, állítsd össze és ellenőrizd az eszközeidet. Ha laptopot használsz, töltsd fel (elég ügyetlen dolog konnektort keresni egy kávéházban), ha jegyzetelni vagy rajzolni akarsz, legyen nálad papír és toll. Mindig legyen nálad elegendő névjegy.

Próbáld meg a helyszínhez és partneredhez öltözni: nincs kínosabb, mint egy elegáns étteremben egy szakadt farmer. Ugyanakkor ne tegyél magadon erőszakot, fontos, hogy a tárgyalás során jól érezd magad a bőrödben, és ezt a partnered is érzékelje. A tárgyalás során légy magabiztos, de ne fölényes! Magyarázd el, hogy miért értékes éppen tárgyalópartnered számára a Te szolgáltatásod vagy terméked.

Ne hidd, hogy mindenre emlékezni fogsz, így a legjobb, ha a tárgyalás folyamán jegyzetelsz.

7.4

HOGYAN TÁRGYALJ?

EGYEDI NÉVJEGY – SOK INFORMÁCIÓVAL

A szokásos névjegyen túl ma már a mobilkódba (7.7.fejezet: Az üzleti élet közös nyelve) rejtett elektronikus névjegy is terjed. Ez itt például egy közvetlen link a vonalkóddal és 2d kódokkal foglalkozó cég egy munkatársához:



MUTASD BE, AMIT CSINÁLSZ!

SOK VÁLLALKOZÓ ÉLETÉBEN ELÉRKEZIK AZ A PILLANAT, AMIKOR A NAGYKÖZÖNSÉG ELŐTT SZERETNÉ MEGMUTATNI MUNKÁJÁT. AHHOZ, HOGY EZEK A RENDEZVÉNYEK MINÉL NAGYOBB SIKERT ÉS ELISMERÉST, ESETLEG TOVÁBBI MEGRENDELÉSEKET HOZZANAK, FONTOS, HOGY TE IS TISZTÁBAN LÉGY AZOKKAL A LÉPÉSEKKEL, AMELYEK EGY ESEMÉNY SIKERÉHEZ HOZZÁJÁRULHATNAK, VAGY AMELYEK KULCSFONTOSÁGÚAK ANNAK LÉTREJÖTTÉHEZ.

Az első alapvető kérdés, hogy milyen kiállításon, rendezvényen, vásáron akarsz megjelenni. Másképpen: meghív valaki, más rendezvényén jelensz meg, vagy saját erőből, elgondolásból szeretnél megszervezni egy kiállítást, bemutatót. Ez határozza meg az egész eseményt, hiszen már ekkor eldől, hogy milyen feladatok hárulnak majd Rád.

Mielőtt elindulsz...

Akármilyen helyen is jelensz meg, minden

esemény kezdete előtt a legfontosabb lépés, hogy egy hozzávetőleges költségtervet készíts. Ennek alapján látod, hogy megvalósítható-e a terved, vagy milyen megoldások szükségesek ahhoz, hogy kivitelezhesd. Fel kell mérned a különféle költségtypusokat – ilyenek például a tárgyak elkészítésének költségei, a helyszín bérleti díja, az őrzés, a szállítás, a megnyitó költségei –, és hozzájuk kell rendelni az erre szánt forrást.

Feladatok és szétosztásuk

Egy vásár vagy egy termék-bemutató megszervezése – méretétől függetlenül – összetett feladat, több ember összehangolt munkája szükséges a kivitelezéshez. A felmerülő feladatok szétosztása, a megfelelő kivitelezők, partnerek megtalálása nehéz feladat, de elengedhetetlen ahhoz, hogy sikeres legyen az esemény! Ha úgy érzed, hogy nem vagy alkalmas egyedül egyes feladatok

megoldására, akkor inkább keress hozzá partnert. Anyagi lehetőségeidtől függően támogatásképpen is megszerezhetsz egy-egy szolgáltatást. Ebben az esetben szponzori szerződéseket, együttműködési megállapodásokat kell kötnöd, ehhez mindenképpen kérd szakember segítségét. Ügyelj arra, hogy a helyszínbérletet és a hozzá kapcsolódó szolgáltatásokat, a szükséges műszaki eszközök bérletét és a vagyoni vagy személyi biztosítás területén fennálló felelősség szabályozását is foglaljátok szerződésbe, hiszen csak erre hivatkozhatasz a későbbiekben.

Amikor egy esemény létrehozását eltervezed, akkor meg kell határoznod a célközönséget is. Ez szükséges ahhoz, hogy a rendezvény iránt célirányosan felkeltsd az érdeklődést. Mind a potenciális látogatókat, nézőket sorra kell vened, mind a média részéről fel kell mérned a lehetséges csatornákat. Gondolnod kell arra, hogy kiket hívsz meg,

EZ IS PÉNZBE KERÜL

Sajnos, mint minden az életben, egy kiállítás vagy rendezvény is sok pénzbe kerülhet. Hogy ne számold el magad, már jó előre kalkulálj minden potenciálisan felmerülő költséggel. Segítségül egy rövid lista:

- a kiállítási tárgyak előállításának költségei
- bérleti díj
- biztosítás
- grafikai munka
- nyomdai költségek
- szállítás
- csomagolás
- catering
- reklám
- telefonszámla
- őrzés vagy felügyelet díja

és hogy milyen fórumokon hirdeted magad vagy az eseményt.

Ha már „úton” vagy...

Ha előkészítetted az eseményt, akkor a végrehajtás felé vehe- ted az irányt. A lebonyolítás ugyanúgy több ember együt- tes munkáját követeli, mint az előkészítés. Gondolnod kell az esetleges vendéglátásra, a vendégfogadásra, sőt még a sajtósok tájékoztatására is. Szükség lehet egy olyan sajtóanyag (szöveg és képek egyaránt, természetesen digi- tális formában is) összeállításá- ra, amit átadsz az újságíróknak az esemény során.

A lebonyolítás folyamán nagyon fontos, hogy tartsd

magadat az ütemtervhez, és figyelj arra, hogy a be- szállítók, a partnerek is időben leszállítsanak minden szükséges eszközt, nyomdai anyagot.

Ne feledd: el is adhatsz!

Minden kiállítás, bemuta- tó, vásári részvétel célja a vevőszerezés, önmagad bemutatása (amellettsz persze gyakran értékes információ- kat gyűjthetsz a versenytár- sakról). Ennek érdekében fontos, hogy felkészült legyél, legyen nálad névjegy- kártya, esetleg prospektus, szóróanyag. Emellett készülj fel arra is, hogy az első kér- dések egyike a termékek ára lesz. Tehát előre határozd

meg az árakat! Ha vásáron veszel részt, az árakat min- denképpen írd ki. Nemcsak az lényeges, hogy mindenkinek névjegykár- tyát adj, hanem az is, hogy azoknak az embereknek is megszerezsd az elérhetősé- gét, akik érdeklődnek irántad. Gyűjts be minden informá- ciót, mert ez a későbbiekben segítséget jelenthet. Ha csoportos kiállításon vagy többszereplős vásáron veszel részt, akkor ki kell tűnnöd a versenytársak közül. Ezt elér- heted a standoddal, a szóró- anyagaiddal vagy egyszerűen a „kiszolgálással” is.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.rendezvenyszervezes.lap.hu

7.5

**MUTASD BE,
AMIT CSINÁLSZ!**

Velünk zongorázni lehet a különbséget!

Enterprise Europe Network



Üzletfejlesztés karnyújtásnyira

Hangolódjon ön is az **Enterprise Europe Network**
szolgáltatásaival a nemzetközi piacokra!



www.enterpriseeurope.hu

ÜZLET AZ EURÓPAI UNIÓBAN

UNIÓS ÁLLAMPOLGÁRKÉNT VÁLLALKOZÁSOD SZÁMÁRA AZ EU TELJES TERÜLETE HASONLÓ LEHETŐSÉGEKET KÍNÁL, MINT A MAGYAR PIAC. ÉRDEMES TEHÁT MEGJELENNI AZ UNIÓS PIACON, VAGY PÁLYÁZNI AZ EU-TÁMOGATÁSOKRA, MINDEZ UGYANIS EGYSZERŰBB, MINT GONDOLNÁD.

Piacra lépés az EU-ban

Az Európai Unió egyik legfontosabb célja az, hogy a lehető legnagyobb szabadságot biztosítsa mindazok számára, akik vállalkozásukat nemzetközi szintre szeretnék kiterjeszteni. E lehetőségekkel Neked is érdemes élni, főleg azért, mert a szabályozás sem vészesen bonyolult.

Az Európai Unióban a magyar állampolgárok-nak egyéni vállalkozóként és gazdasági társasági formában is lehetőségük nyílik arra, hogy bármely

tagállamban szolgáltatást nyújtsanak. Ennek egyik lehetséges módja az úgynevezett letelepedés nélküli szolgáltatásnyújtás, ami a gyakorlatban azt jelenti, hogy egy magyar vállalkozás egy másik tagállamban szerződik egy adott munka elvégzésére, miközben éves összbevételének legalább negyede továbbra is Magyarországról származik. Ebben az esetben Magyarországon alapított vállalkozásodnak a magyar követelményeknek kell megfelelnie, ezeket pedig a fogadó országnak

is el kell fogadnia. Ha kaptál egy megrendelést, Te is teljesítheted a megrendelő országában, a megrendelő is eljőhet Hozzád, de az is megoldás, ha egyszerűen az interneten keresztül tartjátok a kapcsolatot.

Arra is van lehetőség, hogy saját vállalkozást alapíts külföldön, hisz minden európai polgárnak joga van ahhoz, hogy az uniós tagállamok bármelyikében céget hozzon létre. Vagyis a magyar vállalkozók mindennemű korlátozás nélkül, az adott tagország által szabályozott feltételek-

kel indíthatnak vállalkozást az EU tagországaiban. Ez megegyezik az EU szabad letelepedést és szabad tőkeáramlást biztosító alapelveivel. Arra azonban mindenképpen figyelned kell, hogy bár a lehetőség nyitott számodra, az egyes tagállamok szabályozása eltérő lehet.

Az Európai Unióban a konkrét vállalkozási formákkal kapcsolatban különböző általános elvárásokat fogalmaznak meg. Egyéni vállalkozóként való letelepedéshez tartózkodási engedélyt kell igényelned, amit

7.6

ÜZLET AZ EURÓPAI UNIÓBAN

A fejezet támogatója:



Üzletfejlesztés karnyújtásnyira



automatikusan megkapsz, de az igényléskor igazolnod kell, hogy az üzletszerűen folytatni kívánt tevékenység nem esik nemzeti korlátozás alá. Ha valamely gazdasági társasági forma választásával jelennél meg külföldön, ugyancsak nincs nehéz dolgod. A társaságalapítás szabadsága lehetővé teszi, hogy bármely cég leányvállalatot, kereskedelmi képviseletet, fiókot vagy ügynökséget hozzon létre bármely tagállamban.

Bővebb információért arról, hogy az egyes

tagországokban hány nap alatt és milyen költséggel tudsz vállalkozást alapítani az EU-ban, lásd: http://ec.europa.eu/youreurope/business/index_en.htm. Vállalkozásod működésekor további lényeges szempontokat is figyelembe kell vened, ha átléped az uniós határokat. Szállítmányozás esetében a vámvizsgálat az uniós külső határain történik, a belső határokon ilyen nincs. Termékeid értékesítése tekintetében fontos szempont, hogy az uniós belső piacán csak azok a termékek hozhatók forgalomba, amelyek a rájuk vonatkozó termékbiztonsági követelményeknek és irányelveknek maradéktalanul megfelelnek. Termékeid forgalomba hozatalának alapvető feltétele a megfelelőség-értékelés, azaz annak megállapítása, hogy áruod megfelel-e a rá vonatkozó előírásoknak. A megfelelőség-értékelést elvégezheted Te, mint gyártó bizonyos termékek esetében vagy akár

egy független másik fél, egy tanúsító szervezet is. Az EU-s országokban kölcsönösen elfogadják az egyes tagországok által bejelentett szervezeteket és az általuk kiadott megfelelőségi tanúsítványokat, tehát elegendő ezeket egyszer beszerezned. Ráadásul szerencsére sok esetben elegendő a saját megfelelőség-értékelésed.

A fogyasztóvédelmi elvárásoknak, Neked is meg kell felelned, hisz a külföldiekre ugyanazok a szabályok vonatkoznak, mint az adott ország állampolgáira. Érdemes ennek kapcsán résen lenni, mivel az EU előírásainál szigorúbb tagállami előírások is előfordulhatnak, amire a közösségi szabályozás lehetőséget is nyújt. Ha terméked, illetve üzemed környezetterheléssel járó tevékenységet folytat, mindemellett még a szigorú környezetvédelmi előírásoknak is meg kell felelned: a telephely-engedélyezési eljárás során a környezeti megfelelőséget

is bizonyítanod kell. Az EU a fentiek mellett adminisztrációs követelményeket is támaszt a tagállami határokon átnyúló gazdasági tevékenységek esetében. A társaságok levélpapírjainkon és megrendelőlapjainkon kötelesek feltüntetni, hogy melyik cégbíróságon tartják nyilván ehhez kapcsolódóan a nyilvántartási számot, a székhelyet és adott esetben azt is, ha a cég felszámolás alatt áll.

Azt is tudnod kell azonban, hogy az Unió új, együttműködést célzó vállalkozási formákat is létrehozott a nemzetközi, illetve az esélyegyenlőséget biztosító piaci környezet megteremtése érdekében. Ilyen az európai társaság, mely az uniós részvénytársasági forma. Ennek működését a közösségi jog szabályozza. E forma választása lehetőséget ad a társaságok rugalmasabb és költségkímélőbb működésére azáltal, hogy a cég székhelyét és telephelyeit felszámolási eljárás nélkül

áthelyezheti egyik tagállamból a másikba.

Az európai gazdasági érdekegyesülés a társaságok és természetes személyek közötti együttműködési forma, amely főként a kis- és közép vállalkozások közösségi szintű megjelenéséhez biztosít kereteket. Fontos kikötés ezzel kapcsolatban azonban, hogy céljának kapcsolódnia kell tagjai tevékenységéhez, miközben nem léphet annak helyébe. Az együttműködési forma létrehozásának célja, hogy megkönnyítse és fejlessze tagjai tevékenységét, javítsa, fokozza eredményességüket, ugyanakkor az egyesülés közvetlenül nem törekedhet nyereség elérésére. E szervezeti forma ugyanakkor így is melegen ajánlott, és érdemes az ilyen, uniós szintű érdekérvényesítő, együttműködő társaságokat felkeresned, hisz remek segítséget nyújtanak ahhoz, hogy kis- és közép vállalkozásod más hasonló szervezetek támogatásával jelenjen meg a külföldi piacokon.

MIRE FIGYELJ AZ UNIÓS PÁLYÁZATOKNÁL?

Az EU-pályázatok mindegyike rendkívül szigorú követelményeket támaszt. Azonban érdemes minél előbb elsajátítani a pályázási módszert, hiszen az EU-ban csak így lehet támogatáshoz jutni. Ha hibás vagy hiányos pályázati anyagot adsz le, bármilyen értékes is legyen a pályázatot tartalma, biztosan visszautasítják. Épp ezért mindig figyelj a következőkre:

- Milyen dokumentumokat kell csatolni a pályázathoz?
- Mi a pontos leadási határidő és a postacím?
- Milyen formai követelményeknek kell megfelelni (például hány szó, illetve sor lehet egy-egy rész kifejtése, hol kell aláírni)?

Bizonyos esetekben lehetőség nyílik arra, hogy formailag ellenőriztesd leadásra kész pályázatot. Ha pedig van pályázatról ismerősöd, bátran kérd segítségét, mert a pályázati felhívásokon és formanyomtatványokon kiigazodni néha még a tapasztalt pályázóknak sem könnyű feladat, annak ellenére, hogy a nyomtatványok évről-évre egyszerűbbek. A pályázatokról bővebben: ► 4.9. fejezet Európai uniós pályázatok.

Mire figyelj az adózásnál?

Az Európai Unió csak a forgalmi és a fogyasztási adók esetében törekszik az egyes országok szabályainak egységesítésére, az szja és a társasági adó szabályozása továbbra is tagállami hatáskörben maradt. Ami Téged Magyarországon élő magyar állampolgárként leginkább érinthet, az az ÁFA. A ter-

mékek értékesítése teljes mértékben adómentes. Így például ha magyar adóalanyként adod el árut egy osztrák adóalanynak, Te az értékesítésre nem számítasz fel adót, az osztrák adóalanynak viszont adófizetési kötelezettsége keletkezik „közösségen belülről történő beszerzés” jogcímén (igaz, ezt bizonyos esetekben levonathatja). Emellett a termék uniós

országból való beszerzésére ugyanazok az Áfa szabályok vonatkoznak, mintha Magyarországon belülről történt volna a beszerzés. Az Áfát a vásárló kifizeti, ám az visszaigényelhető az adóbevallás benyújtásával egyidejűleg. A szolgáltatásnyújtás áfája esetében sajnos kicsit bonyolultabbak a szabályok. Ezeket ugyanis az EU szolgáltatástípusonként eltérően szabályozza, az alapján, hogy az eladó vagy a vevő székhelye a szolgáltatásnyújtás tényleges helyszíne, vagy egy harmadik tagál-

7.6

ÜZLET AZ EURÓPAI UNIÓBAN

A fejezet támogatója:



Üzletfejlesztés karnyújtásnyira

A fejezet támogatója:

NEMZETI
KÜLGAZDASÁGI
HIVATAL

lam Áfa terhét kell rátenni az ügyletre. Erről egyelőre elég annyit megjegyezned, hogy a teljesítés helyén kiszabott Áfa terhet viseli majd a tevékenység. A teljesítés helye jellemzően egybeesik vállalkozásod székhelyével, azonban a kulturális, művészeti, tudományos, oktatási, szórakoztatási és sportszolgáltatások esetében a teljesítés helyét a szolgáltatás végzésének helye határozza meg.

Unió adószámra csak akkor van szükséged, ha Áfa bevallást kell tenned, azaz

ha Te vásároltál külföldről, de az uniós adószámot a Nemzeti Adó- és Vámhivatal automatikusan létrehozza, így különösebb tennivalód nincs. Hasonlóképpen a vámok az EU-tagországok vállalkozóit az unión belüli tevékenységükben gyakorlatilag nem érintik.

Az EU egyik alapköve ugyanis a vámunió, ami a teljes áruforgalomra kiterjed. Ennek értelmében az unió területén belüli kereskedelem teljes mértékben vámentes, és szolgáltatásnyújtás, termékértékesítés vagy beszerzés esetében nincsenek mennyiségi korlátozások sem. A vámhatósággal így csak akkor kell kapcsolatba kerülnöd, ha egy unió kívüli országban szeretnéd értékesíteni a portékádat. Ha külföldön létesítesz telephelyet, e telephely működtetését az adott ország törvényi előírásainak és adózásának rendelik alá. A termékek határokon átvitelő mozgása esetében ennek kapcsán fontos tudni, hogy az EU-s országokban végbemenő termelési tevékenység ese-

SEGÍTSÉG AZ EU PÁLYÁZATOKHOZ

Az Enterprise Europe Network térítésmentes vállalkozásfejlesztési és K+F pályázati tanácsadással segíti az egyéni vállalkozók, valamint a mikro-, kis- és középvállalkozások forrásbevonását különböző projekteken. A hálózat célja, hogy cégre szabott, részletes tájékoztatást nyújtson az aktuálisan elérhető hazai elbírálású pályázatokról, illetve a központi (brüsszeli) elbírálású támogatási programokról.

A folyamatosan forráshiánnyal küszködő kisvállalkozások gyakran nem rendelkeznek szabad kapacitással, amit pályázatfigyelésre fordíthatnának, illetve sokakat elrettent az elsőre bonyolultnak tűnő szabályozói környezet és a sok adminisztratív feltétel. Az Enterprise Europe Network segít megtalálni a cég céljaihoz leginkább illeszkedő pályázatot, illetve a kiíró szervezeteken keresztül segít megválaszolni a felmerülő kérdéseket is. Habár az intézmény a pályázatok megírását nem tudja vállalni, igény esetén megbízható, partner pályázatíró cégeket tud javasolni.

AZ Enterprise Europe Network-ről részletesen a www.enterprise-europe.hu oldalon olvashatsz.

tében a közvetlen adók – a személyi jövedelemadó és a társasági adó (TA) – szabályozása is tagállami hatáskörbe tartozik. A közösségi jog vonatkozik ugyanakkor az indirekt adókra – ilyenek a forgalmi és a fogyasztási adók –, melyekre vonatkozóan az EU harmonizált szabályokat ír elő.

Partnerkeresés és üzleti kapcsolatok létesítése az EU-ban

Az Európai Unió piacán amellet, hogy szaba-

don kereskedhetsz, arra is rengeteg lehetőség kínálkozik, hogy más uniós vállalkozásokkal üzleti kapcsolatba lépj, közös projekteket hozz létre. Rengeteg az EU-ban működő, a Tiédhez hasonló vállalkozás keres ugyanis partnert terve megvalósítására, vagy üzleti kapcsolatot céljából, legyen az rövid távú vagy hosszabb távú együttműködés. Ne habozz ezt a lehetőséget kihasználni, hiszen rengeteget tanulhattok egymástól

és sikeres, profitot jelentő üzletet hozhat számodra. Ha azon gondolkodol, hogyan léphetnél kapcsolatba külpiazi partnerekkel, érdemes felkeresned az Enterprise Europe Network hálózat tagjait Magyarországon (www.enterprise-europe.hu). Ez az Európai Unió egyetlen hivatalos, és a világ legnagyobb vállalkozásfejlesztési hálózata, mely regionális irodái segítségével éri el és segíti a kis- és középvállalkozások üzletfejlesztését, kiemelten kezelve az innovációt, a technológia-hasznosítást és a kutatás-fejlesztési projekteket. A hálózatot több mint 600 vállalkozásfejlesztési intézmény alkotja: az egyes országokban működő vállalkozásfejlesztési intézmények, kereskedelmi és iparkamarák, regionális fejlesztési ügynökségek, innovációs szervezetek és egyetemi technológiai központok hálózatának szakértői állnak a vállalkozások rendelkezésére az EU összes országában valamint a világban, több mint 50 országban. Az EU

országain kívül a következő országokban található meg a Hálózat: Albánia, Örményország, Bosznia-Hercegovina, Brazília, Kanada, Chile, Kína, Egyiptom, Izland, India, Izrael, Japán, Macedónia, Mexikó, Moldova, Montenegró, Marokkó, Norvégia, Oroszország, Szerbia, Dél-Korea, Svájc, Tunézia, Törökország, Ukrajna, USA. A hálózat többek között az uniós piacon való aktív részvételt elősegítő információszolgáltatással, képzésekkel (pl: pályázatok, szellemi tulajdonvédelem, export inkubációs program, közbeszerzés), üzleti- és

innovációs partnerkereső szolgáltatásokkal, cégre szabott tanácsadással, belföldi és külföldi üzletember-találkozók szervezésével áll rendelkezésedre. Az Enterprise Europe Network tudása, kapcsolatai, szakértelme révén összegyűjti és strukturálja vállalkozásod fejlesztését szolgáló információkat. Széleskörű együttműködésével olyan távoli piacok elérését is előirányozza, mint Kína vagy India. Kínában működik például az EU KKV Központ (EU SME Centre), ahol a kínai fél a Hálózattal együttműködve igyekszik az

európai kis és közepes vállalatok helyi piacokra lépését elősegíteni. Az Enterprise Europe Network együttműködést folytat továbbá az Európai Üzleti és Technológiai Központ (European Business and Technology Centre) nevű szervezettel, amely Indiában és Európa szerte működik. A szervezet célja szintén a Távol-Kelettel való üzleti együttműködés elősegítése. Az Enterprise Europe Network legfontosabb célja, hogy ösztönözze az exportot, megismertesse a cégeddel a rendelkezésére álló vállalko-

EU-TÁMOGATÁSOK, EGY HELYEN

Az EU nyújtotta támogatásokról online is tájékozódhatsz. Kifejezetten erre a célra hozták létre a kkv-k számára kialakított európai portál közösségi pénzügyi támogatásokról szóló részét (http://ec.europa.eu/enterprise/policies/finance/index_en.htm). Itt böngészve megtalálhatod az Európai Bizottság azon finanszírozási eszközeit, amelyek segíthetik vállalkozásodat. Ugyanígy rengeteg információt találhatsz itt az EU által nyújtott közösségi kölcsönökről és a finanszírozási formákhoz való hozzáférés mikéntjéről. Mindemellett pedig az egyes keretprogramokhoz kötvé a honlapon megtalálhatod az EU által kiemelten kezelt tevékenységeket, valamint az együttműködési programokhoz és fejlesztési alapokhoz kötött speciális támogatásokat.

7.6

ÜZLET AZ EURÓPAI ÜNIOBAN

A fejezet támogatója:



Üzletfejlesztés kamupártiságára



zásfejlesztési lehetőségeket, és támogassa azok minél szélesebb körű felhasználását az alábbi területeken:

Üzletfejlesztés

Azokat a mikro-, kis- és középvállalkozásokat támogatja, melyek képviselői üzleti lehetőségekről kívánnak tájékozódni, tanácsadásra lenne szükségük, forrásokat keresnek a fejlődéshez, bővíteni szeretnék az ismereteiket, vagy üzleti partnereket keresnek. A hálózat célja hogy a vállalkozásokat nemzetközi szintűvé fejlessze.

Az európai piacok meghódítása

Exportképes a céged? A hálózat az exporttevékenységgel kapcsolatos információk (pl. alapanyag-beszerezés, technológia, bér munka, marketing, nemzetközi együttműködés, partnerkeresés, stb.) beszerzésében támogat. Az átfogó szolgáltatások révén a vállalkozásod készen áll majd az Európai Unió egységes belső piacának és azon túli célpiacok meghódítására és a sikeres nemzetközi együttműködésre.

Technológia-hasznosítás

Céged kifejlesztett egy innovatív technológiát, amelyet szeretnétek külföldön értékesíteni? Esetleg saját tevékenységed versenyképesebbé és költséghatékonyabbá tételéhez szeretnél bevonni külföldi technológiát? Az Enterprise Europe Network a mikro-, kis- és középvállalatok innovatív technológiáinak hasznosítását segíti elő. Az európai szintű innovációs partnerke-

reső adatbázisba érdemes bekerülni céged számára, mert sok európai vállalkozással és szervezettelléphetsz kapcsolatba az adatbázis segítségével. Az adatbázisból rendszeres információkat kaphatsz, cégedet érdeklő innovatív ajánlatokra beállítva.

Nemzetközi K+F együttműködések elősegítése

Meglévő európai hálózatok révén új partnereket, forrásokat találhatsz és részt vehetsz az Európai Unió K+F kutatási keretprogramjainak pályázataiban. Törekvésük, hogy a hazai kutatási központokat, egyetemeiket, spin-off cégeket segítsék eredményeik piaci hasznosításában. Támogatják, hogy a nemzetközi együttműködések segítségével megvalósíthasd saját innovatív fejlesztéseid vagy részt tudj venni K+F projektekben.

Nemzetközi üzleti partnerkereső

A szolgáltatás egyfajta üzleti „társskeresőként”

működik, amely több mint 50 országban elérhető. A szolgáltatással lehetőség nyílik saját profilod elkészítésére, amely csupán 15 percet vesz igénybe. A profil kitöltését követően adatlapod felkerül a rendszerbe, amely ezt követően azonnal kereshetővé válik az összes, a programban résztvevő országban. Ezek kívül egyénileg is tudsz keresgélni az adatbázisban, speciális szűrők segítségével. A szolgáltatás az az alábbi linken érhető el: <http://www.enterprise-europe.hu/innovpartner.aspx>

Nemzetközi innovációs partnerkereső

Az innovációs partnerkereső adatbázis hasonlóan az üzleti partnerkereső adatbázishoz, szintén innovatív témájú technológiai ajánlatokat és igényeket tartalmaz. Az innovációs adatbázis hatékonyan támogatja a fejlett technológiák hasznosítását a nemzetközi piacokon, és egyrészt az innovatív kis- és középvállalkozások,

másrészt a kutatóintézetek és egyetemek technológiai ajánlatait, illetve igényeit tartalmazza. A rendszeren keresztül lehetőség nyílik kutatás-fejlesztési profilok feltöltésére is, amelyek ezt követően az összes programban résztvevő országból kereshetővé válnak. A rendszerben böngészni is tudsz, és különböző szűrők segítségével még célzottabban kereshelhetsz az ajánlatok közt. A szolgáltatás szintén térítésmentes és a Hálózat magyarországi weboldaláról érhető el a következő linken: <http://www.enterprise-europe.hu/innovpartner.aspx>

Közbeszerzési tanácsadás

Az Enterprise Europe Network lehetőséget biztosít, hogy rendszeresen tájékozódj a legfrissebb közbeszerzési tenderkiírásokról, a közbeszerzési tenderfigyelő szolgáltatásra való regisztrációt követően. A rendszer a közbeszerzési kódok (CPV-Common Procurement Vocabulary)

alapján, a szolgáltatást igénybe vevő vállalkozások részére naponta vagy hetente e-mailben, angol nyelven küldi meg az általuk meghatározott kritériumoknak megfelelő megrendelésekre vonatkozó ajánlatkéréseket. A rendszer különböző adatbázisokból – így az Official Journal of the European Union (OJEU), TED, egyes országok saját adatbázisai – állítja össze cégre szabottan a közbeszerzési tenderfigyelést. A szűrési feltételek bármikor tetszőlegesen módosíthatóak, bővíthetőek. A szolgáltatás térítésmentes, regisztrálni az alábbi linken lehet: <http://www.winningtenders.eu/tender-trial-hungary/>

Az Enterprise Europe Network hálózat Magyarországon aktívan részt vesz uniós információterjesztő kampányokban is, ahol az egy napos, vagy akár egy hetes programon célzottan a vállalkozásoknak szóló témákról van szó, mint pl: munkahelyi egészség és

biztonság, munkavállalás az Unióban, vagy vállalkozás indítás. Hasonló kampány lesz 2014. szeptember 29 és október 5-e között a KKV-hét, amelyre Téged is örömmel várnak!

Az Enterprise Europe Network kiemelt szolgáltatásai közé tartozik a kezdő exportőröknek szóló felkészítő ASTRA export inkubációs program, mely mélyebb és hosszabb időtávú képzés keretében információt nyújt, rendszeres formában, alapvető vállalkozásfejlesztési ismeretekről, a marketing tevékenység előnyeitől az üzleti tervkészítésen át, a pénzügyi ismeretekig (www.hita.hu; www.enterprise-europe.hu). Ha már a következő szintre lépnél, akkor a KKV Akadémiát neked találták ki. A program a cégeken belüli hatékony vállalkozásmenedzsment kompetencia kialakulását és megerősítését kívánja elősegíteni. A vállalkozások versenyképességének javítását célzó átfogó külföldi orientált, menedzsmentkép-

zés tematikái: változásmenedzsment, piacelemzés, összefogás, innováció, marketing, finanszírozási kérdések és nemzetköziesedés. Külföldi előadók, elismert trénerek és sikeres magyar exportőrök osztják meg tudásukat és tapasztalataikat a résztvevőkkel.

A HITA alaptevékenységét képezi továbbá többek között az ún. Hungarian Investment Projects (HIP) program, valamint a Hungarian Technology Projects (HTP) program is. A HIP esetében a befektetési

7.6

ÜZLET AZ EURÓPAI UNIÓBAN

A fejezet támogatója:



A fejezet támogatója:

NEMZETI
KÜLGAZDASÁGI
HIVATAL

projektek koordinálására, a projekt előkészítést támogató tanácsadói munkára és a projektek hazai és nemzetközi kiajánlására fókuszál, valamint a projektgazdák felkészítését célzó képzések beindítását is tervezi.

A HTP program a magyar technológiákkal rendelkező vállalkozások nemzetközi fejlesztési együttműködési közbeszerzésekben való hatékony részvételét segíti. Az Enterprise Europe Network kiemelt szolgáltatásai között szerepel még az ERASMUS Fiatal Vállalkozóknak szóló

csereprogram (www.erasmus-entrepreneurs.eu). Erre olyan természetes személyek pályázhatnak, akik vállalkozóvá kívánnak válni a jövőben, illetve kezdő vállalkozók, akik 3 éven belül alapították cégüket. Ők 1-6 hónapig terjedő időszakot tölthetnek el egy tapasztalt, más országbeli EU-s vállalkozásnál, tapasztalatszerzés céljából. Várják továbbá olyan vállalkozók jelentkezését is, amelyek szívesen fogadnak más EU állambeli vállalkozni kívánó fiataalt, hogy mentorként segítsék. A kiutazás és az alapvető megélhetési költségek az EU által támogatottak. Érdemes

lehet tehát felkeresned a Magyarországon 10 irodával működő Enterprise Europe Network hálózatot, ha úgy érzed, segítségre van szükséged vállalkozási ismereteid fejlesztéséhez, külpiazi megjelenéshez, vagy nehezen találsz partnereket az országhatáron túl.

Az Enterprise Europe Network segítségével rengeteg más, hasonló támogató szolgáltatásokat nyújtó szervezetre is rátalálhatsz. Az „Európa Önökért” nevű kezdeményezés (http://ec.europa.eu/youreurope/business/index_hu.htm) online szolgáltatásokat nyújt

az európai piacokra belépő vállalkozások számára. Fő célja, hogy elérhetővé tegye az online kormányzati szolgáltatásokkal kapcsolatos gyakorlati információkat, illetve hogy hozzáférést biztosítson e szolgáltatásokhoz olyan cégek számára, amelyek egy másik uniós tagállamban szeretnének üzleti tevékenységet folytatni. Amennyiben konkrét problémával keresnéd meg munkatársait, a portál olyan helyi üzleti szervezetekhez irányít, ahol személyre szabott segítséget és tanácsokat kaphatsz.

Szintén hasznos társad lehet a European IPR Helpdesk (<http://www.ipr-helpdesk.eu>), mely a szellemi tulajdonjogokkal foglalkozik. A European IPR Helpdesk („szellemi tulajdon-védelmi segélyszolgálat”) az Európai Bizottság kezdeményezése, amely angol nyelven díjmentesen kínál szakmai tanácsadást, tájékoztatást és továbbképzést, a szellemi tulajdont és szellemi tulajdonjogot érintő kérdések területén.

SZABAD A VÁSÁR!

2010. január elseje óta minden európai uniós vállalkozás szabadon nyújthat szolgáltatást az EU bármely tagországában. Ez azt jelenti, hogy cégednek, mint Magyarországon bejegyzett vállalkozásnak nem kell céget vagy telephelyet létrehozni ott, ahol szolgáltatásaidat kínálni fogod, mindezt minden további nélkül intézheted itthonról.

Az EU által elfogadott „Szolgáltatási irányelv” ráadásul arra is kötelezi a tagállamokat, hogy egyablakos ügyintézési rendszerben, az interneten keresztül is minden ezzel kapcsolatos információt és esetleges ügyintézését elérhetővé tegyenek. A részleteket magyar nyelven megtalálod a http://ec.europa.eu/internal_market/eu-go/index_hu.htm oldalon.

A Helpdesk segítségével megtudhatod, hogy hogyan és miért kell védeni az ötleteket, és konkrét információkat kaphatsz arról, hogy miként kell kezelni a szellemi tulajdonjoggal kapcsolatos kérdéseket akár határon átnyúló üzleti tevékenység során, akár egy közösségi kutatási projektben.

Ha keleti irányba terjeszkednél érdemes a China IPR SME Helpdesk, valamint az ASEAN IPR SME Helpdesk szolgáltatásait igénybe vened, amely az európai KKV-kat hivatott támogatni térítésmentes szellemi tulajdonvédelmi szolgáltatásokkal a kínai, illetve a délkelet-ázsiai piacokon való sikeres szereplés érdekében. A közelmúltban indult útjára a MERCOSUR IPR Helpdesk, amely a MERCOSUR országok, valamint Chile tekintetében nyújt naprakész információkat szellemi tulajdon-védelmem témakörben.

Ha elakadtál a szellemi tulajdon-védelem útvesztőjében, keresd az Enterprise Europe Network szellemi tulajdon-jogi tanácsadással foglalkozó kollégáit!

Pénzügyi tanácsadás

Ha vállalkozóként finanszírozási problémáid vannak, az Enterprise Europe Network pénzügyi tanácsadás keretein belül segít eligazodnod a hazai és EU-s finanszírozási lehetőségek tengerében. A Hálózat az uniós előírásoknak megfelelően az úgynevezett „access to finance” szolgáltatás keretein belül nyújt segítséget versenyképes export finanszírozási konstrukciók felkutatásában.

A pénzügyi tanácsadás területei:

- magyar, EU-s és az EU-n kívüli hitelintézetek által nyújtott hitelek és garanciák,
- nem hitelintézetek által nyújtott pénzügyi szolgáltatások, finanszírozás,
- business angels – üzleti angyalok,
- kockázati tőkekezelő alapok.

A Nemzeti Külgazdasági Hivatal Üzletfejlesztési Főosztálya ágazati tanácsadói segítenek, ha már konkrét célpiacot is magában foglaló üzleti tervvel rendelkezel és exportpiac képessé fejlődöttél. Segítségükkel

ágazat specifikus, támogatott szakkiállításokon is részt vehetsz, hogy terméked/szolgáltatásod számára megfelelő üzleti partnert találj.

7.6

ÜZLET AZ EURÓPAI ÜNIOBAN

A fejezet támogatója:



Üzletfejlesztés kamupártiságra

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.enterprise-europe.hu – Enterprise Europe Network magyarországi weboldal
- www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu/index_en.htm - Enterprise Europe Network európai, központi oldala
- www.hita.hu – Nemzeti Külgazdasági Hivatal
- www.enterprise-europe.hu/kozbeszerzes - Közbizterzési tenderfigyelő szolgáltatás
- www.enterprise-europe.hu/innovpartner.aspx - üzleti és innovációs partnerkereső adatbázis
- www.erasmus-entrepreneurs.eu – ERASMUS Program fiatal vállalkozóknak
- www.fivosz.hu - Fiatal Vállalkozók Országos Szövetsége
- ec.europa.eu/youreurope - Hogyan vállalkozunk Európában?
- ec.europa.eu/internal_market/eu-go/index_hu.htm - Egyablakos ügyintézési pontok
- www.ipr-helpdesk.org/home.html – IPR Helpdesk
- www.ebtc.eu - European Business and Technology Centre
- www.eusmecentre.org.cn/ - EU SME Centre



AZ ÜZLETI ÉLET KÖZÖS NYELVE

HA KÖRBENÉZEL OTTHON VAGY AZ IRODÁDBAN BIZONYÁRA RENGETEG OLYAN TÁRGGYAL, CSOMAGOLÁSSAL TALÁLKOZOL, MELYEKEN EGY VONALKÓDOT, ÉS A VONALKÓD ALATT EGY SZÁMSORT TALÁLSZ MAJD. HOGY MINDEZ MIÉRT VAN OTT, ÉS MIRE LEHET JÓ NEKED ÉS ÜZLETI PARTNEREIDNEK: EZZEL FOGLALKOZIK AZ ALÁBBI FEJEZET.

A különböző termékek egyedi beazonosíthatóságának igénye az egyre komplexebb ipari tömegtermeléssel kezdődött. Az első géppel is leolvasható azonosítók a múlt század közepén jelentek meg Amerikában. Maga a vonalkód, mint termékazonosító 1966 óta létezik, de a mai legáltalánosabb felhasználására – azaz a pénztárnál történő leolvasására – még majdnem egy évtizedet kellett várni.

A vonalkód mára a világ legelterjedtebb automatikus azonosító jelképévé vált, amellyel elkerülhetőek a kézi adatbevitel hibalehetőségei, és annál sokkal gyorsabb adatbeolvasást biztosít. A kód maga nem más, mint egy vonalakból és közből álló jelkép, mely egy egyedi számsor fizikai (optikai) megjelenítését szolgálja. Ahhoz, hogy a világon minden számsor egyforma felépítésű és így bárki számára feldolgozható legyen,

illetve minden számsor csak egyszer kerüljön kiadásra/felhasználásra, az azonosítószámokat szabványosítani kellett. Ez az egyedi számsor – nézd meg, minden vonalkód alatt meg fogod találni – a világon egyetlen konkrét termék-típust jelöl: például egy adott gyártó, mondjuk fél literes palackba csomagolt szénsavmentes ásványvizét. E gyártó másfél literes palackos szénsavmentes vize már egy másik számot, és másik vonalkódot kap.

KI ADJA A VONALKÓDOT?

A GS1, az itt bemutatott globális szabványokat – így a vonalkódos termékazonosítást - kínáló nemzetközi nonprofit szervezet, mely összesen a világ 150 országában van jelen. Magyarországon kizárólag a GS1 Magyarország Nonprofit Zrt. jogosult e szolgáltatások nyújtására: ők adják ki Neked a termékeid azonosítására szolgáló számtartományt, valamint tanácsadással, oktatással, és egy, a partnerek adatait tartalmazó adatbankkal is segítik meglévő és leendő partnereiket.

A cégről, és szolgáltatásairól
mindent megtudhatsz
a www.gs1hu.org oldalon.



Mindehhez az is szükséges még, hogy az azonosító számok első részlete központi kerülnön kiadásra és beregisztrálásra egy a GS1 szabványszervezet által működtetett nemzetközi adatbázisba. Éppen ettől lesz a GS1 szabvány az üzleti élet közös nyelve: minden azonosító csak egyszer szerepel, de azon mindenki egyformán ugyanazt a terméket érti a világon.

Vállalkozóként ez lehetőséget nyújt számodra, hogy minden olyan termékedet, mely vásárlóid számára különböző típust képvisel,

vagy leltárodban külön akarod nyilvántartani, külön-külön tudd beazonosítani. Erre pénztári rendszert építhetsz, és így gyorsabbá és egyszerűbbé teheted a értékesítést; készleteidet pontosan és naprakészen tudod nyilvántartani, alapanyagaidat vagy egyéb beszerzéseidet gyorsabban és hibamentesen tudod megrendelni.

Mindez könnyebbé teheti az üzleti partnereiddel történő kommunikációt is, hiszen a szabványos számokra hivatkozva biztos lehetsz benne, hogy

ugyan arról a termékről beszéltek, akár hazai, akár külföldi az adott üzleti partner. Ha termékeidet komolyabb nemzetközi láncokban szeretnéd forgalmazni, e láncok napi gyakorlata meg is követeli ezeknek a számoknak a meglétét a termékeken, hiszen így hatékonyabban intézhető elektronikus formában a megrendelés és számlázás egyaránt, nem is beszélve a pénztári leolvasásról.

Ráadásul, napjainkra a termékeken kívül már tárgyi eszközeink, fizikai helyeink (pl.: raktár), partnereink, dokumentumaink is azonosíthatóak és nyilvántarthatóak lehetnek szabványos azonosító számmal. Az egyedi termékazonosítók felhasználási lehetőségei nem állnak meg a kereskedelemnél, vagy a vevők informálásánál: termékeid nyilvántartására, a számlázás, a készletnyilvántartás, a logisztika egyszerűsítésére is használhatod a technológiát.

További alkalmazási lehetőség a nyomon követhetőség kialakítása. A nyomon követés jelentőségét az üzleti élet szereplői már régóta felismerték, elsősorban a nemzetközi árukereskedelem, az áruszállítás, és az értékesítés területén. Napjainkban kiemelten fontos a termék eredetének ellenőrizhetősége, vagy a hamisítás megakadályozása, nem is beszélve például az élelmiszerek vagy gyógyszerek jogsza-

7.7

AZ ÜZLETI ÉLET KÖZÖS NYELVE

A fejezet támogatója:



A fejezet támogatója:



báilyilag is előírt visszakövetethetőségi előírásainak teljesítéséről.

A nyomon követhetőség valójában annyit jelent, hogy képesek vagyunk egy dolog (pl. áru, tétel, termék vagy információ) útját, vagy élettörténetét, helyét vagy felhasználását, a folyamatban résztvevő helyszíneket és szereplőket, szabványos azonosítók használatával követni, és minden lépést vissza is tudunk vezetni.

Mindehhez az árunak rendelkeznie kell egy azonosítóval, ami a terméken feltüntetésre is kerül szemmel olvasható számmal és géppel olvasható vonalkóddal is. A GS1 szabvány egyedi azonosításra alkalmas megoldásait minden árura, termékre és tételre egyformán tudják alkalmazni bárhol a világon, hogy üzleti partnereid és akár vásárlóid is pontos információhoz jussanak, amikor szükséges.

Éppen ezért a nyomon követés az azonosító számok képzésével kezdődik. Ezt követi az azonosító számok vonalkódos jelölése a terméken, majd az olyan már összetettebb megoldások, mint a kereskedelmi folyamatokat megkönnyítő elektronikus kereskedelmi üzenetszabványok, vagy a törzsadatok megbízható és pontos tárolása egy ún. adatbankban. Ezek a megoldások egyenként önállóan is alkalmazhatók, együtt pedig egy különösen hasznos, komplex rendszert

EGY KIS TÖRTÉNELEM

A vonalkód az 1952-es szabadalmaztatást követően indult világhódító útjára. A termékre szabott azonosító igénye elsőként a kiskereskedelemben merült fel. 1974-ben egy ohioi szupermarketben egy rágógumi csomagolásán szerepelt először az újfajta termékazonosító Amerikában. Ekkor az európai országok gyártói és forgalmazói is elhatározták, hogy létrehoznak egy amerikaihoz hasonló, szabványos számozási rendszert. 1977-ben megszületett a 13 jegyű EAN vonalkód, amellyel Angliában egy filteres tea dobozán találkozhattak először a vásárlók. A két szabványos számozási és jelölési megoldás egyesülésével 2005-ben aztán egy egységes szabványrendszer jött életre GS1 néven, amely már világviszonylatban nyújt egyedi azonosítási és jelölési megoldást a vállalatok számára.

alkotnak, ezt nevezzük GS1 szabványrendszernek. A szabvány alkalmazásával nyomon követheted termékeid útját az eladásig, miközben saját tevékenységeid hatékony működése érdekében is kamatoztathatod az előnyeit.

Magát a vonalkódot – miután a szükséges alapokat a GS1 Magyarországtól igényelted és megkaptad – akár Te magad is ki tudod nyomtatni, de ügyelj rá, hogy ennek a termék csomagolásán is megfelelő helyet kell találnod, azaz már a csomagolás

tervezésénél gondolnod kell erre!

A vonalkód mellett egyre terjednek más jelölési megoldások is, így például a sokféleképpen használható kétdimenziós kód, mely mobilkódként is ismert. A mobilkód elnevezés azért terjedt el, mert ezek a kódok és alkalmazásuk szorosan összefügg a mobiltechnológiával, hiszen egyre több mobiltelefon válik alkalmassá a kódok leolvasására (automatikusan, vagy egy internetről ingyenesen letölthető szoftverrel) és ez által további hasznos

információk érhetők el a termékről. Ez a kód olyan információkat is tartalmazhat, mely az okostelefonnal könnyen leolvasható, dekódolható és egy weboldalra, vagy egy youtube kisfilmre is elvezethet, de akár egy rendezvényre való belépést is biztosíthat. A 2 dimenziós kódok akár 2-3 ezer karakternyi információt is képesek hordozni, gyorsan és messziről olvashatóak,

és extra kis méretben is alkalmazhatóak. A két legismertebb kétdimenziós kód az USA-ban alkalmazott DataMatrix, és a Japánból valamint Távol-Keletről indult QR kód.

Az új generációs vonalkódok felhasználási lehetőségei szinte korlátlanok: a játékok, reklámok, promóciós célok mellett a technológia napjainkban zajló rohamos fejlődése

nyomán számos alkalmazás kifejlesztése van folyamatban, vagy áll készen, melyek akár már hazánkban is elérhetők.

Ezek közül is érdemes kiemelni a termékek csomagolásán túl elérhető további termékadatokat, vagy egyéb vásárlást ösztönző kedvezmények megismerését, felhasználását is segítő mobiltelefon alkalmazásokat.

7.7

AZ ÜZLETI ÉLET KÖZÖS NYELVE

A fejezet támogatója:



Ha ki szeretnéd próbálni a mobilkódot (a GS1 világban a neve „GS1 DataMatrix”, illetve „GS1 QR kód”), egyszerű a dologod: a mobilodra tölts le egy jó ingyenes kódolvasó szoftvert, majd telefonod kameráját szkennerként használva fejsd meg a kódot, ami egyből elirányít a GS1 Magyarország oldalára, vagy kiírja az áru nyomon követési adatait.



GS1 QR kód



GS 1 DataMatrix

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.gs1hu.org
- www.gs1.org
- www.gs1perfect.hu



PIACI INFORMÁCIÓK FELDOLGOZÁSA

NÉMI JÁRTASSÁGGAL ÉS ODAFIGYELÉSSSEL NAGYON SOK, VÁLLALKOZÁSOD ÜZLETVITELÉRE JELENTŐS HATÁSSAL BÍRÓ INFORMÁCIÓT TALÁLHATSZ MEG KÜLÖNBÖZŐ INTERNETES ADATBÁZISOKBAN. HOGY MIT ÉS HOL TALÁLHATSZ MEG – EBBEN SEGÍTENEK SZÁMODRA AZ ALÁBBIK.

Céged működtetését nagyban megkönnyítheti, hogy egyre több piaci és üzleti információ, a makrogazdasági környezetre, illetve az egyes ágazatok teljesítményére vonatkozó statisztika, valamint ingyenesen hozzáférhető állami és nem állami nyilvántartás érhető el az interneten.

A makrogazdasági környezet

A legtöbb magyar KKV kitett a belföldi gazdasági folyamatoknak, akkor is, ha nem direkt a lakosság-

nak értékesítik terméküket vagy szolgáltatásukat, hanem például beszállítói más vállalkozásoknak. Kivételek vannak, a csak exportra szállító, vagy az államnak szolgáltatást nyújtó cégek személyében, de induló vállalkozásokra nem ez a jellemző. A makrogazdasági környezet kisugárzása több irányból éri el a vállalkozásodat, a leglényegesebb a kereslet, a munkaerő kínálat és a finanszírozási feltételek változásai.

A kereslet

A gazdasági környezet legfontosabb hatása talán a keresleti hatás. Magyarországon vidéki régiókban 600-800 ezer ember él, ezek egy része dolgozik, más része munkát keres, a többiek inaktívak. A te szempontodból egyáltalán nem mindegy, hogy melyik csoportba hányan tartoznak, mert azt minden erről szóló kutatás alátámasztja, hogy stabil keresletet, fogyasztást csak azok jelentenek, akik ilyen-olyan formában dolgoznak,

kiszámítható keresetre tesznek szert. Mindenki más kényszerpályákon mozog, korlátozza fogyasztását, olcsóbbat vagy gyengébb minőségűt vásárol, és ebbe a versenybe nagyon nehéz beszállni a nagy forgalmú, éppen ezért rendkívül hatékony és alacsony árreszű multik mellett.

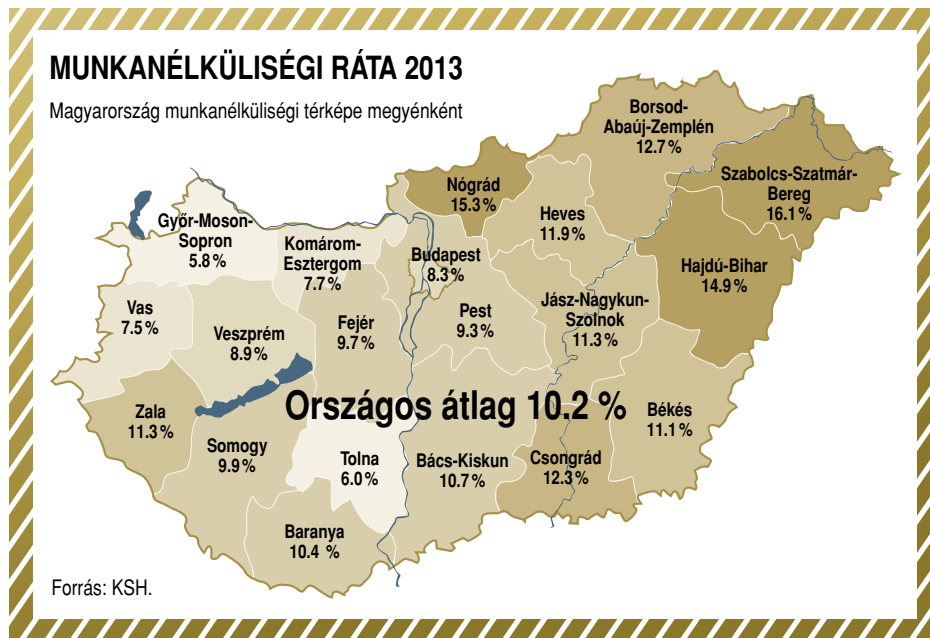
Ha szűkebb pátriára, mondjuk, statisztikai régiókra bontjuk le az országot, és azt látod, hogy a foglalkoztatási ráta a

tiedben 53 százalék, akkor kár lenne változtatás nélkül hazavinni a Budapesten látott jónak tűnő ötleteket. Az országos foglalkoztatási ráta 59,7 százalék, ezen belül a Közép-Magyarországi 63,4 százalék ez pedig azt jelenti, hogy a te régiódban – 700 ezer lakossal számolva – az országos átlagnál mintegy 50 ezer fővel kevesebben, Budapesthez képest csaknem 80 ezerrel, a központi régióhoz képest pedig 72 ezerrel kevesebben tudnak

felszabadultan, jó érzéssel megvásárolni valamit, ami nem tartozik a nélkülözhetetlen javak kategóriájába.

A munkaerő költsége

Ugyancsak nem közömbös számokra, hogy vállalkozásodhoz milyen munkaerőt és mennyiért találsz a környéken. Ezt nem könnyű makrogazdasági indikátorok alapján megállapítani, a te helyi tapasztalataid valószínűleg mindennél többet érnek, néhány dologra azért érdemes odafigyelni.



A Központi Statisztikai Hivatal hónapról hónapra közzéteszi az alkalmazásban állók havi bruttó és nettó átlagkeresetét bemutató statisztikáit. Nem állítjuk, hogy az ebben látható számok a te régiódban, ágazatodban, tevékenységi körödben maradéktalanul érvényesülnek, mert a hivatal csak az 5 főnél többet foglalkoztató szervezeteknél legalább 60 órás munkaszerződéssel rendelkezőket méri, ilyen cég és ilyen szerződések pedig a kiskereskedelem-

7.8

PIACI INFORMÁCIÓK FELDOLGOZÁSA

A fejezet támogatója:





ben, a vendéglátásban,
vagy az építőiparban
elvétve akadnak.

Ettől függetlenül a trendeket nem hagyhatod figyelmen kívül. Ha azt látod, hogy a te tevékenységi körödben a bérek dinamikusan emelkednek – az inflációt 1-2 százalékkal meghaladó ütem, azaz mostanában éppen 1-2 százalék már ilyennek mondható – akkor nyugodtan számolhatsz azzal, hogy az induló bérszinted hamarosan emelkedni fog.

A finanszírozás

A Magyar Nemzeti Bank (MNB) mindent tud a kereskedelmi bankok működéséről, és ezeket

a tapasztalatait és adatait ingyenesen meg is osztja veled. Az MNB adataiból (melyet itt érhetsz el: http://www.mnb.hu/Statistika/statisztikai-adatok-informaciok/sajtokozloemenyek-STA/mnbhu_vallakozosi_kamatok/mnbhu_vk1401) arra is választ kaphatsz, hogy milyen hitelkondíciókra számíthatsz, illetve milyen betételhelyezési lehetőségeid vannak, ha netán felgyűlne a pénz a számládon. Finanszírozási ügyekkel e könyvben bőségesen foglalkozunk másutt is (▶ 3. A finan-

szírozás alapkérdései

▶ 4. fejezet Állami és uniós források), ezen a ponton csak az a fontos, hogy nagyjából be tudd lőni, mivel számolhatsz. Az MNB minden hónapban közli a bankok és nem pénzügyi vállalkozások hitel- és betétügyleteiből számított átlagos kamatokat, és az adatközlés nemcsak forint, hanem euró tranzakciókra is kiterjed. Az adatközlés forint és deviza, alacsonyabb és magasabb hitel, illetve betétösszegre vonatkozóan is megmutatja a piacon elérhető betéti és hitelkon-

AZ ALKALMAZÁSBAN ÁLLÓK HAVI BRUTTÓ ÁTLAGKERESETÉNEK NÖVEKEDÉSE AZ ELŐZŐ ÉVHEZ KÉPEST (2013. JANUÁR-DECEMBER)

Forrás: KSH.

Időszak	Mező-gazdaság, erőgazdaság, halászat	Ipár	Építőipar	Keres- kedelem, gépjármű- javítás	Szállítás, raklá-rozás	Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás	Információ, kommu- nikáció	Pénzügyi, biztosítási tevékenység	Ingatlan-ügyletek	Szakmai, tudományos, műszaki tevékenység	Adminisztratív és szolgáltatást támogató tevékenység	Közigazgatás, védelem; kölelő társadalom- biztosítás	Oktatás	Humán-egészségügyi, szociális ellátás	Művészet, szórakozta- lás, szabadidő	Egyéb szolgáltatás	Nemzetgazdaság összesen
	A	B+C+D+E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	A-S
2013. 01-12 hó	171,921	246,628	177,790	218,936	223,410	147,023	426,460	470,966	212,391	320,422	169,223	258,803	216,927	151,287	216,869	174,777	230,664
2013. 01-12 hó	104.7	104.0	108.6	103.0	102.6	105.2	104.0	102.4	96.9	96.8	103.6	104.7	109.9	99.9	103.3	99.4	103.4

díciókat, de nem ad teljes körű segítséget a banki konstrukciók dzsungelében való eligazodáshoz. A minden hónap utolsó napján megjelenő betéti és hiteladatok felhasználásakor érdemes figyelembe venni, hogy az adatok egy hónapos késleltetéssel jelennek meg. A banki hitelek és betétek változása jellemzően nem túl gyors, de előfordulhatnak olyan időszakok, amikor gyorsan változtatnak kamataikon. Ha a híradásokból úgy látod, hogy a világgazdaság vagy a magyar gazdaság hektikus időszakot él át, akkor érdemes külön figyelni a kamatokról és a jegybanki alapkamatról szóló híreket.

Fontos tudni, hogy az ezen az oldalon található statisztikák nem tartalmazzák a kedvezményes, vagy kamattámogatott hiteleket, így például a napjainkban könnyen hozzáférhető Növekedési Hitelprogram hitelfeltételeit sem, pedig nagy valószínűséggel ma

ez a legkönnyebben elérhető, és legjobb hitelkondíciókat biztosító konstrukció kis- és közepes vállalkozások számára.

Partnerek, vevők, versenytársak

Ugyancsak fontos információ, hogy tervezett vállalkozásunk milyen konkurenciával, alternatív termékkel vagy szolgáltatókkal versenyez a vásárlók kegyeért, kikkel tudsz együttműködni, kik lehetnek a beszállítód, vagy vevőd. Ezen a ponton kerülnek képbe a céges adatbázisok, amelyek javarészt fizetősek, de használatuk nagyon kifizető lehet. Mivel ezeken az oldalakon összesített adatokhoz nehéz vagy drága hozzájutni, néhány fontos információt most megosztunk veled, de ez nem jelenti azt, hogy egyedi céges információkra, vagy marketing adatbázisokra ne lenne szükség a vállalkozás beindításához.

Magyarországon 2014-ben valamivel több, mint 600



Céginformáció az üzleti sikerhez

CÉGTÁR, céгатdbázis:

- ▶ Céгатatok
- ▶ Céгеlemzés
- ▶ Személyes és Címkapcsolati háló
- ▶ Automatikus Partnerfigyelés
- ▶ Marketing listák

Jogi információ, a stabil háttér

OptiJUS, jogi adatbázis

- ▶ HR munkához
- ▶ Adózási és számviteli kérdésekhez
- ▶ Nyomtatványokkal, iratmintákkal

Új cégeknek kedvezményes előfizetési lehetőség!



opten@opten.hu; www.opten.hu

BUSINESS
Superbrands^{2x}

A fejezet támogatója:



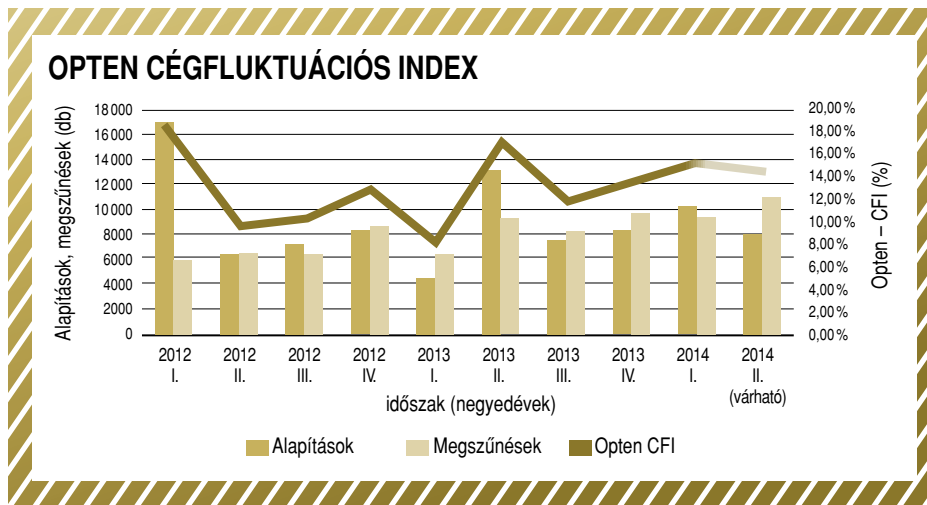
ezer társas vállalkozás működik, ezek együttes árbevétele 2012-ben 77.562.979.000.000, azaz durván 77,5 ezer milliárd forint volt; összes nyereségük pedig meghaladta négyezer milliárd forintot. Ez nagyon nagy számnak tűnik, de az adatok rendkívül egyenlőtlen eloszlást mutatnak: mindössze a vállalkozások alig több mint ötödének az árbevétele érte el az évi 2 millió forintot.

Évi 2 millió forintnál nagyobb – azaz egy szerény megélhetéshez elegendő

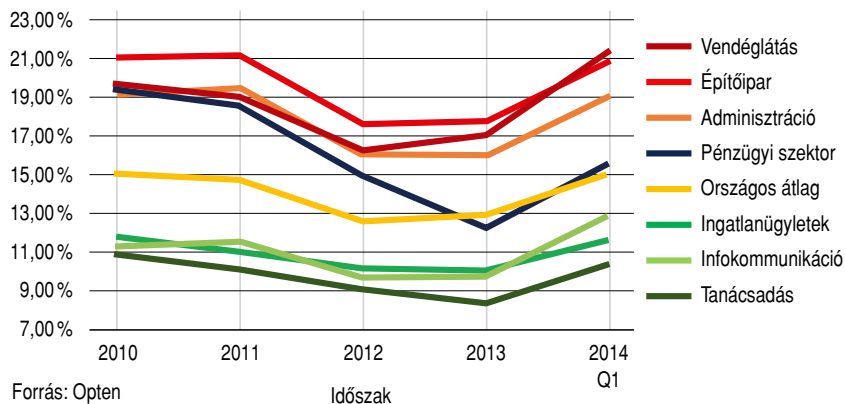
– adózás előtti nyereséget csak az összes társas vállalkozás 15 százaléka, azaz mintegy 90 ezer cég ért el. Ezzel szemben több mint 200 ezer vesztesége meghaladja a 2 millió forintot, a fennmaradó 300 ezer vállalkozás pedig valahol plusz/ mínusz 0 körüli eredménnyel zárta 2012-t. Ez utóbbiak legtöbbször nem működő, vagy tulajdonosaik egyéb tevékenységét kiegészítő, netán adóoptimalizálásra használt nem kifejezetten aktív cégek, amikkel versenytársként nem kell számolnod, de partnerként sem tekinthetsz rájuk munkád során.

A cégek kevesebb, mint 1 százaléka, alig több mint 6000 cég foglalkoztat 50 főnél több alkalmazottat, a többi mikro- vagy kisvállalkozásnak számít, legalábbis az Európai Unió által a cégek kategorizálására alkalmazott létszámszabály szerint. Árbevétel alapon, vagy tulajdonosuk okán persze más cégek is közép- vagy nagyvállalatnak minősülhetnek, de általában igaz, hogy Magyarországon kevés az Európai Unió definíciójának megfelelő közép- és a nagyvállalkozás.

A cégstruktúra szétapórozottsága egyúttal azt is jelenti, hogy a magyar cégek tőkeellátottsága rossz, likviditási helyzete, azaz fizetőképessége sosem volt igazán jó, és ez a válság 2008-as kitörése óta pedig csak tovább romlott. Mindez tőkéletesen visszaköszön a cégstatisztikákban, amelynek tanúsága szerint a cégtörlések száma évről évre nő, 2013-ban meghaladta a 33 ezret, idén pedig minden valószínűség szerint átlépi a 45 ezres szintet.



A LEGSTABILABB ÉS A LEGHEKTIKUSABB ÁGAZATOK MAGYARORSZÁGON (2010-2014)



A tavalyi megszűnések 17 százalékkal haladják meg a 2010-es eddigi negatív rekordot, és 22 százalékkal a 2012-es törlési számot. A cégtörlések nagy számát a 2012-ben indított felszámolási és végelszámolási eljárások dömpingje magyarázza. Különösen rossz hír számokra, hogy a törlések hátterében 61 százalékban felszámolások álltak, azaz több mint 20 ezer cég úgy ment tönkre egy éven belül, hogy adósságokat, kifizetetlen

beszállítókat, tartozásokat hagyott hátra, és ezzel más cégek működését is veszélyeztette. Ez kisebb cégek bedőlésénél is nagyon komoly gondot jelent, képzeljük el, mi történik akkor, amikor a több százmillió forint árbevételű társaságok válnak fizetéseképtelenné. Márpedig 2013-ban erre is volt példa, nem is kevés.

Ez a Te szempontodból azt jelenti, hogy nagyon oda kell figyelned, kikkel, milyen cégekkel működsz

együtt, mert nagyon magas azon cégek aránya, amelyek nem fogják időben meghozni az alapanyagokat vagy nem fogják kifizetni a számládat. Ez minden vállalkozásra igaz, de érdemes kiemelten foglalkozni a problémával, ha az ország olyan területén működteted cégedet, ahol magas a bedőlési ráta, vagy olyan ágazatban tevékenykedsz, amely különösen fertőzött a cégeket bedöntő és magára hagyó vállalkozóktól.

Az ábrán jól látható, hogy a magas cégfluktuáció (azaz a megszűnések és az új alapítások együttes aránya a működő cégekhez viszonyítva) Magyarországon Nyugatról Keletre haladva egyre jobban fertőz, a legfertőzöttebb terület pedig az Észak- és a Dél- Alföld régió. Némi magyarázatra szorul, hogy az országos átlag ilyen körülmények között hogyan maradhatott 15 százalékon. Nos, ez úgy lehetséges, hogy Közép-Magyarországon

7.8

PIACI
INFORMÁCIÓK
FELDOLGOZÁSA

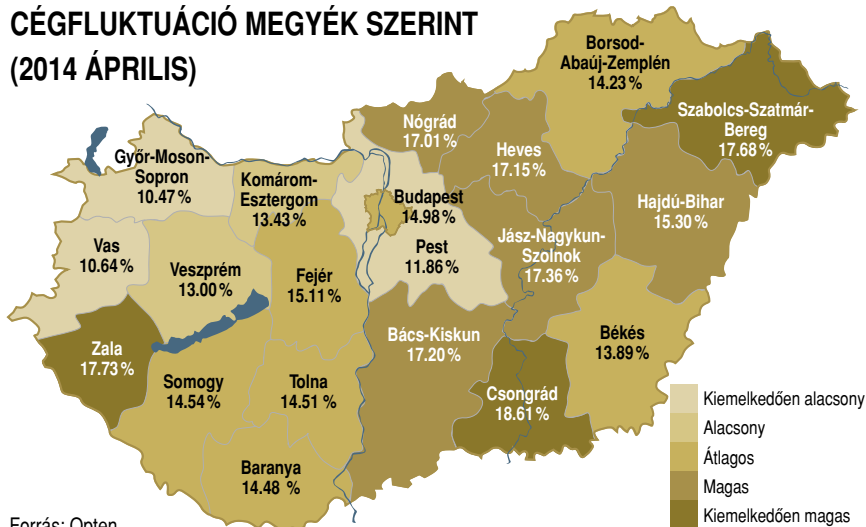
A fejezet támogatója:



A fejezet támogatója:



CÉGFLUKTUÁCIÓ MEGYÉK SZERINT (2014 ÁPRILIS)



működik a 600 ezer magyar cégből 336 ezer, és ez nagymértékben torzíja a statisztikát. Az ágazatok közül kiemelkedően rossz

mutatókkal rendelkezik az építőipar, ahol a cégfluktuáció 21 százalék fölött jár, de az adat nem sokkal jobb a vendéglátásban sem.

Sajnos még a jó bedőlési rátával rendelkező ágazatok is – mint az informatikai szolgáltatás, vagy a tanácsadás – is 10-11 százalékos bedőlési

mutatóval bírnak, ezért mindenképpen rád fér némi kutakodás, mielőtt valakivel szerződést kötsz. Ma már ingyenesen is elérhetők olyan informáci-

Opten Informatikai Kft.

NÉVJEGY

Cím: 1147 Budapest, Telepes u. 4.

Telefonszám: (06)-1-696-0688

E-mail: ertek@opten.hu

Web: www.opten.hu



A 100%-ig magyar tulajdonú OPTEN Informatikai Kft. 1994 óta az üzleti információs piac meghatározó szereplője. Céginformációs rendszerének megbízhatósága, innovatív megoldásai számos szakmai elismerést nyertek el, a „Kapcsolati háló” szolgáltatás pedig a pénzügyi szektor kockázatelemzési munkájának alapjává vált. A társaság szolgáltatásainak használatából nemcsak a kockázatelemzésből élő üzletágak profitálhatnak, hanem a rendszer egyszerűségének köszönhetően minden vállalkozás.

A társaság 1999 óta szolgálja ki a jogi szakmát is elektronikus adatbázisokkal.

A gyorsan változó jogszabályi környezetben a folyamatosan frissített „OptiJUS” online jogi adatbázis biztosít nélkülözhetetlen segítséget.

ók, amelyek segítségével legalább egy cég adó- és cégjegyzékszámát ingyenesen ellenőrizhető.

Ha ennél biztosabbra akarsz menni, mert valakinek rossz hírért keltik, akkor érdemes pénzt áldoznod valamely előfizetés szolgáltatásra. Ezekben naprakészen megtalálod az összes cégbírószági intézkedést a felszámolástól az adószám törléséig, és külön ikonok jelölik, ha olyan változások állnak be egy cég életében, amikről tudnod kell. Ilyen, mindenekelőtt a végrehajtás, amit jellemzően az adóhatóság kezdeményez. Ez rendszerint az egyik első jele annak, hogy egy cég bajba került, mert a magyar vállalkozások ilyenkor elsősorban az állam felé adósodnak el.

Érdemes külön górcső alá vened a tulajdonosokat is, mert a magyar cégvilágban sok az adósságszedelő. Ők azok, akik egy-egy cég bedöntése előtt más cégekbe viszik át az eszkö-

zöket, a kiürített régít pedig adósságaikkal együtt veszni hagyják. Ilyenkor jön a felszámolás és hoppon marad az adóhatóság, a beszállítók, vagy előleget fizető megrendelők.

Ezért is lehet lényeges információ, hogy egy adott magánszemélynek tulajdonosi vagy cégvezetői szinten volt-e köze olyan céghez, cégekhez, amely ellen felszámolás indult. Ha több is volt, vagy ha cégei csak feltűnően rövid ideig élnek akkor vagy ne köss vele üzletet, vagy légy nagyon óvatos. Ha több prosperáló cége közül egy-kettő jutott csak erre a sorsra, akkor se mulaszd el megkérdezni, miért jártak így.

Ha valakiről rosszakat hallasz, vagy akadozik a szállítással, késik a fizetéssel, akkor érdemes előfizetned valamely automatikus partnerfigyelő szolgáltatásra, mivel ez azonnal és automatikusan értesít, ha egy partner vállalkozás életében olyan változások következnek be, amik miatt élned kell a gyanúperrel, hogy a közeljövőben fizetéseképtelenné válhat. Hosszú távú és nagy értékű szerződések megkötése előtt pedig mindenképpen kérj egy csődkockázat számítást az adott cégről. Ez a bankok hitelvizsgálati algoritmusa szerint felépített program, amely hosszú távon értékel egy cég csődbemenésének esélyét.

ADATOK A MARKETINGHEZ

A cégbázis szolgáltatók adatai természetesen nem csak vállalkozásod biztonságát szolgálhatják. Az adatbázisok előfizetéses részéből pillanatok alatt lekereshető azon cégek listája, amelyek adott tevékenységi körben, adott megyében, meghatározott árbevétel és/vagy nyereséget értek el, sőt a listák akár foglalkoztatottak létszáma vagy más kategóriák szerint is tovább szűkíthető.

7.8

PIACI INFORMÁCIÓK FELDOLGOZÁSA

A fejezet támogatója:



HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.mnb.hu
- www.ksh.hu
- www.opten.hu

MI VAN A REKLÁM ELŐTT?

EZ A NÉHÁNY BEKEZDÉS ARRÓL AKAR MEGGYŐZNI TÉGED, HOGY JELENTŐS KÜLÖNBSÉG VAN AKÖZÖTT, HOGY A CÉGEDNEK VAN EGY NEVE ÉS LOGÓJA, ILLETVE HOGY MÁRKAKÉNT TEKINT-E RÁ AZ ÁLTALAD ELÉRNI KÍVÁNT FOGYASZTÓ.

Mi a márka?

Van a szuperegyszerű meghatározás: a márka egy erőt hordozó név. Egy márka képes arra, hogy befolyásolja a fogyasztó cselekvéseit, érzelmeit.

Egy márka jól körülhatárolható területet foglal le a fogyasztó fejében. (Az egyszerűség kedvéért hívjuk ezt márkaötletnek.)

A Volkswagen például egy márka, aminek a márkaötlete a megbízhatóság. Természetesen a Heinz ketchup is márka, és azt a területet foglalta le a fogyasztók fejében, hogy ebben van a legtöbb paradicsom. Első hallásra talán meglepően hangzik, de Madonna önmaga is márka, aki azt üzeni híveinek, hogy a nő bármikor képes a megújulásra. Ha már itt

tartunk, Columbo is márka: a kisember, aki túljár a gazdagok eszén. És igen, a Coco Chanel is márka, esetében pedig a márkaötlet az egyszerűség és az elegancia. Vásárlói imádták azért, hogy félredobta a fűzőt, bátorította a nőket, hogy nadrágot hordjanak, és mert bebizonyította, hogy az elegancia nem egyenlő a komplikált és kényelmetlen öltözködéssel.

8.1

MI VAN A REKLÁM ELŐTT?

Röviden: bármiből lehet márkát építeni, csak gondolkodni kell, meggyőződni az állításaid helyességéről, és utána évekig nagyon következetesen képviselni azt a gondolatot, amire a márkát alapozni akarsz.

Miért jó, ha márkád van, és nem terméked?

Mondjuk azért, mert a márka üzleti értéket képvisel. Azaz forintosítható. Íme egy példa: a '90-es években Magyarországon készült egy vak ízeszt a kólát fogyasztók között. Az eredmény: a fanatikus Coca-Cola-fogyasztók 90 százaléka nem ismer-te fel kedvencét pusztán ízről, és még a megérdemelten feledésbe merült RC Colával is képes volt összetéveszteni. Most rögtön gondolkodj el azon, hogy ha döntened kellene arról, hogy Coca-Cola- vagy RC Cola-résztvényes légy, akkor melyik szeretnél inkább lenni!

Amennyiben Te örök szkeptikus vagy, és még mindig azt gondold, hogy minek márkát építeni, mert a tőzsdére menetel helyett beéred egy budai lakással és azzal, hogy bármikor elmehetsz Berlinbe és Londonba megnézni a legújabb kiállításokat, nos, akkor itt van még néhány érv a márkaépítés mellett.

- **Megkülönböztetés:** manapság az egymással versenyző termékek/szolgáltatások 90 százaléka között valós különbség nincs, ezért még fontosabb, hogy a fogyasztó különbséget tudjon tenni a Te portékád és a konkurenseké között.
- **Megbízható minőség:** a márkanév minőségi garancia. Talán nem túlzás kijelenteni, hogy Te is jobban bízol egy iPod minőségében, ha az Apple szócskát látod rajta, mintha egy soha nem hallott dél-kelet-ázsiai gyártó nevét.
- **Azonosulás, azonosíthatóság:** fontos belátni, hogy képtelenség olyan márkát

építeni, ami mindenki számára vonzó. Ugyanakkor ha a saját márkádról gondolkozol, jó, ha tudod, hogy a Te célcsoportod számára milyen márkaértékek és márkaszemélyiség a vonzó, mi az, amivel a legkönnyebben azonosul. Ha ezt megtalálod és erre alapozol, jóval nagyobb az esélyed a sikerre. (Persze a hétköznapiak következtetéseivel pillanatok alatt tönkre lehet ezt tenni.)

- **Érzelmi kötődés:** éppen azért, mert az egyes termékek nem nagyon különböznek egymástól, fontos, hogy márkád megjelenésének az emberek

érzelmeire is hatással legyenek. Még az olyan, nagyon racionálisnak tűnő márka is, mint a Microsoft, érzelmi alapú márkaépítésbe kezdett évekkel ezelőtt.

- **Közösségbe tartozás:** érdemes végiggondolnod,

A márkaépítésről, illetve a stratégiai tervezésről nagyon sokan hiszik még azt Magyarországon, hogy úri huncutság. Ezt számtalan nagy márka átgondolatlan, csapongó és unalmas kommunikációja is bizonyítja. Ugyanakkor Te ne állj be a sorba! Nyilvánvalóan jobb esélyeid lesznek az üzleti sikerre, ha a márkád legfontosabb megnyilvánulásai következtetések, szilárd alapokon nyugszanak, ha érted, hogy mit miért csinálsz, nem pedig csak belevágsz valamibe pusztán azért, mert az jó ötletnek tűnik, vagy mert épp elég pénz van rá. Jusson eszedbe a példa, RC Cola- vagy Coca-Cola-résztvényt vennél inkább! Szerinted az RC Cola vagy a Coca-Cola épít tudatosan márkát?

a Te terméked/szolgáltatásod esetében fontos-e a célcsoportod számára, hogy a márkához kötődés egyben egy közösséghez tartozást is jelentsen. Jó példa a közösségi márkára számtalan sör vagy szénsavas üdítő esete, amikor a márkafogyasztása/használat

jellemzően közösségben történik, és ez a közösség különleges erejű a célcsoport számára. Ha még most is azt gondold, hogy felesleges márkát építeni, akkor nyugodtan abbahagyhatod az olvasást, ha viszont érzed a jelentőségét, akkor menjünk tovább.

Mi a teendő?

Először is, márkáépítésre egy cég életében csak ritkán van szükség. Jellemzően két esetben, ha egy teljesen új márkával akarsz piacra lépni, illetve ha egy már létező márkának olyan jelentősen megváltozott a piaci környezete vagy az őt használó fogyasztók

szokásai, hogy emiatt az alapokat is célszerű újragondolni. Ha félévente úgy érzed, hogy alapjaiban kell újragondolnod a márkádat, akkor kezdj el gyanakodni, hogy az elején elszúrtál valamit. A márkáépítés során gyakorlatilag a márkádalapjait rakod le. Azokat az alapokat, amelyekre aztán a márkaminden megnyilvánulását építheted, kezdve az arculattól a reklámon át egészen az olyan rendezvényötletekig, ahol hatásosan és hitelesen tudsz megjelenni.

A márkáépítés folyamata – nagyon leegyszerűsítve – azt jelenti, hogy néhány fontos és egymással összefüggő kérdésre megpróbálsz okos, precíz, megalapozott és egymásnak nem ellentmondó válaszokat adni.

Nagyjából a következő kérdésekre illik választ találni ebben a fázisban (és ez szinte soha nem megkizárólag saját kútfőből):

1. Mi az a fogyasztói igény/elvárás, ami indokolja márkád létjogosultságát?

a) Fogyasztói igényt ugyanis szinte képtelenség teremteni, tehát saját zsebből inkább ne is kíséreltezz ezzel.

b) Van viszont elég sok latens, tehát még nem tudatos, ám létező fogyasztói igény. Ha egy ilyenre alapozod a márkádat, akkor pontosan meg kell határoznod, mi is az, hogy utána a kommunikációval majd a fogyasztóidban is felszínre hozd. E nélkül ugyanis nem fogják vásárolni a termékedet.

c) E kérdés megválaszolásához hasznos lehet, ha trendkutatásokat olvasol; megnézed, hogy a Te piacodon mi történik a nálunk fejlettebb országokban, és beszélgetsz azokkal az emberekkel, akik a célcsoportod szempontjából trendsetternek vagy véleményvezérnek számítanak.

NÉHÁNY PÉLDA MÁRKAÖTLETRE

Chokito – ronda és finom

Heinz – a legsűrűbb ketchup

Wonderbra – tökéletes mellék

The Body Shop – szépség természetesen

Nokia – Connecting People

Igen, jól látod, ha a márkáötlet kellően kreatív megfogalmazású, akár szlogen is lehet, de ez nem alapelvárás.

8.1

MI VAN A REKLÁM ELŐTT?

2. Mit tekintesz a márkád kompetenciakörének?

a) Itt az első és legfontosabb, hogy precízen határozd meg, mit tekintesz saját piacnak. Egy egyszerű példa: ha Te mondjuk, kalciummal dúsított, 100 százalékos narancslevet forgalmazol, akkor mondhatod azt is, hogy a 100 százalékos gyümölcslevek piacát határozod meg a sajátodként. Ugyanakkor mondhatod azt is, hogy a Te piacod része minden olyan élelmiszer, ami hozzáadott kalciumot tartalmaz. Mindkettő teljesen normális piaci definíció, de valószínűleg érzed, hogy más-más utat jelölsz ki vele a márkádnak.

b) Miután meghatározad azt a piacot, amin versenyezni akarsz, nézz körül alaposan, és határozd meg a versenytársaidat. Számíts arra, hogy szinte képtelenség négy-öt riválissal egyszerre versenyezni. Már ezen a ponton nagyon fontos,

hogy összpontosíts! Állíts fel rangsort, kit tartasz elsődleges és másodlagos versenytársaknak. Az elsődlegeseknek van a legnagyobb lehetőségük arra, hogy a Te vásárlóidat elcsábítsák. Az elején csak velük törődj! Nézd meg, hogy ők milyen stratégiával dolgoznak, miről szól a márkájuk, melyek az erősségeik és gyengeségeik, mitől vonzóak a fogyasztók számára. Ha hiszed, ha nem, ezzel elvégeztél egy komplett versenytárselemzést.

3. Miben különbözik a márkád a versenytársakétól? (Igen, ez a pozicionálás!)

a) Mostanra már tudod, milyen piacon versenyzel, ki(k) az elsődleges versenytárs(i)d, és az ő márkája/-juk mit tud. Itt az ideje, hogy most a saját márkádat kezd el vizsgálni! Gondold végig, hogy a fő versenytársakhoz képest fel tudsz-e mutatni valamilyen valós (kézzelfogható, konkrét,

számokban kifejezhető, objektív) különbséget. Ha igen, akkor bonts gyorsan pezsgőt, mert ez igen ritka a mai világban. Ha ez valóban így van, akkor célszerű erre alapoznod a márkád pozicionálását. (Ezt csak akkor ne tedd, ha a Te valós előnyöd csak átmene-ti, vagy nagyon könnyen utánozható.)

Ha nincs valós különbség közted és versenytársaid között, akkor meg kell találnod azt a különbséget, amire középtávon is építhetsz. Itt nagyon fontos, hogy ez valóban megkülönböztető erejű és releváns legyen a célcsoportod számára. Tudnod kell, hogy ez a legnehezebb rész. Lehet, hogy sokszor elbizonytalanodsz majd. Az is lehet, hogy eleinte nincs meg a legjobb megoldás. Talán a következő feltételrendszer segít abban, hogy eldöntsd, működőképes-e a márkád pozicionálása. Egy jó pozicionálás:

- hihető, nem ígér túl sokat, a márka erősségeire épít;
- ösztönző, vonzó a lehetséges fogyasztók számára;
- egyedi, képes vélt vagy valós különbség felmutatására a fő versenytársakhoz képest;
- fenntartható, tehát olyan gondolaton kell alapulnia, ami hosszú távon is életképes;
- fókuszált és precíz.

b) Fontos, hogy a márkád pozicionálását képes legyen leírni egy-két mondatban. Nem baj, ha ez még nem hangzik kreatívan, nem a szlogenen dolgozol.

4. Milyen számodra az ideális vásárló?

a) Már sok mindent tudsz, sok mindent eldöntöttél, ami a piacot, versenytársakat és a márkádat illeti. Most jön a legizgalmasabb rész, a fogyasztó. Ha őt nem éred el, nem kelted fel az érdeklődését, akkor az egész csak egy drága gondolat kísérlet lesz. Ahhoz viszont, hogy felkeltsd a célcsoport érdeklődését, először is tudnod kell, pontosan miként határolható körül ez a csoport, illetve hogy mi jellemző rá. Ideális esetben célcsoport-

tod tagjainak jellemző tulajdonságaiból össze fog állni a fejedben egy hús-vér ember képe, így a későbbiekben sokkal könnyebb lesz eldönteni, hogy mondjuk egy kreatív ötlet ennek a bizonyos embernek tetszik-e, mintsem csak úgy általában, mondjuk, az A, B anyagi státuszú budapesti értelmiségieknek.

b) Persze azt sem úszhatod meg, hogy lehetséges vásárlóidat demográfiailag behatárolod. Valami olyasmit kell meghatározni itt, hogy:

- Milyen idős?
- Hol él?
- Jellemzően inkább férfi vagy nő?
- Milyen az anyagi helyzete?
- Milyen az iskolai végzettsége? (Ha ez valóban

számít a Te terméked vásárlása szempontjából.)

c) Ez önmagában azonban még nem sokat ér.

Ne állj meg itt, hanem keress választ a további kérdésekre is:

- A vásárló és a fogyasztó egy személy? Ha nem, akkor Neked kit kell elérned? (Lásd például a bébiételek piacát, ahol a mama a vásárló és a gyerek a fogyasztó.)
- Milyen elvárásai vannak a kategóriával szemben? (Például a bébiétel-kategóriától általánosan elvárható, hogy minden vitamin és tápanyag benne legyen, ami a babának szükséges.) Ezt Neked is hoznod kell, de ez még nem elég.
- Milyen elvárásai vannak/lehetnek a versenytársaidal, illetve a Te márkáddal szemben, ami több/más, mint a kategóriaelvárások. (A bébiételtől nem várható el általában, hogy biotermék

GONDOLKODJ!

- Sokan mondják, hogy a márkaépítéshez csak józan paraszti ész kell. Ezt ne hidd el!
- Egy márka alapjainak a végiggondolása nagyfokú objektivitást igényel. Mivel a saját ötletedről, szellemi gyermekedről van szó, ez nem feltétlenül várható el Tőled. Ha úgy érzed, elfogult vagy, kérd ki szakemberek véleményét. Egy „gondolati pingpong” mindig sokat segít. Szinte biztos, hogy olyan szemszögből mutatja meg az addigi munkádat, amelyből Te magad sose tudtál volna.
- Tudnod kell, hogy a márkaépítés során minden egyes olyan megállapítás, ami „szerintem”-mel kezdődik, potenciális csapda. Ha csak nem Te vagy a márkád célcsoportja, szinte mindegy, hogy Te mit gondolsz róla. Próbálj mindig meggyőződni arról, hogy kutatási és piaci adatokra, illetve a tényleges célcsoportod vélekedéseire alapozod legfontosabb kijelentéseidet. Ha ez nem megy, akkor e feltételezéseket kezeld fenntartásokkal.
- Egy időtálló és fókuszált márkastratégia tele van lemondásokkal. Nem akarhatsz valamit és annak az ellenkezőjét is egyszerre. Néha nemet kell mondani bizonyos lehetőségekre, utakra. Nemet mondani sokkal nehezebb, mint igent.

8.1

MI VAN A REKLÁM ELŐTT?

legyen, de mivel ez egy bizonyos célcsoport számára fontos, ezért van olyan márka, ami kimonodottan erre a többletre épít.) Ha ezeket meghatározta, gondolkodj el azon, hogy a Te márkád ezen extra elvárások közül melyiknek felel meg, és építs arra.

- Vannak-e tévhit, negatív tapasztalatok a ka-

tegóriával szemben? Ha igen, akkor mik azok, és mi az okuk? Ez azért fontos, mert egy tévhit vagy egy korábbi rossz tapasztalat iszonyúan nagy gátat jelenthet, amikor a potenciális vásárlód a Te márkád üzenetével találkozik.

- A vásárló milyen szempontok alapján dönt, amikor vásárol? Egyedül

dönt, vagy vannak, akik befolyásolják a döntését?

- És végül a legfontosabb: miért lesz jó neki, ha a Te márkádat választja, és nem a versenytársadét? (Ha ezt a kérdést megválaszoltad, akkor gondolj vissza a pozicionálásodra! Ha abból nem következik ez a válasz, akkor valamelyik elhibázott.)

! Válságtanácsadó

Márkaépítés válság idején?

A legtöbb hazai marketinges ijedten összerendez, ha meghallja ezt, majd a következő kifogások tetszőleges kombinációjával utasítja el a márkáépítést:

- nagyon meghúzták az éves büdzsét;
- jelen helyzetben nincs pénz külön imázsra, promóciót és akciókat erőltetünk egész évben;
- én persze egyetértek, de a főnököm hallani se akar róla.

Ilyen méretű, mélységű és összetettségű válságot még nem éltünk át, tehát a márkáépítés témakörében épp olyan felelőtlenség azt állítani, hogy tudjuk, mi a megoldás, mint mondjuk a GM megmentését illetően. Ugyanakkor van néhány olyan új piaci jelenség és fogyasztói attitűd, amely mindenképpen az erős márkáknak kedvez. Mérlegeld ezeket!

1. A válság alapvetően bizalmi válság. Az emberek nem értik, mi történik, de azt tudják, hogy „már a bankokban sem lehet bízni”. Azaz a márkaválasztás fundamentumai kérdőjeleződtek meg. Ilyen helyzetben elkötelezett fontos, hogy egy olyan márkaképet alakíts ki és képviselj következetesen, ami képes a bizalom kivívására és megtartására. Ezek elsőre nagy szavak, de valójában apróságok sorozata.

2. A válság hatására sokan válnak munkanélkülivé, illetve a fogyasztók nagy részének csökken a jövedelme. Ez ugye azt jelenti, hogy kevesebb pénzre marad vásárlásra, azaz a te termékednek, márkádnak ugyanannyi a versenytársa, mint eddig volt, csak éppen a célcsoportodnak van kevesebb elkölthető pénz a zsebében. A piaci szereplők jelentős része erre soha nem látott kedvezményekkel

meg készletkísérő árakkal hirdeti a termékeit, amire lehet azt mondani, hogy ez józan paraszti ész alapján logikus reakció. Ugyanakkor az emberek nem olcsóbbat akarnak, hanem megbízhatóbbat. Persze az ár is fontos szempont, de az önmagában semmiképpen nem egy fenntartható pozíció. Nem is beszélve arról, hogy a versenytársak folyamatos egymás alá kínálásának is van egy alsó határa, és nem meglepő: a legtokeerősebb piaci szereplő bírja a legtovább. Ha ez nem Te vagy, gondold végig, van-e értelme belevágni!

3. Van egy szó, amittől az egész világ hangos a válság kapcsán: költségcsökkentés. Egy dologban lehetsz biztos, ha csak a költségeket csökkentet, az még önmagában nem jelent megoldást. Sokkal jobban jársz, ha azt vizsgálod, tudod-e növelni a hatékonyságot úgy, hogy az ne menjen a minőség rovására. Itt persze most alapvetően kommunikációs hatékonyságról beszélünk. Olyanokat kell újra átgondolnod, hogy az az összeg, amit eredetileg marketingre akartál költeni egy adott megosztásban, az valóban úgy hozza számodra ebben az új gazdasági helyzetben is a legtöbb hasznot, ha úgy költöd el, ahogy még a válság előtt tervezted? Ha ebben nem vagy biztos, akkor kezdj el olyan alternatívákat mérlegelni, hogy a reklám nem váltható-e ki PR-rel vagy egy olyan kreatív megjelenési ötlettel (rendezvény, esemény, gerillaakció, rendhagyó promóció stb.), ami már önmagában hírtérképű, és szóbeszéd hatására is el fog jutni a célcsoportodhoz. Persze számtalan lehetőség létezik, ez csak egy példa.

4. És végül a legfontosabb: óvakodj a sémáktól és a jól bevált tanácsoktól! Mind-egyik a válság előttről való. Gondolkozz, elemezz, gyűjts információt, légy kreatív és bátor, majd ezek után csináld azt, amiben Te hiszel!

5. A márkaötlet, vagyis melyik az a terület, amit a márkád ki akar sajátítani a fogyasztók fejében.

Most már „csak” az van hátra, hogy megpróbáld egyetlen gondolatban összefoglalni azt, ahova az eddigi gondolatmenet vezetett. Azaz meg kell határoznod

azt a gondolati alapot, amire a márkádat és annak minden megnyilvánulását építeni akarsz.

Ez lesz a márkaötlet, vagy ha úgy jobban tetszik, a márka szíve-lelke.

Fontos, hogy a márkaötlet:

- a pozicionálásra épüljön (hiszen ha jó a pozicionálásod, akkor biztos, hogy az erre épülő márkaötlet is megkülönböztet majd a versenytársaktól);
- az általad elérni kívánt célcsoport számára releváns és inspiráló legyen;
- jól fókuszált és könnyen érthető legyen.

Mielőtt elégedetten hátra-dőlnél, nézz át újra mindent, gondold végig, hogy valóban következetesek-e

a válaszaid, elég alaposok voltak-e. Ha igen, akkor se dőlj hátra, mert még csak félúton vagy. Kezdj el azon gondolkodni, hogy a márkaötleted hogyan fog életre kelni és életben maradni.

Ebben a gondolkodásban segítenek neked a következő fejezetek

(▶ 8.2. fejezet Reklám, te mosolygól!; ▶ 8.3. fejezet PR és szponzoráció ▶ 8.7. fejezet Kik a mai gerillák?, ▶ 9.6. fejezet Hogyan találják meg a honlapod?; ▶ 9.7. fejezet Online kommunikáció a honlapon túl).

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.apg.org.uk/
- www.admapmagazine.com
- www.brandchannel.com
- www.warc.com

REKLÁM, TE MOSOLYGÓ!

8.2

REKLÁM,
TE MOSOLYGÓ!

A ROSSZ HÍR AZ, HOGY HÁROM OLDAL ELOLVASÁSA UTÁN SENKI NEM VÁLIK REKLÁMSZAKÉRTŐVÉ. JÓ HÍR VISZONT, HOGY ERRE AZ ÉGVILÁGON SEMMI SZÜKSÉG SINCS. EGY KIS GONDOLKODÁS, EGY KIS TÁJÉKOZOTTSÁG, ÉS KEVÉS PÉNZBŐL IS EGÉSZ HATÉKONYAN MEGOLDHATÓ.

Reklámra van szükséged? No, ez mindenképpen jó hír. Azt jelenti, hogy már van terméked vagy szolgáltatásod (de legalább egy ötleted), van hol és kivel elkészíttetni, és a kezdeshez szükséges pénz is összejött. Éppen csak egy apróság van hátra, jó lenne néhány vevő. De az – sajnos – csak a szerencsés kiválasztottnak adatik meg, hogy egyszer csak szárnyra kapja őket a hírnév, ajtajukon szünet nélkül csengetnek

a potenciális vásárlók. Mindenki másnak szükség lesz, lehet arra, hogy produktumának nagyszűrűségét szélesebb körben is közismertté tegye, más szóval reklámozza.

Mikor van szükség reklámra?

A válasz végtelenül egyszerű: ha többet akarsz keresni. A reklám célja, közvetve vagy közvetlenül, de mindig a haszon maximalizálása. Akár azért, hogy több vevőd legyen,

vagy többet adjál el, akár azért, hogy megszabadulj a felesleges árukészletedtől vagy túlélj egy válságot, de a reklám egy rövid, közép- vagy hosszú távú, jól meghatározható és ideális esetben számszerűsíthető üzleti cél elérését szolgálja. Gondolj rá úgy, mint egy befektetésre, aminek meg kell térülnie. Fontos azonban tudni, hogy a céljaid eléréséhez a reklám – bár szükséges, de – nem feltétlenül elégséges. Ugyan rend-

kívül hasznos eszközről van szó, de legkevésbé sem varázspálcáról vagy mindent gyógyító mirákulumról. Önmagában a legjobb reklám – bár gyakran éri ez a vád – sem képes arra, hogy vágyat ébresszen a szükségtelen iránt, nem teszi elfogadhatóvá a túl magasán megállapított árat, és nem ellensúlyozza az elszúrt dizájnt vagy a ronda csomagolást. Ahogy Bill Bernbach (utánanéznél a munkásságának!) mondta: a reklám nem teremti új értékeket, csak közvetíti azokat. A varázslat a termékedben van, nem a reklámban.

Jó, de akkor hogyan? Feltételezhető, hogy nem vagy abban a szerencsés helyzetben, hogy tendert íráj ki, és a legnagyobb hazai reklámügynökségek közül válaszd ki a számodra legmegfelelőbbet. De, nem kell megijedni, egy kis gondolkodással és némi befektetéssel egészen hatékonyan lehet ezt a tevékenységet folytatni.

Első lépésben szükséged lesz egy stratégiára, amihez néhány dolgot végig kell gondolnod:

1. Miért kell reklámoznom?

A legfontosabb, hogy a kérdést nem szabad összekeverni azzal, hogy miért nem veszik a termék-

kemet. Erre ugyanis még számtalan olyan választ lehetséges, amelyet nem lehet reklámmal megoldani. Hiába a legjobb reklám, nyáron senki nem vesz kucsmát, vagy ha a termék hamar tönkremegy, akkor a reklám maximum hazudni tud valamit, de ez azon túl, hogy nem szép viselkedés, nem is célravezető. Előbb-utóbb úgyis kiderül, ha hazudsz, utána pedig lehet integetni a vevőnek. Nem fog visszajönni. A reklám csak akkor lehet hatékony eszköz, ha olyan problémád van, amit információ vagy ismeret átadásával lehet orvosolni. Ez az esetek döntő többségében egy termék ismertségének megteremtését jelenti, de

lehetséges, hogy más, speciálisabb problémát kell megoldanod. Ez lehet akár az áru egy speciális tulajdonságának, értékének tudatosítása, a megkülönböztetés a versenytársaidtól, információ arról, hogy az áru vagy a szolgáltatás hogyan és hol érhető el, de ide tartozhatnak az értékesítéssel kapcsolatos egyéb információk is, mint akciók vagy árengedmények. Mindez azért fontos, mert a különböző célok, különböző célcsoportok számára lehet fontos, és különböző eszközigényt fognak jelenteni.

Kit kell megszólítanom?

Ha kihagytad a piackutatás fejezetet (📌 2.3. fejezet Piackutatás házilag), itt az ideje, hogy visszalapozz! A hatékony kommunikáció egyik kulcsmomentuma a célcsoportod minél alaposabb feltérképezése és megismerése. Csak akkor tudsz igazán meggyőző lenni, ha ismered azt, akit meg akarsz győzni. Olyan ez, mint a karácsonyi aján-

FIGYELMEZTETÉS!

A reklám nem tudomány és nem művészet, de mindkettőből van benne. Nem dísz tárgy, használni kell, és nem szeretni. A reklámtól nem pusztulnak ki az ábrárcetek, de nem hozza el a világbékét sem. Viszont akármilyen kicsiben is reklámozol, a felelősség nagy. Nemcsak jogszabályok vonatkoznak rád, de – még ha kismértékben is – hatással leszel a közízlésre, közgondolkodásra és még sok mindenre, ami köz-zel kezdődik. Emberek fognak hallgatni Rád, gondold meg, mit csinálsz!

dékvásárlás. Akit jobban ismeresz, annak könnyebb ajándékot vásárolnod. (Na jó, a nagymamákra ez nem vonatkozik.) De ne próbálj meg egy egész csoportot körülírni, egyszerűbb, ha a célcsoportodnak egy tipikus tagját képzeled el. Gondold végig, mik a legfontosabb vágyai, szükségletei, mik a számára legfontosabb értékek. Hogyan éli az életét, milyenek a kapcsolatai, mit dolgozik, mit csinál a szabad idejében. Mi árul el többet a potenciális vevőd-ről, az, hogy 18 éves, vagy az, hogy bélyeggyűjtő?

2. Mire akarom rábeszélni?
A reklám akkor lesz igazán hatékony, ha a célcsoportod tagjait, akár azonnal, akár hosszú távon, akár közvetve, akár közvetlenül, de valamilyen cselekvésre ösztönzi (sajnos a felszólító mód ehhez nem lesz elég). Optimális – de ritka – esetben ez már rögtön a vásárlást jelenti, de komoly előrehaladás már az érdeklődés felkeltése is.

REKLÁM ARANYSZABÁLYAI

A reklámnak nincsenek aranyszabályai!

Ettől függetlenül néhány ritkán cáfolt megállapítás okulásodra lehet:

1. Közhely ugyan, de az elégedett vevő a legjobb reklám.
2. Semmit nem tudsz eladni olyanoknak, akik nem figyelnek Rád.
3. Kísérletezhetsz, de az „is-is” leggyakrabban „se-se”.
4. A meztelen nős reklám meztelen nőt ad el.
5. Mint szombat éjszaka, a humor nem cél, a humor eszköz.
6. A kukacot a hálnak kell szeretnie, nem a horgásznak.
7. Jót, olcsón, gyorsan. A háromból mindig csak kettőt lehet választani.

Ez jelentheti egy mintaterelem meglátogatását, egy weblap felkeresését, vagy egy árajánlat kérését is.

3. Mivel tudom meggyőzni?
Sajnos a vevők nem automaták, amibe felül betöltjük a reklámot, alul pedig kijön a vásárlási láz. Ahhoz, hogy a célcsoportodat cselekvésre késztesd, valamilyen módon motiválnod kell őket, azaz ígérned kell valamit. Vigyázat, felelőtlen ígérgetéssel választást lehet nyerni, vásárlót nem! Csak olyat állíts, amit alá is tudsz támasztani! Akármilyen furcsának is

tűnik, de ezzel kialakult a reklámstratégiád, mert ennek gerincét – kis túlzással – mindössze ennyi adja. Tudod, hogy miért és mennyit reklámozol, tudod (de tényleg), hogy kinek reklámozol, és tudod, hogy miről és mivel akarod meggyőzni a megcélzott közönséget!

Tv vagy óriásplakát?

Valószínűleg egyik sem. Az ideális megoldást elvileg persze az jelentené, ha olyan eszközöket, médiumokat vennél igénybe, amelyekkel minden egyes potenciális vásárlódat elérheted. Ez azonban olyan

penzügyi háttérrel igényelne, ami feltételezhetően az induláskor még nem, de valószínűleg később sem fog rendelkezésedre állni. Ebben az esetben jelent megoldást, ha a célcsoportodat különböző szempontok alapján tovább szűkíted, divatos szóval élve szegmentálsz. Ennek nem pusztán az az előnye, hogy az üzeneteidet jobban tesztre szabhatod, de így igénybe vehetsz olyan eszközöket, amikkel ugyan kevesebb vevőjelöltet, de nagyobb hatékonysággal érthetsz el. Minél kevesebb embert kell egyszerre, ugyanolyan módon és formá-

8.2

REKLÁM, TE MOSOLYGÓ!

ban meggyőződnöd, annál könnyebb dolgod van. Reklámozhatsz szaklapokban, tematikus oldalakon, illetve, ha kicsit jobban el vagy eresztve, a célcsoportod által kedvelt tv-, rádióműsorokban vagy azok környékén. Kereshetsz speciális rendezvényeket, eseményeket, helyszíneket, ahol a célcsoportod tagjai nagy számban találhatók meg.

Ám ne hagyd, hogy könnyen elcsábítsanak az olcsó ajánlatok! Érdemes mindig feltenni a kérdést, hogy az adott eszköz miért lehet annyira olcsó, és rosszindulatú, bizalmatlan

feltételezésed az esetek döntő többségében be fog igazolódni. A filléres sajtóhirdetésről kiderül, hogy olvasatlan újságba kerül, a majdnem ingyen banner a világ legritkábban látogatott portálján fut, és ezt, sajnos, nem lehet visszacsinálni.

Kevés olyan kezdő vállalkozás van, amelyik ne tudná megfelelő módon használni az internetet. Egyre többen és többen a világhálón keresnek információt termékekről, szolgáltatásokról, és nem mellesleg a termék előállítójáról vagy a szolgáltatóról magáról. Ha van saját honlapod, ezeket az igényeket hatékonyan, és aránylag kis ráfordítással tudod kielégíteni. Az internet mint a leginkább sokszínű médium további költséghatékony lehetőségeket is rejt. (9.5. fejezet Hogyan találják meg a honlapod?) Kis túlzással azt állíthatjuk, hogy ma már nincs olyan célcsoport – akár a leg-

speciálisabb érdeklődéssel –, amelyiket ne lehetne megtalálni a világhálón. Végül, de egyáltalán nem utolsósorban, rendelkezésre áll az e-mail, amivel – kis túlzással – annyi potenciális vásárlót érthetsz el, amennyit csak akarsz. Természetesen mindez csak abban az esetben igaz, ha túl vagy a piackutatás fejezetben már említett személyes adatgyűjtésen, egyszerűbben fogalmazva, vannak e-mail címeid. Fontos: reklámcélú levelet csakis a címzett előzetes engedélyével küldhetsz! Ha ezt elmulasztod, komoly bírságot kockáztatsz, és jogi következményekre számíthatsz.

De akkor milyen a jó reklám?

A jó reklám releváns, hatásos és eredeti. És ezek sajnos nem opciók. Ha e három kritérium valamelyikének nem felel meg a reklámod, akkor nagy valószínűséggel nem is fogod sok hasznát látni.

A jó reklám releváns. Vagyis olyasmit ígér, ami egy adott célcsoport valós, létező vágyát elégíti ki. Sajnos nincsenek jolly joker ígéretek, amelyek minden helyzetben és mindenki számára megfelelőek.

! Válságtanácsadó

Válságok lehetnek kisebbek, nagyobbak, lokálisak vagy globálisak, de egy dologban mindig hasonlítani fognak: valamilyen gazdasági szempontból biztos nehezebbé teszik a vállalkozásod boldogulását. A pénzügyi típusú gondok egyik bevett megoldása a költségek és azon belül is a reklámköltségek csökkentése, esetleg a teljes reklámtevékenység beszüntetése. A termék előállítását nem befolyásolja, mi több, különösebb előkészület nélkül, azonnali megléphető. Számos nagy hazai és multinacionális cég is ezt a logikát követi. Nagyon helytelenül.

A reklám ugyanis nem a termék előállításához, hanem az értékesítéshez nélkülözhetetlen. Ha nem reklámozol, csökkennek ugyan a ráfordításaid, de valószínű, hogy ezzel párhuzamosan a bevételeid is. Nem biztos tehát, hogy a „túlélésnek” a legfőbb biztosítéka a költségsökkentés. Törekedhetsz bevételeid növelésére, ehhez pedig lehet, hogy pont az intenzívebb reklámozás jelenti majd az üdvözítő megoldást.

8.2

REKLÁM, TE MOSOLYGÓ!

Ha agyagedényt árulsz, akkor az lehet boroskancsó, ebben az esetben az a fontos, hogy hűtve tartja a bort, lehet dísztárgy, akkor annak lehet jelentősége, hogy milyen mives a díszítése, és lehet korszakalkotó képzőművészeti tárgy, ebben az esetben pedig az egyedisége jelentheti a legfőbb vonzerőt. De a boroskancsó-vásárlót nem feltétlenül érdekli az egyediség, a dísztárgyvásárlót pedig valószínűleg hidegen hagyja a borhűtő képesség.

A jó reklám eredeti. Merthogy nem csak a terméked vagy szolgáltatásod, de a reklámod is versenyhelyzetben lesz. Válassz bármilyen eszközt,

biztos lehetsz benne, hogy rajtad kívül még ezrek használják, ezerféle tartalmú és formájú üzenettel. És ebből a tömegből ki kell tűnni, mi több, mivel reklámról van szó, erre csak másodperceid vannak. Ha ennyi idő alatt nem sikerül felkeltened a figyelmet, rohamosan csökken az esély, hogy az üzeneted célba ér.

A jó reklám hatásos, azaz közvetve vagy közvetlenül, de valamilyen aktivitásra ösztönöz. Nélkülözhetetlen, hogy a reklámod figyelemfelkeltő legyen, de önmagában ez, sajnos édeskevés. Nem az a cél, hogy a reklámodat szeresdék, azt nagyon könnyű elérni. Lehet viccesnek,

provokatívnak, megbotránkoztatónak lenni, vagy otrombább ötlet híján ott vannak az alulöltözött nők. De ezek eszközök, nem pedig célok. Ha jót röhögnek a reklámodon, de utána nem kezdenek legalább érdeklődni a terméked iránt, akkor lehet, hogy népszerű leszel, de bevételed nem lesz.

Akár sikeres volt a reklám, akár nem, próbáld megérteni, hogy mi miért történt. Ami működött, miért működött, ami nem, miért nem. Mi került sokba, mi érte meg, mi az, amire többet soha nem szabad fordítanod. Ekkor, a jól végzett munka örömét élvezve, nyugodtan hátradőlhetnél – de minden kezdődik elölről.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- Michelberger Miklós: A lyukacsos tehén (Aula, Budapest, 2000)
- Scott Adams: Dogbert szigorúan titkos vezetői kézikönyve (SHL Hungary Kft., Budapest, 2000)

PR ÉS SZPONZORÁCIÓ

A PR – AZAZ PUBLIC RELATIONS – MANAPSÁG DIVATOS TEVÉKENYSÉG. E KIFEJEZÉS ALATT SOKAN SOK MINDENT ÉRTENEK, NEKED ELSŐSORBAN AZT JELENTI MAJD, HOGY TUDATOSAN TERVEZETT ÉS SZERVEZETT KOMMUNIKÁCIÓVAL MÁR ÖNMAGÁBAN SOKAT TEHETSZ VÁLLALKOZÁSOD MEGISMERTETÉSÉÉRT.

A PR a szakma önmeghatározása szerint „kölcshős előnyökön alapuló kommunikáció és kapcsolatok tudatos szervezése, melynek célja az egyének, szervezetek és környezetük közötti megértés, valamint a bizalom megteremtése, fenntartása”.

A PR nem keverendő össze sem a marketinggel, sem a marketingkommunikációval, sem pedig annak legismertebb megjelenésével, a reklámmal.

Más porondon és más eszközökkel játszik, más időtávon érvényesül, megtérülése, előnyei és eszközei jól elkülöníthetők az előbbiektől.

Ugyanakkor fontos az is, hogy önmagában a PR sem éneklile az égről a csillagokat, nem tesz milliommossá, viszont nagymértékben hozzájárulhat ahhoz, hogy felfigyeljenek Rád, és akarjanak Veled dolgozni, Tőled – terméket, használati tárgyat, szolgáltatást, tanácsot – vásárolni.

A PR alapvetően két nagy területre osztható (és ez csak az egyik olvasata):

- személyes/intézményi (personal/corporate) PR, azaz mindazok a tevékenységek, amik az adott személy vagy szervezet egészével foglalkoznak, amik teljesen róla szólnak;
- termék/szolgáltatás PR, ami kifejezetten egy termék, szolgáltatás vagy akár egy teljes márkához kapcsolódó pozitív, bizalmi környezetet igyekszik kialakítani.

A Te eseted összetett, hiszen egy kisebb vállalkozásban sokszor nem könnyű elválasztani a terméket annak létrehozójától. Mindezenre nagyon közel áll a kettő egymáshoz, s még jobban befolyásolják egymást! Ha valaki „beleszeret” egy üveg jó borba, az előbb-utóbb a termelőről is érdeklődik, és fordítva. Nem mindegy tehát, hogy a vállalkozó, a konkrét, kézzel fogható termékén túl, mennyire képes saját értékeit a nagyközönségnek kommunikálni, miként jelenik meg a médiában, milyen a személyisége.

Sajtókapcsolatok

A PR-szakma öndefiníciója persze szép és hangzatos, de a cél gyakran sokkal prózaibb: a PR általában arról szól, hogy miként öregbíthetjük hírnevünket a sajtón keresztül, illetve hogyan csökkenthetjük a velünk kapcsolatos kedvezőtlen megjelenések élet és számát. Ehhez képest a megértés és a bizalom megteremtése eszköz, amely valóban hatékonyan támogatja a fenti cél elérését, de korántsem az egyedüli eszköz a PR palettáján. Ahhoz, hogy hatékony legyen a

PR, nem árt áttekinteni, hogy kit (újságírók) és mit (médiumok) akarunk befolyásolni.

Az újságírók általában szeretik azt gondolni magukról, hogy objektívek, minden hírnek látszó információt a helyükön kezelnek, és rendkívül ügyesen mérlegelik, hogy mi kerüljön be a lapba, azon belül mi hova kerüljön, illetve melyik hír mekkora terjedelmet érdemel. Ez a mérlegelési folyamat az adott információ hírértékének belövése.

Tankönyvi szinten a hírértéket az adott információ exkluzivitása, az időbeli és földrajzi távolság, az információ által érintettek száma és az általa belőlünk kiváltott érzelmek ereje adja meg. Ezek a kategóriák csak részben objektívek, ami tág teret nyit az újságírónak a mérlegelésben. Ilyen körülmények között nem meglepő, ha a hírérték meghatározásába időnként oda nem illő szempontok keverednek.

Ezekkel a tényezőkkel játszik a PR.

Eszközök a tarsolyodban

1. Az újságíró

A legfontosabb tényező természetesen az ember. Alapvető, hogy az újságírókkal jó legyen a viszony. Nem kell feltétlenül szeretned őket, de mindig korrekt viszonyt kell kialakítani velük. Ismerned kell munkájukat, a motivációikat, be kell tartanod a határidőket, nem szabad őket untatni, nem szabad kivételezni velük. Egyáltalán, ne tégy velük semmi olyat, amit Te magad sem viselnél el!

NÉHÁNY A LEGFONTOSABB PR-TEVÉKENYSÉGEK KÖZÜL:

1. Személyes kommunikáció szóban és írásban. Előadások, viták, felszólalások, levelezés, nyomdai kiadványok (tájékoztatók, bemutatkozó anyagok, katalógusok, meghívók stb.).
2. Rendezvények. Kiállítások, konferenciák, szemináriumok, szakmai viták, oktatások, műterem-látogatások, nyílt napok, ünnepélyek, évfordulók, fogadások, megnyitók stb.
3. Tömegkommunikációs módszerek. Sajtótájékoztatók, háttérbeszélgetések, interjúk, riportutak, sajtóreggeli/-ebéd/-vacsora stb.
4. Egyéb módszerek, formák. Lobbizás, szponzorálás, mecenatúra stb.

(A Magyar Public Relations Szövetség ajánlása alapján)

Ha kapcsolatba akarsz lépni újságírókkal, tudnod kell, hogy miként dolgozik egy átlagos újságíró (most tekintsünk el attól, hogy az újságíró a haverunk, mert ez is elképzelhető, csak nem általános). Sokan gondolják, hogy az újságíró délre jár dolgozni, négykor elejti a tollat, a kettő között pedig sokat kávézik. Ez azonban a múlt.

A mai újságírók általában túlhajszoltak, teljesítménybérért dolgoznak, és mivel futószalagon gyártják a híreket, nem nagyon érnék rá elmélyülni egy-egy témában. A nagy napilapokra ez természetesen kevésbé igaz, ott még

szakújságírók is léteznek, de van olyan online „hírgyár”, amelynél egy újságíró naponta 40–50 hírt ad ki, másutt napi kettő–négy témát dolgoz fel némileg alaposabban egy szerző. Könnyen belátható, hogy ilyen rohanásban az újságírónak nem mindig lesz ideje elmenni egy sajtótájékoztatóra, viszont hálásan reagál mindenre, ami megkönnyíti a munkáját.

Amit tehetsz:

- Szakíts időt a sajtóra, ha keresnek, tedd szabaddá magad, állj rendelkezésükre! Napilapos, online vagy rádiós újságírónak nyugodtan mondhatod, hogy inkább telefonon nyilatkoznál, de tudd, hogy a személyes kapcsolat, egy közös kávé a jövőben nagy hasznodra válhat.
- Ne várd el az újságírótól, hogy értsen a témához, azt becsüld meg, ha nyíltan kérdez. Segíts neki képbe kerülni, tömören világítsd meg az összefüggéseket, és ne csak

Ebben az írásban általában a nyomtatott sajtóval példálózunk, mert az online média, valamint a rádió és a televízió nagyjából ugyanígy működik. Igaz persze, hogy az online médiában a túl hosszú cikk vége nem lóg le a képernyőről, terjedelmi korlát mégis létezik: ha a minuszos hírek túl nagy feneket kerítenek, sürgősen elnavigálunk az oldalról. És igaz az is, hogy a híradóban nincs címlapsztori, de azért mindannyian tudjuk, hogy melyik aznap a vezető anyag.

magadról beszélj, hanem az ágazat egészéről is.

- A tévében nélkülözhetetlen, de a lapokban és az online médiában is előny jelent a kép, vágókép léte és minősége. Ez az, amiért a Greenpeace-aktivisták hajókat kergetnek, hidakon lógnak, vagy amiért a parlamenti képviselők koporsócipelessel demonstrálják, hogy a tárgyévi költségvetés halott.
- Ugyancsak fontos az újságíróknak az adat és a grafikon. Ezek a nézők és olvasók szemében hitelesítik a mondanivalót, megtörik a szöveg monotonitását, és jobban befogadhatóvá teszik az információt.
- Ha szöveget adsz ki a kezedből, akár elekt-

ronikus, akár nyomtatott formában, olvasd el többször, vagy tegye meg ezt más is. A fő szempont ilyenkor az legyen, hogy a szöveg összeszedett, egyértelmű mondatokat tartalmazzon. Legyen benne ráció, és ha lehet, szerepeljenek benne azok a hivatkozások is, amelyek mondanivalódat alátámasztják.

- Az előző pontban foglaltak hatásfoka fokozható, ha nem nagy háttéranyagokat, hanem konkrétan híreket írsz. Vegyél elő egy újságot és láss csodát, a cikkeknek vannak közös vonásaik: a cím próbál blikkfangos lenni, az alatta kiemelt rész pedig összefoglalja az írás legérdekesebb részeit. Ennek a résznek minden állítása

megismétlődik később, az úgynevezett kenyérszövegben. És szinte minden cikkben megszólal valaki. Mond valamit azután, kötőjel, és „mondta el ..., a ... vezetője”. Ez vagy Te, akit a cégedből megszólaltatni szeretnél.

- Ne pumpold az újságíró, ne járj a nyakára, és ne akard elhitetni vele, hogy éppen a Te témád váltja meg a világot! Ha látod, hogy ódzkodik, nem nagyon érdekli az ügy, ne forszírozd, mert még ha sikerrel jársz is és lenyo-

mod a torkán a sztorit, legközelebb nem veszi föl a telefonodat. Inkább lépj előre a 3. és 4. pont-ra, és alkalmazd a mandinert, vagy turbózd fel a sztorit.

2. A pénz

Nem szokás erről beszélni, de befolyásoló tényezőnek ott van a pénz is. A kiadók és a szerkesztőségek általában hevesen cáfolják az általános egyenértékes szerepét a címlap szerkesztésében, arra hivatkoznak, hogy a hirdetésfelvé-

tel és a szerkesztés között atombiztos tűzfal húzódik. Erre mondta egyszer egy kiváló szerkesztő, hogy lehet az a tűzfal akármilyen magas, ha a büfé közös.

Kezdő vállalkozóként nemigen lesz módod – és reményeink szerint kedved sem – ennek az eszköznek a bevetésére, de ismerned kell néhány fontos szabályt. Elsősorban azt, hogy az úgynevezett szaklapokban pénz nélkül bekerülni nagyon nehéz. Ezek többnyire kifejezetten bűjtatott reklám közlésére szolgáló orgánumok, simán benne van a pakliban, hogy ha közleményedet elküldöd nekik, visszaírnak egy e-mailt, hogy hány példányban is tervezed megrendelni a lapot. Tudnod kell ezen túl, hogy a mellékletírás az újságíró és a kiadó „mellékese”.

Az éppen mellékletbe dolgozó újságíró a mindennapi munkánál lényegesen könnyebben eltekint a szakma alapvető szabályainak betartásától, hiszen

ez a munka púp a hátán, a melléklet pedig eleve „korpa közé keveredett”, akkor ő minek törje magát? Ilyenkor az újságírónak végképp semmi más törekvése nincs, mint gyorsan lezavarni az anyaggyűjtést vagy az interjút. Írj neki egy „összefoglalót” a kérdéses témában, és ha jól írsz, akár egy az egyben is viszontláthatod szövegedet a lapban.

3. Mandiner

Az ember hajlamos azt gondolni, hogy a hír akkor is hír, ha én mondom, és akkor is, ha más. Nos, ez sem igaz, a sajtó tekintélyelvű, ezért számít a

A legnehezebb helyzetben akkor vagy, ha olyan a terméked, aminek már saját nyomtatott lapja van a piacon (online lapja mindennek létezik). Ez ugyanis azt jelenti, hogy más szereplők hirdetéseikkel eltartanak egy szaklapot, vagyis nagyon sok pénzt költenek reklámra és bűjtatott hirdetésekre. Ilyenkor a termékedről kizárólag valami csoda folytán fog megjelenni cikk, tudósítás, hang- vagy képanyag. Az ilyen termékekre a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság figyel, és megbünteti az elektronikus médiumokat, ha – a termékelhelyezés szabályainak megsértésével – csak említenek is egy gyártót, vagy forgalmazót. Ez a termék PR-világa, a PR-szakma legnehezebb és ezért legdrágább szakága. Sajnos a magyar termékek PR-piacán ritkán látni igazán nagy ötleteket. Leggyakrabban olyasmikkel találkozol, hogy X. Y. celeb egy hétvégi mulatság keretében sört csapol, vagy kisorsolja az első darabot az új szériás kutyából. Ebben a világban olcsón kizárólag a gerillamarketing eszközeivel boldogulhatsz. (▶ 8.6. fejezet: Kik a mai gerillák?)

közlő személye is: ugyanaz az információ nagyobb eséllyel kerül be a lapokba, ha nem Te mondd el az ismeretlenségből előbújva, hanem valaki más, nálad ismertebb ember, vagy valamilyen tekintélyes pozícióban ülő vezető. Ha nem magadból akarsz sztárt faragni, hanem a cégedből, akkor átengheted a közlést valaki másnak. Nem feltétlenül celebekre kell gondolni, könnyen lehet, hogy amit csinálsz, azt jó megjelenési lehetőségnek tekinti rajtad kívül valaki más is, a partnered, egy náladnál nagyobb súlyú szereplő, a helyi polgármester vagy

akárki más. Mindig tedd föl a kérdést: ki akarhat még villantani az én témámmal? Ha találsz ilyen szereplőt, nyugodtan hívd fel, meglátod, ő is szerepelni akar.

4. A téma „felturbóztatása”

Ha kicsi a témád, toldd meg egy lépéssel! Egy nagy magyar biztosító egyszer attól remélt megjelenéseket és népszerűséget, hogy óvodai játszótereket újított fel. Az első évben egyetlen megjelenésük sem volt, még a helyi lapokban sem. Ekkor felkértek egy ügynökséget, amely kiderítette, hogy az EU-szerződés szerint az európai szabványnak meg nem felelő játszótereket 2006-ban be kell zárni. Nosza összeraktak egy sajtópakkot az erre vonatkozó rendelettel, egy ÁNTSZ-interjúval, amely szerint nem vizsgálják a játszótereken a homokot, néhány adattal az országban a játszóterek számáról, a játékszerek bevizsgálásának költségéről és a felújítás áráról. A pakkot egy

cikkszerű „összefoglalóval” egészítették ki, amelyben szerepelt egy bekezdés

arról is, hogy időről időre a magánszféra is lát fantáziát a játszótérügy PR-célú

ARCULAT ÉS SZLOGEN

Egy jól megtervezett, átgondolt és egységes vizuális megjelenés, más szóval az arculat, fontos lépést jelent a siker felé!

Az arculatterv a cég tevékenységére alapozva, annak különféle megjelenési formái között teremt harmóniát; de mindenekelőtt stílust és üzenetet közvetít.

A jó arculat összhangban van Veledd, tevékenységi köröddel, szavak nélkül is kialakít Rólad, vagyis cégedről egy elképzelést, ami aztán mások fejében fogalmazza meg a Rólad alkotott képet, az imázsodat.

Ezért, mielőtt nekilátsz a tervezésnek (vagy terveztetésnek), jól gondold át, többször is, hogy mit szeretnél elérni, kifejezni az arculati elemek által.

A legfontosabb szempont, hogy különbözz! Arculatod legyen első látásra is más, mint a vetélytársaidé, hogy könnyen Rád ismerjenek!

A grafikai arculati elemek mellett – logó, névjegy, levélpapír stb. – érdemes hangsúlyt helyezni céged, tehát saját vállalkozói éned szlogenjére is.

A filozófia és a küldetés mellett a szlogen a verbális arculati elemek legtömörőbb megfogalmazása. A szlogen egyetlen rövid, frappáns mondatban fejezi ki vállalkozói hitvallásodat, együtt a vizuális arculattal. Az arculat hatásmechanizmusa a kutatások szerint kifejezetten hasonló a műalkotások felfedezésének élményéhez.

Mielőtt nekilátsz ötletet gyártani, tervezni, gyűjts információt! Nézd meg a sikeres márkákat és üzeneteiket, csoportosítsd őket, elemezd, hogy melyik miért tetszik, és melyik miért nem. Legyen házilagos piackutatásod része ez is! A jól összegyűjtött és elemzett információ nem kis lépés a sikeres piacon maradáshoz és fejlődéshez.

felhasználásában, például az X biztosító két év alatt Z számú óvodai játszótér

teret újít föl. A pakk és a jól megírt „összefoglaló” eredményeként a biztosító

AMIKOR TE KERESEL SZPONZORT

Nagy valószínűséggel karrierednek ezen a pontján Téged inkább a szponzorkeresőknek szóló tanácsokkal érdemes ellátni. (Ha már híres és milliárdos vállalkozó leszel, ne feledkezz el mai önmagadról, áldozz a fiatal kezdők segítésére...)

A cégeknél legtöbbször a kommunikációs vagy marketingvezető felel a szponzorációs tevékenységért. Ő az, akit meg kell nyerned magadnak. Ahhoz, hogy ne csak egy legyél a heti 10–50 támogatást kérők közül, nagyon fontos a kutatás. Nézz utána, hogy a megcélzott cégek/személyek közül kinek milyen a támogatási politikája. Az igazán komoly szervezeteknél ugyanis a stratégia része, hogy milyen tevékenységeket, milyen kezdeményezéseket, akár milyen szervezeti formákat támogatnak. Vannak például olyan cégek, amelyek magánszemélyeket nem, csak alapítványokat segítenek; egyesek a sportra, mások az oktatásra, művészetekre vagy a gyógyításra koncentrálnak. Légy felkészült, s ne vesztegesd a saját energiáid azzal, hogy olyan helyen kopogtatsz, ahol ajtó sincs!

Ha már felmérted, hogy kik lehetnek a potenciális támogatóid, gondold át, mivel tudod megnyerni őket magadnak! Fontos, hogy ez a viszony is a kölcsönös előnyökön alapul, azaz, nemcsak a támogatott, a szponzor is szeretne valamit profitálni ebből a kapcsolatból. Írd össze, mi az, amit nyújtasz, ez lehet a cég logójának elhelyezése a weblapodon, de ingyenbelépők az általad szervezett rendezvényre vagy akár tanácsadás az új irodájuk berendezéséhez stb. Mindenképpen csak olyat ajánlj, ami a másik félnek is fontos, hasznos lehet.

Ha ügyes vagy, ha látszik, hogy jó helyen, átgondolt kérelemmel és kölcsönös előnyök ajánlásával jelentkezel, feltehetően előbb-utóbb sikerrel jársz. Fontos, hogy az esetleges kezdeti kudarcok után se keseredj el, tudnod kell, hogy még a legnagyobb multi pénztárcája is véges, ráadásul az adott év szponzorációra szánt keretét mindig az előző év végén határozzák meg.

üzenete egy hónap alatt 3 millió emberhez jutott el.

Nézz körül, és gondolkozz el, könnyen lehet, hogy a Te üzenetednek is van valamilyen vivő hire.

Csatornák, amiket használhatsz

Mielőtt nekilátsz a sajtó meghódításának, nem árt, ha végiggondolod, hogy kikhez is akarsz szólni. Törzsvevőidet ne a sajtó útján akard elérni, de azért nézd meg, kik is ők. Ne akarj elérhetetlen célcsoportokkal kommunikálni, mert az csak vesződség, de hol a haszon? Bármilyen összetettnek néz is ki a vásárlóközönséged, mindig van lehetőség arra, hogy szegmentáld őket, még akkor is, ha nincs pénzöd közvélemény-kutatásra.

Érdemes végiggondolnod a földrajzi, anyagi, életkorbeli, képzettségi sajátosságaidat, de a legfontosabb, hogy csukd be a szemed egy pillanatra, és próbáld elképzelni, milyen ember is

a Te igazi vevőd! Hányadik oldalon nyitja ki az újságot, a címlappal kezdi, vagy a sportrovattal? Mindegy, mi jut eszedbe, próbáld összerakni a képet, ahhoz lehet majd társítani az újságot, a rádiót, a hírportált vagy a kedvenc tévéműsorukat.

Ha belótted a médiumokat, keress rájuk a világhálón. Nézd meg, ki írt már a Te témádban, vagy ki foglalkozott valami hasonlóval. Nekik küldd el a híredet, meghívódat, sajtóközleményedet. Az MTI-t sose felejtssd ki, ők szolgáltatják ki a legtöbb lapot, tévét, rádiót.

8.3

PR ÉS SZPONZORÁCIÓ

Ne feledkezz meg a blogokról sem! Ma már a legtöbb témában találsz valamilyen blogot a neten, és ezek gyakran befolyásolják egy-egy kisebb közösség gondolkodását egy adott ügyben. A bloggerek önjelölt újságírók, mások, mint a profik. Respektjükről kizárólag az olvasottság alapján ítéld meg, de azért léteznek sajátosságok, amit bősz böngészéssel magad is felismerhetsz. A legtekintélyesebbek a kivénhedt profik a maguk 30+ évével, akiknek szakmai tudására csak ritkán van igény a főállásukban. Ők azok, akiket saját szakterületük

szeretete és a hit, hogy az másokat is érdekel, arra sarkall, hogy – névvel vagy a nélkül – elmondják véleményüket, információkat hajtsanak fel és írjanak meg. Ők nem esznek meg mindent, amit a kezükbe adsz, kritikusak, visszakérdeznek, ha mellébeszél, rajtakapnak, de ha Te mondd meg nekik a tutit, számíthatsz rájuk. Mások alig várják, hogy kitehessenek egy új posztot, mégis kínosan vigyázni kell velük, mert a blogolás non plus ultrája sokak szemében mégiscsak a fikázás: ha viccesre veszed a figurát, azért kapsz, ha meg nem, akkor azért.

Mecenatúra és szponzoráció

Egyre több cég vagy tehetős magánszemély áll karitatív, civil, nonprofit kezdeményezések vagy szervezetek mögé. Anyagilag vagy eszközökkel, tevékenységükből fakadó lehetőségekkel támogatják azokat, akik segítség-re szorulnak. Jó tudni

azonban, hogy közülük csak kevesen vannak olyanok, akik az ókori mecénásokhoz hasonlóan, ellenszolgáltatás nélkül adományoznak valamely, számukra fontos vagy kedves ideára.

Az adományozást a szponzorációtól alapvetően az különbözteti meg, hogy az utóbbi esetben a segítséget adó fél valamilyen konkrét, számára

előnyöket nyújtó céllal segít. Az előnyök lehetnek akár forintosíthatók is, de legtöbbször a szponzor a támogatott szervezet/egyén által képviselt pozitív értékek imázstranszferét szeretné élvezni. Azt, hogy a támogatása által a külvilág szemében felelős, tenni akaró és jó vállalat (▶ 8.5. fejezet CSR: a vállalatnak is van lelke), állampolgár képe éljen róla.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- Az „Elnök emberei” című filmsorozat (hasznos és szórakoztató lecke a médiakezelésről, érdekérvényesítési és pozicionálási technikákról)
- pr.lap.hu
- www.mprsz.hu
- www.prsa.org
- www.prweek.com
- www.kreativ.hu

HOGYAN ÍRJ SAJTÓ- KÖZLEMÉNYT?

8.4

HOGYAN ÍRJ
SAJTÓ-
KÖZLEMÉNYT?

A SAJTÓKÖZLEMÉNY EGY, AZ ÚJSÁGÍRÓKNAK SZÓLÓ, SPECIÁLIS ÍROTT ANYAG, MELYEK CÉLJA, HOGY EGY ADOTT CÉGRE/ SZOLGÁLTATÁSRA/ESEMÉNYRE IRÁNYÍTSA FIGYELMÜKET, EZÉRT ARRÓL A LEGSZÜKSÉGESEBB INFORMÁCIÓKAT ÉRDEKESEN MEGÍRVA TARTALMAZZA. EGY JÓL MEGÍRT – AZ ÚJSÁGÍRÓ ÉS A MÉDIA CÉLJAIT SZEM ELŐTT TARTÓ – SAJTÓKÖZLEMÉNY AZ EGYIK LEGOLCSÓBB ESZKÖZ LEHET A KEZEDBEN ARRA, HOGY A SAJTÓN KERESZTÜL ELJUTHASS POTENCIÁLIS VEVŐIDHEZ, MEGRENDELŐIDHEZ. A KÖVETKEZŐKBEN EGY PROFI SAJTÓ-KÖZLEMÉNY MEGÍRÁSÁHOZ PRÓBÁLUNK SEGÍTSÉGET NYÚJTANI.

Bár több eszközöd is lehet a sajtóval való kapcsolattartásra – így elvből tarthatsz sajtótájékoztatót, meghívhatsz beszélgetésre újságírókat –, amíg Te vagy munkád valamiért nem nagyon érdekes a sajtó számára (azaz, amíg nem ők keresnek Téged), addig ahhoz, hogy bekerülhess az újságok-

ba, talán legolcsóbb és legegyszerűbb eszköz a sajtóközlemény lesz. Egy sajtóközlemény megírása és szétküldése igazán nem kerül pénzbe, ugyanakkor ahhoz, hogy kiemelkedjen a szerkesztőségekre zúduló, hasonló közlemények tengeréből, néhány fontos szabályt jó betartanod. Ismerd meg az újságírókat!

Ha komolyan szeretnél a sajtóval – illetve a sajtón keresztül potenciális megrendelőiddel – kommunikálni, úgy mindenekelőtt szükséged lesz azon újságírók elérhetőségére, akik általában a Te témádról írnak. Ülj le a számítógéped elé, vagy menj könyvtárba, egy kis kutatómunkával könnyen összeállíthatod

ezen újságírók listáját. Nem árt, ha a személyesség kedvéért mindenkit legalább egyszer felhívsz, és rövid szakmai bemutatkozás után előszóban is elmondod, hogy a jövőben szeretnél számára e-mailben közleményeket küldeni. Mindenképpen kínáld fel számára a lehetőséget, hogy ha nem szeretné, úgy többet nem zargatod. Egyébként is fontos, hogy – ha nem is baráti, de – legalább távoli ismeretséget köss velük. Ne feledd, hogy sajtólistád csak pillanatnyi állapotot rögzít, és mivel a sajtó az egyik olyan terület, ahol nagyon nagy a fluktuáció,

így hasznos, ha listádat féléves rendszerességgel felfrissíted.

Az újságírók mellett nem árt, ha legalább egy kicsit ismered magát a médiumot is. Amikor egy sajtóközleményt kiküldesz, figyelembe kell vened,

hogy a napilapok esetében kora estétől már csak fontos hírek férnek be a közelgő lapzárta miatt, vagy hogy egy rendszeres, például heti megjelenésű rovat esetében időben küldd el az anyagot. Általánosságban elmondható, hogy a közlemény kikül-

désével kerülöd a pénteki napot és a késő délutáni, esti időszakot.

Hogyan írd közleményed?

Sajtóközleményt csak akkor írd, ha olyan közlendőd van, ami érdekes lehet a média számára. Az, hogy megalakult a cégetek, vagy sok megrendelésed van, Neked fontos hír, de sem az újságíró, sem az olvasót nem érdekli. Ha részt vettek egy nagyobb kiállításon, ha valamilyen kiugró szakmai sikert értetek el, vagy valamilyen érdekes eseményt szerveztetek, ezekre az információkra már lehet sajtóközleményt alapozni. Még akkor is fontos azonban, hogy lehetőleg valamely aktuálisan is érdekes eseményhez kösd a közlemény megjelentetését. Egy jó sajtóközlemény általában legfeljebb 1 flekk terjedelmű (ez az újságírók mérőszáma, egy A4-es oldalon 25 sort és soronként 60 leütést takar). Fontos szempont, hogy az újságíró is csak ember, így ha olyan sajtó-

MIT TARTALMAZZON A SZÖVEG?

- A „Sajtóközlemény” kiírást;
- a szövegből vizuálisan is kiemelt címet, esetleg felcímet, melyből a felcím lehet akár valami blikkfangos, kicsit bulvárízű is, míg a cím a komolyabb tartalomra utaljon;
- a kiadás helyét és dátumát;
- a közlemény rövid – legfeljebb pár soros – összefoglalóját (ezt „lead”-nek vagy „kopf”-nak nevezzük); a lead szerepe ugyanakkor az újságíró (illetve a majdani olvasó) figyelmének felkeltése is, azaz egy mondatban itt kell megpróbálnod meggyőzni arról, hogy a sajtóközlemény tartalma érdekes és fontos a kiadvány számára;
- a sajtóközlemény szövegét lehetőség szerint tagolva, tartalmi ismétlések nélkül, logikus sorrendben, figyelve arra, hogy ha az újságírónak ennél kisebb hely áll rendelkezésére a lap felületén, úgy könnyen húzhasson belőle az általad fontosnak vélt tartalom elhagyása nélkül is (mindez az online média esetében persze nem szempont, ott nincs terjedelmi korlát);
- további információigény esetére elérhetőségedet (azaz legalább a nevedet, a cégben viselt titulusodat, a telefonszámod és az e-mail, illetve a internetcímedet);
- céged hitvallásának, küldetésének nagyon rövid (maximum 2 soros), figyelemfelkeltő, megkülönböztető leírását.

MIT TARTALMAZZON, ÉS HOGYAN NÉZZEN KI A KÜLDEMÉNY?

- A sajtóközlemények eljuttatása ma már szinte kizárólag e-mailen történik, ugyanakkor számos újságíró még nem használ szélessávú kapcsolatot, azaz feleslegesen ne terheld a postaládáját.
- Maga az e-mail persze tartalmazhat logót vagy a céged arculatának megfelelő elemeket – sőt hasznos is, ha állandó arculattal küldöd közleményeidet –, de mindenképpen figyelj rá, hogy a fájl mérete ne legyen óriási.
- Ha a közleményhez valamilyen egyéb fájl – például kép – is járul, úgy azt kis méretben csatolhatod hozzá, de mindketten jobban jártok, ha az eredeti méretű képet letölthetővé teszed az újságíró számára, például a saját honlapodról.
- A címzetteket ne a „címzett” vagy a „másolat” (cc) sorokba írd, hanem úgy, hogy egymást ne lássák („titkos másolat”, bcc).
- A szöveget lehetőleg ne csatolt fájlban küldd el, ha erre mégis sor kerülne, úgy a „doc” helyett inkább az „rtf” kiterjesztést használd.

anyagot küldesz számára, amit cikként könnyen használhat, úgy lehetséges, hogy – időhiányból,

kényelemből – csak kisebb változtatásokat hajt végre rajta. Ez számodra már fél siker, hiszen így az

általad vágyott mondani-való jelenik majd meg.

Ha már kiküldted...

Kis idővel a közlemény kiküldése után hasznos, ha telefonon is megpróbálsd – legalább a Neked fontos lapok esetében – ellenőrizni, hogy megkapták-e a küldeményt, és szándékozna-e megjelentetni belőle valamit. A későbbiekben is fontos, hogy elérhető legyél, és hagyd időt magadnak arra, ha valakit bővebben érdekelne a téma. Azaz aznap folyamatosan legyél e-mail közelben, és ne kapsold ki a telefonod, hogy reagálhass az esetleges újságírói kérdésekre. Mindenképp gyűjtsd össze a megjelent anyagokat – ezeket később a honla-

podon is jól fel lehet majd használni. Nem árthat, ha a lista alapján egy rövid e-mailben vagy telefonon megköszönöd az újságíróknak a megjelent cikkeket. Értékelj magadban, hogy mennyire volt sikeres a sajtóanyag, hány megjelentést értél el, és hogy ezek tartalmilag megfelelnek-e üzleti céljaidnak.

8.4

HOGYAN ÍRJ SAJTÓ-KÖZLEMÉNYT?

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- onlinemarketing.blog.hu/2006/09/01/sajtokozlemenye_kikuldesi_bakik
- www.szanto.org
- searchenginewatch.com/showPage.html?page=3623806
- pr.lap.hu

CSR: A VÁLLALATNAK IS VAN LELKE

A CSR RÖVIDEN ÉS EGYSZERŰEN ANNYIT JELENT, HOGY EGY VÁLLALAT ÚGY VISELKEDIK, HOGY A KÖRÜLTÖTE LÉVŐ VILÁG HOLNAP ÉS HOLNAPUTÁN IS MEGMARADJON – AZ ITT ÉLŐK ÖRÖMÉRE –, RÁADÁSUL ÚGY, HOGY EZ A VÁLLALATNAK ÜZLETI HASZNOT IS HOZZON.

Magyarán: általában „vállalatok társadalmi felelősségvállalása” névvel illetik, de a CSR (Corporate Social Responsibility) rövidítést már egyre több vállalati kommunikátor, marketinges, PR-es vagy HR-es is használja, akár napi rendszerességgel. Vállalati nyelven ez egy olyan céges magatartást takar, amelybe nemcsak a szűken vett pénzügyi érdekek és célok, hanem a hosszú távú fenntartható-

ság, a környezeti, társadalmi és gazdasági érdekek és értékek egyaránt beépülnek.

Ez akkor történhet meg, ha a vállalat vezetője hisz abban, hogy a cég olyan emberekből áll, akiknek részben hozzá hasonló értékrendjük van, és ezt szívesen vállalja munkája során is. Az említett értékek akkor is beépülhetnek egy vállalat életébe, ha a vezető vagy nagy cégeknél a vezetők észreveszik, hogy

a joghurt-, autó-, mobil- vagy pelenkavásárlókat, illetve a bankban, postán, benzin-kútnál sorban állókat kezdi érdekelni, hogy egy cég hogyan is viselkedik, milyen botrányokba vagy milyen jó történetekbe keveredik. Azaz: ez márkaépítési kérdés is.

Ha céget alapítasz...

Állj meg egy pillanatra és gondold át, hogy Neked is vállalatod lesz, bár lehet, hogy egyelőre még csak

kicsi, de vállalat. Tehát érdemes már az elején figyelembe vened néhány, számodra személyesen fontos társadalmi ügyet. Ha a környezetvédelem ilyen, akkor gyűjtheted szelektíven a hulladékot (ez például az elején még könnyen megy), használhatsz újrahasznosított papírt, vagy elhatározhatod, hogy biciklivel jársz. Esetleg ha fontos Neked,

NÉHÁNY PÉLDA A VILÁGBÓL

A BMW-nél például az újrahasznosítás szempontjait már a tervezés során beépítik a folyamatba: olyan alkatrészeket gyártanak, amelyeket a visszavétel után elemeire lehet bontani, és a gyártási folyamatban újra fel lehet használni.

A Marks & Spencer a poliészter alapanyagú ruhákhoz szelektíven gyűjtött műanyag palackokat használ fel.

A Sony olyan „természetes” műanyagot használ telefonjaihoz, ami organikus anyagból készül, például kukoricalisztból.

hogy olyanok is kaphassanak munkát, akiket

máshol nehezen alkalmaznak, akkor felvehetsz kismamát vagy nyugdíjast. Társadalmi felelősségnek számíthat az is, ha színelti szerződések és minimálbér helyett szabályosan alkalmazol valakit és fizetsz adót. Az is számít, ha a szaktudásod átadásával segítesz olyanoknak, akik amúgy nem képesek fizetni a tanulásért.

EGY PÉLDA ITTHONRÓL: A START-UP GUIDE

Te most egy olyan könyvet olvasol, melyhez mindenki – így Te is – ingyen juthat hozzá, miközben elkészítése jó sok pénzbe került. A könyv ingyenességéhez szükséges egyrészt reklámoknak is teret adni benne, ugyanakkor vannak olyan hazai cégek, intézmények is, amelyek nem csupán saját maguk reklámozása végett támogatták a könyv megjelenését.

E cégek, szervezetek úgy látják, hogy e könyv, részint éppen ingyenessége révén, hozzájárul ahhoz, hogy a magyar kisvállalkozások versenyképesebbek, sikeresebbek legyenek, ami egyértelmű en jó és támogatandó, mondhatjuk úgy is: közösségi cél.

Ők, azon felül, hogy többen termékeiket, szolgáltatásaikat hirdetik is e könyvben, más módon is támogatták e kiadvány megjelenését: az egyik pénzzel, a másik tartalmi, technikai segítséggel. E támogatás tényét szerepeltethetik éves szponzorációs vagy CSR-beszámolóikban, de a lényeges talán inkább számukra is az, hogy valóban hozzájárultak egy, a magyar kisvállalkozók üzleti ismereteit fejlesztő ingyenes kiadvány létrejöttéhez.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- csr.lap.hu
- www.csrhirlével.hu
- www.csrwire.com
- www.cfsd.org.uk

8.5

CSR:
A VÁLLALATNAK
IS VAN LELKE

KIK A MAI GERILLÁK?

MINDEN CÉG A VERSENYTÁRSNÁL HANGOSABBAN SZERETNE KIBÁLNI A PIACON, RÁADÁSUL EZT MINÉL TÖBB KOMMUNIKÁCIÓS CSATORNÁN KERESZTÜL. ENNEK KÖVETKEZTÉBEN RADIKÁLISAN MEGNŐTT A FOGYASZTÓKRA ZÚDULÓ INFORMÁCIÓ „MENNYISÉGE”. „MÁR A CSAPBÓL IS REKLÁM FOLYIK...” – TARTJA JOGGAL A KÖZBESZÉD, MIKÖZBEN A (POTENCIÁLIS) FOGYASZTÓID EGYRE INKÁBB MEGFÜLLADNAK AZ INFORMÁCIÓS NYOMÁS ALATT, UTÁLJÁK A „REKLÁMOKAT”, MINDEN LEHETŐSÉGET MEGRAGADVA IGYEKEZNEK KIKERÜLNI AZ ÜZENETEIDET. HOGYAN ÉRHETED EL MÉGIS SIKERREL ŐKET?

A figyelem gazdaságtana Bemelegítésként kezdjük egy kis elméleti háttérrel. A kommunikációs robbanást csak egy – a szakemberek által gyakran emlegetett példával – szemléltetnénk: ma a New York Times egyetlen kiadása több információt tartalmaz, mint amennyit a 17. századi

Angliában egy ember egész élete során befogadhatott. A sok tv-csatorna, számtalan újság és portál miatt széttöredezett és felületes a médiafogyasztás, a digitalizáció (az internet és a mobiltelefonok megjelenése) hatásait tovább erősíti a fogyasztók napról napra fokozódó reklámke-

rülése. Ezt mutatják például a PanMedia Western kutatócég „AdAvider” statisztikái, melyek szerint a reklámkerülés itthon már több mint 75 százalékos, azaz a magyar népesség háromnegyede tudatosan igyekszik figyelmen kívül hagyni a reklám-célú üzeneteket. Mindeközben egyre

inkább előtérbe kerülnek a szóbeszédre, személyes ajánlásokra épülő marketingmódszerek, melyek ráadásul jól használva, bizonyos iparágak esetében, kimagaslóan hatékonyabbak lehetnek a többi klasszikus kommunikációs csatornánál.

A világ egyik legnagyobb piackutató cége, a Nielsen készített egy kutatást a közelmúltban, az ebből készített publikáció címe önmagáért beszél: „Word-of-mouth the most powerful selling tool”, azaz „A szóbeszéd a legerőteljesebb értékesítési eszköz”. Ugyanezt támasztja alá a marketing pápájának tekintett Philip Kotler Marketingmenedzsment című könyvében idézett tanulmány, amelyben 7000 megkérdezett európai 60 százaléka nyilatkozott úgy, hogy fogyasztói döntéseire nagy befolyással vannak a rokonok és barátok beszámolói. Mindeközben a legtöbb, könyvespolcokról leemel-

Az egyes médiumokban megjelenő reklámokban bízó internet-használók részaránya (a megkérdezettek százalékában)

Médium	Magyarok	Európai átlag	Globális átlag
Szájpropaganda	68	73	78
Újság	48	53	63
Más fogyasztók e-mailben érkezett véleménye	66	59	61
Márkák weboldala	61	49	60
Televízió	43	45	56
Magazin	41	46	56
Rádió	45	45	54
Megrendelt online hírlevél	61	48	49

Forrás: Nielsen piackutató vállalat

hető marketingtankönyv nagyon keveset foglalkozik ezekkel a tényekkel, miközben a valóságban igencsak divatos eszközzé vált a szóbeszéd alapú marketing, avagy angol szakkifejezéssel élve, a „word-of-mouth marketing”. Pletykák, vírusok, gerillák A gerillamarketing egy olyan újfajta, az 1990-es évektől kibontakozó irányzat a reklámozásban, illetve a fogyasztókkal fenntartott kommunikációban, amely innovatív,

szokatlan, mosolyfakasztó, nemegyszer meghökkentő (a hagyományos reklámból oly sokszor hiányolt) értékeket közvetítő, és

MIÉRT PONT GERILLA?

A kifejezés azt próbálja sugallni, hogy a kicsiknek egyfajta rejtett és kiszámíthatatlan gerillaharcmodorra van szükségük a piac dzsungelében a multinacionális óriásokkal szemben. A gerillamarketing kifejezés Jay Conrad Levinson amerikai marketingkommunikációs szakember fejéből pattant ki, aki 1983-ban megjelent könyvének adta a „Guerrilla Marketing” címet. A könyvben épp a tökeszegény kis- és középvállalkozók számára igyekszik tanácsokat, támpontokat adni, hogy miként, milyen eszközökkel lehet felvenni a versenyt a nagy költségvetésű cégek kommunikációjával szemben.

8.6

KIK MA A GERILLÁK?

olykor-olykor az illegalitás határán táncoló üzeneteket, módszereket használ. A gerillamarketing egyik legfontosabb tulajdonsága, hogy bevonja a piacot a marketingüzenet terjesztésébe: az üzenetek a fogyasztókon (szóbeszédén és az elektronikus kom-

munikációs csatornákon) keresztül terjednek, és nem tradicionális médiavásárlás segítségével. A gerilla sikere erősen függ stimuláló és intelligens üzeneteitől. Módszerei révén jóval olcsóbb lehet a hagyományos marketing-nél, mivel sok esetben nem igényel drága médiafelület-vásárlást, ráadásul

a reklámkerülők egyre növekvő tábora is hatékonyan elérhető vele. Ellenzői szerint a gerillamarketing lényege a provokatív figyelemfelkeltés, ezt a célt pedig gyakran csak normaszegéssel sikerül elérni. A gerillamarketing gyűjtőnév alá sorolható minden olyan reklámozási mód, ami elsősorban nem klasszikus reklámfelületeken jelenik meg, ilyenek a word-of-mouth (szóbeszéd-, pletykamarketing), ennek online változata a vírusmarketing, illetve az újszerű kül- és beltéri médiamegoldásokat használó ambient media. Az összes fenti kommunikációs mechanizmusban az a közös, hogy az (emberi) hálózatokat, a szájról szájra

HOGYAN SZEREZNEK INFORMÁCIÓT AZ EMBEREK AZ ALÁBBIAKRÓL (%)

	Élőszó/szóbeszéd	reklám
Éttermek	83	35
Előírt gyógyszerek	71	21
Szállodák	63	27
Autók	58	36
Számítógépek	40	18
Pénzügyi szolgáltatások	57	12

Forrás: http://devai.hu/firka/upload/1.02.CustomerEvangelist_HU.pdf

– vagy épp e-mail fiókból e-mail fiókba – terjedő pletykát használja a marketingüzenet terjesztésére. Az a cél, hogy a célcsoport érdekesnek és továbbadásra érdemesnek tartsa az adott információt, mivel így jut el a termék, szolgáltatás

vagy márka híre a közösség minden tagjához. Az üzenet gyors terjedése érdekében a fő feladat „megfertőzőnöd” a Te célpiacodon sok emberrel érintkező információs csomópontokat, például a fodrászok, kozmetikusok,

Az első vírusmarketing-kampányként a Hotmail.com bevezetésének sikertörténetét szokták említeni. Az oldal, ami az első ingyenes e-levelezést lehetővé tevő alkalmazás volt, elindítása után egy évvel már 10 millió, két és fél év múlva pedig több mint 30 millió felhasználót regisztrált. (Az oldalt az alapítótól végül a Microsoft vásárolta meg, félmilliárd dollárért.)

Pedig kicsivel a Hotmail indítása után egy másik online szolgáltatás, a Juno Online több mint 20 millió dollárt fordított ingyenes szolgáltatásának népszerűsítésére. A végeredmény: mindössze 2 millió regisztráció.

De mi is volt a Hotmail titka? Egy csipetnyi vírusmarketing. Egyetlen mondat, ami egy felfogadott

tanácsadó javaslatára minden egyes hotmail.com-ról küldött levél végén olvasható volt: „Get your private, free email at <http://www.hotmail.com>”, azaz „Szerezz ingyenes postafiókot a <http://www.hotmail.com>-on”. Így minden egyes felhasználó úgymond passzívan és ingyen (!) továbbította a kiküldött e-maileivel a Hotmail létének hírét.

8.6

KIK MA A GERILLÁK?

PÉLDÁK A GERILLAMARKETINGRE

A Vespa csinos nőket és férfiakat bérelt fel arra, hogy felkapott Los Angeles-i helyeken a robogókkal pózoljanak. Bizonyos cégek páros színészekkel dolgoztak, a szupermarketekben az első, a célcsoportba passzoló vevő láttán az egyikük lekopott egy dobozt a polcról, és felmutatta, a másik meg odakiabált neki: „Ő, azokat ismerem, isteniek”, és bedobták a kosárba.

A 70-es években egy egész seregnyi embert béreltek fel Chicagóban arra, hogy a tömegközlekedésen utazva egy bizonyos újságot olvassanak, mindezt a lehető legfeltűnőbben. Egy csomagküldő szolgálat megbízásából a New York-i portásoknak 10 dollárt fizettek fejenként, hogy néhányat a cég csomagjaiból folyamatosan a pulton tartsanak, hogy a ház lakói azt higgyék, valaki közülük rendelt a cégtől. Ez felerősítette azt az elképzelést, hogy „az emberek, akik itt, az én épületemben laknak, rendelnek ettől a cégtől”.

szépségszalonok munkatársait, taxisokat, tanárokat vagy értékesítőket, illetve bárkit, akik a potenciális vevővel beszélgetnek. Online kommunikáció esetében a vírusmarketing ugyanerre a gondolatra épül, csak digitális-online csatornákon, platformokon keresztül „fertőz”: képeken, kreatív prezentációkon, jópofa e-maileken, vagy ami jelenleg leginkább felkapott, a weben publikált (vírus)videókon keresztül. A „vírus” kifejezés itt a terjedési metodikára utal, a marketingüzenet pontosan úgy terjed, mint a járványok: exponenciálisan növekvő számú embert

elérve. Ezért e körben nagyon fontosak a webes felületek (▶ 9.7.fejezet Online kommunikáció: a honalpon túl), így a blogok, fórumok, (amatőrnek tűnő) webooldalok, videomegosztó portálok (YouTube vagy magyar klónjai, például az

Indavideo vagy a Videa) és az ún. közösségi oldalak (MySpace, Facebook, a hazaiak közül például az iWiW). Az ambient médiát leginkább környezetbe illeszkedő hirdetési formának szokták aposztrofálni.

Az ilyen elemekkel sokkal eredményesebben lehet megragadni az emberek figyelmét, hiszen az átlagos hirdetési reklámzajból jól kitűnnek. Néhány ütős példáért érdemes ellátogatnod az alábbi ambient media gyűjtőoldalra:

A vírusmarketing egyik úttörő ágazatává válhat az iWiW-en is megjelent „widget” jelenség. A widget (vagy más néven gadget) tulajdonképpen egy disztribúciós módszer. Nem más, mint egy kis, speciális program, amit be lehet ágyazni egy weboldalra vagy egy számítógép monitorára, vagy épp az iPhone-on futtatni. A program folyamatosan kapcsolatban áll a kiszolgálóval, és élő, mindig frissülő információkat biztosíthat.

A widgetek mostanra széles körben elterjedtek, és a blogok, közösségi oldalak, online aukciós portálok, illetve a legnagyobb márkák mellett a kis- és középvállalkozások is használják őket. Az alkalmazások típusának csak a kreativitás szab határt, és talán a legnagyobb értéke, hogy közvetlen kapcsolatot, párbeszédet tud kialakítani vállalkozásod számára az online közösségekkel. A közösség tagjai ráadásul sok esetben továbbajánlhatják a widgetet ismerőseiknek, így indítva el a vírusmechanizmust. Egy étterem vagy egy panzió használhat például olyan alkalmazást, amivel értékelni lehet az ételeket, szolgáltatást vagy épp asztalt, szobát lehet foglalni, más szolgáltatók használhatják a könyv-, zene-, bor- vagy éppen virágajánló alkalmazásokat.

Az alternatív eszközök, és ezen belül is főként a vírusmarketing jelentős előnye, hogy képes elérni azt a korosztályt, amelyet a legnehezebb a hagyományos módszerekkel. Szemléletes példa, hogy az online informálódó és közösségi életet is így élő fiatal külföldieket miként mozgatta meg két magyar, turisztikai célú vírusfilm.

Az első a „Balatoni nyár” című animációs videó volt, melynek hatására a turisztikai lehetőségeket bemutató weboldalon

(www.balaton-tourism.hu) az egyedi látogatók száma a célként kitűzt 50 százalékos növekedés helyett 285 százalékkal nőtt meg (bővebben: http://www.mfor.hu/cikkek/Csonakszexes_film_lendített_a_Balaton_nepszerusegen.html). Két évvel később egy hazai szállodalánc megbízásából egy videojátékra emlékeztető film generált érdeklődést a hazai és külföldi közönség körében (<http://www.youtube.com/watch?v=XV7HJWILD5s>).

<http://adsoftheworld.com/taxonomy/media/ambient>

És mire lehet jó mindez Neked?

Valószínűleg nem árulunk el nagy titkot, hogy a gerillamarketing már régen

nem csupán a kis cégek fegyvere. Egyes cégek a tömegkommunikációs csatornában valamilyen okból bemutatathatlan, milliós költségvetéssel készült hirdetéseiket teszik fel a világhálóra, vírusmarke-

tingként terjesztve, mások meglehetősen költséges, ám tényleg figyelemfelkeltő módon helyezik ki közterekre termékeiket. Jól ismert gyakorlat, hogy függetlenek látszó kommentárokat, kritikákat írnak vagy íratnak

saját termékeikről online felületekre, fórumokra, blogokba, webshopokba. Biztosra veheted ugyanakkor, hogy az alternatív reklámozási és marketingtrendek térhódítása hazánkban még közel sem érte el a csúcspontját. Az egyre nagyobb reklámzaj és a folyamatosan növekvő reklámkerülés, valamint az internet jelentős elterjedése a gerillamarketing-megoldások felértékelődését okozzák. Olyan – sokszor olcsó – megoldásokat, amelyek lehetőséget adnak Neked is a kitűnésre, az eredményes, kölcsönös és mindenekelőtt hatékony, interaktív párbeszédre közted és a reménybeli fogyasztód között.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- Alex Wipperfurth: Eltérített márkák (HVG, Budapest, 2005)
- Rozványi Dávid: Reklám és társai (BBS-Info, Budapest, 2002)
- gerillamarketing.lap.hu/
- www.onlinemarketingtippek.hu/gerilla-marketing/index.php
- marketing-alternatif.com
- asiapacific.acnielsen.com/news/20071002.shtml

A SZEMÉLYES MÁRKA

A KÖVETKEZŐKBEN ARRÓL LESZ SZÓ, HOGY NEM CSUPÁN A VÁLLALATOK ÉS TERMÉKEK LEHETNEK MÁRKÁK, HANEM MI, MAGUNK IS. ADOTTSÁGAINK, ÉRTÉKEINK ÉS CSELEKVÉSEINK FORMÁLJÁK A RÓLUNK ALKOTOTT KÉPET. HA ERŐS ÉS MEGGYŐZŐ A SZEMÉLYES MÁRKÁD, AZ SOKAT LENDÍTHET ÜZLETI SIKEREIDEN IS. SAJNOS, EZ FORDÍTVA IS IGAZ: HA „SEMMILYEN” VAGY ÉS NEHÉZ HINNI NEKED, AZ A BEVÉTELEIDEN IS MEGMUTATKOZIK MAJD.

Ebben a könyvben már sokat olvashattál a márkáról (■ 8.1. fejezet: Mi van a reklám előtt?) Többek között azt is, hogy a márka nem más, mint „egy erőt hordozó név”. Azt, hogy a Te neved ilyen-e vagy sem, nem tudhatjuk, azt azonban igen, hogy egy rövid alapozó szakaszt követően ilyen lehet. Onnan pedig már „csak” élethosszig kell figyelned arra, hogy még erősebb legyen, vagy legalábbis erős maradjon.

Az erős személyes márka versenyelőny neked személy szerint, és versenyelőny az általad alapított, vezetett vagy képviselt vállalatnak is.

Az Amazon online kereskedést alapító Jeff Bezos szerint személyes márka (vagy angol kifejezéssel „personal branding”) az, amit mások mondanak rólad, amikor kimész a szobából. Igazad van, akkor is megszületik ez a mondas, ha semmit sem

teszel érte, hiszen „vagy, amilyen vagy.” Ebből is látszik, hogy személyes márkád akkor is van, ha nem akarod, vagy éppen nem veszed észre. Ebben a szerencsétlen esetben azonban mások mondják meg, hogy ki vagy. Ez nem jó. Ha ezzel egyetértesz, akkor viszont abban is megállapodhatunk, hogy jobb, ha mi alakítjuk a saját képünket, mintha mások tennék ezt – érdemes saját kezünkbe venni a gyeplőt.

Ez nem lehet számodra nagy újdonság, hiszen vállalkozásod vezetőjeként a gyeplő már amúgy is a kezdedben van. A különbség csupán annyi, hogy ezúttal nem csupán az üzletre, a céges márkaépítésre a telephelykeresésre, a pályázati források megtalálására vagy éppen a munkatársak menedzselésére kell gondolni, hanem önmagadra. S hidd el, ez nem önzés és köldöknéző szabadidős tevékenység, hanem az üzleti eredményesség fontos összetevője. A személyes márka az, ami megkülönböztet Téged másoktól, s az a betartott ígéret, amely – szükség esetén – feléd billenti a mérleg nyelvét.

MI A TEENDŐD?

AZ ERŐS SZEMÉLYES MÁRKA KIALAKÍTÁSÁNAK, MAJD KÖVETKEZETES KÉPVISELETÉNEK ALANYA TE VAGY; TÁRGYA AZ ÉN; ALAPJA AZ ÖNISMERET MÓDSZERE, AZ ŐSZINTESÉG; MÉRCÉJE A SIKER; KEZDŐPONTJA A MA.

1. Ha ez a ma éppen ma van, akkor kezd azzal, hogy sorra veszed azokat a képességeidet, amelyek a leginkább meghatározóak. Keress legkevesebb hármat, de legfeljebb hetet. Figyelj arra, hogy az „én márkánk” semmiképpen sem (csak) a végzettségünk vagy éppen a foglalkozásunk. Segítség lehet, ha elmondod vagy leírod karriered fontos csomópontjait, s a sikeres fordulatokhoz társítasz képességeket és tulajdonságokat. (Itt és most csak módszertani sorvezetőre van terjedelmi okokból lehetőségünk, de számos tanácsadótól vagy könyvből kaphatsz segítséget, a fejezet végén fel is sorolunk néhányat.)

2. Most foglalkozz az értékeiddel! Ha van gyakorlatod az önelemzésben, akkor ez menni fog magadban is. Ha nincs, akkor keress például a szűkebb vagy tágabb környezetben személyes márkákat – családtagokat, munkahelyi vezetőt, ismert vállalkozókat, sportolókat, tanárokat, bolttulajdonost, stb. -, s az ő sikerüket elemelve juss el azokhoz az értékekhez, amelyekre alapozhatták a teljesítményüket. Az így kialakuló érték-regiszter elemeit egyenként „képzeld magadra”, s tedd fel a kérdést: ez lehetne az én értékem is? Hidd el, jó néhányban magadra fogsz ismerni. De vigyázz, mert ezek adják majd azt az alapot, amelyre a személyes márkát építed – később nem tagadhatod meg őket, mert akkor összedől az épület!

3. Ha már tudod, hol és milyen értékekre építetd a személyes márkát, akkor feltétlen fogalmazd meg azt is, mi a célod. Figyelj nagyon, mert az adottságoknak, az értékeknek és a céloknak mindenképpen összhangban kell lenniük. S még egy jó tanács: bármilyen fontos is most neked az a vállalat, amelyet éppen vezetsz vagy képviselsz, ez önmagában csak eszköz lehet, sohasem a végső cél.

4. Ha idáig eljutottál, akkor hátradőlhetsz. De csak egy percre. Mert mostantól következetesen képviselned kell azt, amire építesz, s folyamatosan szem előtt kell tartanod azt, miért is csinálod, amit csinálsz.

A személyes márka megmutatása például a megjelenésed (hajviselet, ruházat, autó, ékszerek, óra, tetoválás, stb.) és az is, miként beszélsz (szóhasználat, egyenrangúság, tegezés-magázás-önözés, stb.) az emberekkel.

Ha pedig elfogadjuk, hogy a márka betartott ígéret, akkor sokat elmond rólad, mennyire tartod be magad az ígéreteidet: legyenek azok határidők, érkezési időpontok, fizetési határidők vagy éppen minőségi vállalások. A személyes márkát kiválóan képviselheted nagyobb közönség előtti megszólalásokban, konferenciákon, bemutatókon, vásárokon, vagy éppen ügyféltalálkozón, céges belső rendezvényen.

Ezekon úgy lépj fel, hogy pozitív benyomásokkal távozzanak, akik láttak és hallottak téged.

Persze, nem csupán a „való világ” alkalmas arra, hogy nyomot hagyj azokban, akikben nyomot szeretnél hagyni. (Mar-

A SZEMÉLYESSÉG DIADALA

Ha körbetekintesz a környezetedben, bizonyára számos olyan – általában kedvelt – vállalkozást tudnál megnevezni, melyet Számodra egy-egy személy testesít meg. Egy kellemes étterem, vagy jó kocsmá, a bolt, a kedvenc piaci sajtárusod, de akár egy autószerelő műhely vagy egy fodrászat is olyan vállalkozás, melyet meghatároz(hat) az azt képviselő – tulajdonos, vezető, vagy munkavállaló – személye.

Végeredményben - Számodra, mint vevő számára - azok a márkaértékek, melyek a vállalkozást jellemzik (▶ 8.1. fejezet Mi van a reklám előtt?) elválaszthatatlanul összefonódnak azokkal, melyekkel a személyt jellemeznéd. Soha ne feledd, hogy ez veled, és vállalkozásoddal is így van: vevőid, partnereid egyként gondolnak rátok.

ketinges szakszóval ezt régebben úgy mondtuk: a célcsoportodban. Ma már inkább érintetteket mondunk, vagyis azokra az emberekre, csoportokra, de akár intézményekre, hatóságokra gondolunk, akik vagy amelyek valamilyen módon érintkeznek veled vagy a vállalatoddal, és így kölcsönösen befolyásoljátok egymást). Online aktivitásaid – vagyis az, mit teszel fel mondjuk Facebook-oldaladra, kit követsz a Twitteren, s mit osztasz meg, hogyan kommentelsz, vagy éppen milyen képeket gyűjtesz a Pinteresten – mind rólad

beszélnek. Személyzeti vezetők a megmondhatóit hány szépreményű jelentkezőt nem alkalmaztak csak azért, mert egy rossz pillanatukban egy közösségi oldalon arra kérdésre, hogy „mit csinálsz, amikor dolgozol”, azt írták: „mind-egy, csak a főnök meg ne tudja”. Ne feledd, a közösségi média veszélyes fegyver lehet – ne hagyd, hogy visszafelé süljön el! (▶ 9.7. fejezet: Online kommunikáció a honlapon túl)

Sokan – mi is – hisznek abban, hogy az üzleti világban is ember és ember között jön létre

megállapodás. Nem cég és cég szerződik, vagy készít elő szerződést, hanem mindig egy-egy vagy sok-sok ember. Azonos és számszerűsíthető feltételek mellett az számíthat sikerre, aki erős személyes márkával rendelkezik. Vagyis az akinek a neve hallatán tudják, hogy mire számíthatnak. Már csak ezért is érdemes egy próbát téve megtudnod: a te neved mit indít be másokban?

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.ladiesfirstconsulting.hu
- www.yourway.hu
- www.palyamarketing.hu
- John Purkiss – David Roston-Lee: énmárka, HVG Kiadó Kft., Budapest, 2010.
- Cathrerina Kaputa: You are a Brand, Nickolas Brealey Publishing, London, 2010

8.7

A SZEMÉLYES MÁRKA

AZ INTERNET HASZNA

AZ ELMÚLT BŐ ÉVTIZED ÓRIÁSI ÉS RADIKÁLIS VÁLTOZÁSOKAT HOZOTT A VILÁGBAN: SZÁMÍTÁSTECHNIKA, AZ INTERNET ÉS EZEN BELÜL A MOBILINTERNET ELTERJEDÉSE MEGVÁLTOZTATTA AZ EMBEREK, KÖZÖSSÉGEK MINDENNAPJAIT.

E változások nyilvánvalóan nagyon erősen hatnak a gazdaságra, és ez alatt jelen esetben nem csupán a világ gazdaságot, vagy a nemzetgazdaságokat kell érteni. Az elmúlt évek alapvetően változtatták meg a cégek, vállalkozások mindennapjait is.

Ez alól a te vállalkozásod sem húzhatja ki magát. Mint könyvünk bevezetőjében már leszögeztük: mi nem tudjuk, hogy mivel is foglalkozik vállalkozásod. Jó eséllyel vállalkozásod fő

tevékenysége nem változott lényegesen az elmúlt tíz évben (kivéve persze, ha valamilyen internetes szolgáltatási ötlet, vagy éppen webes programozás a területed). A fodrász továbbra is haját vág, az asztalos bútort készít, a kertész kertet szépít, a taxis autót vezet.

E tevékenységek lényegét érintetlenül hagyta az internet forradalom, azonban szinte mindent, ami e tevékenységek üzleti sikeréhez hozzájárulhat – azaz a marketinget, a szükséges

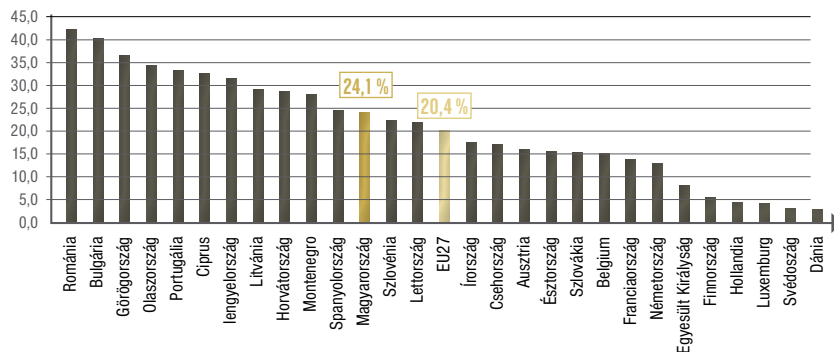
adminisztrációt, az áruk, alapanyagok beszerzését – jelentősen megváltoztatott.

Az internet eszközt ad ahhoz, hogy olcsóbban és egyszerűbben vásárolhass, kinyitja a kínálatot számodra a környék két bútóráruházához, vagy pár autókereskedéséhez képest. Saját vállalkozásodnak lehetőséget nyújt arra, hogy vásárlóid köre nem csak a közvetlen környékre korlátozódjon. Szabadabban választhatsz magadnak pénzügyi szolgáltatót, bármikor gyorsan

A DIGITÁLISAN ÍRÁSTUDATLANSÁG

Bár az informatikai forradalom hazánkban is villámgyorsan megy végbe, sajnos sokan nem részesülnek ebből: Magyarországon a digitálisan írástudatlanok – azaz a számítógépet, internetet nem használók - aránya meghaladja az uniós átlagot.

Még sosem használt számítógépet, 2013 (16-74 lakosság %-a)



Forrás: Digital Agenda Scoreboard, 2013

Az országon belül természetesen jól látható különbségek vannak az internethasználattal kapcsolatban: minél kisebb egy település, annál kisebb a használók aránya. Szintén kimutatható, hogy az életkor növekedésével fokozatosan csökken az internethasználók aránya.

Internethasználók aránya korcsoportok szerint, 2013 (a háztartások %-a)

Számítógéppel rendelkező háztartások aránya Magyarországon és az EU27-ben.

(Az internet-használat mutatószámai azonos bontásban, azonos vetítési alapon.)

	lakóhely			életkor		
	Falu	Kis, közepes város	Nagyváros	-29	30-59	60+
EU27	64% (60%)	67% (63%)	74% (70%)	83% (77%)	68% (62%)	27% (25%)
Magyarország	48% (43%)	43% (39%)	73% (70%)	86% (78%)	55% (48%)	9% (9%)

Forrás: E-COMMUNICATIONS HOUSEHOLD SURVEY, Special Eurobarometer 381, 2013

Sajnos még rosszabb a kép, ha azt nézzük, mire használják ezeket az eszközöket: a magyar internetezők az uniós átlagnál jóval kevesebben használják az internetet online tranzakciókra, fizetésre, bankolásra, vásárlásra vagy e-kormányzati szolgáltatások igénybe vételére.

és egyszerűen összevet-heted különböző neked szükséges szolgáltatások árait, feltételeit. Szinte bármivel is foglalkozol, óriási előnyt, rengeteg tudást biztosít számodra az információhoz való tényleg szabad hozzáférés, a többi felhasználó által készített tartalom és általában a virtuális közösség.

E fejezet célja, hogy segítséget nyújtson számodra eligazodni az internet világában.

TECHNIKAI ALAPOK

AZ INTERNETET MA MÁR TÖBBFÉLE ESZKÖZZEL IS ELÉRHETED, DE A LEGÁLTALÁNOSABB – ÉS MUNKÁD SORÁN FELTEHETŐEN EZZEL TALÁLKOZOL A LEGGYAKRABBAN – A SZEMÉLYI SZÁMÍTÓGÉP.

A beugró: egy számítógép

Hardver – a test

Az egyik legnagyobb dilemma minden kezdő felhasználó esetében, hogy milyen számítógéppel vagy gépparkkal érdemes nekiindulni a világhálónak. Mindentudó, vadonatúj szupergép vagy egy olcsó, használt konfiguráció?

Személyi számítógép vagy notebook?

Kiindulásul próbáld meg felmérni, hogy mire akarsz majd használni a gépet. Mint kisvállalkozó, jó

eséllyel ugyanazt a gépet használad majd vállalkozásoddal kapcsolatos munkákra, mint a szórakozásra, ami önmagában nem probléma, csak figyelj az elején, hogy mindkét célnak megfeleljen. Ha vállalkozói tevékenységed nem jár valamilyen speciális számítástechnikai igényrel (ami felmerülhet például egy belsőépítész vagy egy grafikai stúdió esetében), vagy nem akarsz éjjel-nappal játszani a géppel, akkor leginkább levelezésre, szövegek, táblázatok megírására

(és esetleg kinyomtatására), fotók feltöltésére és internetes keresésre fogod használni a gépedet. A számítógép-használók túlnyomó többsége így van ezzel, a gépek – és a rajtuk lévő programok – azonban egyre többet tudnak, rengeteg olyan dolgot, amit jó eséllyel soha az életben nem fogsz majd használni. Ezért első szabályként – ha csak nincs korlátlanul sok pénzed – ne akard megvenni mindig a legújabbat. Az eggyel korábbi modell is tökéletes lesz Neked,

rádadásul a már lassan kifu-
tót típusokat gyakran igen
komoly árengedménnyel
kaphatod meg!

Külön kérdés, hogy egy
viszonylag olcsóbb, de
helyhez kötött asztali
gépet, vagy egy hordozha-
tót, de általában drágább
notebookot választasz.
Amennyiben asztali gép
mellett döntesz, még
mindig rajtad áll, hogy Te
állítod össze igényeidnek
megfelelően, de ha nem
vagy számítógépguru, ér-
demes a különböző számí-
tógép-konfigurációk között

keresgélned. Egy alap-
gépet – azaz ami a fent
leírtaknak már megfelel –
monitorral, billentyűzettel,
egérrel nagyjából 80-100
ezer forintból kihozatsz,
míg a komolyabb gépek
esetében a határ a csilla-
gos ég.

Amennyiben a mobilitás
is fontos szempont, azaz,
hogy munkádat bárhol és
bármikor elvégezhesd, cél-
szerű egy notebookra be-
ruháznod. A notebookok
esetében különösen
fontos átgondolnod, hogy
mire akarsz használni

(sokat utazol, ezért legyen
könnyű, vagy néha viszed
csak magaddal, de akkor
a traktoron, ezért legyen
strapabíró), mivel ezek
a gépek mind-mind külön-
böző elvárások jó-rossz
kompromisszumai. Szintén
figyeld oda a garanciára,
mivel nagyobb igénybe-
vételnek van kitéve egy
olyan gép, amit gyakran
magaddal viszel, ezért a
meghibásodás lehetősége
is nagyobb. (A garancián
túl érdemes ezért gyakran
biztonsági mentéseket
készíteni winchesterdről.)
Egy kezdő notebook ára
ma 80-100 ezer forint kö-
rül, egy komolyabb gépet
200-300 ezer forintért
megvehetsz.

Amennyiben nagyon mobil
és egyben menő is akarsz
lenni, ugyanakkor viszony-
lag keveset akarsz írni a
gépeden, akkor prezentáci-
ók tartására, tájékozódásra
egy a laptopnál kisebb
eszköz is elegendő lehet.
Erre ma már a legalkalma-
sabb eszközök a tábla-
gépek, azaz a tabletek.

Ezek az írás nem igazán
kényelmes, bár bluetoothos
billentyűzettel, egérrel ez is
megoldható. Ami nagyon
fontos, ne a legolcsóbb
tabletet vedd meg, hanem
azt, ami kellően gyors
és megbízható – hogy
soha ne hagyjon cserben.
Természetesen, ha például
rendszeresen prezentálni
szeretnél, akkor célszerű
olyan eszközt választani,
amelyen rendelkezésre
állnak az ehhez szükséges
csatlakozók is.

Bár sokak szerint lassan a
táblagépek egyre inkább
kiszorítják a fősodorból a
notebookokat – ahogy ko-
rábban azok az asztali gé-

A PC ÉS A MAC

Nagyon egyszerűen fogalmazva: az átlagos felhasználó által
használt személyi számítógépek világa alapvetően két részre
osztható. Az általánost az általában Microsoft-szoftvereket futtató
PC-k (Personal Computer – személyi számítógép) jelentik, a kivételt
pedig a Mac. PC-t rengeteg cég gyárt a világon, míg a Mac az
Apple terméke.

A Mac-gépek általában drágábbak, mint a PC-k, viszont sokak
szerint egységesebbek, szebb a dizájnjuk, megint mások pedig a jobb
teljesítményükre vagy használhatóságukra esküsznek: általában
grafikai tervezésre vagy más, nagyobb kapacitást igénylő munkára
használják őket. A Mac esetében a PC-s világnál sokkal kevesebb
fajta szoftver áll rendelkezésre, ugyanakkor ezek – mivel egy forrás-
ból származnak – gyakran nagyobb biztonsággal működnek.

peket -, ma még a notebook az univerzális megoldás.

Notebookból is sok van, hiszen ebbe a családba tartoznak a netbookok, az ultrabookok és a hibrid eszközök is.

Netbook

A tabletek miatt egyre inkább háttérbe szoruló netbook általában a legolcsóbb, legkisebb saját billentyűzettel, egérrel rendelkező hordozható számítógép. A netbook képernyője általában 10,1 inches, a súlya pedig 1-1,5 kg körül mozog és a gyakorlatban alig tud többet, mint egy jó tablet. A netbookok,

mivel általában olcsók, nem a legkorszerűbb csipekkel érkeznek, így gyakran lassabb gépek, mint a többi nagyobb (drágább) notebook, s mint a nevük is mutatja, leginkább internetes alkalmazások futtatására alkalmasak.

Androidos-netbook

Különös állatfaj a számos kuponos oldalon felbukkanó, általában kínai eredetű androidos-netbook, ami tulajdonképpen egy táblagépet egy valahogyan fizikailag, vagy bluetooth-szal hozzákapcsolt billentyűzettel.

MOBIL PLATFORMOK

A Microsoft/Apple kettős uralja a PC-k, MAC-gépek, laptopok világát (szoftveres oldalról), de mi a helyzet a táblagépeknél, okostelefonoknál?

Itt a legelterjedtebb platform egyértelműen a Google Android és az Apple/iOS. Komoly versenytárs a Microsoft, ma már egyértelműen a Windows8-ra alapozva és a persze a Blackberry-t sem szabad leírni. Utóbbi rendszer legnagyobb erőssége a saját, nagyon megbízható levelezési, üzenetküldési rendszer – miközben az új Blackberry eszközök immár a hagyományos fizikai billentyűzet mellett immár teljes érintőképernyős kivitelben is elérhetőek.

Amikor valaki okostelefont, vagy táblagépet vesz, már a beszerzéskor eldönti, melyik operációs rendszert, melyik platformot fogja majd használni - átlépés itt nincs, mindegyik gépcsaládon csak a saját operációs rendszere fut.

Az androidos eszközökön az operációs rendszert ki lehet cserélni (hiszen számtalan úgy nevezett ROM érhető el a neten, de persze az eszköz a csere után is androidos lesz. Az ilyen beavatkozást – azaz az áttérést egy másik ROM-ra – azonban a gyártók nem

támogatják. Ezért a váltás előtt egy úgy nevezett rootolást kell végrehajtani, ezt azonban csak rutinos felhasználóknak ajánljuk, s egyben felhívjuk a figyelmet arra, hogy az esetek többségében ez a beavatkozás garanciavesztéssel jár.

A birtokunkban lévő asztali gép, legyen az PC vagy laptop önmagában még nem határozza meg milyen táblagépet, vagy okostelefont vegyünk. Ez alól talán a MAC a kivétel, hiszen aki egyszer rákattant az Apple termékeire, nagy valószínűséggel hűséges is marad – ha kíváncsiságból nem ruház be egy másik technológiába. Apple függők esetében tehát egyszerű (ha nem is olcsó) a továbblépés, iPhone, iPad. Itt maximum a generáció, a típus lehet a kérdés.

Akik windowsos eszközöket használnak „otthon”, részint könnyebb, részint nehezebb helyzetben vannak, hiszen ők bármelyik platformot választathatják. Számos olyan program, alkalmazás van, ami biztosítja az átjárást, dokumentumok, zenék, képek, prezentációk mozgását a teljes gépparkunk között – ezek működését azonban nem, vagy csak mérsékelten érinti, hogy a „PC” mellett IOS (Apple), Windows, Android, vagy Blackberry rendszerű mobil eszközöket használunk.

Ezen eszközök forrása, szerviz-háttere általában meglehetősen kétséges, miként a szolgáltatás minőségük sem csúcscategóriás, így nem biztos, hogy pont ezekre érdemes bízni egy vállalkozás működését.

Chromebook

A notebookok nagy családjába tartozhatnának az úgy nevezett Chromebookok is, amelyek elsődlegesen a Google felhő alapú szolgáltatásainak futtatására valók – de ezeket az egyébként olcsó, korszerű, könnyű gépeket itthon viszonylag nehéz (ma még) beszerezni.

Tablet

A netbookokat kiszorító táblagépek jobbra egyetlen érintőképernyőből állnak. Ezek ára meglehetősen változatos - hiszen nem márkákat (másképp némileg bizonytalan eredetűeket) akár már 30 ezer forint alatt is el lehet csipni, míg egy topkategóriás Apple, Samsung, Lenovo, Asus, vagy más neves gyártó által gyártott tablet akár 200 ezer forintba is kerülhet.

Sok tablethez lehet külső billentyűzetet kapcsolni – bluetooth-szal, vagy az úgy nevezett OTG (on the go) csatlakozókkal, azonban jó tudni, hogy például a

magyar nyelvű bluetooth-os billentyűzet beszerzése nem egyszerű, mert csak elvétve található a boltok kínálatában.

Hibrid gépek

Kellemes, de drága közepű lehet a notebook/tablet kérdés megválaszolására egy „öszvér”, vagy elegánsabban hibrid modell, amelyik saját (dokkolható, de egy mozdulattal el is távolítható) billentyűzettel is rendelkezik, mint például az Asus Transformer családja, vagy több más ha-

sonló neves cég alkotása. A legösszetettebb kombót talán az Asus-nak sikerült megalkotni a Padfone nevű eszközben, ami egy okostelefont egy tablet és kis notebookot is képes egyszerre helyettesíteni. Vagyis egy okostelefonra van ráépítve minden más – a szépséghibája a történetnek, hogy a telefon nélkül semmi más nem működik.

Ultrabook

Az egyre népszerűbb, de első és általában második

blikkre is drágának tűnő ultrabook-ok gyakran már alap kiserelésben SSD-vel rendelkeznek. Az ultrabook tulajdonképpen egy csúcskategóriás notebook, könnyű, vékony, általában elegáns, gyors. Az ilyen gépek 13,3-as, vagy 14,1 inch-es képernyővel rendelkeznek, általában elég nagy felbontással és hosszú ideig működnek egy akkumulátor feltöltésével. Vagyis álmogépek, egy mozgásban lévő, sokat író felhasználó számára ideálisak – egyetlen pici hátrányuk van mindössze, hogy nem kimondottan olcsók.

SSD-DRIVE

A hordozható gépek piacán jelenleg az egyik nagy újdonság az úgynevezett SSD (Solid State Drive) adattároló – szakszerbbsen szilárdtest-meghajtó, avagy félvezetős memóriát használó adattároló eszköz. Az SSD drive-val ellátott notebookok könnyebbek, sokkal gyorsabban indulnak (állnak fel) kikapcsolt, vagy alvó állapotból – ezen túl kevésbé érzékenyek hagyományos társaiknál a fizikai behatásokra – viszont jóval drágábbak is egyben. Mindez azzal jár, hogy egy SSD-vel szerelt notebook vagy jóval drágább, mint a hagyományos drive-val ellátott, vagy jóval kisebb memóriával rendelkezik. Utóbbi esetben viszont tény, nem biztos, hogy mindig szükségünk van egy terabájttal adatára – az összes filmünkre, fotónkra, s kedvenc családi videóinkra -, vagy ha igen, 20-30 ezer forintért már eléggé könnyedén, akár ingozsebben hordozható külső memóriákat lehet venni..

Szoftver – a lélek

A számítógép „lelkét” jelentő operációs rendszerekből jóval kisebb a választék, mint a hardverek esetében. Alapesetben, ha egy új gépet veszel, az általában már fel van szerelve a legszükségesebbekkel, azaz nem lesz vele sok teendő. Ha azonban mégis választanod kell: bármilyen alapszoftvert választasz is, figyelj arra, hogy ezeknek ugyanúgy újabb és újabb generációi vannak, mint a hardvereknek, és így egy néhány éves gépen gyakran nem futnak a legújabb alkalmazások. Az operációs rendszerek területén a legelterjedtebbek a Microsoft-termékek:

az asztali gépek, illetve a notebook-ok nagy többségén ma is Windows fut. Az Apple-termékeket a cég saját operációs rendszerével érheted el.

Míg e termékekért fizetned kell, rendelkezésre állnak ingyenes, úgynevezett szabad szoftveres megoldások is, igaz, ezek általában kicsivel nagyobb szaktudást igényelnek. Ezeket legtöbbször a Linux összefoglaló név alatt emlegetik, és az olyan újabb, úgynevezett „disztribúciós” csomagok, mint az Ubuntu vagy a magyar UHU Linux felett már gyakorlatilag minden olyan program fut, amire egy induló cégben szükség lehet.

Az okostelefonok és táblagépek (■ 9.3.fejezet, Mobil eszközök”) megjelenésével és elterjedésével párhuzamosan egyre népszerűbbek és sokoldalúbbak lettek a direkt ezekre az eszközökre fejlesztett operációs rendszerek, mint az Apple IOS, vagy a Google-féle Android. A levelezésben, netezésben, szórako-

zásban egyre inkább verhetetlen okostelefonok és a táblagépek ma még kétségtelenül csak bizonyos kompromisszumokkal alkalmasak komolyabb irodai munkára, de a könnyűségük és mobilitásuk adta előnyök mindenképpen megfontolandóvá teszik beszerzésüket. E különböző rendszerekhez szinte mindig mellékelik az internet eléréséhez szükséges szoftvert, a böngészőt is. Ezeket teljes lelki nyugalommal használhatod munkád során, ugyanakkor annak sincs akadálya, hogy – mások tanácsa vagy éppen internetes olvasmányaid alapján – kipróbálj más, „függetlenek” által fejlesztett ingyenes böngésző szoftvereket is.

Munkád, illetve a szükséges adminisztráció megkönnyítése érdekében különböző irodai, adatbáziskezelő, könyvviteli vagy számlázási szoftvereket is vásárolhatsz. Egy sor programot egyetlen telepítéssel elérhetővé

tevő megoldás lehet a Microsoft Office terméke, illetve ennek ingyenes alternatívája, az Open Office, vagy a Google interneten futtatható és alapverziójában részben ingyenes Apps programcsomagja.

Az egyéb speciális pénzügyi-számviteli szoftverek szintén egyszerűsíthetik céged ügyvitelét, és általában elérhető áron, 20–60 ezer forint közötti összegért megvehetőek. Ilyen szoftverek esetén először azt érdemes megvizsgálnod, hogy tud-e minden olyan funkciót garantálni, amire Neked szükség van, illetve hogy képes-e „együttműködni” már megvett gépeddel, szoftvereiddel.

Érdemes annak is utánajárni, mennyire bejáratott, kipróbált a program, ugyanis a régóta forgalmazott és folyamatosan tökéletesített megoldások általában nemcsak megbízhatóbbak, de problémák esetén könnyebben

A TÁBLAGÉPEK INTERNETELÉRÉSE

A tabletek között vannak csak WiFi-sek és természetesen olyanok is amelyek a WiFi mellett mobilhálózaton (3G, 4G, LTE hálózatokon) is képesek a netezésre. Ha olyan gépet vásárolunk, amelyik nem rendelkezik beépített mobilinternet csatlakozóval, jó ha tudjuk, hogy a legtöbb neves gyártó tabletjéhez a későbbiekben sem lehet úgynevezett stick-kel mobilnetes vevőt kapcsolni. Vagyis ezen gépek esetében vagy van beépített mobilinternet hozzáférés, vagy nem is lesz. Ekkor csak a WiFi-n keresztül vezet az út az internetre, igaz egy olyan okostelefon birtokában, mely képes megosztani a meglévő internetkapcsolatát, ez nem jelent gondot. Elvileg. Egyes mobilinternetes csomagokban ugyanis tiltva van a megosztás (tethering), s nem csupán tiltva van, hanem fizikailag is lehetetlenné van téve. Vagyis nem működik. Ezért egyrészt nagyon oda kell figyelni a részletekre a csomag megvásárlása előtt, másrészt viszont be lehet szerezni – a szolgáltatóktól is – olyan úgynevezett MIFI eszközöket, amelyek a mobilnetből csinálnak wifi jelet és képesek a mobilnetet akár 5-10 gép között is megosztani.

A kevésbé márkás, kevésbé finnyás táblagépek viszont gyakran sokkal szélesebb körű csatoló kínálattal rendelkeznek, azaz igény esetén akár külső mobilinternet modemet is lehet hozzájuk vásárolni. Esetleg közbelső megoldás lehet egy olyan router beszerzése, amely a mobilinternetes kapcsolatot WiFi-n osztja meg. Ezek között vannak hordozhatóak is, szinte zsebben elférők is, de kártya-független kivitelben ezek sem túl olcsók.

Önmagában mobilinternet képességgel rendelkező márkás tabletet így általában a leggazdaságosabb netes csomaggal együtt egy mobilszolgáltatótól megvenni. A kevésbé márkásak esetében rengeteg beszerzési forrás van – de célszerű a vásárlás előtt megnézni, van-e magyar nyelvű leírás, hazai szervíz háttér és garancia. és persze célszerű kicsit elmélyedni a „vas” megismerésében is, hiszen egyes olcsó táblagépek meglehetősen elavultak, nagyon kicsi a memóriájuk, bántóan lassúak, vagy a mai igényekhez képest gyenge a képernyő felbontásuk.

találsz hozzá szakmai támogatást akár ingyen az interneten, akár a program gyártójától.

Írány az internet!

Miután sikerült beszerezned a céged működtetéséhez szükséges gépeket és

programokat, egy következő lépésben már azon érdekes gondolkodnod, hogy miként lépj segítségükkel kapcsolatba üzleti partnereiddel, vevőiddel vagy akár az állami hivatalokkal. Ehhez egy internetkapcsolatra lesz szükséged.

Amikor internetes csomagot választasz, legelőször is saját igényeiddel kell tisztában lenned. A vállalkozások számára telefonvonalon vagy kábelen kínált üzleti csomagok lényege, hogy fix havidíjért korlátlan adatforgalommal dolgozhatsz, és a szélessávú internetelés mellé vezetékes telefonszolgáltatást is igénybe vehetsz. A csomagok közötti különbség elsősorban a le- és feltöltési sebesség nagyságában, valamint a kiegészítő szolgáltatások színvonalában mutatkozik meg (például tárhely, e-mail címek száma, e-mail tárhely, biztonsági szintek, honlapszolgáltatások).

A legolcsóbb csomagok olyan vállalkozásoknak előnyösek, amelyek csupán pár számítógéppel rendelke-

nek, és elsősorban információszerzésre, böngészésre, üzleti levelezésre használják az internetet. Ha azonban az üzleti levelezés mellett nagy fájlok letöltésére és mozgatására is szükséged lesz, azaz jelentős lesz az adatforgalmi igényed, érdemes már most a nagyobb csomagokat átböngészni. (Amennyiben feltölteni is akarsz jelentős méretű állományokat, akkor mindenképpen figyelj oda arra is, az általában nagy betűkkel hirdetett letöltés mellett milyen feltöltési sebességet ígér – és abból mit garantál – a szolgáltató.) Ma a kezdő csomagok már pár ezer forintos havidíjtól is elérhetőek, míg a profibb

9.

AZ INTERNET HASZNA

termékek ára akár 10 ezer forintos havidíj felé is elmehet.

Jól jöhet, hogy ezek az üzleti csomagok mind tartalmaznak legalább egy domén lehetőséget (például www.cegnev.hu), és e-mail címet (például nev@cegnev.hu), természetesen a megfelelő méretű tárhellyel.

Ha céged működtetéséhez sokat kell utaznod (vagy azon kevés hely egyikén élsz Magyarországon, ahol még nem érhető el valamilyen szélessávú internetes/telefonos, vagy kábeltéves/kapcsolat), akkor érdemes megfontolnod egy vezeték nélküli szélessávú internetkapcsolat megrendelését. Ezek hátránya, hogy egy árnyalatnyival instabilabbak, mint a „földi”, vezetékes megoldások, mindezért azonban kárpótolhat az alacsonyabb, 2-3 ezer forintos havidíj és legfőképpen a rugalmasság, hogy Magyarország területének döntő részén akár egy kávézóban ülve is intézheted céges ügyeidet. Csalogató lehet az is, hogy

a mobilszolgáltatók az internetezéshez szükséges okos telefont, táblagépet vagy laptopot különböző akciók keretében sokszor a piacinál alacsonyabb áron vagy kedvező törlesztő részletért cserébe is biztosítják.

Fix, vezetékes, kábeltéves csomagokhoz képest a mobilszolgáltatók jelenleg már meglehetősen versenyképes ajánlatokkal tudnak jelentkezni – különösen, ha fontos a mobilitás.

Ha nagy adatforgalmunk van és nem sokat mozgunk, akkor valamelyik vezetékes technológia általában a megoldás, de ha rendszeresen az irodán kívül is akarunk internetezni, akkor érdemes a mobilok ajánlatait is alaposan átnézni.

Valamennyi mobilszolgáltatónak vannak olyan csomagjai, amelyeket a laptopos, táblagépes használatra „raktak össze”. A mobilinternet általában különféle „kód-

neveken” fut ezekben, 3G, 4G, LTE, Hipernet – de a lényeg, hogy az ország egyre nagyobb területén biztosítanak mobil eszközeinknek megfelelő sebességű és stabilitású hozzáférést az internethez.

Mobilnet választásakor fontos azért tájékozódni, hogy ahol majd leginkább használni akarjuk, milyen a lefedettség, lehetőség szerint a beltéri, hiszen nem biztos, hogy mindig a szabadban (kültéri lefedettség) akarunk dolgozni. (Ebben a tájékozódásban általában a szolgáltatók honlapjai is segítenek, hiszen kereséssel meg lehet találni a lefedettségi térképeket. Azt persze soha nem szabad elfelejteni, hogy mobiltechnológiáról lévén szó, számos zavaró tényező léphet fel. Ilyen lehet például az irodaházak üvegfa, de egy régebbi építésű épület vastag falai is képesek jelentősen elnyelni a „térerőt”.

MIT CSINÁLJAK AZ INTERNETEN?

Az interneten szinte mindent megtalálsz: olvashatsz, kereshatsz, játszatsz, barátkozhatsz. Ugyanakkor mint vállalkozó Téged most nem a szórakozás érdekel. Amellett, hogy cégen belüli vagy azon kívüli kommunikációs költségeid jelentősen csökkenthetők, az interneten információ gyűjthetsz, ügyeket intézhetsz, üzleteket köthetsz. Ott várnak partnereid, versenytársaid, bankod és persze az állami hivatalok is. A következő fejezetekben e lehetőségeket vesszük sorra.

Természetesen a mobilinternet csomag kiválasztásakor az sem mindegy, hogy az esetleg már meglévő saját eszközöd milyen mobilnetes technológiát támogat, illetve lehet-e hozzá az újabb technológiák elérése érdekében külső modemet csatlakoztatni. (Vagyis ha maga az eszköz nem képes bizonyos sebesség felett mobilnetezni, akkor nem érdemes annál sokkal gyorsabb netre előfizetni.) Az is fontos, hogy megnézd, ahol használni akarod, ott elérhető-e valamelyik nagysebességű mobilinternet szolgáltatás. Természetesen fontos szempont az is, van-e

valamelyik szolgáltatónál hűség szerződésünk, ki kínál éppen kedvezményesen valamilyen eszközt, vagy mit kaphatunk, ha a meglévő csomagunkat, flotta-szerződésünket bővíttük mobilinternettel. Ha a mobilnet segítségével elsősorban levelezni, internetezni akarunk és rendszeresen WiFi-t is használunk, akkor általában nem lesz szükségünk havi 1-2-3 GB-os adatkezelésnél nagyobbra, de talán még 0,5 GB-val is el lehet boldogulni, ha a „törzshegyeinkben” van WiFi. Természetesen, ha online akarunk zenét hallgatni, pláne filmet nézni, akkor ennél sokkal nagyobb csomag-

ra lesz szükség. Szintén nagyobb csomag kell, ha rendszeresen nagyon nagy dokumentumokat akarunk mozgatni, ugyanakkor jelentősen csökkenthetjük az adatforgalmi igényt, ha telefon/tablet frissítéseit mindig WiFi-n végezzük el. A különböző felhő alapú tárhelyeken sok dokumentumot „hordozhatunk” magunkkal, de természetesen, ha ezeket le, vagy feltöltjük – eszközeink között szinkronizáljuk - az is adatforgalommal jár.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- telefonkozpont.blog.hu
- androidportal.hu
- appleblog.blog.hu
- berryblog.blog.hu
- wp7.hu

INFORMATIKA HAVIDÍJÉRT

MA A LEGTÖBB VÁLLALKOZÁS ESETÉBEN ELKERÜLHETETLEN A KORSZERŰ, ÉS FOLYAMATOSAN MŰKÖDŐ INFORMATIKAI HÁTTÉR BIZTOSÍTÁSA. HA AZ IGÉNYÜNK NAGYOBB, MINT EGY LAPTOP-TELEFON PÁROSÍTÁSÉ, ÚGY FELVETŐDIK A KÉRDÉS, TÉNYLEG ÉRDEMES-E MEGVÁSÁROLNI MINDENT, VAGY ESETLEG JOBBAN JÁRUNK, HA CSAK BÉRELJÜK AZOKAT?

Nyithatunk egy kisvárosi panziót, nyelviskolát, vagy marketing ügynökséget, egészen biztos, hogy a siker egyik feltétele, hogy okosan használjuk az internet, az IT és az online világ nyújtotta lehetőségeket. Minden vállalkozásnak eltérőek az informatikai igényei, ezért más-más megoldást kell ezekre találniuk. Legyen szó telefon-, internet-, vagy adatkapcsolatról, szerver kapacitásról, a legegyszerűbb szolgáltatástól, a speciális igényekig, olyan

megoldást kell választani, amivel költséghatékonyan, és eredményesen működtethetjük a vállalkozásunkat. Az, hogy feltétlenül szükséges-e mindent megvásárolnunk, alapvetően persze finanszírozási kérdés (▶ 3.6 fejezet „Hitel helyett lízing”). Az, hogy veszünk-e egy autót, vagy lízingelünk, esetleg béreljük, némi számolgatással eldönthető.

Nincs ez nagyon másként az informatikai háttér esetében sem, ugyanakkor valamivel komplikáltabb

a probléma, melyet meg kell oldanod. Egy autó üzemeltetésének költségeit ugyanis viszonylag könnyen fel lehet mérni. Vételár, üzemben tartási és szerviz költségek, a különböző biztosítások, útdíjak, parkolás és persze az üzemanyag: hozzávetőleg ennyi, és ehhez nem kell szakembernek lenned.

Komoly iroda, asztali okostelefonnal

Persze mindez igaz akkor is, ha telefont szeretnél az irodába. Ma már pusztán

a Te döntéseden múlik, hogy az irodai asztali telefon az IT-felhőből érkezzen. Akár a Gmail-hez, vagy a Facebook-hoz, az irodai asztali telefonhoz is ugyanúgy bárhonnan hozzáférhetsz. Így például meghallgathatod az üzeneteket, telefonálhatsz az olcsó vezetékes perc díjakon a laptopodon vagy akár az okostelefonodon keresztül. Mindehhez

pedig nincs szükség semmilyen komolyabb beruházásra, akkor, ha például az Invitel IP Center szolgáltatását választod. Ez egy ideális megoldás, amellyel minden start-up azonnal és havi pár ezer forintért hozzájuthat egy komplett felhőből működő telefon rendszerhez. De nemcsak telefonálni tudsz, a laptopodon keresztül e-faxokat küldhetsz és

fogadhat, sőt saját céges üdvözlő üzeneteket is beállíthatod vagy akár telefonos automata menüt is készíthetsz. Mindezt az interneten keresztül bármikor, bárhonnan egyszerűen egy könnyen kezelhető webes felületen keresztül. Az IP Centerrel igazi asztali okostelefont kapsz: elég, ha bedugod a készülékbe az internet kábelt és kész a számos komoly vállalatot is leköröző telefonrendszer.

A telefon mellett céged kapcsán a várhatóan szükséges informatikai háttér megteremtésére is gondolnod kell. Ugyanakkor ez messze nem csak arról szól, hogy veszel egy szervert, bedugod a konnektorba, telepítesz rá programokat és már működik is.

A szükséges kapacitások felmérése, a rendszerek üzemeltetése, a szoftver frissítések követése, az esetleges hibajavítás mind-mind komoly szakértelmet, és amennyiben saját cégedben akarod megoldani, úgy

előre nehezen felmérhető költségszintet igénylő kérdés.

Ezért feltétlen megfontolandó, hogy az úgynevezett előfizethető informatikai szolgáltatások közül válassz megoldást. Ezek lényege, hogy megkapj minden olyan informatikai, távközlési szolgáltatást, amivel a céged többet kereshet - miközben az IT rendszer működtetésére kevesebb időt, energiát és pénzt kell fordítanod.

Szerver vagy kapacitás bérlet

Sok cég már nem vesz új, drága szervert, hanem bérlí azt. A bérelt szervert

MIRE FIGYELJ EGY BÉRLETI SZERZŐDÉSÉNél?

A szerződések megkötésekor (mint minden más esetben is) érdemes nagyon körültekintően eljárni. Például ha előreláthatóan 2-3 ügyfélnek fogunk dolgozni az első időkből érdemes lehet egy alapszerver csomagot választani és később tovább bővíteni a kapacitásokat. Erre pedig tökéletes lehet a felhő alapú virtuális szerver, ahol néhány gombnyomással juthatunk rendkívül jól skálázható és rugalmasan bővíthető kapacitáshoz.

Ha napi 3 oldalt (számlát, megrendelést) fogunk kinyomtatni, akkor nem nagyon érdemes havi több ezer oldalas kapacitással számolni. Magyarán, ha például béreljük a nyomtatási kapacitást, akkor mindenképpen figyeljünk arra, vajon a valós teljesítmény, vagy a „megvett” kapacitás alapján fogunk fizetni, vagy havi 74 oldal nyomtatása is annyiba kerül, mint 10 ezeré.

Szintén fontos, hogy mennyi ideig fizetünk ilyen módon és mi van az árban? Mennyire rugalmasan változtathatjuk meg a szerződés paramétereit? Milyen garanciákat kapunk, és mi történik, ha valami váratlan esemény következik be? Ezekre a kérdésekre a nagy szolgáltatóknál pontos válaszokat kaphatunk.

pedig nem a saját irodában, hanem egy speciális adatközpontban helyezi el. Vagyis a szerverek üzemeltetését külső szolgáltatóra bízta. Ezek a cégek az IT rendszer kiszervezésével jelentős pénzt takaríthatnak meg, átlagosan a költségek 15-30 százalékat. Ráadásul a külső szolgáltatótól csúcstechnológiát és speciális IT szakértelmet is kapnak, vagyis a kiszervezéssel olcsóbb, biztonságosabb, kényelmesebb szolgáltatáshoz jutnak. Az adatok védve vannak betörés, földrengés, tűz, és árvíz ellen. A szerver energia ellátása biztonságos, még

áramszünet esetén is. A gép nem sérülhet meg, nem melegszik túl, nem ázhat be. A stabil és rendkívül magas sávszélességet biztosító kapcsolat miatt pedig a hozzáférés is gyorsabb lehet, mintha az irodában lennének az adatok.

De a biztonság és a hatékonyabb működtetés mellett van még egy nagyon fontos szempont. Ez pedig a kapacitás igény. Általában a cégek a szerver kapacitásuknak legfeljebb 30-40%-t használják ki, és a maradékért feleslegesen fizetnek. Erre kínál megfele-

lő megoldást a virtualizált vagy felhőben (▶ 9.10. fejezet „Légvárak helyett: felhő”) elhelyezett szerver. Ezeknél nincs ilyen pazarlás, mindig csak a ténylegesen használt kapacitást fizetjük meg. Míg a bérlet esetén egy konkrét szervert, ahogy a szakmában mondják „vasat” bérünk, a virtuális szerver vásárlása lényegében a kapacitás megvásárlását jelenti. Annyit veszünk, amennyire szükségünk van. Ez egy biztonságos, rugalmas és rendkívül költséghatékony módja, hogy egy vállalat szervert üzemeltessen.

Mindig biztonságban

A szerverek és beruházások racionalizálása mellett van egy másik nagyon hasznos szolgáltatás is, ez a központi mentés. Ez azt jelenti, hogy bárhol is dolgozunk a világban, a laptopunkról küldött és fogadott adatok, az épp elvégzett munkánk automatikusan lementődik a szerverünkre, így a gép elvesztésekor sem ér bennünket adatvesztés, hiszen az adatállomány egy IT szakértő vállalat szerverparkjában van.

Azt is érdemes figyelembe venni, hogy amikor egy cég bérlő az IT szolgáltatást, akkor nincs leállás, az informatikus sohasem beteg, és soha sem megy szabadságra. Az üzemeltetők nyáron és karácsonykor is a nap 24 órájában állnak rendelkezésre. A szerződésekben ki lehet kötni, hogy évente mennyi leállás lehet (és ezt nem napokban, órákban, hanem sokkal inkább percekben mérik) és mennyi idő

HOGYAN VÁLASSZ?

Az internetet böngészve gyakorlatilag megszámlálhatatlan szerverbérleti lehetőséget találhatunk, kisebb és nagyobb szolgáltatók – informatikaiak, távközlésiek, ezen belül vezetékesek és mobilok – ajánlatai közül választhatunk. Részben éppen a nagy választék miatt az első lépések megtételénél jó eséllyel célszerű egy szakértőt bevonni, hiszen nem biztos, hogy mi magunk pontosan fel tudjuk mérni, valójában mire is van szükségünk és milyen szempontok alapján célszerű szolgáltatót, szolgáltatást választani.

Ami viszont egyértelműen tanácsolható: komoly, sok referenciával rendelkező, jó nevű partnert válasszunk és ezek között is, már találhatunk olyat, amely magyar nyelven, magyar nyelvű helpdeszkkal érhető el.

áll rendelkezésre például a bérelt eszközök, szerverek javítására. Természetesen, ha bérelt szolgáltatásokat veszünk igénybe, előfizethetünk a hálózati eszközök, a számítógépek, nyomtatók, faxok és más irodai eszközök üzemeltetésére is.

A legfontosabb: mindez mennyibe kerül?

Az előfizethető informatikai szolgáltatások egyik legnagyobb előnye, hogy nincs szükség beruházásra, havi fix szolgáltatási díjat fizet a vállalat. Ez a kezdő cégek esetén a szerverkérdésről például nagyon fontos lehet. Szerverbérletkor a vállalat nem vesz szervert, vagyis nem ad ki jelentős pénzt, nem köti le a forrásait.

MOBIL OFFICE 365

Ma már mindhárom mobilszolgáltató kínál a Microsofttal együttműködve valamilyen (valójában többféle) mobil-office365 szolgáltatás-csomagot. Ezek a csomagok ártól, felhasználói számtól függően akár egy kisebb cég teljes Microsoft szoftver igényét is képesek kielégíteni, egyszeri beruházási költség nélkül, fix havidíjért. A csomagokban általában megtalálható levelezőszerver, felhő alapú tárhely és számos egyéb kényelmi szolgáltatás, beleértve a csoportmunkát is.

HOGYAN SZERELHETED FEL OKOSAN ÉS KEVÉS PÉNZBŐL AZ IRODÁDAT?

Üzleti internet: válasz megbízható internetszolgáltatót és rugalmasan bővíthető kapacitást.

Üzleti mobilinternet: a vezetékes internet mellé számos olcsó mobilnet csomagot is kínálnak a szolgáltatók, használd ki a mobilítás előnyeit.

IP Center: a komoly cégeknek vezetékes száma is van, dönthetsz úgy, hogy már most egy asztali okostelefont választasz és lekörözöd a legnagyobbakat is, mindezt beruházás nélkül, olcsó percdíjakkal.

Virtuális szerver: ha szerver kell a felhőben tárolt adatok vagy egy virtuális szerver előfizetés igazán rugalmas és költséghatékony megoldást jelentenek, a megmaradó pénzt költsd inkább más fejlesztésre, fizess annyit a szerverért, amennyit éppen használsz.

Emlékeztetőül: a magyar cégek szerverköltsége átlag 500 ezer és 8 millió forint között mozog. Bérletkor ez az összeg rögvést megspórolható, hiszen a szervert bérli, fix összegű havidíjért. A szükséges informatikai rendszer működtetése pedig 15-30 százalékkal

olcsóbb, mintha a cég saját maga működtetné a rendszert.

Előny még, hogy számos addicionális költséget, gondot is megspórolhatunk, hiszen nem kell alkalmaznunk, foglalkoztatnunk, megfizetnünk egy „saját” rendszergazdát, de nem kell egy külön szerver szobát sem létesítenünk és ebben az esetben a rendszeres karbantartás sem a mi gondunk.

A bérletkor kihasználunk egy nyilvánvaló

9.2

INFORMATIKA HAVIDÍJÉRT

közgazdasági axiómát is: a méretgazdaságosságot. Könnyen belátható a költségek egy adatközpontban működő szerver esetén fajlagosan lebontva sokkal kisebbek egy-egy ügyfélre vetítve.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.invicloud.hu
- www.invitel.hu/uzleti
- www.telenor.hu/uzleti-megoldasok
- www.uzletitelekom.hu
- <http://szerver.lap.hu/>

MOBIL ESZKÖZÖK

MANAPSÁG EGY VÁLLALKOZÁS ÉLETE ALIGHA KÉPZELHETŐ MOBILTELEFON, LAPTOP, NETÁN TABLET NÉLKÜL. HA MINDEZEKKEL AZ ESZKÖZÖKKEL, VAGY LEGALÁBB EGY RÉSZÜKKEL NEM RENDELKEZÜNK, KÖNNYEN ELVESZÍTHETÜNK ÜZLETI LEHETŐSÉGEKET.

Vezetékes telefonnal a legtöbben hagyományosan rendelkeznek, és ha aligha van olyan vállalkozó, akinek nem lenne mobilja. Amennyiben vállalkozásunknak szüksége van faxra – pl. megrendelések visszaigazolásához, aláírásához –, akkor általában nehezen úszhat meg a vezetékes telefon fenntartása, de mivel a kisebb irodákba jó eséllyel az internet is a vezetékes telefonvonalon érkezik (esetleg kábeltévén), úgyis

szükségünk lehet a vezetékes telefonra. Általában van tehát a birtokunkban vezetékes, mobiltelefon és internet előfizetés is. Ezek kombinálásával érdemes számolni, hiszen a „több szerződés” általában kisebb költséget jelent. Az irodai vezetékes internet mellett jó eséllyel szükségünk lesz valamilyen mobil internet előfizetésre is, különösen, ha sokat vagyunk úton, ha a kapcsolatainkat jelentős részben online ápoljuk és/vagy ha

a megkeresésekre azonnal akarunk válaszolni. Az irodai fix internethez asztali számítógéppel csatlakozhatunk, vagy laptoppal. Ha utóbbit választottuk, akkor máris van hordozható eszközünk. Persze egy 15,6-os, vagy annál nagyobb laptoppal nem öröm szaladgálni egész nap, így lehet, hogy egy a benti gép mellett praktikus egy kisebb eszköz is, de ez már pénztárca és kényelemszeretés kérdése.

Mobilitás

Ha szeretnénk élni a mobilitás adta lehetőségekkel, akkor a következő szempontokat érdemes figyelembe venni: Mennyit leszünk úton, mit akarunk magunkkal vinni (cipelni), mire akarjuk használni a magunkkal vitt eszközt/eszközöket?

Az okostelefonok bizonyos fokig szinte minden más eszközt képesek helyettesíteni, de értelemszerűen kényelmesebb rajtuk írni, mint egy nagyobb eszközön; jó, de rosszabb fényképet (videót) készítenek, mint egy profi (félprofi) fényképezőgép; nagyobbak, mint egy hagyományos mobiltelefon, és így tovább. Ennek ellenére egy testhez (de inkább kézhez, logikához) álló okostelefon nagyon sokszor nélkülözhetetlen, olyan, mint egy jó svájci bicska – azaz nem azonos egy ezermester teljes szerszámkészletével, de majdnem mindent meg lehet vele csinálni.

FAX HELYETT

Ha nincs vezetékös telefonunk, de van internetünk és egy scannerünk, vagy legalább a telefonunkkal jó minőségben „be tudunk fényképezni” egy dokumentumot, akkor tulajdonképpen fax készülékre sincs feltétlenül szükségünk. Nekünk bárki, bármit elküldhet emailben, mi pedig az akár kinyomtatott, aláírt, kitöltött dokumentumot egy gyors szkennelés után egy ingyenes fax-programmal konkrét fax-számra is vissza tudjuk küldeni. Mellesleg a legtöbb ilyen alkalmazás ismer olyan megoldást is, amikor nyomtatás nélkül is mód van az aláírásra, azaz ebben az esetben még nyomtatni és szkennelni sem mindig kell.

Egy okostelefon segítségével folyamatosan online állapotban lehetünk, olvashatjuk és megválaszolhatjuk leveleinket, jelen lehetünk a szociális hálókön, irodai alkalmazások segítségével dokumentumainkat is

kezelhetjük és egy két ügyes alkalmazás beszerzésével akár elérhetjük irodai számítógépünket is (így például kizárhatjuk azt a lehetőséget, hogy egy tárgyaláson azt kelljen mondani, ezt az iratot sajnos elfelejtettem elhozni).

A napról napra egyre népszerűbb tabletek (táblagépek) a mobiltelefon és laptopok mérete és funkcionálitása között elhelyezkedő eszközök, amelyek a kisebb és nagyobb testvéreik előnyeit és persze hátrányait is magukban hordozzák. Méretüknél és tudásuknál fogva azonban jó alternatívát jelentenek akár mindkét eszköz helyettesítésére, vagy kiegészítésére. Elférnek egy nagyobb kabátzsebben, vagy akár egy kisebb női retikülben is – és nagyon megkönnyítik a dokumentumok olvasását, mozgatását, a levelezést (és persze szabadidőnkben a játszást, filmnézést is). A dokumentumok részletesebb szerkesztésére azért persze elég kényel-

metlenek - elsődlegesen a billentyűzet hiánya miatt, mivel nyilván könnyebb, kellemesebb írni, prezentációt szerkeszteni a jól bevált fizikai billentyűkön, mint az érintőképernyőn. Ugyanakkor ma már van - 100-200 ezer forintos áron - olyan tablet is, amely rendelkezik saját fizikai billentyűzettel, így ha azzal együtt használjuk, akkor tulajdonképpen egy érintőképernyős laptopot kapunk, ha csak a képernyőt visszük magunkkal, akkor pedig egy „klasszikus” tabletet. Az okostelefonok a mobilhálózaton (4G/LTE/3G/UMTS) és WiFin is képesek a netre csatlakoz-

9.3

MOBIL ESZKÖZÖK

ni. A tabletek szintén, de általában van belőlük csak WiFi-s kivétel is. Ez általában árkérdés, nyilván a legjobb megoldás, ha egy tablet egyaránt képes WiFi-n és a mobilneten is a hálózatra kapcsolódni. Ha mégis el kell dönteni, milyen legyen, melyiket szeressük, akkor a következő szempontokat mindenképpen érdemes mérlegelni:

- hol akarjuk általában használni, mire akarjuk használni és akarunk-e általában a netre csatlakozni
- akarunk-e külön mobilinternetes előfizetést venni a tabletünkre,

MITŐL OKOS A TELEFON?

Jó kérdés, hogy mi is az az okostelefon? Igazi definíciója nincs, de szokták mondani, hogy biztosan nem okostelefon egy telefon, ha nincs érintőképernyője. Ez igaz, de van hagyományos telefon is érintőképernyővel. Egy másik, kissé cinikusabb megfogalmazás szerint az okostelefon okosabb a használójánál. Egy középutas verzió szerint pedig olyan telefonként is használható tárgy, ami képes akár egy számítógépet is helyettesíteni és számtalan különféle alkalmazást lehet rá letölteni. A sokak szerint legjobb definíció így szól: okostelefon az a telefon, amelyik képest az Angry Birds futtatására.

Az okostelefonok több családba sorolhatók, a gyártók, illetve a telefonok által futtatott operációs rendszerek alapján. A legfontosabbak:

- IOS: az Apple iPhone telefonok rendszere.
- Android: a Google Linux alapú rendszere; ami számos neves és kevésbé neves gyártó telefonjain is fut. a legismertebbek a Samsung, LG, Nexus (a jelenleg LG által gyártott sajátmárkás Google készülék), Motorola, HTC, Sony, ZTE, Huawei, stb..
- WindowsPhone: sokak szerint a Windows8 rendszerrel a csúcsokra törhet, különösen a mobilosirodai alkalmazásoknak köszönhetően. A vezető gyártó itt a Nokia, de érdemes megnézni más gyártók (Samsung, HTC) eszközeit is.
- BlackBerry: a kanadai - egykoron RIM, ma már - BlackBerry cég terméke, legnagyobb erőssége a biztonságos adatkezelés, a levelezés, illetve az újabb modelleken az érintőképernyő mellett is megmaradó fizikai billentyűzet, avagy a sokak szerint a legjobb érintőképernyős szövegbeviteli rendszer.

Jellegéből fakadóan a Linux-os alapokra épülő Android a legnyitottabb platform, s itt van a legtöbb készülék is, a legnagyobb árválaszték mellett. Androidos eszkö-

zöket (is) gyárt ma a Samsung, a Huawei, a Motorola (azaz Lenovo), az Asus, de még az Amazon Kindle Fire is idesorolható (pedig az alapvetően könyv olvasó lenne), de szinte végtelen a gyártók sora.

Az Android nagy előnye éppen ez a sokszínűség, ennek köszönhető, hogy androidos telefon szinte minden árkategóriában is beszerezhető. (Ebben a tekintetben a Windows-platform is elég széles.)

Aki nem igazán nagy telefon-szakember, nem akarja nagyon extrém módon használni készülékét, netán spórolni akar, az új csúcskészülékek helyett bátran vehet (természetesen megbízható forrásból származó) egy-két éves modellt is, hiszen az átlagos felhasználáshoz általában azok is kellenek okosak.

Amit ilyenkor célszerű megnézni, az a telefon a processzorának sebessége, az Android verziószáma – hiszen minél régebbi, annál kisebb az esély arra, hogy egyszer majd frissíteni lehet –, az akkumulátor teljesítménye, a képernyő felbontása és ha fotózni is akarunk a telefonnal, akkor a kamera felbontása. Valószínű, hogy plakátok készítéséhez egyik telefon sem megfelelő, de azért 2-3 Mpixel alatt ma már eléggé élvezhetetlennek számítanak az egyszerű képek is. (Ezen adatok „képbhelyezéséhez” talán a legegyszerűbb, ha a paramétereket összevetjük egy csúcstelefon adatlapjával.)

Aki okostelefont és táblagépet is akar használni, talán jól dönt, ha azonos termékcsaládból választ – hiszen így nagyjából azonos alkalmazásokat használhat a két eszközön, s könnyebben tudja a frissítéseket is kezelni.

Egy viszont egészen biztos, bármilyen okostelefont, tabletet is használunk, éppoly határozottan kell védekezni a vírusok és az egyéb kártevők ellen, mint amikor asztali gépről lenne szó.

mert ha nem, és az irodánkban, otthonunkban van WiFi, akkor lehetséges, hogy egy csak WiFis példánnyal is jól elboldogulunk.

- Mindenképpen érdemes megnézni a szolgáltatók ajánlatait, hiszen vannak olyan okostelefonos csomagok is, amelyekhez ingyen, vagy kis felárért két SIM kártyát kapunk és ekkor nem kell külön net-előfizetés a tabletre. Ezekben a csomagokban a meghatározott keretet a két kártyán lehet felhasználni,
- Ha van nálunk okostelefon és tablet is, akkor (kicsit kényelmetlenebb módon) de elegendő lehet egy „csak” WiFis tablet is, hiszen az okostelefonok döntő többsége képes a mobilnetet WiFin keresztül megosztani (ez a Tethering szolgáltatás, máshol mobil WiFi hotspot) más eszközökkel, így a kisebb testvér ki tudja majd szolgálni nettel a nagyobbbat.

- Ha nincs okostelefonunk, csak egy régebbi hagyományos, akkor viszont a tablet net nélkül elég kevésbé lesz használható (hacsak utunk során nem keresünk folyamatosan nyílt Wi-Fi-t), így valószínűleg nem spórolhatjuk meg a mobilos kivitel felárát.

Milyen okostelefon kell nekem?

Az okostelefon kiválasztása majdnem vallási kérdés. Aki Apple eszközöket használ, biztosan csak iPhone-t fog venni, a Linux kedvelők pedig jó eséllyel androidos telefont – ugyanis ez szinte 100 százalékban testre szabható, akár még a „lelke” is átalakítható – igaz ez utóbbi beavatkozás általában a garancia elvesztésével jár.

A legtöbb felhasználó két család tagjai közül választ, aminek számos oka van. Ezek közül az egyik az, hogy e két technológia rendelkezik a saját alkalmazásboltjai-

ban a legtöbb – 6-700 ezer darab - letölthető (ingyenes és fizetős) alkalmazással.

Az alkalmazások számát tekintve erősen le van maradva a WindowsPhone és a Blackberry is, de az ottani kínálat is meglehetősen erős.

A választásnak viszont vannak más szempontjai is.

A készülékek minősége, használhatósága,

PIACTEREK

Valamennyi mobilplatform saját alkalmazás áruházakkal (piacterekkel) rendelkezik, így a kutyákra gyárilag telepített programok mellett bőséges a választék más alkalmazásokból is.

A legnagyobb a Google Play (korábban Android Market) és a az Apple iTunes Store, de a Blackberry és a WindowsPhone sem áll túl rosszul ebből a szempontból. Valamennyi „boltban” bőven találhatók irodai alkalmazások (ingyen, vagy fizetős), s ezekkel a legtöbb szövegszerkesztési, táblázat kezelési feladatokat meg is lehet oldani – a korlát sokkal inkább az eszköz mérete, vagy a billentyűzet, egér hiánya lehet, mint az alkalmazás tudása.

Számos olyan alkalmazás van, amely lehetővé teszi, hogy anyagainkat (dokumentumokat, fényképeket, videókat, zenéket) a különböző eszközeink között mozgassuk, illetve, hogy valamennyiről elérjünk őket (▶ 9.10. fejezet „Légyvárak helyett: felhő”) és ezek jelentős része platform független, azaz működik valamennyi technológiával. Ilyen többek között a Dropbox, a BOX, vagy az Evernote. Szintén mindenhol elérhető a Google Drive, amely nem csupán a mozgásban kiváló, hanem az anyagok szerkesztésére is alkalmas, gyakorlatilag mindent tud (ingyen), amit egy asztali gép irodai programcsomagjától elvárunk.

sokoldalúsága, tudása, választéka és persze az ára. Az utóbbit nézve a viszonyítási pont lehet az iPhone, hiszen általában ez a legdrágább eszköz a piacon, egyben nagyon jó és a hihetetlenül jó marketingnek köszönhetően a legtrendibb is.

A mobiltelefon eladások alapján azonban világviszonylatban is a Samsung a piacvezető, mind összességében, mind pedig az okostelefonok között. Az Androidos gépek piacán a Sony, LG, Huawei, HTC, ZTE és a Nexus (Google modellek az LG-től) számít még komoly versenyzőnek és várható-

an rövidesen megjelennek a Lenovo okostelefonok is, miután az elsősorban a laptopokról ismert kínai cég megvásárolta a Google-től a Motorolát. Szintén Androidban utazik az Alcatel, s időről időre megjelennek a szolgáltatók „sajátmárkás” telefonjai is ezen a piacon.

A Windows-os telefonok piacán a legnagyobb versenyző a Nokia, de ez a Nokia már nagyon más, mint a régebben megszokott. Az okostelefonok piacán a Samsung mögött a második legnagyobb (de alighanem a legnyereségesebb) szereplő az Apple, jelenleg az 5S az almás csúcsmo-dell, és az első „olcsóbb” iPhone az 5C.

Az okostelefonok ára praktikusán 0 és 200 ezer forint között változik, függően az évjáratától, a modelltől, a tudástól (valamelyest a presztízstől) és persze leginkább attól, hogy csak úgy megvesszük, vagy valamilyen szolgáltatótól szerezzük be, hűségnyilatkozatos, előfizetéses konstrukcióban.

Milyen előfizetői konstrukciók léteznek?

Hűséggel, előfizetéssel a legújabb, legjobb, legtöbb tudó telefonokhoz is hozzá lehet jutni egyszeri 10-20 ezer forintos áron, igaz 1-2, de általában azért inkább 2 évre vállalni kell a havi 10-15-20 ezer forintos számlát. Ezért az árért ma a meglévő három

szolgáltató meglehetősen különböző csomagokat kínál. A hűségnyilatkozatos konstrukciók általában 2 elemből állnak össze. Az egyik elem a szolgáltatói hűség (vagyis 1- 2 évre elkötelezzük magunkat a szolgáltatóhoz), a másik pedig a „tarifahűség”, ami azt jelenti, hogy a tarifacsomagunk is változatlan marad a következő 1, 2 évben. A csomagok általában felfelé módosításra van lehetőség, de kisebbre, olcsóbbra nem lehet váltani.

Az elmúlt években némileg az átláthatóság felé mozdultak el a szolgáltatói csomagok. A folyamat része, hogy 2013 őszétől már mindhárom szolgáltató kínál „korlátlan” csomagokat. A korlátlanúság azért korlátokkal értendő (a januári végi állapot szerint):

- a hívás és SMS küldés korlátlan, belföldi normáldíj-as számra
- a Vodafone-nál az MMS küldés és a kékszámok hívása is beletartozik a

VIRTUÁLIS MOBILSZOLGÁLTATÓK

Ma Magyarországon a három „fizikai hálózattal rendelkező” szolgáltató mellett több virtuális, azaz saját hálózat nélkül működő mobilszolgáltató is megtalálható. Virtuális hangszolgáltatást a Tesco Mobile és Lidl/Blue Mobile nyújt, mobilinternet szolgáltatást pedig számos internet és/vagy kábeltévé szolgáltató is kínál.

A virtuális szolgáltatók főleg lakossági ügyfeleknek kínálják szolgáltatásaikat, de ez nem jelenti azt, hogy ezek ajánlatok kisebb cégeknek nem lennének megfontolandóak.

„korlátlan” körbe, a másik két szolgáltatónál nem

- roamingra, nemzetközi hívásokra, emeltdíjas számokra nem vonatkozik soha a korlátlanság
- és persze „természetesen” az adatforgalom sem korlátlan. A kisebb csomagokban általában 500MB a havi keret, a nagyokban pedig 1–4 GB. Viszont az adatforgalmi keret felárért általában bővíthető.

Mindhárom szolgáltató esetében elmondható tehát, hogy a drágább csomagokban már viszonylag jelentős adatforgalmi keretek szerepelnek. Szerencsés, hogy az utóbbi időben az adatforgalmi keret elérésekor már „csak” a forgalmat lassítják – a korábbi elég durva túlforgalmazási díjak alkalmazása helyett.

Ezek a „korlátlan” csomagok általában havi 9990 Ft-tól indulnak. Lakossági felhasználás esetén. Céges előfizetőknek általában ennél drágábbak, kimondva, vagy ki nem mondva,

de az elsősorban a céges ügyfelek forgalmára rakódó „percenkénti” különadó miatt. Hasonlóan az adóterhek hatására került a képbe a „kapcsolási díj” is, de ezt nem minden szolgáltató alkalmazza.

Valamennyi szolgáltató komolyan fejlesztette hálózatát az elmúlt években, így nagy biztonsággal lehet mondani, hogy az ország 70-80-90 százalékát fogunk tudni nagy sebességgel mobilinternetezni, 3G-n, vagy az annál is gyorsabb HSPA+, illetve LTE technológiákkal.

A szolgáltatások és az okostelefonok kiválasztását is döntően befolyásolhatja, hogy melyik szolgáltató ügyfelei vagyunk – milyen folyamatban lévő hűség-szerződésünk, illetve a korábbi hűségünk okán kedvezményes vásárlást lehetővé tevő bónuszunk van. Természetesen az is nagyon fontos, hogy a „szolgáltatónk” éppen milyen eszközöket kínál.

A készülék kínálat, különösen az éppen akcióban lévő telefonok (esetenként tabletek) választéka gyorsan változik, ezért az éppen aktuális lehetőségekről a szolgáltatók honlapján a legcélszerűbb tájékozódni. IOS termékek immár mindhárom szolgáltató kínálatában megtalálhatóak, de a T-Mobile és a Vodafone sokkal nagyobb hangsúlyt helyez ezek értékesítésére, mint a Telenor, amely cég inkább az android technológiában erős. A Windows Phone és a Blackberry egyik cégnél sem játszik igazán kulcsszerepet, de egy-egy jó akciót azért ki lehet fogni. A Firefox mobilokat elsődlegesen a Telenor és a T-Mobile forgalmazza, de egyelőre nem ezek mozgatják a piacot

Várható irányok 2014-ben

Elvileg a 2014-es év lenne az LTE területén az áttörés éve, hiszen már 2013 végén ki kellett volna írni azt a frekvenciapályázatot, amely alapján a nyertes szolgáltatók elkezdhetnék

használni a 2013 őszi digitális átállással felszabadult 800Mhz-es frekvencia tartományt.

A pályázati kiírás megjelenése azonban az év elejéről várhatóan júniusra csúszik. A pályázat nyomán elvileg a akár a piacra léphetne egy negyedik szolgáltató is, de realisan nézve a környezetet, szakértők szerint erre igen kicsi az esély.

2012-ben egészen biztosnak látszott, hogy 2013-ban megjelenik egy negyedik hálózatos szolgáltató a piacon. Ez végül nem következett be, mivel

a bíróság megsemmisítette a pályázatot, majd később a piacon lévő szolgáltatók megszerezhették a pályázat által érintett frekvenciák egy részét. Elvileg lenne még hely (frekvencia) egy negyedik szolgáltatónak, a piac mérete és fejlettsége, valamint európai tendenciák is inkább azt vetítik előre, hogy végül nem lesz ilyen szolgáltató.

A meglévő szolgáltatók azonban addig is fejlesztik mobilinternetes hálózataikat, ameddig nincs lehetőség a 800MHz használatba vételére. A T-Mobile LTE hálózata már jócskán elérhető Budapesten kívül is, a

Telenor Hipernet csomagjai is egyre több helyen elérhetőek, míg a Vodafone a 3G hálózatát bővítette, így az már az ország 98,3 százalékán elérhető.

Egyértelműen látható, hogy a mobilpiacon növekedési lehetőség (a szolgáltatók számára) csak a mobilnetes szolgáltatások területén van – és ez nyilvánvalóvá teszi, hogy itt várhatóak a legnagyobb mozgások, akciók, kedvezmények, új csomagok.

A mobilnetes csomagok versenyéhez tartozik, hogy ezen a területen számos alternatív/virtuális szolgáltató is jelen van – elsősorban kábeltelevíziós, internet

szolgáltató cégek személyében. Ők elsődlegesen az egyéb csomagjaihoz kínálnak – valamelyik hálózatos szolgáltató rendszerén keresztül – mobilnetet. A virtuális szolgáltatók között tavaly két hangszolgáltató is megjelent, az elsősorban a saját kiskereskedelmi hálózatára építő Lidl/Blue Mobile és a Tesco Mobile személyében. Más virtuális szolgáltatói tervekről is lehet/lehetett hallani, ezek azonban egyelőre nem valósultak meg. Nekünk fogyasztóknak mindenképpen előnyös, hogy 2012 októberétől felgyorsult a számhordozás és folyamatosan egyre kedvezőbbek lesznek a

roamingolás (barangolás) feltételei is az EU területén. Ma még pontosan nem lehet látni hogyan, de várhatóan 2014 nyarára a roaming áraknak tovább kell a hazai szintet közelítenie, s talán az is előfordulhat, hogy végre megfizethető (akár hazai) árú lesz a mobilinternetezés, legalább az EU területén barangolva..

A mobilszolgáltatók piacán továbbra is megfigyelhető, hogy az ügyfeleket egyre inkább átterelik a havi előfizetéses konstrukcióba és igyekeznek háttérbe szorítani a pre-paid (feltöltő kártyás) forgalmat. Ennek a cégek részéről a kiszámíthatóságra, a fix bevételekre, az ügyfelek magukhoz kötésére való törekvésre az oka.

Milyen előfizetést válasszak?

Ez az a kérdés, amire a legnehezebb „kívülről” válaszolni. Az biztosnak látszik, ha valaki mobilinternetezni akar

A 4. SZOLGÁLTATÓ

Bizonyos megközelítések szerint ma is van 4. szolgáltató a piacon, mégpedig a Tesco Mobile, mint az egyetlen igazán virtuális szolgáltató, amelyik saját előhívó számmal (31) is rendelkezik. Más megközelítésben pedig lesz/lehet 4. szolgáltató, méghozzá állami, hiszen a hatóság meghirdette a régóta nem használt 450MHz-es frekvenciát és erre a pályázatra egyedül az MVM nevezett. Amennyiben itt az MBM befutó lesz, akkor valóban mobilszolgáltatóvá válik, de a szolgáltatásai alapvetően különbözni fognak a többiekétől, hiszen a 450MHz-es frekvencia elsősorban adatátvitelre alkalmas.

IP ALAPÚ TELEFONÁLÁS MOBILON (IS)

A legtöbb okostelefon alkalmas arra is, hogy úgy nevezett VoIP, vagyis internet alapú hívásokat bonyolítsunk le rajtuk. Ezek közös jellemzője, hogy ameddig a hívó és a hívott fél is az interneten van, addig csak az adatforgalomnak van ára, a hívás maga ingyenes (ha mindkét fél WiFi-t használ, akkor az adatforgalom is kvázi ingyenes).

Számos ilyen alkalmazás érhető ma el. A legelterjedtebb a Skype – ami laptopon, pc-n kívül táblagépeken, okostelefonokon is működik. Több más VoIP szolgáltatáshoz hasonlóan a Skype is kínálja a „neten kívültre” irányuló hívásokat, általában a egy belföldi hívás árértékénél, vagy annál is olcsóbban. Hasonló, elterjedt VoIP alkalmazás a Viber, vagy a WhatsApp.

Az alkalmazások általában lehetőséget kínálnak szöveges üzenetek küldésére – az SMS kiváltására -, illetve képek csatolására is. Sok VoIP alkalmazás támogatja a videó-telefonálást is, ami természetesen jelentős adatforgalommal jár. A szinte mindenkinél – androidosoknál gyakorlatilag kötelezően – megtalálható Google hozzáférési birtokában mobilon is használhatjuk a GTalk csevegő (chat) szolgáltatást, de az SMS, MMS-ek kiváltására a Facebook/Facebook Messenger alkalmazás is kiváló. Ráadásul jelenlegi állás szerint a Facebookon már küldhetünk hangüzenetet is ismerőseinknek (így a kommunikáció olyan, mintha Walki-talkiet használnánk), de a nem túl távoli jövőben minden bizonnyal „élő” hívások bonyolítására is lesz lehetőség.

Amennyiben viszont ezeket a szolgáltatásokat mobilon akarjuk használni, mindig figyeljünk oda arra, hogy az előfizetett adatcsomagunkban nincsen-e valamilyen, ezekre vonatkozó tiltás.

(magyarán okostelefont, tabletet használ), akkor valamelyik szolgáltató, valamelyik kombinált csomagját kell választania. (Természetesen laptop, vagy tablet használata esetén ezekre az eszkö-

zökre külön is lehet, csak mobilnetet tartalmazó csomagokat venni.)

A kérdés csak az, melyiket?

A szolgáltatók a lakossági tarifáik mellett az

üzleti ügyfeleknek szánt tarifáikat is megjelenítik a honlapjaikon, ezeket érdemes nagyon alaposan tanulmányozni – de nyilvánvaló, hogy a nagyobb szereplők versenyeztetésével, illetve az üzletkötőkkel folytatott céltudatos elbeszélgetések keretében ezeknél jobb árakat is el tudnak érni.

A jó tárgyalási technika és taktika mellett a jobb árak feltétele általában a hűség mellett a nagyobb felhasználó szám. Ezért érdemes (lehet) flottásodni, családtagokat, akár barátokat is bevonni egy szerződésbe – igaz ez később értelemszerűen bonyolíthatja a számla elszámolását.

Ezt azonban majd a könyvelő kezeli és bőven kárpótolhat a kényelmetlenségért, hogy a flottába, csoportba tartozók „belső” forgalma egészen biztosan olcsóbb lesz, mint más esetekben, és logikusan, minél nagyobb (vonzóbb) a flotta, annál jobb lesznek az árak is. Ha nem sikerül

versenyeztetni a szolgáltatókat, akkor elvileg van lehetőség a különböző „fogyasztói csoportokhoz” való csatlakozásra is, s így szintén lehet spórolni a lakosságinnál kedvezőbb tarifákkal.

Amennyiben valaki önmagában (tanácsadó, szakértő bevonása nélkül) választ a szolgáltatók ajánlatai közül, akkor célszerű, ha átnézi az „utóbbi” hónapok mobil költéseit a részletes számla alapján. Ebből le lehet vonni következtetéseket saját mobilozási szokásainkról és sokkal megfontoltabb döntéseket lehet hozni, mint csupán az

AZ OKOSMOBILOK HÁTRÁNYA

Az elmúlt 15-20 évben viharos gyorsasággal fejlődtek a mobilok, ami a tudásuk növekedésével és a méretük csökkenésével járt. A tudásszint emelkedése ma is naponta „következik be”, ugyanakkor a méretcsökkenés szemmel láthatóan megállt, sőt a telefonok is egyre nagyobbak, hogy netezni, videózni lehessen velük és alkalmasak legyenek a dokumentumok kezelésére.

Mindez sajnos azzal jár, hogy egyre nagyobb teljesítményű akkumulátorokra lenne szükség, azonban az aksik fejlődése nem feltétlenül tudja követni az igényeket. Ennek az az eredménye, hogy elvéve található olyan okostelefon a piacon, amely egy feltöltéssel képes lenne megbízhatóan 2 napig üzemelni. Magyarán, ha az okostelefont szorgosan akarjuk használni, praktikus, ha minden éjszaka feltöltjük.

Az újabb modelleken általában van energiatakarékos beállítás, amellyel az éppen nem használt telefon csak időközönként „néz” rá a netre, csak meghatározott időközönként frissít – ez némileg növeli a használati időt.

Amikor lehet, azzal is kímélhetjük az akkumulátort, ha mobilnet helyett WiFi-t használunk, ilyenkor ugyanis kevesebbet fogyaszt a telefon, mintha mobilneten lenne. (Az ok egyszerű, a wifi közelebb van, mint az

adótorony, ráadásul egyszerre egy wifin „lógunk” és nem több tornyon, vagyis keresni sem kell.).

Takarékosság ide, vagy oda a telefon lemerülése is fel kell készülni. Vagyis az autóstöltő beszerzése szinte kötelező, de praktikus, ha van nálunk megfelelő USB is, hogy például egy laptopról is lehessen tölteni a telefont. (Szerencse, hogy az utóbbi időben a telefonok töltő csatlakozói már szabványosan mini USB-t használnak – de persze itt is vannak különckők, elég az iPhone-ra, vagy a tabletek többségére gondolni.)

A legtöbb telefontól szinte minden este felmerülő akkumulátor problémák kezelésére alternatív megoldás lehet egy „hordozható töltő” beszerzése is. Ezek 3-15 ezer forint között beszerezhető kisméretű eszközök általában konnektor nélkül is képesek a telefon két-háromszori feltöltésére, de ennek természetesen az az ára, hogy magát a töltőt is rendszeresen tölteni kell.

Szintén ügyes megoldás az egyre több telefonhoz elérhető „vezeték nélküli töltő”. Ez egy olyan eszköz (lehet például akár mobilos hangfal is), amely letehető az asztalra - persze a konnektorhoz csatlakoztatva - és elég rátenni a telefont ahhoz, hogy töltse. Ez roppant kényelmes megoldás, de természetesen ez sincs ingyen.

érzések alapján. (Átlagos havi 5-6 ezer forintos költség esetén a mégoly korlátlan csomag sem biztos, hogy megér 10-15 ezer forintot, ha nem akarunk a jövőben sokkal többet telefonálni, mint eddig.)

A tarifákat (sajnos csak a lakosságiakat) a saját felhasználói szokásaink alapján lehet összehasonlítani a Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság Tantusz szolgáltatásán, illetve valamennyi tarifát

egyben meg lehet nézni a Telko.hu és az Internetet.hu oldalon is.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.telko.hu
- www.internetet.hu
- www.tantusz.nhh.hu
- www.telefonkozpont.blog.hu

AZ INTERNETES KERESŐKRŐL

HA MEGLÉVŐ KAPCSOLATODDAL MÁR BARANGOLTÁL A VILÁGHÁLÓN, ÚGY KÖNNYEN BELÁTOD, HOGY AZ INTERNETEN TALÁLHATÓ HATALMAS MENNYISÉGŰ ADATTÖMEG KERESŐK NÉLKÜL TELJESEN ÁTLÁTHATATLAN ÉS ELÉRHETETLEN LENNE SZÁMODRA.

Kezdetben a korai internet oldalait és az azon található tartalmakat különböző katalógusokban, listákban próbálták rögzíteni, de ez a módszer nagyon hamar követhetetlenné vált.

A listák hamar elvesztették aktualitásukat és meglehetősen szubjektívek voltak. (Meg kell jegyezni, hogy témakörökön alapuló, kategóriákra osztott internetes keresők ma is üzemelnek. Ilyen például a lap.hu vagy a Google webcímtára: <http://www.google.hu/dirhp?hl=hu>)

Az oldalakon található linkek ugyan átvezethetnek más oldalakra, de ezek mentén nagyon körülményes lenne, és főleg sok időbe telne megtalálni a keresett információt. Szerencsére erre nincs is szükség, mert az internetkeresők, illetve az azokat adatokkal tápláló „robotok” ezt megteszik helyettünk. Időről időre „körbejárnak” az interneten található oldalakat, és összegyűjtik az azon található információkat. A keresők tehát nagy segítségünkre lehetnek abban, hogy megtaláljuk az

interneten a minket érdeklő adattartalmakat. Persze ehhez meg kell tanulnunk egy-két apróságot. Az alábbi információk megismerése, némi gyakorlás, és máris a keresők mestere leszel.

Alapok

Az első lépcső, hogy gondold végig, mit akarsz keresni: a keresők nem gondolkodnak, tehát ezt továbbra is neked kell megtenned..... bár a mai keresők már az általad a keresőbe írt első betűk alapján megpróbálják kita-

lálni mire is gondolhatsz.) Legyen példaképpen az a problémánk, hogy leendő kertészetünkbe kovácsoltvas napórát szeretnénk készíttetni a bejárat mellé, és a rokonaink, barátaink közt egy kovács sem akad. A feladat adott, egy kovácsot keresünk. Az eszköz legyen a világ leggyakrabban használt keresője, a Google, és persze – ahogy Hercule Poirot mondaná – a szürkeálmányunk.

A siker kulcsa a keresendő kifejezés helyes megválasztása. A keresőbe nem kell teljes mondatot írni, elég és

sokszor hatékonyabb is, ha csak kulcsszavakat használunk. Olyan kulcsszavakat kell kigondolni, amelyek előfordulhatnak azokon az oldalakon, amelyeket keresünk. Sok esetben elegendő lehet egyetlen kulcsszó is, de jelen esetben a „kovács” szóra rengeteg információt kapunk a Kovács nevű emberektől a cégekig, de kovácsoltvas napóráról semmit. A helyes kulcsszóválasztás ebben az esetben: „kovácsoltvas

napóra”. Ekkor már olyan oldalakat is megtalál a kereső, amelyekből kedvünkre válogathatunk.

Ha biztos vagy abban, hogy bizonyos szavak egymás után következnek, akkor tedd az egészet idézőjelbe.

Ha tudsz olyan szót, amely biztosan nem jellemző a találati oldalra, azt „-” jellel kapcsolhatod a többi kulcsszóhoz. (Például, ha nem szeretnéd, hogy a kovács szó keresésekor

a Kovács Kati-oldalak is megjelenjenek, akkor a „-Kati” használatával ezek az oldalak nem fognak szerepelni a találati listában.) Ennek ellentéte az, amikor biztosak vagyunk egy szóban, ekkor ezt a „+” jellel tudjuk nyomtatékosítani a keresőnek.

Természetesen könnyen elképzelhető, hogy a kitalált kulcsszóval is még mindig áttekinthetetlenül sok találatot kapsz. Ekkor hasznos a már meglévő találatokon belüli keresés, hiszen ezzel a funkcióval tovább szűrheted találataidat. Sokat segíthet az is, ha specifikus kulcsszavakat használsz. Ha például kifejezetten szakmai építészeti tartalmat keresel, akkor ház helyett az épület, szoba helyett a helyiség, ablak helyett a nyílászáró szavakat használd.

A WIKIPÉDIA

A wikipédia nem kereső, hanem a világ legnagyobb enciklopédiája, amely folyamatosan frissül (ahogy azt magán a Wikipédián a „Wikipédia” címszavában olvashatod: „A Wikipédia egy többnyelvű, nyílt tartalmú, a nyílt közösség által fejlesztett webes enciklopédia).

A Wikipédiát a Wikimedia Alapítvány üzemelteti – egy floridai központú nonprofit alapítvány –, szerkesztését pedig önkéntes közösség végzi. Az angol változat 2007. szeptember 9-én elérte a 2 milliós szócikkszámot; ez a világ legnagyobb enciklopédikus műve. A 265 különböző nyelvű változatban összesen (az angollal együtt) több mint 12 millió szócikk olvasható és szerkeszthető, és több mint 15 millió felhasználó szerkeszti őket világszerte.

A Wikipédiának van saját keresője, amivel a címszavak közt lehet keresni. A Wikipédiát akkor érdemes használni, ha valamilyen lexikális adatra van szükséged, pl. örököződek: www.wikipedia.org/wiki/Örököződek

HOGYAN JELENHETSZ MEG AZ INTERNETEN?

9.5

HOGYAN
JELENHETSZ MEG
AZ INTERNETEN?

HA AKARSZ, MÁR FEL TUDSZ LÉPNI A VILÁGHÁLÓRA, KERESHETSZ, OLVASGATHATSZ, SZÓRAKOZHATSZ KEDVEDRE, DE MI SAJNOS MOST DOLGOZNI VAGYUNK ITT. A VÁLLALKOZÁSODBAN PERSZE MÁR MOST IS SOK DOLOGRA HASZNÁLHATOD AZ INTERNETET, AZONBAN A LEGALAPVETŐBB DOLOG, HOGY POTENCIÁLIS VÁSÁRLÓID IS MEGTALÁLHASSANAK TÉGED. EHHEZ PEDIG ÁLTALÁBAN EGY SAJÁT HONLAPRA VAN SZÜKSÉGED.

Domén – elérhetőséged az interneten

Először is kell egy jó doménnev, amit könnyen meg lehet jegyezni, legyen az a neved, céged neve vagy valami egyéb fantázianév. Minél egyszerűbb vagy beszédesebb, annál jobb, ugyanis ez lesz a látható címed az interneten.

Persze könnyen elképzelhető, hogy már más használja az általad kitalált címet. Magyar domének esetében segít a Domain.

hu (<http://www.domain.hu>), minden más esetben a Domain.com (<http://www.domain.com/>). Ezek az oldalak megtudod, hogy a választott cím foglalt-e, vagy Rád vár, hogy regisztráld. Ha ez megvan, akkor jöhet a honlap.

Rövid honlap-történelem

Minden cég kommunikál – reklámokban, prospektusokban, a termékekhez adott kezelési útmutatók-

ban, call-centereken vagy személyes tanácsadáson keresztül, a szervizekben, a számlázásnál. Minden méretű vállalati működést keresztül-kasul átjár a kommunikáció igénye és kötelessége.

Az internet megjelenését közvetlenül megelőző időszakban ennek az egész keveréknek kialakult a saját, tudományos igénnyel kidolgozott eszközrendszere, amit az okos vállalatok részben vagy teljesen

el tudtak sajátítani, és működési stratégiájukba szervesen beépíteni. A kilencvenes évek második felében aztán e szabályok nem kicsi része újraíródott – megjelent az internet, egy kihagyhatatlan médium, ami az eddigiekhez képest jóval sokoldalúbb volt, és aminek értelmes használata sok esetben a cég teljes működésére kedvező hatással lehetett. Pedig kezdetben minden olyan békésnek, megszokottnak tűnt. Az internetes honlapok ugyanúgy szövegeket, képeket és hangokat képesek közvetíteni, mint az eddigi médiatípusok, így a dologban annyi volt

csak az újdonság, hogy okosabb prospektusokat tudunk készíteni, és több lakásba, olcsóbban el tudjuk vinni őket – gondolták a legtöbben. És egyébként valóban, már ez sem lenne kevés. Az ezredforduló körül készült színes-szagos céges honlapok sokkal pontosabb és értékesebb, ráadásul több

információt tudtak szolgáltatni a termékekről, mint a bemutatótermekben található prospektusok, így már az első fordulóban sikerült forradalmasítaniuk a választás, a vásárlás folyamatát. Az internet használói ekkortájt szoktak rá, hogy autót, elektronikai és számítástechnikai terméket, de akár

például ingatlant is csak úgy vásároltak, ha előtte részletesen tájékozódtak az interneten a kínálatról, és összehasonlító táblázatokban megnézték, melyik az a termék, amire pontosan szükségük van, és az hol a legolcsóbb.

A megrendelést is gyakran interneten intézték már, de aki előtte meg akarta fogni, ki akarta próbálni a terméket vagy szolgáltatást, az elment a boltba, és megkérte az eladót, mutassa meg neki. Ez az időszak volt tehát az a kor, amikor az egyre nagyobb számú internethasználó rászokott, hogy bizonyos témákban csak azok a termékek és azok a cégek léteznek, amelyek részletes és kiterjedt, informatív, de könnyen kezelhető weblapokon mutatják be magukat. Magyarul: aki nincs fenn a neten – az nem létezik.

A SZOLGÁLTATÓ FELELŐSSÉGE

Jegyezzük meg azonban: az internetes tartalomközlés némi felelősségvállalással is jár! Először is, a honlapunkra feltett anyagok közzétételi jogaival rendelkezünk kell. Ez automatikusan megvan, ha alkalmazottaink készítenek minden egyes képet, szöveget és videót, de legtöbbször engedélyt kell kérnünk a készítőtől, ha nem dolgozik nálunk. Ez alól kivétel, ha olyan művet közlünk, ami nagyon régi, és már lejártak a jogai, de az interneten is találhatunk rengeteg olyan anyagot (például képeket, fényképeket), amelyeknél ott a megjegyzés, hogy szabadon, térítés nélkül felhasználható. Vigyázat: ha ilyen jelzés nincs a mű mellett, akkor engedély nélkül nem vehetjük át!

Másodszor, weblapunk minden egyes eleme meg kell feleljen a hatályos magyar törvények minden rendelkezésének általában, és van néhány speciális, internetre vonatkozó szabály, például az elektronikus kereskedelmi törvény, illetve a hírközlési törvény néhány szakasza. A technikai lehetőségek azonban a neten folyamatosan változnak, amit nagyon nehéz törvényi szabályozással követni, gyakran nem is sikerül. Itt lép be az internetes tartalmat előállító vállalatok szervezeteinek úgynevezett önszabályozása – idehaza a nagy tartalomszolgáltató vállalatok (az Origo, az Index és még sokan mások) MTE néven (Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete) hoztak létre egy ilyen szervezetet, ami a vitás internetes kérdéseket a felek bevonásával rendezzi.

A keresés forradalma

A második forradalom az internetes keresés fejlődéséhez és a ke-

resőkben elhelyezhető reklámokhoz kapcsolódik. A keresők – elsősorban a Google – annyira pontos és jó találatokat kezdtek adni a felhasználóknak, hogy szép lassan minden információs igényünkhöz ezeken keresztül keresték a megoldást.

Fel akarom újítani a bútort, és ehhez keresek vállalkozót? Beírom a keresőbe, hogy „bútorjavítás”, és kapom a címeteket, ajánlatokat. Ki akarom cserélni a tetőt a házamon? Az „ács” kulcsszóra hosszú listát kapok megbízható vállalkozók honlapjaihoz. Azelőtt a nagy multinacionális cégek profitáltak a netből, tetszetős weboldalakkal, most pedig a legkisebb kisvállalkozó is eléri az egész világot ajánlatával – csak fel kell adni egy hirdetést a kereső oldalán, és a megfelelő kulcsszavakra a mi ajánlatunk lehet az első, ami az érdeklődők szeme elé kerül. Ráadásul a hirdetésért csak a konkrét érdeklődők után kell fizetni; azok után, akik rá is kattin-

HOGYAN ÍRJ AZ INTERNETRE?

Sokan írnak jól, de kevesen írnak jól internetes szöveget. Ami jó papíron, nem biztos, hogy hatásos monitoron is. A látogatók elűzésének legjobb módszerei a következők:

- hosszú, egybefüggő szövegek – monitoron nehezebben olvasunk, mint papíron, azt pedig ne várja senki, hogy eszmefuttatását feltétlenül kinyomtatja bárki is;
- a célközönség nyelvhasználatának nem megfelelő tartalom; azért, mert Te tudod, melyik szakkifejezés mit jelent, még nem biztos, hogy ez a látogatóidra is igaz. Nem is kell ismerniük.

tottak a hirdetésünkre (és azokért sem sokat, darabonként maximum 50–100 forintot).

A napi igényekhez a megoldásokat tehát a hálózaton keresik manapság az internetezők, akik között ráadásul ma már kivétel nélkül megtalálhatók azok, akikre egy átlagos vállalkozás üzletvitelét többnyire alapozza, tehát a fizetőképesség középosztály tagjai. Ezért ma már minden piacra lépő vállalatnak meg kell csinálnia céges honlapját, ez alól nincs kivétel. Ilyen honlapot építeni és üzemeltetni azonban kicsit komplexebb melő, mint

összerakni egy egyszerű prospektust: valójában egy kicsike médiaterméket kell létrehozni és – lehetőség szerint – nap mint nap karbantartani, a változásokat átvezetni, az újdonságokat megjeleníteni, az érdeklődést fenntartani. Ráadásul itt is igaz, ami a többi kommunikációs területen: minél jobban csináljuk, annál több pénzt fogunk keresni vele.

Miből áll egy honlap?

Az internetes honlapoknak viszonylag sokféle különféle, néha egymást részben átfedő műfajai vannak, ezeket a csodaszavakat szinte mindenki ismeri:

blog, portál, közösségi oldal, fórum és még sok minden más. Vállalati web-lapunk alapkonceptióját ezek közül is választhatjuk, vagy próbálkozhatunk ezek kombinációjával is, de akár egy egész más, egyedi megközelítéssel is.

Történetileg, ahogy korábban írtuk, először a prospektusjellegű, viszonylag statikus céges honlapok jelentek meg. Korrekt, egyszerű menürendszeren keresztül vezetnek ezek a rendszerek a vállalkozás egyes termékeihez, szolgáltatásaihoz, felsorolják a céggel kapcsolatos híreket, sajtóközleményeket,

9.5

HOGYAN JELENHETSZ MEG AZ INTERNETEN?

címeket, telefonszámokat és e-mail címeket tesznek közzé, ahol a vállalkozással kapcsolatba léphetünk, ha kérdésünk vagy problémánk van. Az érdeklődő olvasóknak érdemes elkérni az e-mail címét, hogy a későbbiekben rendszeres tájékoztatást, hírlevelet küldhessünk nekik. Vigyázat, ez viszont ingoványos terep: soha nem szabad olyan címre elektronikus levelet küldeni, amelynek tulajdonosa ehhez előzőleg nem járult hozzá, az ilyen levélküldést törvény tiltja, és pénzbüntetés lehet a következménye. Ha fontos a cégnek az, hogy leendő vagy már

meglévő fogyasztóiktól ötleteket merítsenek, véleményeket kapjanak, illetve, hogy organikus vásárlói közösség kovácsolódjon belőlük, erre az egyik legjobb eszköz akár a honlapon belül, akár valamelyik külső szolgáltatónál egy interaktív fórum elindítása és vezetése. Ennek persze csak akkor van értelme, ha a cégen belül értő szemek folyamatosan figyelik és elemzik annak tartalmát, és válaszolnak is a felmerülő kérdésekre – illetve azonnal beavatkoznak, ha rosszindulatú támadás éri a rendszert, akár verbálisan, akár technikai eszközökkel.

Amint a fórumhoz hasonló mellékfunkciók megjelentek a cégek weblapjaiban – tehát nem egyetlen funkcióra, az ismeretterjesztésre húztak fel mindent –, megjelent egy új fogalom, a céges portál. Ez a típus külsőre nagyon hasonlít a hálózaton már megismert portálokhoz: egyetlen, kezdőlapszerű felületen ke-

resztül több különféle szolgáltatást érhetünk el, amelyek közös jellemzője, hogy valamiképpen kapcsolódnak a vállalat tevékenységéhez. Egy jó céges portál nagyon hasznos eszköz is lehet, de óvatossá kell lenni: nagyon könnyen egy átláthatatlan összevisszaság lehet a produkcióból, főleg, ha nem alkalmazunk portálépítésben gyakorlott szakembereket. Még közvetlenebb kapcsolatot lehet létesíteni, ha

a blogformátum felé fordulunk; akár úgy, hogy a céges honlap részévé tesszük, akár úgy, hogy maga a céges honlap lesz a blog. Ha viszont ilyenbe vágjuk a fejszénket, számításunk csak akkor fog bejönni, ha ezt a blogot gyakran frissítjük, lehetőleg olyan dolgokkal, amelyeket az olvasóink érdekesnek fognak találni. Itt is mehetünk több irányba: egy egyszerű hírblog a vállalat életéről, a termékbemutatókról,

MIRE LEHET JÓ EGY BLOG?

Ha valamivel kapcsolatban mondanivalód van, úgy saját céges honlapod mellett – vagy akár helyett – a legegyszerűbb és leggyorsabb megoldás, ha indítasz egy blogot.

A blogod praktikusán mint saját újságod funkcionál: abban bármit közölhetsz (persze a jó ízlés és a felhasználói feltételek betartásával). Ha üzleti céllal indítasz blogot, jó előre gondold végig, mi a célod vele: ha például egy – a vállalkozásodhoz kapcsolódó – téma szakértője vagy, úgy a szakmádba vágó érdekességek, cikkek alapján potenciális vevők is megtalálhatnak; ha egy panziót üzemeltetsz, úgy a környékbeli programok folyamatos ismertetésével, ajánlásokkal töltheted fel a blogod, hogy a környékre utazók rád találjanak.

Blogot indíthatsz saját nevedben, és persze „álnéven” (nick) is. Mielőtt saját személyes adataidat közzéteszed, gondold végig, hogy ez tényleg szükséges-e. A digitális emlékezet örök, valamilyen kereső biztosan elteszi majd e lapot, így később is megtalálható lesz neved, ami nem mindig öröm!

a fontosabb személyi változásokról egy ilyen lehetséges irány lehet. Nagyobb cégeknél egy másik irány lehet, ha a vállalatvezetőket beszéljük rá, hogy saját maguk, személyesen írjanak blogot – főleg, de nem kizárólag a vállalattal kapcsolatban. Amerikában, ahol a cégvezetők kínosan ügyelnek arra, hogy ne emelkedjenek el túlságosan a mindennapi emberek világától, ez egy rendkívül elterjedt megoldás.

A blogformátum arra is alkalmas, hogy céged olyan médiaterméket készítsen, amely nem közvetlenül a vállalatról vagy a termékek népszerűsítéséről szól; sokkal általánosabb tartalmakat is elő lehet állítani, amelyek csak áttételesen vannak kapcsolatban az üzlettel. Ezek a gyakran rendkívül szórakoztató és/vagy informatív lapok nem szájbarágósan akarják átvenni az „üzenetet”, ezért hatásfokuk sokkal jobb is lehet. Bármilyen honlapot készítünk is, rögtön az első pil-

lanatban el kell döntenünk valamit: milyen nyelven készítsük. Ez persze attól függ, hogy kik lesznek a reménybeli kuncsaftok. A kizárólag hazai vevőket kereső vállalkozás elég, ha csak magyarul jelenik meg. (Mellékszál: ekkor úgy illik, hogy .hu végződésű internetes címet – azaz domént – válasszunk neki.) Ha viszont kizárólag valamilyen külföldi piacra dolgozunk, akkor az angol a legjobb választás, ez az internet nemzetközi világnyelve. (Ekkor .com végű címet kérjünk.) Nagyon speciális eset lehet az, amikor egy magyar vállalkozásnak egy harmadik nyelvet kell választania – de nem elképzelhetetlen.

Ha eddig még csak magyar vevőink voltak, de logikusan végiggondolva arra jutunk, hogy igazából semmi akadályja annak, hogy külföldi ügyfeleket is kiszolgáljunk, akkor a magyar mellett hozzunk létre minden szöveget angolul is, így az odatéve-

dő külhoniak is potenciális célpontjainkká válhatnak. Ha pedig ez működőképes folyamatnak tűnik, később megfontolhatjuk, hogy érdemes-e angol nyelvű hirdetéseket is feladni a keresőprogramokban.

Mi kell egy működő honlaphoz?

Egy honlap technikai megvalósításának részletei elvben nagyon egyszerűek, igaz, ahogy egyre bonyolultabb dolgokat szeretnél megjeleníteni az oldalon (pl: webáruház,

online fizetés), úgy lesz egyre zűrzesebb az ügy. Bármilyen honlapról beszélünk is, először is kell találni egy számítógépet,

HÍRLEVÉL

Ha tényleg tudsz rendszeresen hírekkel szolgálni jelenlegi, jövőbeli ügyfeleidnek, partnereidnek, a hírlevél jó megoldás lehet. Ehhez „mindössze” egy adatbázisra van szükséged, mégpedig olyan e-mail címmel, melyek tulajdonosai előzetesen hozzájárultak ahhoz, hogy nekik hírlevelet küldj. A hazai törvényi szabályozás csak a fogyasztók előzetes hozzájárulásával történő – úgynevezett „opt-in” vagy „permission” alapú – küldést engedélyezi, minden más tiltott, azaz spam.

A teendő tehát – ha be akarsz tartani a törvényeket – az, hogy csak olyanoknak küldd ki anyagaidat, akik előzetesen engedélyezték. Ezen a szigorú szabályon nyitott kiskaput a jelenlegi magyar szabályozás, mely szerint céges, személyhez nem köthető e-mail címekre (például: info@ vagy kontakt@) előzetes hozzájárulás nélkül is küldhetsz hirdetést tartalmazó leveleket.

amely folyamatosan, a nap 24 órájában az interneten ül és elérhető. Egy ilyen számítógépre kell majd pakolnunk az anyagainkat. Effajta gép (az úgynevezett webservert) minden internetszolgáltatónál található, és egy havi fix, alacsony összegért elkülönítenek nekünk rajta egy tetszés szerinti méretű tárterületet. Ha beüt a siker, és rengeteg látogatónk lesz, vagy nagyon nagy tárterületre van szükségünk (például, mert rengeteg videót szeretnénk elhelyezni a honlapon), akkor érdemes az effajta társulás helyett saját számítógépet vásárolni e

MIT SZERETNÉL ELÉRNI HONLAPODDAL?

Attól, hogy van egy internetes oldalad, még nem fognak dőlni a vásárlók. Akkor sem, ha szép a honlapod. Akkor fognak dőlni, ha weblapodat egyetlen fő célnak alárendelve alakítod ki.

Nyilván új ügyfelekre, vásárlókra vágysz, el szeretnéd adni munkáidat. Legyen honlapodon online galéria, hiszen az lesz a Te termékbemutatód, de adj legalább akkora szerepet az ügyfélkapcsolat fenntartásának is. Hírlevelezz, küldj tippeket, frissítsd oldalad heti ajánlatát, legyen érdemes rendszeresen felkeresni.

Régi vásárlóidat se felejtse el, legyen nekik személyes a hozzájárás, legyen VIP-szekció, ahol speciális ajánlattal csábítod újra magadhoz őket.

célra. Internetre helyezését a szolgáltatók szintén megtudják oldani.

Nagyon izgalmas lehetőségnek tűnhet, hogy ingyenes tárhely-szolgáltatónál helyezzük el a céges weblapot, ezt azonban senkinek sem ajánlanánk: ezek a helyek semmiféle garanciát sem vállalnak arra vonatkozóan, hogy mennyire precízen, gyorsan és folyamatosan szolgálják majd ki az érdeklődőket. Az itt előforduló hibák következtében egy csomó bevételtől eleshetünk.

Ha megvan a tárhely, jöhet a weboldalépítés – ilyen

szolgáltatást rengeteg, kimondottan erre specializálódott kisvállalkozástól megrendelhetünk, de ha nagyon izgat a dolog, vagy egyáltalán nincs erre fordítható pénz, megpróbálkozhat sz vele magad is.

Mielőtt nekivágsz

Mielőtt elkezdenél az interneten kutakodni, hogy mivel is építsd fel honlapodat, vagy megbíznál egy ismerős – vagy éppen a weben kiválasztott – fejlesztőcéget, a legfontosabb, hogy szállj kicsit magadba, és tervezd meg az oldalt! Természetesen

nem a grafikai megoldásokról beszélünk, a lényeg, hogy előre alaposan át kell gondolnod, mire is szeretnéd majd használni azt.

Bár terveid óriásiak lehetnek, fontos, hogy ne vállald túl magad, ne akarj egyből egy komplex portált üzemeltetni. Alapesetben elérhetősegeid, munkáid feltüntetése igényes grafikával, minél egyszerűbb navigációval is tökéletes lesz. Persze hírekkel, hírlevéllel, online vásárlási lehetőséggel és a manapság divatos web 2.0-s funkciókkal, tartalmakkal (például: blog, RSS, Twitter és Facebook kapcsolat) is érdemes lehet bővítened az oldalt, de tényleg elképzelhető, hogy az első lépéseknél még csak zavarna mindez.

Minden bizonnyal van elképzelésed jövődől honlapod kinézetéről, talán meg is terveztél már. Ha nem vagy a témában otthon, a legpraktikusabb (legalábbis első lépésként)

egy ismerős webdizájner felkérése a feladatra. Ha azonban nem mozogsz otthonosan az internet technikai útvesztőjében

(letöltési sebesség, használhatóság vagy usability, best practice stb.), vagy ha egy komolyabb honlapot szeretnél, kérd ki egy kom-

petens webstúdió véleményét. Vigyázz, csapdaveszély! Egy pofás honlap még nem biztos, hogy az eladásban is hatékony!

Ha szükséges, a szerkezet kialakításában, az oldalak elrendezésében profik is segíthetnek neked, de ne szégyellj másolni: ha talál tal pár a témádba vágó és neked nagyon tetsző honlapot, akkor ezek szerkezete is segíteni fog sajátod megalkotásában.

Ha magad készítenéd el a honlapot

Megvan a kisvállalkozásod – jelen esetben, mint oly sokszor e könyvben, legyen ez egy kertépítő kisvállalkozás –, és már meggyőződöttél arról, hogy sokat segíthet egy internetes oldal, ahol a leendő vendőidet elérve bemutatathatod termékeidet, szolgáltatásaidat, vállalkozásodat, és közölheted elérhetőségeidet. Ugyanakkor talicskát, ásót, fűnyírót már vettél, így céges honlap készíttetésére már nem maradt pénz. Viszont lelkes vagy, és

hajlandó rászánni pár órát, napot arra, hogy megtaláld a leendő megbízóid a világhálón.

Az interneten rákeresve számtalan ajánlatot találhatsz, ahol ingyenes web- és tárhelyszolgáltatást nyújtanak, azaz lehetőséget, hogy ingyenesen legyen weboldalad. Ez sok esetben a kezdők csapdája is. A szolgáltató trükkje – bár ingyenesen ajánlja az oldalt – sokszor az, hogy a te oldaladon elhelyezett Google-reklámból pont a te oldaladon keresztül szerez bevételt. Mivel a Google-reklámok úgy vannak beállítva, hogy az oldal

9.5

HOGYAN JELENHETSZ MEG AZ INTERNETEN?

HA SAJÁT HONLAPOT KÉSZÍTESZ

Nézzük végig gyorsan, mi szükséges a Google Sites alkalmazás használatához?

1. Legyen egy gmail-es e-mail címed. Ez egyébként is jó, ha van!
2. Regisztrálj a Google Sites oldalán, ami abból áll, hogy a böngészőbe beírod a www.google.hu/sites címet és belépsz az e-mail címed adataival.
3. Kattints az Új webhely létrehozása gombra.
4. Add meg a webhely nevét. Én most azt írtam be: „madárberkenye”, de természetesen Te a céged nevét írd be.
5. Miután beírtad a nevet, a név alatti mezőben a rendszer automatikusan létrehozza az URL-t.
6. Írd be a webhelyet röviden. Ez a lépés nem kötelező, de mint később látni fogod, sokban segíti a keresőket, hogy megtalálják az oldaladat.
7. A Megosztás szakaszban klikkelj a „Bárki megnézheti ezt a webhelyet” beállításra, mert nyilván azt szeretnéd, hogy a webhely mindenki számára elérhető legyen.
8. Válaszd ki a webhely témáját (a webhely elrendezését). Ha további témákat is meg szeretnél nézni, kattints a További témák linkre. Ekkor nekiállhatsz az ízlésednek megfelelő – egyszerűbb vagy összetettebb – webhely létrehozásának. A webhely szerkesztésével kapcsolatos útmutatók, illetve a Google Webhelyek használatával kapcsolatos gyakran ismételt kérdésekre adott válaszok az alábbi címen találhatók: <http://www.google.com/support/sites?hl=hu> (sajnos egyelőre csak angol nyelven).

A weboldal készítését az alábbi segítő videó használatával máris elvégezheted: <http://www.youtube.com/watch?v=FD-4FRTzxkl>

A mi pár perc alatt összehozott demóoldalunkat pedig a <http://sites.google.com/site/demoldal/Home> címen nézheted meg.

tartalmához igazodjanak, gyakori, hogy egy adott vállalkozás oldalán reklámként a versenytársak ajánlatai is megjelennek.

Ez könnyen beláthatóan nem érdeked, így ennek elkerülésére olyan eszközt célszerű választanod, mely nem akarja konkurensed reklámjaival telepakolni oldalad. A legkézenfekvőbb, maga a Google által kínált ingyenes és reklámmentes megoldás a Google Sites alkalmazás.

Honlap profiktól

Mint az előzőekben láttuk, készíthetünk saját magunk is egészen pofás weblapot, de természetesen ez sincs ingyen, csak nem került pénzbe, és persze az elvégzett munka minőségéért vagy a honlap működőképességéért sem vállal senki felelősséget.

Ha nincs időnk vagy megfelelő tudásunk, illetve – csakúgy, mint a tárhelyszolgáltatás esetében – az ingyenességnél fontosabb számodra a honlap minősége, működési biztonsága és továbbfejleszthetősége, keressünk olyan céget, amely elkészíti azt számkra.

Egy új weboldal ára szinte akármennyi lehet, ezt elsősorban az határozza meg, milyen céllal milyen szolgáltatásokat szeretnénk megvalósítani. A munka kiadásánál legyünk átgondoltak és óvatosak. Az első oldalunk legyen egyszerű és célratörő, és vegyük figyelembe azt, hogy az oldal tartalmát – tehát azt, hogy kik vagyunk, mit csinálunk, és az mennyibe kerül – nekünk kell leírni,

megmondani. A költségeink pár ezer forinttól egy-két millióig is terjedhetnek, de ez utóbbi szolgáltatásért már nagyon sokat kell kapnunk.

Ha megkaptuk a kész weboldalt, a szükséges garanciális feltételek tisztázásán túl sokszor érdemes lehet egy folyamatos szerződést kötni a munkát elvégző fejlesztőcéggel – továbbfejlesztési ötleteinket, javításainkat ők tudják majd a leghatékonyabban és legjobb minőségben létrehozni és elvégezni.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.domain.hu
- tarhely.lap.hu
- www.blog.hu
- www.freeblog.hu
- www.blogter.hu

HOGYAN TALÁLJÁK MEG A HONLAPOD?

9.6

HOGYAN
TALÁLJÁK MEG
A HONLAPOD?

ELKÉSZÜLT VÉGRE A HONLAPOD, MOST MÁR CSAK AZ MARAD HÁTRA, HOGY AZ ÉRDEKLŐDŐK RÁD IS AKADJANAK AZ INTERNETEN. TUDÁSODTÓL, PÉNZTÁRCÁDTÓL ÉS PERSZE SZORGALMADTÓL FÜGGŐEN TÖBB MÓDJA IS VAN ANNAK, HOGY HONLAPODAT ISMERTTÉ VAGY LEGALÁBB MEGTALÁLHATÓVÁ TEDD.

Ha már beszéltünk a keresőről és készítettünk saját honlapot is, nyilvánvaló, hogy most azt szeretnéd, ha mások rátalálnának a honlapodra.

A szomorú helyzet viszont most még az, hogy honlapodról nem tud a kutya sem, nem ismeri senki sem a címét, és mivel egyetlen külső link sem mutat rá, így a kereső motorok nem fognak rátalálni. Ahhoz, hogy ezen változtass, több mód is kínálkozik. Elvben elkezdhetnéd

minden ismerősödnek, sőt, ismeretlenek is elküldeni honlapod doménjét, egy takaros kis kísérorsszöveggel, mellyel felhívod a figyelmüket termékedre vagy szolgáltatásodra. Ez azonban mellett, hogy nagyszámú ismerősnél meglehetősen melós, az ismeretlenek esetén még törvénytelen is, hiszen ők semmilyen módon nem kérték, hogy te levelet küldj nekik. Az interneten ez a kéréstlen e-mail a spam.

Reklám az interneten

A legegyszerűbb, de egyben gyakran messze legköltségesebb mód, ha sokat hirdeted honlapodat, szolgáltatásodat. Ahhoz persze, hogy ez se váljon eredmény nélküli pénzszórássá, hasznos végiggondolnod, hogy milyen felületeken érdemes reklámoznod, másképp: milyen más honlapokat látogatnak potenciális vásárlóid? Ha ezeket – akár egy pár órási internetes keresgéléssel – kigyűjtöt-

ted magadnak, úgy akár el is kezdhetsz tárgyalni velük a hirdetéseid elhelyezéséről.

A hirdetések ára nem egyszerű kérdés. Majd minden honlapon fogsz találni hirdetési ajánlatot, de az abban szereplő számokat azért ne vedd készpénznek, szinte mindig fogsz tudni alkudni, gyakran nem is keveset az ott szereplő árból. Elképzelhető az is, hogy olyan terméket vagy szolgáltatást árulsz, mellyel akár egy nagyobb internetes portállal is könnyen tudsz barterszerződést kötni – azaz tulajdonkép-

pen cserélni. Ők adják a hirdetési felületet, te cserébe a saját szolgáltatásodat.

A reklámról általában azt gondoljuk, hogy az a nagyok kiváltsága, pénz és még több pénz kell hozzá. Az internet szerencsére lehetőséget ad nekünk, kicsiknek is: ez pedig a kattintásalapú hirdetés.

A kattintásalapú hirdetéseknél nem hirdetésed megjelenéséért fizetsz, hanem csak azon potenciális vevőid után, akik hirdetésedre kattintva eljutottak honlapodig.

(Íme, egy az internet számos előnye közül: a hagyományos média hagyományos hirdetéseinél mindez lehetetlen volna.) Ha vállalkozásod, terméked online hirdetésére adod a fejed, mindenképpen érdemes először kis tételben kipróbálnod, és ezzel tapasztalatokat szerezned. Egy ilyen rendszerrel akár pár ezer-tízezer forinttal is elkezdheted a gyakorlást, de a legfontosabb, hogy alaposan tanulmányozd át a rendszer leírását, mert az itt elköltött forintok hatékonysága csak a te kezében van.

MI AZ A SPAM?

A spam olyan reklámtartalmú levél, melyet a címzett kérése vagy beleegyezése nélkül küldenek neki. Ha Te is internetfelhasználó vagy, úgy már biztos találkoztál ilyen, ismeretlenektől érkező, általad soha, semmilyen formában nem igényelt levelekkel.

Ha még nem vagy internetező, úgy a spamet leginkább a postaládádba dobált reklámújságokhoz tudnánk hasonlítani. A különbség csak annyi, hogy míg a postaládádát teletömheti bármely nagyáruház aktuális ajánlataival, addig az e-mail postafiókod szent, oda elvben csak az küldhet levelet, akinek ezt megengedted (pl.: odaadtad a címedet). A spamek ellen különböző szoftveres szűrőkkel is védekezhetsz, amúgy spam küldését a törvény bünteti.

Google AdWords és társai

Az ilyen, kattintásalapú hirdetések kezelésére számos hirdetési rendszer jött létre, ezek közül most kicsit részletesebben az egyik legismertebb webkereső, a Google által üzemeltetett kattintásalapú online hirdetési rendszerrel foglalkozunk, amiben mi magunk is percek alatt össze tudunk reklámot állítani és reklámkampányt tudunk indítani. Már az elején szögezzük le, hogy az AdWords kétélű fegyver, mely keményen „bünteti” a hozzá nem értést, viszont megjutalmazza az ügyes beállítókat. Az AdWordsnél mi adhatjuk meg, mennyit vagyunk hajlandóak fizetni egy olyan látogatóért, aki a hirdetésünkre kattintott, illetve azt is, hogy mekkora összeget szánunk hirdetésre egy nap. Ez jól hangzik, de valójában a reklámok megjelenését verseny határozza meg. A verseny pedig a már emlegetett büvös kulcsszavakért folyik.

9.6

HOGYAN TALÁLJÁK MEG A HONLAPOD?

A hirdetések megadásánál ugyanis kulcsszavakat választunk, ezek fogják meghatározni, hogy milyen oldalakon jelennek meg a hirdetéseink. Ha például a „kertépítés” szót választod kulcsszónak, nagy valószínűséggel a kertészkedéssel foglalkozó oldalakon jelenik meg a reklámod, de csak abban az esetben, ha az adott időszakban nincs olyan, aki ezért a kulcsszóért többet kínál, mert akkor az ő hirdetése fog megjelenni. Ez önmagában még nem akkora baj, hiszen ha nem kattintanak, nem is fizetsz, igaz, innen vevőd se lesz.

A nagyobb baj az, ha rossz kulcsszót választasz. A rossz kulcsszó az, ami ugyan arra készíti az oldal olvasóját, hogy klikkeljen, de miután ezt megtette, és ezzel átlépett a te honlapodra, nem vesz tőled semmit, mert egyáltalán nem érdekli a terméked. Ezzel ugyanis vevőt sem szerzel, és még fizetned is kell érte.

A jó kulcsszó tehát az, ami amellet, hogy nem nagyon általános és csak kevesen használják a rendszerben, azokat vonzza, akik a Te termékedet szeretnék megvenni vagy a szolgáltatásodat igénybe venni.

Az AdWords titka a leírások alapos átolvasása és a tapasztalatgyűjtés kis lépésekkel és kevés pénzzel, valamint a futó reklámok gyakori ellenőrzésével.

A hazai viszonyokat ismerve ugyanakkor sajnos azt kell feltételeznünk, hogy Neked mint kisvállalkozónak nem áll rendelkezésedre korlátlan keret hirdetéseid elhelyezéséhez, így valami olcsóbb vagy legalábbis költséghatékonyabb megoldás után kell nézned. Ehhez pedig nem árt, ha egy kicsit részletebben is olvasol a keresőoptimalizálásról.

A keresőbarát honlap

Az internetezők körében ma már nem az e-mailezés, hanem a keresés a legnépszerűbb szolgáltatás, így nem véletlen, hogy a magyar felhasználók körében is a Google a leglátogatottabb honlap. Az úgynevezett láthatóság, vagyis hogy mennyire könnyen találnak meg a neten – főképpen a keresőkben

–, rendkívül fontos. A honlap keresőbarát elkészítése, a keresőkben való hirdetés, valamint sok-sok link, ami a honlapodra mutat, sok értékes látogatót hozhat. Írj be a Google-ba például pár olyan szót, ami a Te területet jellemzi, és ha a honlapod a találatok között valahol az elején megjelenik, akkor minden esetben, látható vagy (a jobb oldalon a hirdetések jelennek meg, és persze akár a Tiéd is ott lehet). Lehet, hogy azt gondold, munkáid, eredményeid önmagukért beszélnek. Ebben minden bizonnyal igazad van. Rossz hír azonban, hogy a világhálót

Ne feledd, az internet ugyanolyan hatékony vagy még hatékonyabb médium, mint az újság vagy a rádió, és bár a tévéhez képest kevesebb embert érthetsz el vele, ezeket (azaz a célcsoportodat) sokkal jobban megválogathatod, így összességében az interneten reklámra fordított pénz megfelelő tudás mellett jóval több vevőt hozhat. A digitalizálás trendjén pedig a gazdasági válság sem változtat, sőt talán gyorsítja is azt.

Mindebből az következik – és a piaci történések is ezt támasztják alá –, hogy az online médiát érinti a legkevésbé a recesszió.

A hazai viszonyok között a netezők az átlagnál sokkal erősebb vásárlási erővel bírnak, így a válság ideje alatt is kíváncsi fogyasztói szegmensként érdemes velük számolnod.

fürkésző keresőrobotok, melyek a keresőkben a weblapokat rangsorolják, nem értenek ezen a nyelven, ők csupán a szöveges tartalmat értékelik.

Ha a keresők nem dobják ki honlapodat az első oldalakon, csak kevesen fognak Rád akadni. Gondosan megtervezett honlapod olyanná válik, mint egy kisbolt egy külvárosi ház alagsorában: csak azok találják meg, akik már ismerik.

Első lépésként ezen úgy segíthetsz, hogy közvetlenül bejelented a keresőknek (pl. itt: <http://www.google.com/addurl/?continue=/addurl>): „Hahó, itt vagyok, létrehoz-

tam az oldalamat, kérlek, tudjatok róla ti is!” Ezután érdemes keresned olyan helyeket, ahol a tevékenységeddel foglalkozó oldalak vannak és megpróbálni az oldaladra mutató linkeket elhelyeztetni azok tulajdonosaival. Ez persze nem megy magától, és ahhoz, hogy ezt hajlandóak legyenek megtenni, jobb, ha olyan információkat, adatokat, érdekességeket

raksz az oldaladra, amelyre mások hivatkozhatnak (linkelhetnek). Hogy egy példával is megvilágítsuk: ha mondjuk, egy panziót vezetsz, és ennek a honlapját készíted el, úgy nyilván érdemes végiggondolnod, hogy potenciális vevőid hogyan akadhatnak a nyomodra. Biztos érdemes felvenned a kapcsolatot a település hivatalos és nem hivatalos

honlapjával, hiszen ott gyakran felsorolják a faluban található vendégházakat, éttermeket. Könnyen lehet persze, hogy valaki nem pont a faludra, hanem annak tágabb környezete kíváncsi, a regionális honlapokat se hagyd ki a sorból. Az pedig, hogy ezekre a honlapokra könnyebben kerüljön ki oldalad linkje, vagy hogy egy keresővel többen találjanak meg, nyilvánvalóan függ honlapod tartalmától is: ha a vendégház fényképe, áraid, esetleges specialitásaid mellett a környékbeli programokat is naprakészen követed, és közlöd oldaladon, sok új linket és főleg sok potenciális vendéget hozhat.

Hogyan keresnek a keresők?

Ha elértük, hogy a keresők megtalálják az oldalunkat, akkor már eggyel beljebb vagyunk. Azonban mi nem csak azt szeretnénk, hogy benne legyünk a találati listában (ha egyszer is próbáltál egy keresőt, látod,

ONLINE MARKETING – A ZSEBEDHEZ SZABVA

- Keress olyan weboldalakat, melyek nem a versenytársaid honlapjai, célközönségük viszont fedi a Tiédet. Cseréljétek linket, így kölcsönösen reklámozzátok egymást.
- Ha honlapodat számodra fontos kulcsszavakra nem dobja ki a kereső, használd a Google Adwords rendszerét, átkattintásonként akár 10–30 forintért is reklámozhatod magad.
- Építs címlistát! Ajánlj fel weblapon heti/havi hírlevelet, ahol a portekád iránt érdeklődők számára hasznos infókat nyújtasz. Néhány hónap alatt több száz adatbázisod lehet a potenciális vásárlókból.
- Használd az offline marketing bevált praktikáit az interneten, kínálj fel a hírleveledre feliratkozóknak apró ajándékokat, amit az első vásárlás során kapnak meg. Helyezz el honlapodon letölthető kupont, ami kedvezményes vásárlásra jogosítja fel hűséges olvasóidat.

A világhálón nincs nyomdai és terjesztési költség, kísérletezz bátran!

AMIÉRT NEM ÉRDEMES FIZETNE

Sok cég kap olyan telefonos vagy e-mail-es megkeresést, amiben látszólag hivatalosnak tűnő névvel arra hivatkozva, hogy ők a valamely nagy nemzetközi kereső magyarországi hivatalos partnerei, webjelenlétet ajánlanak, illetve a már meglévő adataidat kívánják veled pontosítani, hogy azok egy nyomtatott vagy online katalógusban szerepeljenek.

Tanácsunk: vagy ne is foglalkozz az ilyen megkeresésekkel, vagy ha valamelyik mégis felkeltette az érdeklődésed, úgy alaposan menj utána, hogy végül is hol és milyen környezetben jelennek majd meg céged adatai, és gondold végig, hogy reálisnak hozhat-e ez neked új vásárlót!

hogy ez gyakran feldolgozhatatlan mennyiségű találatot ad a keresőoldalon), hanem azt is, hogy lehetőleg valahova a lista elejére kerüljünk.

Ez sem lehetetlen feladat, de először is el kell döntened, hogy milyen keresési eredménynek szeretnéd az elején találni honlapod és magad. Azaz, másképpen: mire akar keresni az, akitől azt szeretnéd, hogy téged találjon meg?

Ez pedig egyáltalán nem magától értetődő. Azt, hogy mire nem, könnyen kitalálhatod: ha mondjuk, egy kertészeted van, akkor

biztos nem azt szeretnéd, hogy a kerékpáralkatrész keresésekor legyen honlapod a lista elején. Annak kiderítése azonban, hogy melyek a te témádba vágó, legtöbbet használt kulcsszavak, nem is olyan egyszerű, mint ahogy elsőre gondolnád. Első körben hagyatkozhatsz persze megérzéseidre, de segítséget nyújthat az is, hogy az adott kulcsszavakra a kereső által kidobott oldalakat a magad szempontjából relevánsaknak érezed-e. Tehát gondold végig, Te hogyan keresnél rá egy olyan szolgáltatásra,

amelyet végzel. Ez viszont sokszor azt a csapdát rejti magában, hogy mint a téma szakemberei olyan szavakat, kifejezéseket alkalmazol, amelyeket a lehetséges megrendelőid, vevőid nem használnak. Talán a legjobb kontroll, ha megkérdezed pár, a témában járatlan ismerőst, hogy ők mit írnának a keresőbe, ha egy a Tied-hez hasonló vállalkozást szeretnének megtalálni.

Hogyan rangsorolja a kereső a találatokat?

Ahhoz, hogy egy adott kulcsszóra vonatkozó keresési listán jobb helyezést érj el, érdemes egy kicsit megismerned a keresők működését. Leegyszerűsítve a keresők két dolgot vesznek figyelembe a beírt keresőszavakat tartalmazó oldalak listázásánál. Az egyik szempont, hogy a keresett szavak milyen gyak-

Azt, hogy mit is lát a Google a honlapodból, megnézheted a Google Webmaster Tools segítségével, hidd el, érdekes és tanulságos lesz!

9.6

HOGYAN TALÁLJÁK MEG A HONLAPOD?

ran fordulnak elő az adott weboldalon, és mekkora annak az adott oldalnak a mérete. Tehát minél informatívabb, a témához illeszkedő tartalmat hozunk létre, annál előrébb rangsorolnak majd minket a keresők. Ehhez – sok egyéb mellett – a kulcsszavakat úgy helyezd el a honlapon, hogy az a keresők kényes ízlésének is megfelelően. Törekedj rá, hogy a címek, alcímek, linkek és az első bekezdés minél többször tartalmazza az adott kife-

jezést, de azért a szöveg élvezhető maradjon. Általánosságban elmondható, hogy az „egy oldal – egy kulcsszó” szabályhoz érdemes tartanod magad.

A második szempont más oldalak a keresőszavakat tartalmazó oldalra mutató linkjeit használja az oldal fontosságának meg-

MI AZ A BANNER?

A banner (vagy magyarul reklámcsík, szalaghirdetés) a leggyakrabban és legelterjedtebb online reklám eszköz. A banner az, az online reklám, mely logikáját tekintve a legközelebb esik a hagyományos marketing eszközökhöz, mivel gyakorlatilag úgy működik mint egy újsághirdetés, azzal az előnnyel, a banner animációt is tartalmazhat, és egyben egy link is, azaz ha egy érdeklődő rákattint, úgy a kattintást követően rögtön a hirdető honlapján találja magát. Talán ennek is köszönhető, hogy a banner volt az online marketing legelső alkalmazott formája.

Mielőtt bannert készítenél, tájékozódj, keresd meg azokat a honlapokat, vagy portálok részeit, melyeken a Te szolgáltatásaid iránt érdeklődő olvasókat feltételezel, majd tudd meg, hogy a használni kívánt weboldalon milyen méretű bannereket lehet elhelyezni.

Magát a bannert bármely designer elkészíti neked, legegyszerűbb talán azokkal dolgoztatnod, akik honlapodat is készítették. Ne feledd, hogy a banner hirdetés, azaz fontos annak kinézete: figyelemfelkeltőnek, könnyen olvashatónak kell lennie, és hasznos ha a kép, a betű és az animáció is összhangban van kínált szolgáltatásoddal.

tározására. Minél több, a témához kapcsolódó, abban fontosnak ítélt oldal linkel a te oldaladra,

annál előrébb sorolódik az egyébként az előző szempontok alapján hasonló tartalmú oldalak között.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- adwords.google.com
- onlinemarketing.blog.hu/2006/12/30/internet_strategia_2007_koltsegek
- onlinemarketing.lap.hu
- keresomarketing.lap.hu
- www.marketing.about.com
- creativityexploration.com/business.html

ONLINE KOMMUNIKÁCIÓ – A HONLAPON TÚL

9.7

ONLINE
KOMMUNIKÁCIÓ –
A HONLAPON TÚL

ONLINE/INTERAKTÍV/DIGITÁLIS MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ, VAGY AHOGY AKAROD. A LÉNYEG, HOGY MA MÁR KÖTELEZŐ AZ INTERNETEN MEGJELENNI, BÁRMILYEN ÜZLETI TEVÉKENYSÉGET IS VÉGZEL. SŐT EZZEL ÉRDEMES KEZDENI. ÚGYIS ITT KERESNEK, ITT AKARNAK MEGTALÁLNI. DE EZT TUDOD, HISZEN AMELLETT, HOGY ELKÉSZÜLT A HONLAPOD, TE IS A NETEN VAGY MÁR MOST IS, NAPONTA AKÁR TÖBB ÓRÁN KERESZTÜL.

Elkészült a honlapod, már ismerik a fontosabb keresők is, és lassan az internetes hirdetési lehetőségek között is egész jól kiigazodsz. Kérdés, hogy mit tehetsz még a neten vállalkozásod sikeréért.

Nos, az eddigieken túl számos további eszköz fog segíteni abban, hogy munkáid, vállalkozásod sikeréhez az internet is hatékonyan hozzájáruljon. Például egy sikeres blog,

egy jól megírt adatlap az iWiW-en, vagy a Facebook-on, képek a Flickr-en, videók a YouTube-on vagy egy ütős vírusmarketing-akció, ami végigsöpör az e-mailekben. Mindezeket a szakma a „web 2.0” rejtélyes kifejezéssel illeti.

Web 2.0 – mi az és mért jó Neked?

Először is mi az, hogy web kettő? A web 2.0 a Wikipédia szerint: „Olyan internetes szolgáltatások

gyűjtőneve, amelyek elsősorban a közösségre épülnek, azaz a felhasználók közösen készítik a tartalmat vagy megosztják egymás információit.”

A különféle „webkettes” megoldásokra épülő kommunikáció a párbeszédről szól. Sok ember tisztán érdeklődéstől vagy feltűnési viselkedéstől hajtva mindenféle öt érdeklő témáról ír, vagy fotókat, videókat publikál, majd mindezeket

a téma iránt érdeklődő és arra rátaláló közösség meg is vitatja. Ez számodra is remek lehet, hiszen ha megtalálsz egy a témáddal foglalkozó közösséget, úgy sok olyan embert érsz el, akik az-után érdeklődnek, amivel Te foglalkozol.

Gondold csak végig: ha az e könyvben sokszor emlegetett kertészeted van, és ráakadsz például egy japán kertészettel foglalkozó közösségre, amely szívesen fogadja tanácsaidat, ötleteidet, nos, ők előbb vagy utóbb vevőiddé is válhatnak. De az is értékes kapcsolat lehet, aki nem vesz tőled semmit: vállalko-

zásod célcsoportjának egy tagja, akinek véleményét, szokásait megismerheted.

Nézzük meg milyen felhasználási lehetőségei vannak a tipikus „webkettes” alkalmazásoknak!

Közösségi oldalak (például: iWiW, Facebook, LinkedIn, Twitter):

remek lehetőség, hogy bemutakozz, és egyben bemutasd a vállalkozásod is. Nem mellékesen egy-egy üzleti partneredet is megismerheted, mielőtt találkoznaál vele.

Képmegosztó oldalak (például: Flickr, Indafotó, Picasa):

rugalmasan és gyorsan lehet velük fényképeket megosztani és beágyazni az internetes oldalakba – és ugye egy kép sokkal többet elmond egy termékről, mint több oldal szöveg.

Videómegosztók (például: YouTube, Indavideo):
egyszerűen tudsz videókat feltölteni, és azokat meg-

MIT ÉR MEG NEKED EGY „LIKE”?

A közösségi média felületek közül napjainkra kiemelkedett a Facebook, a világ jelentős részéhez hasonlóan ez a globális szolgáltató lett a legáltalánosabban használt magyar közösségi felület is.

A Facebook-on akár magánszemélyként, akár vállalkozásként is megjelenhetsz. Magánszemélyként előbb-utóbb valóságos ismerőseid hálója vesz majd körül: látod, hogy ők miket írnak, milyen képeket, vagy videókat töltenek fel, saját szövegeket, megjegyzéseket írhat, vagy reagálhatsz barátaid bejegyzéseire. Ha nagyon tetszik valami, akkor azt „like-olhatod”, ami a gyakorlatban valami olyasmit jelent, mintha megtapsolnál egy előadást.

Amennyiben vállalkozásként jelsz meg a Facebook-on, úgy a célod az, hogy a számodra valamilyen okból érdekes célcsoport számára Te nyújts „like”-olható, azaz érdekes tartalmakat. Ez azért fontos, mert az oldaladat „like”-olók saját oldalain is megjelennek innentől az általad publikált tartalmak, azaz azt majd látják az ő barátaik is, így lassan olyan felhasználókkal is elkezdhetsz beszélgetni, akiket korábban egyáltalán nem ismertél.

A célcsoport ugyanakkor továbbra is nagyon fontos. Ha olyanokat célzol egy szolgáltatással, akik feltehetően egyáltalán nem rendelkeznek számítógépes ismeretekkel, úgy ők nyilván a Facebook-on sem lesznek ott. Nagyon ritka az olyan üzleti modell, melynek célcsoportját csakis a Facebook-on fenn lévő emberek alkotják, így emellett ne hanyagold el más online vagy offline megjelenéseidet sem!

Bár a Facebook-on hirdethetsz is, mi azt javasolnánk, hogy céged itteni megjelenését tekintsd a PR tevékenységed részének, egy olyan csatornának, ahol az egyébként is előálló, és publikálandó tartalmadat is megjeleníted. A már szokásos kertészetes példánál maradva: a Facebook megjelenéssel fotók, videók, publikálhatóak például kertészeti trükkök, ismeretek bemutatásával vegyítve. Ha már sokan szeretik, és olvassák ezeket, úgy nyilván a kertészet akcióiról, ajánlatairól is beszámolhatsz számukra. A céged üzleti logikája ugyanakkor ettől még nem változik meg: lehet, hogy az ország másik végéből is lesznek rajongóid, de a kerti növényeket várhatóan változatlanul a környékről vásárolnak majd tőled.

osztani vagy beágyazni a saját oldaladba. Milyen remarketing egy olyan rövid videó, amelyben megmutathatod az általad kínált terméket!

Blogok (Freeblog.hu, Blog.hu, Blogter.hu): az online naplók, a jó blogok sok olvasót vonzanak, fogadjunk, hogy te is olvasol párat. A könnyen frissíthető kész rendszereket akár honlap helyett is használhatod ezeket. Ha szakértője vagy annak, amit csinálsz, írd róla! Ez tökéletes módja az ügyfelekkel való kapcsolattartásnak is.

A közösségi megjelenések részben lehetőséget adnak arra, hogy jobban megismerd a vevőidet, akik a személyesebb kapcsolat révén emlékezni fognak cégedre, így szívesebben és többen vesznek majd a termékedből. A másik oldalon a közösségi felületeken való megjelenést fogd fel egyfajta céges PR-nak: lehetőséget nyújt arra, hogy potenciális vevőid megismerjék cégedet / termékedet, és, akár beszélgessenek is veled ezekről.

Egy dologra azonban már az elején készülj fel: akár egy blogot indítasz, akár egy Facebook oldalt, azt csak folyamatos munkával fogod tudni sikeresen használni. Mintha egy mini tartalomszolgáltatást indítanál, hosszú és kitartó munka kell ahhoz, hogy sokan felfigyeljenek rád.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.artbizcoach.com/
- www.youtube.com/
- www.flickr.com/
- www.facebook.com
- www.twitter.com

9.7

ONLINE KOMMUNIKÁCIÓ- A HONLAPON TÚL

KAPCSOLAT AZ ÁLLAMMAL

AZ ÁLLAMI VAGY ÖNKORMÁNYZATI BÜROKRÁCIA SOKSZOR NEM KÖNNYÍTI MEG A VÁLLALKOZÓ MINDENNAPJAIT. AZ ÁLLAM AZONBAN NÉHA MEGPRÓBÁL SEGÍTENI IS: AZ ELEKTRONIKUS KORMÁNYZATI SZOLGÁLTATÁSOK HASZNÁLATÁVAL SORBANÁLLÁS NÉLKÜL, AKÁR AZ OTTHONI KARSOSZÉKEDBŐL IS INTÉZHETED HIVATALOS ÜGYEIDET.

Miért fontos és hasznos az e-közigazgatási szolgáltatások használata?

Először is röviden azt érdemes tisztázni, hogy az e-közigazgatási szolgáltatások használata miért teszi egyszerűbbé, gyorsabbá, hatékonyabbá és így olcsóbbá vállalkozásod működését. A különböző közgazdasági elemzések egyik fontos megállapítása, hogy az internet, az infokommunikációs eszközök és szolgáltatások (és ezen belül is az e-közigazgatás)

elterjedtsége, illetve a gazdasági növekedés és foglalkoztatottság között pozitív korreláció mutatható ki. Az alábbiakból könnyen belátható, hogy az e-közigazgatás minden érintett szereplő (az állam, a lakosság, illetve a vállalkozások) számára egyaránt versenyképességi, hatékonysági, minőségi előnyöket hordoz.

Az e-közigazgatási szolgáltatások használata mellett számos érv szól: az e-közigazgatási szolgáltatások erősítik

a versenyképességet: e szolgáltatások bevezetésével csökken az új vállalkozások bejegyzésével, működtetésével kapcsolatos hatósági ügyintézésre fordított idő; a felszabaduló időben munkatársaid olyan feladatokat tudnak ellátni, amelyek jobban szolgálják céged profittermelő tevékenységét; az e-közigazgatási szolgáltatások közvetve erősítik a vállalkozások informatikai felkészültségét: e szolgáltatások igénybevétele informatikai infrastruktúra

meglétét és a szolgáltatások igénybe vételéhez szükséges ismeretek meglétét is feltételezi. Az e-közigazgatás jelentős költségmegtakarításokat eredményezhet: az utazási költségek, az offline ügyintézéshez kapcsolódó esetleges díjak megtakarításával csökkentik a hivatali ügyintézés költségeit. A képzésekkel és munkahelyekkel kapcsolatos információk egyszerű elérhetősége nagyobb és gyorsabb elhelyezkedési lehetőségeket biztosít az állást keresők számára.

A jelenlegi helyzet

Egy vállalkozás életében számos alkalommal kerül kapcsolatba az államigazgatás különböző rendű és rangú szereplőivel: kezdve a cégalapítástól a cég működésén keresztül egészen annak megszűntetéséig. A vállalkozásod mindennapi működése a legkülönbözőbb ügyekben igényli az állami hivatalokkal való rendszeres kapcsolattartást. A különböző engedélyek, adó-és járulékbevallások, jelentések, adatszolgáltatási kötelezettségek kapcsán szinte mindenhol

elvárás, vagy kötelezettség az elektronikus csatornák használata. Az Európai Unióba való belépésünkkel együtt Magyarország vállalta, hogy az e-kormányzat területén is teljesíti az európai elvárásokat. Ez az e-közigazgatási szolgáltatások tekintetében azt jelenti, hogy minden tagországnak minimum 20 – 12 állampolgároknak és 8 vállalkozásnak nyújtott – közszolgáltatást elektronikus úton kell biztosítania. Ezek azok a szolgáltatások, amelyeket az érintettek a leggyakrabban vesznek igénybe.

Az online ügyintézés alapja az Unió által megkövetelt összesen nyolc, vállalkozások számára nyújtandó elektronikus közszolgáltatás:

1. munkavállalók és foglalkoztatók részére nyújtott szolgáltatások;
2. társaságiadó-bevallás;
3. áfabevallás;

4. új társaság bejegyzés;
5. statisztikai hivatali adatközlés;
6. vámnyilatkozat;
7. környezetvédelemmel összefüggő engedélyek;
8. közbeszerzés.

Ezen szolgáltatások használhatóságát azok fejlettségével, kifizetőségével, kifizetőségével, kifizetőségével (ún. szofisztikáltsági szint) szokták jellemezni. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy vannak olyan szolgáltatások, amelyek esetében csak információ szerezhető be az adott közhivatal honlapjáról, van, ahol az űrlap letöltése és kitöltése után lehetőség

MIT JELENT AZ E-KÖZIGAZGATÁS?

Az e-közigazgatás – vagy másképpen elektronikus közigazgatási szolgáltatások – az állam (vagy önkormányzatok) által biztosított internetes elérésű szolgáltatásokat jelenti. Számodra alapvetően azt jelenti, hogy a különböző közigazgatási ügyeid intézéséhez nem kell személyesen felkeresned az adott hivatalt: az ügyintézés az interneten az irodából vagy akár otthonról is történhet.

Az e-közigazgatási szolgáltatások használatához nincs szükség semmilyen speciális, a hétköznapi internet-használaton túli ismeretekre, pusztán valamilyen számítástechnikai eszközre: számítógépre, laptopra vagy táblagépre, de a tervek szerint hamarosan okostelefonon is elérhetsz számos szolgáltatást. Természetesen szükséges, hogy rendelkez (vezetékes vagy mobil) internet kapcsolattal is.

van annak online úton történő visszaküldésére is, de van olyan szolgáltatás is, ahol a teljes ügymenet elektronikus formában (beleértve az online fizetést is) intézhető. A <https://ugyintezes.magyarorszag.hu/ugyek/410009> oldalon témák szerint és iparágtól függetlenül találhatod meg a vállalkozásod elindításához, működtetéséhez szükséges jelenleg elérhető e-közzolgáltatásokat.

Az elektronikus ügyintézés központi felülete ma még a magyarorszag.hu, igaz ebben alapvető

változásokat fog hozni a 2012-ben megváltozott jogszabályi környezet (lásd a „Mi változik az új szabályozással?” című írásunkat). A portál elsődleges célja, hogy egy helyre gyűjtse össze a már létező e-közigazgatási szolgáltatásokat. A talán legegyszerűbb, de már elektronikusan is elérhető szolgáltatás az okmányirodai időpontfoglalás. Néhány kattintással a vállalkozásunkhoz (lakhelyünkhöz) legközelebbi okmányirodába tudunk a nekünk legmegfelelőbb időben

időpontot foglalni. Ez annál is inkább hasznos, mert a foglalás nélkül „beeső” ügyfeleket gyakran csak hosszú várakozás után tudják kiszolgálni.

A portálon jelenleg 21 témakörben (a versenyjogtól a vadgazdálkodáson át egészen az ÁFA kérdésköréig) összesen 35 különböző szolgáltatás vehető igénybe elektronikusan. Ezek között vannak olyanok (pl. Eures, Belső Piaci Hírek az Unióból, Pályázati kereső, stb.), amelyek

elsősorban információt nyújtanak a honlapot felkeresők számára (ezeket tekintjük lényegében ún. első szintű szolgáltatásoknak) és vannak olyanok is, amelyek már „valódi” elektronikus szolgáltatások igénybevételeit is lehetővé teszik (pl. e-cégbejegyzés, eBEV szolgáltatások, adó- és járulékbemelés, stb.). Ez utóbbiak között számos olyan is van, ahol az ügy indításától egészen a fizetésig az íróasztal mellől mindent elintézhetsz. És ha esetleg valamelyik szolgáltatás kapcsán kérdésed, vagy a használat során nehézséged támadna, az egyes szolgáltatások mellett minden esetben részletes kitöltési útmutatót is találsz.

Mindezekon túlmenően ma már egyre több önkormányzat kínál különböző típusú elektronikus szolgáltatásokat (helyi iparüzési adóbevallás, ingatlan-, kommunális és egyéb adók bevallása, vagy az önkor-

MI SZÜKSÉGES AZ ÜGYFÉLKAPO HASZNÁLATÁHOZ?

Az Ügyfélkapu használatához először is regisztrálnod kell magad. Ezt személyesen bármely okmányirodában (előzetes időpontfoglalást követően) megteheted érvényes személyi igazolvány, útlevél vagy vezetői engedély bemutatásával és a helyben kapott regisztrációs lap kitöltésével, amelyen meg kell adnod az egyedi felhasználói nevedet és az e-mail címedet. A levélcímre érkezett egyszeri belépési kóddal lehet aktiválni a regisztrációd, mely ezután öt évig érvényes. Ha rendelkez elektronikus aláírással, még az okmányirodai megjelenést is elkerülheted, ez esetben ugyanis nincs szükség okmányirodai hitelesítésre, visszaigazolás után a regisztrációd azonnal aktiválódik.

ÉVES BESZÁMOLÓ

A számviteli törvény egyik nagyon fontos előírása, hogy minden kettős könyvvitelt vezető vállalkozó köteles egy meghatározott időpontig éves beszámolóját a cégbíróságon közzétenni. Ennek vállalkozásod akkor tesz eleget, ha az éves beszámolót a céginformációs szolgáltatás elektronikus úton, a Kormányzati Portálon keresztül a határidőig megküldöd. Az elektronikus eljárás az iratok cégbírósághoz történő online benyújtását jelenti.

mánnyal kapcsolatos hivatalos okiratok ügyinté- zése, stb.), ezekért érde- mes felkeresni az illetékes hivatalok weboldalait.

ADÓNAPTÁR

A magyarorszag.hu egyik hasznos szolgáltatása a személyes adónaptár. Ez a szolgáltatás egy ún. adónaptárba rendezi össze a bevallási határidőket és a benyújtandó bevallásokat egy ún. „adónaptárba”. Az így elkészült naptárt ki is nyomtathatod, de akár el is küldetheted e-mail címedre, így tartva mindig észben az éppen aktuális adófizetési határidőket. Ez a szolgáltatás ügyféla- pus regisztráció nélkül is használható.

Mi változik az új szabá- lyozással?

Az e-közigazgatás szempontjából az elmúlt időszak legfontosabb fejleménye, hogy az Országgyűlés 2011. év végén elfogadta a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás ál- talános szabályairól (ket.) módosítását, majd 2012 áprilisában megjelentek a törvény végrehajtási rendeletei (82-85/2012-es kormányrendeletek) is. Az új szabályozás nyomán számos új szolgáltatás- sal bővül, olcsóbbá és kényelmesebbé válik a közigazgatási, illetve ezen belül is az elektronikus ügyintézés. A változások legfőbb hozadéka, hogy a közigazgatásban is

elérhetővé válnak más területeken (például az elektronikus banki szol- gáltatásoknál) már meg- szokott szolgáltatások és biztonsági szintek.

Fontos fejlemény, hogy az elektronikus ügyinté- zésre vonatkozó jog- szabályi rendelkezések a jövőben nem fogal- mazhatnak meg olyan követelményt, amely valamely meghatározott műszaki megvalósítás alkalmazását teszi kötele- zővé: a jelenlegi központi elektronikus szolgáltató rendszer szolgáltatása- inak - pl. Ügyfélkapu, általános nyomtatványki- töltő - igénybe vétele nem lesz kötelező, alternatív szolgáltatásokat jogsza-

MAGÁNSZEMÉLYEKNEK IS NYITVA

Az Ügyfélkapu szolgáltatásai természetesen nem csak a vállalko- zások számára érhetők el, magánszemélyként több olyan alapvető szolgáltatást is elérhetsz, mint pl. az szja-bevallás, egészségügygel összefüggő szolgáltatások, foglalkoztatási jogviszony lekérde- zése, gyermekek után járó pótlékok igénylése, lakcímváltozás, gépjárművekkel kapcsolatos ügyek, útlevelekérelem vagy felsőfokú felvételi jelentkezések elindítása.

9.8

KAPCSOLAT
AZ ÁLLAMMAL

bályban meghatározott keretek között piaci szereplők és közigazga- tási szervek is működtet- hetnek.

Az önrendelkezés joga

Az új szabályozás egyik fontos eleme az ügyfél önrendelkezési jogának tiszteletben tartása; az új szemlélet lehetővé teszi,

hogy az ügyfelek (állampolgárok, vállalkozások) maguk határozzák meg, milyen mértékben élnek az elektronikus ügyintézés lehetőségével, és ehhez milyen adatokat, milyen hatóságnak milyen céllal bocsátanak a rendelkezésére. Az ügyfél „ügyintézési rendelkezés” keretében rendelkezhet arról, hogy a hatóságok milyen módon tartsanak vele kapcsolatot (papíron, elektronikusan, stb.). A hatóságoknak nyilvántartásba kell venniük e rendelkezéseket és minden hatóságnak a nyilvántartásban foglaltaknak megfelelően kell felvennie a kapcsolatot az adott ügyféllel.

Az új rendszerben az ügyfelek adatai a korábbinál is nagyobb biztonságban vannak, hiszen az ügyfél adatai csak az éppen folyamatban lévő ügýtípushoz lesznek hozzárendelve, így a személyes adatokat illetéktelen, azok kezelésére nem jogosult hatóságok nem ismerhetik meg. Ráadásul annak érdekében, hogy az ügyfelek tájékozottak legyenek a velük kapcsolatos hatósági eseményekről, úgynevezett „időszakos értesítést” is kérhetnek, így minden, velük kapcsolatos hatósági eseményről tudomást szereznek – hasonlóan, mint ahogy a banki ügyfelek minden számlamozgásról értesítést kapnak.

Az esetleges visszaélések elkerülését szolgálja a rendszer egyik központi elemét jelentő „azonosítási szolgáltatás”, melynek keretében az erre felhatalmazott szolgáltató

megállapítja, hogy egy adott személy megegyezik-e a korábban regisztrált személlyel. (Ezt a célt szolgálja az Ügyfélkapu is, de ezentúl – a

„központi azonosítási ügynök” szolgáltatásnak köszönhetően más – akár piaci – szolgáltató is nyújthat ilyen szolgáltatást, ami lehetővé teszi,

ADÓZÁS – ONLINE

Az egyik legfontosabb, online intézhető ügy az adó- és járulékbemutatók benyújtása, nem meglepő módon ez az egyik legsikeresebb e-kormányzati szolgáltatás.

Ehhez nem kell mást tenned, mint ügyfélkapus regisztrációról – a NAV honlapjáról letölthető űrlap elküldésével egyidejűleg – az adóhatóságot is értesítened.

Ha vállalkozásod adóügyeit is magad intéznéd, úgy az egyszerűen több feladatot is ró rád: először is tudnod kell, milyen adót szeretnél bevallani. Ha ezzel tisztában vagy, le kell töltened a NAV nyomtatványkitöltő programját és az ahhoz szükséges megfelelő számú nyomtatványt az adóhivatal honlapjáról (www.nav.hu).

A program és az ahhoz tartozó nyomtatvány feltöltése és annak megfelelő kitöltése (ebben az online kitöltő program ellenőrző funkcióját hívhatod segítségül) után be kell jelentkezned az Ügyfélkapun és ott egy ún. Java-alkalmazás segítségével a saját gépeden lévő adatállományt – az „elektronikus küldés az Ügyfélkapun keresztül” megjelölés után – fel kell töltened az Ügyfélkapura. Minden ügyfélkapus tranzakciónál (az ún. értesítési tárhelyen) kapsz értesítést, így tisztában lehetsz azzal, hogy bevallásodat rendeltetésszerűen feltöltötted-e és az eljuttott-e a címzett(ek)hez.

Ha mindez elsőre kissé ijesztőnek is hangzik, úgy nem benned van a hiba: ha kicsit keresgél és olvasgatsz az interneten, úgy sok vicces és kevésbé vicces történetet találhatsz arról, hogy nálad tapasztaltabb internetezőkön is kifogott már a NAV többek szerint túlkomplikált rendszere. Azaz, ha úgy érzed, hogy az online adózással kapcsolatos feladatokat inkább könyvelődre bízod, ezt minden további nélkül megteheted, mivel a törvény lehetőséget ad rá, hogy saját ügyfélkapus kódja segítségével ő is eljárjon az érdekedben.

AZ ÁLLAMI BÜROKRÁCIA, SZERINTEM

A kormányzati portál új szolgáltatása a szerintem.kormany.hu alatt elérhető online felület, amely – kis túlzással – bármilyen kérdésben várja az állampolgárok „észrevételeit, javaslatait azon jogszabályokról, szabályokról, bürokratikus akadályokról, amelyek megnehezítik hétköznapijainkat.” Azaz minden feleslegesnek, vagy ésszerűtlennek tűnő, vállalkozásod életét megnehezítő bürokratikus akadályt jelezhetsz az oldal segítségével.

A szolgáltatás használata meglehetősen egyszerű, és a portál használatát rövidfilm is segíti. Egy rövid regisztrációt követően (ezt az oldal részletesen is ismerteti) a <http://szerintem.kormany.hu/javaslatot-teszek-01> oldalon fogalmazhatod meg a felmerült problémá(j)dat és tehetsz is javaslatot(ka)t azok szerinted leghatékonyabb, legjobb megoldására. A javaslatokat az oldal szerkesztői folyamatosan dolgozzák fel és juttatják el a témáért felelős minisztériumi szakembereknek. A feldolgozásra került érdemi javaslatok ezt követően megjelennek az oldalon, sőt az egyes témákra, illetve megoldási javaslatokra szavazni is lehet.

hogyan az ügyfél többféle azonosítási lehetőség között választhasson).

Az ügyfelek rendelkezhetnek arról is, hogy a magasabb szintű kiszolgálás érdekében az általuk korábban

megadott azonosítókat a különböző közigazgatási ügyek intézése során az ügyintézők felhasználhassák (ezt nevezi a jogszabály „összerendelési nyilvántartásnak”), így például egy otthon lefektetett TAJ-szám miatt

HA BÁRMIBEN SEGÍTSÉGRE VAN SZÜKSÉGED,

a www.ugyfelvonal.hu, ill. az ingyenesen hívható 1818-as hívószámon a nap 24 órájában rendelkezésedre állnak.

nem kell előlről kezdeni a teljes ügyintézését, az ügyfél akár egy mobiltelefonnal, igazolvány nélkül tudja intézni hivatali ügyeit. Óriási előrelépés, hogy az elektronikus aláírással (e-aláírás) már rendelkező ügyfelektől az ezek fogadására felkészült hatóságok elektronikusan, akár elektronikus levélben is befogadják az e-aláírással ellátott beadványokat.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- <https://magyarorszag.hu/>
- <https://ugyintezes.magyarorszag.hu/ugyek/410009>
- <http://magyaryprogram.kormany.hu/>
- <https://kormanyablak.hu/>

9.8

KAPCSOLAT AZ ÁLLAMMAL

HÁZI PIACKUTATÁS ONLINE ESZKÖZÖKKEL

VÁLLALKOZÁSOD BEINDÍTÁSÁVAL VAGY FEJLESZTÉSÉVEL KAPCSOLATOS DÖNTÉSEID MEGALAPOZOTTÁ TÉTELEHEZ, FEL KELL TUDNOD TÉRKÉPEZNI A (MÁR MEGLEVŐ) KÍNÁLATOT, HOGY ELDÖNTHESD, SAJÁT PORTÉKÁDAT MILYEN VERSENYTÁRSAK SZORÍTÁSÁBAN KELL ÉRTÉKESÍTENED. ÉS A KERESLETET IS, VAGYIS AZT, HOGY LEHETSÉGES VEVŐID KIK LEHETNEK ÉS IGAZÁBÓL MIRE IS VÁGYNAK. EBBEN A FEJEZETBEN AZZAL FOGLALKOZUNK, HOGY MIKÉNT HASZNÁLHATOD AZ INTERNETET „HÁZI” PIACKUTATÁSOD SORÁN. AHHOZ ADUNK TANÁCSOKAT, HOGY MINEK ÉS MIKÉNT JÁRHATSZ UTÁNA TE MAGAD, SAJÁT MUNKAERŐDET LESZÁMÍTVÁ, KÖLTSÉGEK NÉLKÜL.

Ami elvárható, és ami nem

Mielőtt a részletekre térnénk, egy dolgot tisztáznunk kell. Fontos, hogy önállóan végzett internetes piackutatásoddal kapcsolatban elvárásaid reálisak legyenek. A piackutatásról ugyanis a legtöbbszörnek

először a piac vagy a vásárlók sajátosságainak egzakt, számszerűsített leírása jut az eszébe: olyasmik, hogy X terméket a férfiak Y%-a szereti, és akár Z Ft-ot is adnának érte stb. Az utóbbi néhány évben az interneten sok olyan eszköz vált könnyen elérhetővé, amelyek-

kel egyszerűen és ingyen Te magad is készíthetsz ilyen felméréseket (de legalábbis feltehetsz kérdéseket, amelyekre valakik válaszolnak). Ezek az eszközök olykor még az eredmények szép diagramokon való ábrázolását is megoldják helyetted. Tudnod kell: ez

csak játék, nem megbízható adatgyűjtés! A piacot leíró részletes és pontos elemzést jelentős költségek és főleg komoly szakmai ismeretek nélkül nem lehet készíteni. Az előbb említett eszközök használata döntés-előkészítésként teljesen felesleges, sőt: ha az ezekkel kapott eredményeket elhiszed, kifejezetten káros is lehet, mert az adataid szinte bizonyosan semmilyen hiteles következtetés megfogalmazására nem lesznek alkalmasak!

Ehelyett a következőket azonban megteheted: információkat gyűjthetsz a Téged érintő témában, ezt rendszerezheted-értelmezheted – s ezzel valóban jobban megalapozod saját döntésedet. A piackutatásban az ilyen jellegű adatgyűjtéseket desk researchnek nevezik (kb. asztali kutatás, arra utal, hogy egy asztalnál ülve elvégezhető). Ezek alapvetően nem új adatokat állítanak elő, hanem meglevőket összegeznek-rendszereznek. Csak saját idődet és az

internetet használva erre van lehetőség.

Internetes piackutatás, házilag

a) A kínálat feltérképezése

Adatgyűjtésed egyik célja, hogy jobban megismerd, kik a versenytársaid, pontosan mit és miként kínálnak. Ha ezt tudod, könnyebb lesz saját kínálatodat jól pozicionálni a piacon. A konkurens cégekről sokfajta információt gyűjthetsz az interneten: pontosan mivel foglalkoznak; hol, hogyan, mennyiért értékesítenek; kb. mekkorák lehetnek; kik a partnereik; milyen ügyfeleket céloznak; miként szólítják meg őket stb.

Az információszerzés előtt érdemes végiggondolnod, hogy mi minden lehet fontos számodra döntésed meghozatalához. Hasznos kialakítanod a fontos információk (és forrásaik) rögzítésének módját, s csak ezt követően nekiállni az adatgyűjtésnek. (Az adatok használhatóságának ugyanis a rendezettség, az

áttekinthetőség majdnem olyan fontos feltétele, mint maga az adatok megléte.)

A legnehezebb kérdés, amivel szembesülni fogsz, hogy miként találod meg az interneten versenytársaidat. Elsősorban természetesen a keresőket kell használnod erre, de ez sem könnyű feladat. Kereséseid előtt végig kell gondolnod, hogy mi minden utalhat a konkurens cégekre (a tevékenység, ennek mindenféle elnevezései, esetlegesen egyes szakszavak használata, ezek kombinációi stb.).

A keresők sajnos nem gondolkodnak (még eléggé), algoritmusaik elsősorban a látogatottsághoz, nem a Te szempontjaidhoz igazodnak, ezért az első pár fontos konkurens megtalálása után egyre nehezebb dolgod lesz. Pedig a piac jó ismeretéhez az internetes jelenlétben nem túl erős versenytársakat is ismerned kell. Érdemes lesz tehát a ke-

resők sokadik találatait is végigböngészned, figyelni a keresőkben hirdető cégekre, átböngészni a szakmai gyűjtőoldalakat (sokszor nagyon információszegény) céglistáit, és persze összetett, többféle keresési szempontot is alkalmazó kérézéseket futtatni.

Külön érdemes figyelned azokra a konkurensekre, akik valamilyen módon hirdetnek is az interneten (akár keresőszószponzorációval, akár egyéb módon). Velük kapcsolatban hasznos azt is rögzítened, hogy hol, mivel igyekeznek megjelenni,

vajon mennyit költenek kommunikációjukra stb. Ha már összeállítottad a lehetséges konkurensaid listáit, könnyebb dolgod van: először részletesen olvasd át honlapjukat, hogy választ kapj a fenti kérdésekre. Nagyságukra, gazdálkodásukra vonatkozóan nyilvános cégszolgálatok között is böngészhetsz. Ha még többet szeretnél megtudni róluk, akár ajánlatkérés, próbarendelés is küldhetsz nekik – ezzel nemcsak árait, de szolgáltatásaik színvonalát, sajátosságait is tesztelheted, s ez fontos lesz a saját cégeddel/fejlesztéseddel szembeni elvárások definiálásakor is.

b) Kereslet – fogyasztói igények feltérképezése

Potenciális fogyasztóidat egészen más módon tudod elérni a neten. Mivel a céled elsősorban az, hogy elvárásait és lehetőségeiket megismerd, olyan helyzetekben kell őket megtalálnod, amikor spontán beszélgetnek a téged érintő témákról. Vagyis: blogokat és hozzászólásokat, illetve fórumokat kell böngészned. A számodra releváns beszélgetések megtalálására szintén a keresőket kell használnod, de még az előbbinél is nagyobb kreativitással: vélhetően ritkábban beszélgetnek az emberek X vagy Z csavargyártóról, mint a barkácsolás nehézségeiről vagy örömeiről; Neked – ha csavarokat szeretnél eladni – mindkét típusú beszélgetés fontos (az egyikből a konkurensok megítélésére, a másiból az igényekre vonatkozóan szerezhetsz információkat.) Ha megtaláltad a releváns blogokat, és már ismered

a fogyasztók véleményét, tovább is léphetsz: ötleteidet, elképzeléseidet tesztelheted is. A fórumokba belépve elmondhatod elképzeléseidet, kérheted a fórumozók véleményét erről. El kell döntened azt is, hogy ezt szándékosan felfedve, vagy épp' igazi céljaidat rejtve jobb-e tenni – ezt mindig az adott helyzet határozza meg, bár általában nem érdemes és nem is nagyon lehetséges sokáig hazudni ezekben a szituációkban.

Bármit is olvasol vagy bármiről is beszélsz az interneten véleménynyilvánítókkal, pár dolgot érdemes folyamatosan szem előtt tartanod:

1. sokszor hasznos, ha nem a konkrét véleményekre fókuszálsz (hiszen azt sokfajta, nagyon szélsőséges egyedi tapasztalat befolyásolja), hanem azokra a szempontokra, amelyek körül a vélemények kikristályosodnak. Az előbbi példát folytatva:

ha egy fórumban azt olvasod, hogy X csavargyártó termékei használhatatlanok, mert a csavarfeje mindig elgörbül, akkor a fontos tanulság az, hogy

- a) a vásárlóid erős fejű csavarokat szeretnének (és Neked ilyen kell árulnod, vagy legalábbis hangsúlyoznod, hogy a Tiéd feje erős); illetve
 - b) a vásárlóid egy része nem tudja, hogyan kell becsavarni egy csavart, ezért érdemes elmondanod nekik, hogy amikor a Tiédet csavarják majd, azt ne gondolják silánynak.
- Az, hogy X csavargyártó tényleg rossz fejű csavart állít-e elő, valószínűleg Te (szakemberként) jobban el tudod dönteni.

2. az internetes fórumon megfogalmazott vélemények sokszor szélsőségesebbek (akár pozitív, akár negatív irányban), mint ahogyan az adott témában a fogyasztók nagy része általában vélekedik. Ezért kezeld

mindig némi távolságtartással azt, amit olvasol, és próbálj a tartalomra és a motivációkra koncentrálni, ne hagyd, hogy a stílus, a hangosabb vélemény befolyásoljon. (Praktikusan érdemes pl. figyelni arra is, hogy egy-egy fórumon melyik megszólaló mennyire aktív, mert a hozzászólásokat olvasva jellemzőbbnek tűnhet egy vélekedés pusztán azért is, mert az azt képviselő személy[ek] sokkal intenzívebben, többször nyilvánítanak véleményt, mint mások.)

A vélemények körültekintő mérlegelése különösen fontos lesz akkor, ha Te kéred a fórumozók véleményét ötleteidről: az esetleges lelkesedés, dicséret jó érzés lehet, de nem tévesztendő össze azzal, hogy komoly vásárlói érdeklődés van terméked iránt.

c) Információk a piac egészéről

Kíróbban azt mondtuk, hogy ilyen célkitűzéssel saját kutatásba nem érdemes belevágni. Az azonban elképzelhető (különösen, ha olyan területen mozogsz, ahol már jelentős piaci szereplők is vannak), hogy a Te piacodról vagy az általad elérni kívánt vásárlói csoport sajátosságairól készültek korábban kutatások, és alapvető információkat ebből nyilvánossá is tettek. Ezekkel kapcsolatban szintén érdemes körülnézni az interneten.

Van néhány olyan szervezet, amelyik rendszeresen tesz közzé ilyen jellegű adatokat.

A teljesség igénye nélkül, íme, néhány közülük:

- Központi Statisztikai Hivatal (www.ksh.hu) – Letölthető tanulmányok menüpont;

- AC Nielsen (www.acnielsen.hu) – Trendek, tények és Hírvilág menüpontok;
 - GfK Hungária (www.gfk.com/gfkhungaria/index.hu.html) – Infopool menüpont.
- Ezek mellett átfogó piaci információkért érdemes az online (is) elérhető gazdasági lapokat is böngészni (Napi.hu, VG.hu, Portfolio.hu stb.)

d) A változások követése

Végül még egy jó tanács: jegyezd fel, hogy internetes információgyűjtésed során melyek voltak a számodra leginkább hasznos források (akár konkurens honlapjairól, akár fórumokról, blogokról volt szó). Ezeket érdemes időnként ismételtten felkeresni, és figyelni arra, milyen változásokat jeleznek!

LÉGVÁRAK HELYETT: FELHŐ

AZ INTERNET NEM CSAK AZT VÁLTOZTATTA MEG, HOGYAN HÍVJUK EGYMÁST BULIZNI, HOGYAN MUTATJUK MEG A CSALÁD LEGÚJABB TAGJÁRÓL KÉSZÜLT ELSŐ KÉPEKET VAGY HOGYAN SZERVEZÜNK OSZTÁLYTALÁLKOZÓT. MA MÁR NEM AZ INFORMATIKUS FELVÉTELE ÉS A SZERVERVÁSÁRLÁS AZ ELSŐ DOLGOD, HA E-SZÁMLÁKAT BOCSÁTANÁL KI, VAGY HA KÖZÖS CÍMJEGYZÉKET AKARNÁL VARÁZSOLNI AZ ÖSSZES ALKALMAZOTTAD TELEFONJÁRA. A LEGTÖBB FELADATRA VAN KULCSRAKÉSZ SZOLGÁLTATÁS, AMI CSAK EGY BANKKÁRTYASZÁMOT – VAGY MÉG AZT SEM – KÉR TŐLED.

Ne zavarjanak meg a sokat hangoztatott varázsszavak, a felhő alapú számítástechnika pont úgy működik, ahogy az országos villamos hálózat. Ahelyett, hogy minden háznak saját áramfejlesztője lenne, központi erőművek vannak, a kiépített kábelhálózaton mindenki vásárolhat annyi áramot az áramszolgáltatótól, amennyire szüksége van. A rendszert egyszerűbb, takarékosabb és

olcsóbb működtetni, mintha mindenki maga bajlódna a saját generátorával. A felhő számítástechnika azt teszi a szerverekkel, amit az áramszolgáltató a generátorokkal: üzemelnek, te pedig kibérelheted egy kis szeletet saját céljaidra. Levelezésre, határidőnaplóra, céges weblapra, mindenki által elérhető megrendelőlapokra vagy számlázó rendszerre minden cégnek szüksége lehet, szerverre és

céges informatikusra viszont a vezetők többsége – érthető módon - nem vágyik. Az elmúlt években olyan speciális cégek jöttek létre, amelyek számítógépek ezreit üzemeltetik közel végtelen tárhellyel, és ennek darabkái vagy a rajtuk levő programok használati jogát árulják. Nem kell telepítened, informatikust keresned, a havi számlát kell kifizetned, és élvezheted a szolgáltatást.

RÖVIDEN: MI AZ A FELHŐ?

Felhőnek, számítási felhőnek vagy idegen szóval cloud computingnak hívjuk azt, amikor saját gépek vásárlása és szoftverek telepítése helyett az interneten bérlünk szolgáltatást. Előnye, hogy olcsóbb és rugalmasabb, mint a saját infrastruktúra.

Utópiának hangzik? Pedig biztos találkoztál már Te is a felhő alapú számítástechnikával. Ha valaki a nyári képeket tartalmazó CD helyett egy Picasa linket küldött, akkor azok a fotók a Google felhőjében voltak. Ha iWiW album volt, akkor a budapesti Dataplexben. Az összes @gmail.com-os címről érkező a Google felhőszolgáltatásából érkezik, sőt vannak egész nagy cégek és egyetemek, akik a Google fizetős e-mail szolgáltatására álltak át a saját szerverek üzemeltetése helyett, mert annyival olcsóbb.

Mit nekem felhő?

Jogosan mormolod most a könyv előtt, hogy de hát te eddig se akartál szervert venni, most pedig még le is beszélünk róla.

Arra kérlek, hogy még két oldalig maradj velünk, olyan tippek következnek, amiknek a megvalósítása alig kerülnek többre havonta, mint egy jó ebéd és egy üveg bor, és kényelmesebbé teszi az életedet.

A kulcsszó elhangzott: a felhő szolgáltatások a kényelemről szólnak. Nincsenek verziószámok, mindig a legújabb változatot használod a programból, a hatályos

BIZTONSÁGI MENTÉS

Három dolog biztos az életben - ferdítették el vicces kedvű programozók Benjamin Franklin amerikai elnök mondását - az adózás, a halál és az adatvesztés. A felhő ezek közül csak az egyikre ad megoldást, a legutolsóra. Amellett, hogy a vállalkozásod hat-nyolc évig megőrizendő iratait elrakod a lemezszekrénybe, elzárod otthon egy pendrájra mentve, töltsd is fel valahová. Lehet ez egy annyira egyszerű eszköz, mint Google Drive vagy a DropBox szolgáltatása, lehet a Junglediskhez hasonló fizetős biztonsági tárhely.

jogszabályt olvasod, az aktuális szabályoknak megfelelő számlát bocsátod ki. Az internetes szolgáltatások bárholn is elérhetők, az otthoni gép előtt is benézhet a leveleidbe, sőt akár nyaralás közben a mobilról is lehet csekkolni, hogy az otthon maradó állítotak-e ki számlákat. A felhőnek mindegy, hogy windows-os vagy költség-takarékos Linux operációs rendszert választottál. Ráadásul az egész világ a te pénzedért versenyez, így jobbnál jobb szolgáltatások között válogathatsz: az interneten tényleg teljesen mindegy, hogy kit bízol meg mondjuk a referenciamunkaidat tartalmazó galéria táro-

9.10

LÉGVÁRAK HELYETT: FELHŐ

lásával. Olyan előnyök ezek, amelyek mellett nem szabad elmenni. A folytatásban három felhő alapú megoldást ajánlunk a figyelmedbe.

Adattárolás luxuskivitelben

Alapvetően otthoni felhasználóknak és családoknak tervezte az Apple az iCloud nevű felhőszolgáltatását, de ez nem jelenti azt, hogy a Te vállalkozásod ne használhatná. A rendszer a dokumentumokat, az e-maileket, címjegyzéket, naptárakat és a naptárakba felvett emlékeztetőket szinkronizálja az i-eszközök között. A fentiek közül egyedül az e-mail okozhat problémát

Neked. Minden kollégának ugyanaz az Apple azonosítót és @me.com-ra végződő e-mail-címet kell használnia, hogy mindenki hozzájusson

LÁTNÍ ÉS LÁTSZANI

Az interneten is hasznát veheted annak, amit KRESZ-ből tanultál.

A felhő tárhelyek tökéletesek arra, hogy megmutasd, hogy néznek ki a céged munkái.

Hozz létre egy galériát az Indafotón vagy a Picasa oldalán, vagy keress más online megjelenési ötleteket (📷 9.6 fejezet: „Online kommunikáció a honlapon túl”)

a cégnek jövő levelekhez. Ha ezt a címet nem használjátok az ügyfelekkel való kapcsolattartásra - és így nem derül ki a @me.com-os turpisság - akkor működhet az iCloudos megoldás, minden más esetben a Google felhőszolgáltatását ajánljuk.

Az iCloud legkomolyabb hátránya, hogy a piac legdrágább eszközeivel működik együtt. Nagyon jól menő cég kell ahhoz, hogy mindenki kétszázezres telefont és háromezres laptopot kapjon. Az iCloud ingyenes csomagban öt gigabájtnyi tárhely van, ez a dokumentumoknak, e-maileknek és névjegyzéknek egészen biztosan elég lesz. Az Apple felhőszolgáltatása akkor igazán jó választás, ha a céged egyébként is Apple eszközöket használ.

Legóként építhetetsz Google szolgáltatásokból

Ha nem egyedül dolgozol a cégedben, akkor jobban jársz a korábbi fejezetben keresőcéggént más ismer-

tetett Google felhőjével és a hozzá kapcsolódó eszközökkel. A cég Apps nevű szolgáltatásában a céged logójával ellátott online naplót, dokumentumszerkesztőt, táblázatkezelőt, levelezőt és címjegyzéket kapsz, sőt még egy honlapszerkesztő is jár hozzá. A böngészőben futó irodai csomag támogatja a közös munkát is, a dokumentumokba meghívhatod a kollégákat és együtt csiszolgathatjátok a fontos ajánlatokat, vagy nézhetitek át a kapott szerződéseket. A Google nem erőltet saját fájlformátumot, minden elterjedt formátumban mentheted az elkészült művet, hogy továbbküldd az ügyfélnek, a cég Drive nevű szoftvere ráadásul egyszerűvé teszi a dokumentumok feltöltését is.

A Google Apps PC-ről, Mac-ről, okostelefonról és tabletekről egyaránt működnek. Az androidos eszközökkel jársz a legjobban, ezek kényelmesen be tudják olvasni a netes címlistát és a céges levelezést, így

két-három jelszó beírása után máris mobil irodaként használhatod a kütyüidet.

Az Apps tíz felhasználóig ingyenes, ebből a csomagból viszont hiányzik néhány kényelmi funkció, mint például a teljes Microsoft Outlook kompatibilitás és 99,9 százalékos működési garancia. A tapasztalatok azt mutatják, hogy ezek hiányával bőven együtt lehet élni. Ha nagyobb biztonságra vágysz, vagy tíz főnél nagyobb a céged, akkor az Apps for Business előfizetést kell választani, ami havonta és felhasználónként öt dollárba kerül.

Internetes iroda kiadó

Az Apple vagy a Google eszközei nem felelnek meg mindenkinek, vannak, akik az ügyfeleik vagy saját megszokásuk és kényelmük okán inkább a Microsoft Office csomagnál maradnának. Akkor sem kell elkeseredni, ha a Te vállalkozásod ebbe a csoportba tartozik. A Word és az Excel mögé ugyan-

ÜGYVITELI RENDSZEREK A FELHŐBEN

Egyre bővül azoknak vállalkozásoknak a köre, akik biztonságban szeretnék tudni adataikat, nem szeretnék foglalkozni a frissítések telepítésével, adatbázis kiszolgálók karbantartásával. Számukra jelent tökéletes megoldást a Felhő alapú szolgáltatások. Ha emellett döntesz, program típustól és funkcionalitástól függően havi 10.000 és 150.000 forint közötti összegből fedezve van felhőbe levő ügyviteli rendszered. Ezzel nem csak járulékos üzemeltetési és karbantartási költségeket takarítasz meg, hanem bárhol és bármikor lehetőség van elérni ügyviteli rendszereidet.

úgy lehet felhő tárhelyet rakni, mint bármilyen más program mögé.

Ha csak az internetre akarsz menteni, akkor a Dropbox.com-on regisztrálj egy fiókot, telepítsd a programjukat, és a szoftver máris eljuttatja az összes gépedre a netes tárhelyre mentett iratokat. Az ingyenes csomag két gigabájt tárhelyet tartalmaz, az évi 99 dollárba (22 ezer forintba) kerülő csomag viszont már ötven gigabájtot ad. Drágábban ugyan, de arra is van lehetőség, hogy

a Word dokumentumaidet token többen dolgozzatok. A Telenor Webiroda nevű szolgáltatása vagy a Greenpentől bérelhető üzleti felhő segít ehhez hozzá.

Beszéljünk pénzről

Ha mikrovállalkozásod van vagy még csak gondolkodsz egynek az indításán, akkor az e-számlázás, az olcsó céges honlap és e-mail-cím a legfontosabb Neked. Ekkora méretnél a felhőre még alig kell költened.

Ha a napi feladataid közé tartozik, hogy öt-tíz ember munkáját koordináld, le-

gyenek azok klímászerelők vagy autósfutárok, akkor már a közös naptár és a közös levelezés a fontos. A profibb csomagot választva ez emberenként és évente 13 ezer forintjába fog kerülni a cégednek, ha ennyit nem szánsz rá, akkor tegyél egy próbát az ingyenes Google-csomaggal.

A havi rezsidet legjobban a Microsoft felhő ára növeli meg, erre viszont csak akkor van szükség, ha olyan piacra dolgozol, ahol ezek a programok számítanak a normának. Ebben az esetben az Office csomag ötvenezer forintos ára lesz a nagyobb falat, nem a havi párezer forintos Office 365 felhőszolgáltatás.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.google.com/apps/intl/hu/group/index.html
- www.apple.com/hu/icloud
- www.dropbox.com
- www.greenpen.hu
- www.telenor.hu/webiroda
- www.jungledisk.com
- www.e-szamla.lap.hu

9.10

LÉGVÁRAK HELYETT: FELHŐ

ÜZLETVITEL AZ INTERNETEN

VÁLLALKOZÁSOD ÉLETÉBEN LASSAN KIKERÜLHETETLENNÉ VÁLIK AZ INTERNET: SZINTE NINCS IS OLYAN ÜZLETI TEVÉKENYSÉG, MELYBEN A VILÁGHÁLÓ NE NYÚJTANA NEKED SEGÍTSÉGET. A KÖVETKEZŐ FEJEZETBEN EZEK KÖZÜL VESZÜNK SORRA PÁRAT.

Állásbörze a neten

Akár munkatársat keresel vállalkozásodhoz, akár Te keresel állást, a legtöbb információt a munkaerőpiac pillanatnyi állásajánlatairól a nagy internetes állásportálokon találod. Ha állást kínálsz, úgy ezeken érdemes hirdetned (és ha állást keresnél, akkor jelentkezned is), hiszen egy adott pillanatban nagyságrendileg 2 ezer állás közé kell elhelyezned a saját álláshirdetésedet.

Ha állást kínálsz

Egy, valamely nagy állásportálon elhelyezett

hirdetés költsége – különösen a megtalálandó kollégád majdani jóvedelméhez és a tőle elvárt munkához képest – nem veszélyes, egy 2 hetes hirdetés ára pár tízezer forint nagyságrendű. Ne feledd, hogy ezzel párhuzamosan mindenképpen helyezd el a hirdetést saját céges honlapodon is!

Az internetes álláshirdetésekkel az álláskereső folyamatok rendkívüli mértékben felgyorsult, és ez – tetéztve a jelenlegi nehéz gazdasági környezettel – azt eredményezheti, hogy

állásajánlatodra akár több száz pályázó is jelentkezni fog. A pályázatok között el kell igazodnod valahogy, és ez bizony sok időt és energiát igényel.

Előszelekciós munkában segít a pályázó rövid, de érdemi motivációs levele, illet a ténylegesen érdeklődő jelöltek önéletrajzai előtt olvashatsz. Ehhez azonban az is kell, hogy a hirdetésben szerepeljen vállalkozásod neve, tevékenysége, ezzel a jelölteknek lehetőséget biztosítasz arra, hogy utánanézzenek, hogy hova jelentkeznek.

Az, hogy az általad kínált pozíció a kkv-szektorban van, a jelentkezők számára éppúgy lehet vonzó, mint taszító, ezért is érdemes nyíltan kommunikálni.

Ezt követően a kiválasztott jelöltekkel állásinterjúkat kell lefolytatnod. Amennyiben nincs tapasztalatod ezekben az interjúkban, úgy érdemes segítséget kérned olyan kollégádtól, aki szívesen csinálja és eredményes volt már ilyen feladatokban, de fordulhatsz toborzási tanácsadóhoz is, ami persze sajnos pluszki költséget jelent, ugyanakkor garanciát is ad a szakszerűségre. Miután az interjúk után kialakult az a szűk kör, amelyben már csak azok a pályázók vannak, akik közül bárki betöltheti az

adott pozíciót, hozd meg döntésed, és szerződj új munkatársaddal.

Ha Te keresel állást

A nagy állásportálokon egy időben rengeteg különböző állásajánlatot fogsz találni, ezek közül kell leszűrni a számodra szóba jöhetőket. Ebben segítenek az állásportálok szolgáltatásai, a különböző kategóriákra szűrő programok minden oldalon megtalálhatók. Ha nem vagy biztos a kategóriákban, böngéssz, szánj rá időt, de ne lepődj meg, hogy ehhez több órára lesz szükséged.

Általában egy hirdetés 10 napig van fenn az adott állásportálon, ha Te épp az 5. vagy a 10. napon nézed meg, már majdnem biztos, hogy lekéstél róla.

A jelenlegi nehéz gazdasági helyzetben az aktív állás keresők folyamatosan figyelik ezeket az oldalakat, így az első napokban már 100-as nagyságrendben érkeznek pályázatok. Ezzel annyi a feladatod, hogy Te is légy az elsők között, ha felkerül egy számodra érdekes hirdetés, pályázz meg azonnal.

A levélbe amit küldesz, mindig írd be a hirdetés hivatkozási számát, hol olvastad, a pozíció nevét (pl.: értékesítési munkatárs, Fejér megye), hiszen egy cégnek több állásajánlata is futhat az adott oldalon, vagy máshol is.

Írj mindenképp 1-2 mondatot arról, hogy miért pályázod meg az adott lehetőséget. Ez a motivációról szóló, személyes bejelentkezésed, sokkal fontosabb lehet, mint gondolnád, ezt olvassák először rólad, ez alapján tűnhetsz ki a másik 100 pályázó közül!

Csatold az önéletrajzod, ha lehet, egyszerű Word

formátumban, képet csak akkor szűrj be, ha kéri, az ugyanis nem része az önéletrajznak. Egy önéletrajz maximum 2 oldal, de ha belefér 1 oldalba, az is teljesen rendben van. A jó önéletrajz olyan, mint a jó névkártya: olvasható és a fontos adatokat tartalmazza. A lényeg, hogy felsorolásgellegel mindaz szerepeljen benne, amihez értesz, amiben sikeres voltál eddig, ami mérhető, megérthető. Ez abban az esetben különösen fontos, ha nem „pontosan azt” csináltad eddig, mint amire pályázol!

9.11

ÜZLETVITEL AZ INTERNETEN

A fejezet támogatója:

KULCS-SOFT
kulcsrakész ügyvitel

A LEGFONTOSABB ÁLLÁS-PORTÁLOK:

www.profession.hu
www.monster.hu
www.cvonline.hu
www.jobline.hu

Nem tűnik fontosnak, pedig az: értesítési e-mail címed legyen személyes, egyszerű (pl: nagy.istvan@szolgalto.hu), ne használj pályázatoknál beceneves vagy egyéb extrém címet, ezzel felesleges támadási felületet adsz. Ma már mindenki a mobilját adja meg elérhetőségnek, ha lehet, vedd fel, ha csöng, mert nem nagyon hívnak újra, ha nem érnek el. A telefonos egyeztetésen akár rövid interjúra is sor kerülhet, rákérdezhetnek valamelyik pontjára az ön-életrajzodnak, vagy egyéb információkat kérnek tőled

(jövedelemigény, kezdés lehetséges időpontja, referenciák), de sokszor csak a személyes interjú időpontját egyeztetik általában a cég székhelyén. Használd az internetet arra is, hogy készülj az adott cégből, nézd meg a honlapját, ismerd meg termékeit és szolgáltatásait, használd a keresőt is, mert rövid idő alatt sok fontos információhoz juthatsz. Kikkel dolgoznak, mióta, miről híresek vagy épp melyik csapatot támogatják, mire büszkéek.

Mindezek birtokában felkészülten érkezel majd az interjúra, komfortosabb lesz a helyzet, könnyebben tudsz figyelni és pontosabb válaszokat tudsz majd adni a feltett kérdésekre.

Bankok az interneten

Időt és gyakran pénzt kímélsz meg, ha pénzügyeidet a sarki bankfiók helyett online, az interneten intézed. A legtöbb magyar pénzintézet ma már nyújt ilyen szolgáltatást a számodra, így – túl azon, hogy sok

esetben kedvezőbb díjakkal is számolhatsz – szabadon választhatsz magadnak bankot, nem kell a Hozzád közeli fiókhoz kötni vállalkozásodat.

Az internetes bankolás lehetőséget nyújt számodra banki műveleteid (így az utalások vagy lekötések) gyors és kényelmes lebonyolítására vagy éppen számlainformációid lekérdezésére. A szolgáltatás egyik legnagyobb előnye, hogy a hét minden napján, a nap 24 órájában igénybe vehető. Arra viszont érdemes odafigyelned, hogy kényelem ide vagy oda, ha intézel valamit, itt is érvényesek a banki nyitvatartási idők. Ha tehát záróra után indítottál el egy utalást, akkor azt jellemzően

csak másnap reggel, nyitás után hajtja végre a bank.

A „virtuális bankfiókban” egyazon azonosítóval és jelszóval egyszerűen, gyorsan és kényelmesen kezeltetted valamennyi forint-, deviza-folyószámládat, értékpapír- vagy hitelkártyaszámládat. A szolgáltatás igénybevételéhez általában csupán egy szerződést kell kötni, ezt követően azonnal használhatod saját online bankfiókodat – a legegyszerűbb persze, ha már meglévő bankod internetes bankfiókját használod. A bank érdeke is a legszigorúbb biztonság garantálása, így e rendszereket többszintű védelemmel látták el, ennek megfelelően

Ha az internetet bankolásra is használod, légy körültekintő azonosító adataid használatakor! Minden esetben ügyelj a banki rendszerből való szabályos kilépésre, azonosító adataidat pedig kezeld bizalmasan, még ha látszólag bankod kéri is ezeket. (A pénzintézet soha nem kéri el telefonon vagy e-mailben ügyfelei titkos azonosító adatait.) Válassz okosan jelszót! Lehetőleg ne add meg jelszóként neved, születési dátumod, a kiválasztott jelszót pedig rendszeresen (2-3 havonta) változtasd meg.

Forrás: Magyar Nemzeti Bank

ONLINE BANKI SZOLGÁLTATÁSOK FŐ KONDÍCIÓI

	Számlavezetési díj havonta	Bankközi elektronikus eseti utalás díja tételenként
Budapest Bank (Budapest E csomag)	399.-	0,1 % + 200.- + 0,3% max. 6000.-/tétel
CIB Bank (CIB Bázis Üzleti Számla Plusz)	316.-	0,225% min. 354.-
Citi Bank (CitiBusiness Mikro Számlacsomag)	1.000.-	0,2% min. 499.-
Erste Bank (Mikrovállalkozói Induló Számlacsomag)	545.- / 3.320.-*	0,15%, min. 265.- Ft +(0,3% max. 6000.-Ft)*
Unicredit Bank (Első Számla Számlacsomag)	499.-	0,175%, min. 175.-
K&H Bank (Start+ Számlacsomag)	445.-	havonta első 5 tétel ingyenes, utána 0,23%, min. 300.-
OTP Bank (Bázis Számlacsomag)	99.-	0,55% min. 600.-

(* a díj a számlavezetés első 12 hónapjára érvényes, ezt követően magasabbak a díjak)

A fenti adatok a vállalkozások számára kialakított egyes online banki szolgáltatások díjára vonatkoznak, amelyek tipikusan olcsóbbak a hagyományos tranzakcióknál.

Számolgass! Amennyiben ritkán fordul elő, hogy átutalással fizetsz, vagy csak kisebb tételeket, akkor érdemes azt a bankot választani, amely alacsony számlavezetési díjat szab ki, míg ha ügyeidet gyakran rendezel átutalással, akkor banki költségeidet úgy minimalizálhatod, ha a forintátutalás legalacsonyabb díját választod.

A bankok ajánlatairól és a szolgáltatások díjairól a hirdetményekből és az ún. kondíciós listákból tájékozódhatsz. Ezek megtalálhatók a bankok ügyféltérében is, de a legegyszerűbb, ha az egyes bankok honlapján nézted meg. Mielőtt azonban elvesznél az ajánlatok között, felhívjuk figyelmédet, hogy az interneten elérhetőek bankszámlacsomag összehasonlító szolgáltatások. Magánszemélyeknek szól a Magyar Nemzeti Bank bankszámlaválasztó alkalmazása (www.felugyelet.mnb.hu), vállalkozásoknak pedig ajánlhatjuk a Bankráció céges bankszámla összehasonlítóját (www.bankracio.hu).

(2014 április közepén érvényes adatok, a felsorolás csak tájékoztató jellegű, és nem teljes körű)

pedig a virtuális bankfiók a legbiztonságosabb online szolgáltatások közé tartozik. Az elektronikus úton leadott tranzakciók díjai

ráadásul általában kedvezőbbek, sőt számlacsomagtól függően különböző kedvezmények is igénybe vehetők.

Adásvétel online

Az internetes értékesítés és vásárlás ma már egy kiforrott és megbízható megoldás üzleti tranzak-

ciók végrehajtására, így egyre többen élnek ezzel a lehetőséggel.

Ma már szinte nincs is olyan hétköznapi használatú termék vagy szolgáltatás, melyet a különböző magyarországi vagy külföldi webshopok és online áruházak kínálatában ne lehetne elérni. De nemcsak másoktól tudsz vásárolni, Neked is lehetőség van céged termékeivel és szolgáltatásaival az interneten megjeleníteni. Egyrészt így olyanokat is elérhetsz, akiket a fizikai távolság

9.11

ÜZLETVITEL AZ INTERNETEN

A fejezet támogatója:

KULCS-SOFT
kulcsrakész ügyvitel

vagy más okok miatt vélhetően sose tudnál üzlethelyiségben fogadni, másrészt pedig a cég komolyságát is jelzi, ha megvan az online értékesítéshez szükséges infrastruktúrája.

Ha vásárolnál az interneten Az online vásárlás csak kicsit kockázatosabb, mint ha „élőben” veszel meg valamit, ugyanakkor számos előnye bőven kárpótolhat az esetleges problémákért. A kényelem, a gyorsaság, de még a gazdaságosság tekintében is előnyt élvezhet az internetes vásárlás, hiszen akár 24 órán belül házhoz viszik a kívánt terméket, amihez ráadásul akár még olcsóbban is hozzájuthatsz, mint a hagyományos üzletekben.

Ugyanakkor a kellemetlenségek elkerülése végett érdemes tisztában lenned az interneten keresztül lebojlyított megrendelésekkel

Ha szeretnéd kipróbálni, hogy miként lehet az internet segítségével árukat értékesíteni, a http://www.ekk.gov.hu/hu/e_kereskedelem/nyisson_e_boltot oldalon található útmutatót segítségül hívhatod, továbbá olvashatsz arról, hogy milyen kockázatokkal, terhekkel és kötelezettségekkel jár egy „internetes bolt” megnyitása.

kapcsolatos lehetőségekkel és jogaiddal is. Mielőtt megvennél valamit, először érdemes több honlapon is körülnézni, vagy akár árösszehasonlító oldalakra is elvándorolni, melyek pontos képet adhatnak arról, hogy hol mennyibe kerül az adott termék. Ha megtaláltad a Neked tetsző terméket a megfelelő áron, különösen ajánlott utánanézni, kitől és hogyan vásárolsz. Az ártéyezőn kívül érdemes megvizsgálni a szállítási, fizetési,

garanciális feltételeket is. Olvasd el a vevői értékeléseket a fórumon, kérj postán árkatalógust, vagy beszélj telefonon a cég valamely képviselőjével!

Arra is ügyelj, hogy a cégek jellemzően csak a vásárláshoz szükséges személyes adataidat kérhetik el, azaz például a címet, telefonszámot és hitelkártyaszámot. Ezeken túl azonban óvakodj egyéb személyes adataid

Kulcs-Soft Számítástechnika Nyrt.

Cím: 1022 Budapest, Törökvész út 30/A

Telefonszám: (06)-1-336-5300

E-mail: info@kulcs-soft.hu

Web: www.kulcs-soft.hu

KULCS-SOFT
kulcsrakész ügyvitel

A Kulcs-Soft Számítástechnika Nyrt. ügyviteli szoftvereket fejleszt és forgalmazó vállalat. Termékeivel a kis-, és középvállalkozásokat, valamint az egyéni vállalkozásokat célozza meg, bel- és külföldön. A piacvezető márkát, Kulcsár Tibor alapította 1989-ben, azóta több mint 50. 000 ügyfél választotta a Kulcs-Soft-ot. Termékkínálatukban megtalálhatók számlázó, készletező, raktározó könyvelő, bérszámfejtő, útnyilvántartó és vállalatirányítási programok.



HOGYAN KÉSZÜLT EZ A KÖNYV?

Hogy mindezt egy példával is megvilágíthassuk, jöjjön egy kicsit személyes történet: ennek a könyvnek az elkészítése. Egy ilyen kiadvány létrehozatala során sok szereplőnek kell együttműködnie: adva vannak ugye a szerzők, a lektor, a grafikus, a tördelő és végül az egész projekt kiagyalója, meg persze kell hozzá papír, nyomda és valami kicsi marketingkommunikáció is.

E kiadvány létrehozatalán például közel 15 ember és jó pár cég dolgozott. Hogy az őskáoszt elkerüljük, a teljes projektet már az elején kettéosztottuk: a tartalom előállítás és a kiadói tevékenység külön kézbe került. Személyes találkozókra a teljes projekt áttekintéséhez szinte csak a két „projektmenedzser” között került innentől sor, gyakorlatilag az összes egyéb kommunikáció (például: szerzőkkel való egyeztetés, szerződés, anyagok beküldése, javítása, az anyag lektorálásával, tördelésével kapcsolatos teendők, papírrendelés, nyomda kiválasztása, megrendelés) e-mailben, illetve többünk által elérhető közös szerver használatával történt. Mindenki a saját irodájában, otthon vagy épp egy tóparton dolgozott, a könyv elkészítésében dolgozó szereplők jelentős része soha nem találkozott egymással, legfeljebb a tevékenységéhez kapcsolódó „menedzserrel”.

megadásától, és vásárlás után egyből ellenőrizd hitelkártyádon, hogy a termék árának megfelelő összeget vonták-e le!

Amikor Te árulsz valamit
Természetesen a világhálón nemcsak vásárolhatsz, hanem el is adhatod saját termékeidet, szolgáltatásodat. Sok olyan portált, webáruházat találhatsz, ahol hirdetheted magad, ahová

felhelyezheted saját termékeidet, azonban a legelegánsabb megoldás mégis csak egy kis webáruház a saját honlapodon.

Táv munka
Bizonyára Te is hallottad már azt a kifejezést, hogy „táv munka”. Mindez szabad fordításban valami olyasmit jelent, hogy ma már nem szükségszerű, hogy egy cég munkavállalói vagy egy

adott projekt résztvevői egy irodában, egy helyen és főleg egyszerre végezzék munkájukat. Azt, hogy ez így legyen, az internet tette lehetővé.

Egy vállalkozás oldaláról mindez azért lehet elsősorban jó, mert így spórolni lehet: a munkavállalók idejét, irodaterületet, a munkavállaló oldaláról meg azért, mert elfelejtheti a blokkolóórát, és szabadabban, akár otthonról is dolgozhat. Mindez persze messze nem minden tevékenységre igaz: házat csak helyben lehet építeni, és az autószerelő sem tud távolról kicserélni valamit a kocsidon. Számos olyan tevékenység van ugyanakkor, ahol megfontolható a távmunka.

Ha távolról is hozzá szeretnél férni céged központi adataihoz, és félsz attól, hogy értékes adataid illetéktelen kezébe kerülhetnek, úgy mindenképp titkosítsd az adatforgalmat. Erre egy úgynevezett VPN-megoldással nyílik lehetőség, ami praktikus az

jelent, hogy egy látszólagos saját hálózatot hasítanak ki neked a nagy telekommunikációs hálózatból, ahol titkosítva – mások számára érthetetlen módon – kommunikálhattok egymással.

Ma már arra is lehetőség van, hogy internetalapú telefonnal az irodai telefonmelléked otthon csörögjön ki, így tarthatsz péntekenként egy távmunkanapot, de például ügyeletet, ügyfélszolgálatot akár egy kismama is el tud látni otthonról, te pedig az irodaköltségeken spórolhatsz.

9.11

ÜZLETVITEL AZ INTERNETEN

A fejezet támogatója:

KULCS-SOFT
kulcsrakész ügyvitel

ALKALMAZÁSOK CÉGED MŰKÖDTETÉSÉHEZ

Szinte mindegy is, mivel foglalkozik vállalkozásod, több olyan ügyviteli terület is van, melyeket ma már nem, vagy csak nagyon nehézkesen tudsz megoldani szoftveres támogatás nélkül. E szoftverek ráadásul ma már jelentős részben internetes verzióban is elérhetőek: azaz adott esetben meg sem kell vásárolnod őket, elegendő, ha valamilyen előfizetési konstrukcióban használsd a program folyamatosan frissen tartott és fejlesztett verzióját.

Számlázni öröm

A sikeres vállalkozásod egyik legfőbb szükséglete, hogy számlákat állíts ki, ezzel hozzá juss értékesített termékeid, szolgáltatásaid ellenértékéhez. Számlázó szoftverekből széles választék áll rendelkezésedre, viszont érdemes körütekintőnek lenned, és felmérni, hogy pontosan milyen tudással kell rendelkeznie az általad választott számlázó programnak. Számlázó program képes lehet a teljes értékesítési és beszerzési folyamat lefedésére, ami magában foglalhatja az ügyfélkapcsolataid nyilvántartásától (CRM) kezdve az érdeklődőidnek kiküldött árajánlatok, vevő megrendelések, beszállítóidnak küldött Szállító rendelések kiállítását, beszállítóidtól kapott bejövő számlák rögzítését és vevőidnek kiküldött kimenő számlák kiállítását. Legfontosabb választás előtt eldönteni, hogy elegendő – e nekünk, ha csak számlát tudunk kiállítani, vagy termékértékesítéssel foglalkozunk, ezáltal készlet-nyilvántartási kötelezettségünk is van? A számlázó szoftverek árai 15.000 és 100.000 forint közötti tartományban mozognak.

Készletnyilvántartás

A vállalkozásod által tovább értékesítésre beszerzett árukról, késztermékeidről, a gyártáshoz szükséges alapanyagaidról készletnyilvántartást kell vezetned. Ez egyrészt segít azonnali raktárkészlet mennyiségeket lekérdezni, másrészt képet ad az értékesítésre váró készleteid értékéről. Számlázó és készletnyilvántartó funkcióval rendelkező szoftverrel képet kaphatsz átlagos termékfogyásaidról, ezzel beállíthatod raktárkészletünk optimális és minimális mennyiségeit. Készletnyilvántartó szoftverek 15.000 – 100.000 forint közötti tartományban mozognak, számlázó és készletnyilvántartó funkciókkal egyaránt rendelkező szoftverek ára: 30 – 200 ezer forint.

Tárgyi eszköz nyilvántartás

Külön kell kezelned azokat az eszközeidet, melyek egy éven túl vannak használatban cégedben. Ezeket az eszközöket készleteidtől eltérő módon kell nyilvántartanod és az idő haladtával értékcsök-

kenést kell elszámolnod rá, mely az elhasználódásuk pénzben kifejezett értékét fejezi ki. Ehhez szoftveres segítséget 200 – 300 ezer forint között találhatsz.

Házipénztár kezelése

A számlázáshoz szorosan kapcsolódik a házipénztár nyilvántartás, mely vállalkozásod készpénzforgalmát hivatott kezelni. Készpénzes vásárlóid által kifizetett pénzről, valamint beszállítóid, szolgáltatóid kifizetésre tartott készpénzállományodról nyilvántartást kell vezetned. A házipénztár programok funkcióihoz társulhat különböző bankoknál kezelt folyószámláid egységes nyilvántartása is. Ha a házipénztár program a számlázó program része, gyors áttekintéssel meg tudsz győződni a vevőid fizetési hajlandóságáról, kintlévőségeidről. Házipénztár szoftvert 15 és 150 ezer forint között találhatsz.

Útnyilvántartás

Bár céges tulajdonban lévő autókra jelenleg nincsen általános útnyilvántartási kötelezettség, de ahhoz

hogy a költségek elszámolása teljes körű lehessen, a gyakorlat gyakran elengedhetetlené teszi útnyilvántartó szoftver használatát.

Útnyilvántartó szoftvert 15 és 50 ezer forint között tudsz megvásárolni.

Könyvelés

A könyvelő program teszi lehetővé a vállalkozásodban bekövetkezett gazdasági események teljes körű rögzítését és nyilvántartását, ezért a program elengedhetetlen részét képezi a vállalkozások életének. Minden cégnek fontos, hogy az aktuális vagyonáról, a vagyona változásáról, a pénzügyi helyzetéről egy átfogó, megbízható és valós képet kapjon. Ezt egy könyvelő programmal biztosíthatja a hatóságok, a hitelezők és ön maga számára is. A könyvelőnek nagyon fontos szempont egy program megvásárlásakor, hogy az minél jobban leegyszerűsítse munkáját, azaz felhasználóbarát módon végezhesse napi rögzítési munkáit, valamint erről átlátható listákat, analitikákat tudjon lekérni. Nem utolsó szempont egy könyvelő program kapcsán a benne rejlő automatizmusok használhatósága: ilyen például a bevételek, beszámoló elkészítése egy gombnyomással, valamint egyes tételek automatikus lekönyvelése, mint az árfolyam

különbözöket, pénzforgalmi típusú áfa, átértékelés, pénztár kerekítés és így tovább.

Könyvelésed akkor lesz igazán hatékony, és gyors, ha nem kell minden tétet kétszer – azaz a számla kiállítása mellett a könyvelő programba is – rögzítened, hanem a programok közötti kapcsolattal (adatátadással) ez egy mozdulatodba kerül.

A könyvelő szoftverek esetében tudásuktól függően nagyon tág az ársáv, 50 és 300 ezer forint között választhatod ki a neked megfelelő funkcionalitással, tudással rendelkező programot.

Bérszámfejtés

Talán nincs is annál összetettebb, és bonyolultabb folyamat, minthogy minden munkaüggyel, társadalombiztosítással, és bevallással kapcsolatos teendőt kézben tarts, és mindent a legnagyobb alaposággal, határidők betartásával készítsd el. A társadalombiztosítás és bérügy – bár a számviteli (könyvelés, pénzügy) területtel szorosan összefüggnek – mégis két, külön terület: közöttük az összefüggést nagyjából a bérköltségek nyilvánítása jelenti.

A bérszoftverrel a bérek számfejtését, munkaügyi adatok nyilvántartását, a járulékbetartást és azok utalását intézheted. Fontos

szempont, hogy mivel számtalan szerv ellenőrzi a munkaügyet, a számfejtést, mindenképpen egy megbízható, sok kényelmi funkcióval ellátott szoftverre van szükséged, amely nem igényli azt, hogy minden nap a jogszabályokat, törvényeket értelmezd, mert alpból követi azok változását.

A szoftver akkor jó, ha képes számos olyan folyamat elvégzésére, amely céged életében a program automatizmus nélkül sokkal több időt is igénybe venne. Ilyenek például: a munkaidő nyilvántartása egy online felületen, a cafeteria rendszer kezelése, kedvezményekre való jogosultság esetén figyelmeztetés, munkaruhák nyilvántartása, és nem utolsósorban a táppénz elbírálása és számítása. Fontos szem előtt tartanod azt is, hogy milyen listákat, kimutatásokat képes elkészíteni a program, és ezek mennyire testre szabhatóak, szerkeszthetőek.

A programok ára széles skálán mozog, pár ezer és pár százezer forint között találhatóak, természetesen vannak ennél drágább szoftverek is ott viszont már nem önmagában vett számlázó és/vagy készletnyilvántartó programról beszélünk, hanem szélesebb gazdasági folyamatokat átfogó integrált rendszerről.

BIZTONSÁGBAN AZ INTERNETEN

BIZONYÁRA TE IS EZER ÉS EGY TÖRTÉNETET HALLOTTÁL ARRÓL, HOGY MILYEN VESZÉLYES IS AZ INTERNET: TELE VAN VÍRUSOKKAL ÉS MÁS GONOSZ KIS PROGRAMOKKAL, GÉPEKET FELTÖRŐ HACKEREKKEL ÉS ADATHALÁSZOKKAL. ÉS BÁR A MÉDIA TALÁN ELTÚLOZZA A VESZÉLYEKET, TÉNY, HOGY EZEK ELLEN NEKED IS VÉDEKEZNEK KELL. A KÖVETKEZŐKBEN ARRÓL LESZ SZÓ, HOGY HOGYAN LEHETSZ BIZTONSÁGBAN A WEBEN.

A számítógépek és hálózatok biztonságával foglalkozó szakemberek gyakran viccelnek azzal, hogy egy rendszer legkockázatosabb eleme a billentyűzet és a szék támlája között foglal helyet. A védekezésre ugyanis számtalan technikai lehetőség van, csillagászati összegeket el lehet költeni különböző biztonsági megoldásokra, de ezek nagyon keveset érnek, ha te vagy kollégáid kényelemből, figyelmetlen-

ségből vagy szándékosan kikapcsoljátok, megkerülik ezeket.

A védekezésre a legolcsóbb megoldás az odafigyelés. Csupán azzal, ha végig gondolod, milyen adataid vannak, ezek mennyire értékesek a számodra, mennyire értékesek a konkurencia vagy más külső személy számára, hogy az adataid mennyire könnyen vagy nehezen hozzáférhetők, máris nagy lépést tettél

abba az irányba, hogy növelj vállalkozásod informatikai biztonságát. Különösen figyelni kell a közösségi oldalakon (pl. Facebook), az ott található, viccesnek tűnő alkalmazások (mi az indián neved, milyen autó/lakás/kutya illik hozzád, humoros vagy pikáns képek, stb) gyakran csak az adataidra utaznak. Gondolj bele, hogy a telefonbanki azonosításnál milyen adatokat kér tőled a bank? Ugyanezeket adod meg ezeknek az alkalmazásoknak is.

Biztonsági eszközök

Biztonsági mentés

A legfontosabb, hogy mindig legyen naprakész biztonsági mentésed, amiből gyorsan vissza tudod állítani a számítógéped utolsó jó állapotát, friss adatokkal. Ha a teljes gépedet rendszeresen mented például egy külső winchesterre, egy esetleges rendszerösszeomlás után 1-2 óra alatt a megszokott környezetben találsz magad, ennek hiányában csak az újratelepítés napokig tart, az egyéni beállításaidat pedig hetekig csiszolhatod.

A teljes gép mentésére a Windows Vista és a Windows 7, 8 üzleti verziói tartalmazzák a Complete PC Backup (teljes PC-mentés) programot, más operációs rendszereken a fizetős Acronis és Paragon szoftverek a legnépszerűbbek, de ingyenesen elérhető a GFI Backup megoldása is. Ha gyors internetkapcsolatod van, fontold meg egy mentés-

szolgáltató igénybevételét, hiszen az ottani mentésedhez illetéktelenek nem férnek hozzá, és betöréskor vagy tűz esetén sem kell aggódnod (keresőszavak: online backup service).

Gondold végig, milyen gyakran változnak a fontos információid, a mentésed gyakoriságát igazítsd ehhez! Érdemes lehet akár naponta többször is menteni – akár csak egy pendrive-ra – a fontos adatokat, akár az operációs rendszered szinkronizáló funkciójával.

Titkosítás

Ha a gépeden mások számára is értékes adatokat tárolsz, titkosítsd a géped! Erre ma már sok merevlemezgyártó is megoldást kínál, gyakran a notebookba is titkosító csipet építenek, a legjobb megoldás mégis a titkosítószoftver szokott lenni. Azt talán mondanunk se kell, hogy ha úgy érzed, tényleg fontosak és értékesek a gépeden tárolt adatok, úgy a mentések-

hez használt pendrive is legyen titkosítva!

Ha csak 1-2 géped van, a TrueCrypt nagyon jó ingyenes megoldás, több gépnél már valamelyik profi gyártó megoldását érdemes választanod.

A belépés biztonsága

Semmit nem ér a jelszavad, ha túl egyszerű (vagy ha a monitor sarkára van ragasztva). Válassz megjegyezhető, de mások által ki nem található jelszót. Lehetőleg mindenhol más jelszót használj. A kutyád neve, születési éved vagy az autód rendszáma nem jó ötlet! Ha félsz, hogy kitalálják (vagy lelopják) a jelszavadat, vegyél egy úgynevezett tokent, ami banki szintű biztonságot ad, és ami nélkül a géped nem enged be senkit. Ezt egy jó jelszóval kombinálva bízatsz benne, hogy más nem lép be a gépedbe a nevedben.

Az online banki rendszerhez sose olyan jelszót adj, amit máshol is használsz! Ha szeretnél az interneten

bankolni, minden esetben te gépeld be a bankod webcímét a böngészőbe, sose kattints levélből egy linkre! Ne feledd: a bankok soha, ismételjük: soha nem kérnek e-mailben jelszót, és soha nem e-mailben tájékoztatnak mindenféle új biztonsági rendszerről vagy jelszóváltoztatási esetleg a bankrendszerbe történő belépési kérelemről. Az ilyen e-mailek szinte mindig a jelszavadat akarják lelopni, úgynevezett adathalász (phishing) támadást jelentenek. Ha a jelszavadhoz hozzájutnak, általában 2 percen belül kifosztják a számládat!

Vírusvédelem

A biztonság alfája sokak szerint a vírusvédelem. Sok cég ingyenesen is elérhetővé teszi a vírusvédőjét, de csak egyéni használatra, vállalkozásra nem engedélyezi. Ha a számítógépeddel pénzt keresel, ennyit érdemes rászánni a több százezer vagy millió forintot érő adatod védelmére: vegyél egy jó nevű gyártótól vírusirtót!

Spyware-védő

Egyre gyakrabban találkozni kémprogramokkal, amik elsősorban a jelszavaidat akarják megszerezni. Sokszor az a céljuk, hogy a géped felett átvegyék az

ADATAINK AZ INTERNETEN – NÉHÁNY SZÓ AZ ADATBIZTONSÁGRÓL

Információk a saját számítógépünkön

A böngészőnk (Firefox, Internet Explorer, Chrome és társaik) kényelmünk érdekében megjegyyez szinte mindent, amit benne műveltünk. Elraktározza azokat az oldalakat, amiket meglátogattunk, megjegyzi a beírt jelszavakat, elteszi az egyes oldalakra vonatkozó beállításainkat tartalmazó cookie-kat. Teszi ezt azért, hogy ne kelljen ugyanazt a műveletet többször elvégeznünk.

Ezzel nincs is baj addig, amíg a gépünk nem kerül illetéktelen kezekbe. Ő (az illetéktelen) ugyanis ott folytathatja, ahol mi abbahagytuk – minden titkunkhoz hozzáfér. Ha a kényelmi funkciókról nem akarunk lemondani, ez ellen a veszély ellen legcélszerűbben úgy védekezhetünk, ha a számítógép általános védelmét használjuk: állítsunk be nehezen kitalálható jelszót (legalább 8-9 karakter, betűk, számok, speciális j@lek vegyesen) a bejelentkezéshez, és állítsuk be azt is, hogy az egyedül hagyott gép egy idő után csak jelszóval legyen elindítható.

És persze ügyeljünk a gép fizikai védelmére is: akárkit ne engedjünk hozzá és például ne hagyjuk el...

Előfordul azonban, hogy idegen gépről szeretnénk belépni az internetre: egy internet-kávézóból vagy épp egy ismerősüktől. Ilyenkor semmiképp nem szeretnénk, ha a böngésző megjegyzné az adatainkat. Ehhez korábban komoly és figyelmes adat-törölgetésre volt szükség, de szerencsére az utóbbi egy-két évben minden fontos böngésző-szoftverben kezelték ezt a kérdést. Külön üzemmód áll rendelkezésre a vendégek részére. A Firefox és az Internet Explorer Privát böngészésnek nevezi (Ctrl-Shift-P), a Chrome Inkognitó Módnak hívja (Ctrl-Shift-N). Idegen gépen célszerű a munkát azzal kezdeni, hogy átváltunk ezekre az üzemmódokra, így ugyanis kilépéskor a böngésző automatikusan kitakarít utánunk: töröl minden olyan nyomot, amit hagytunk. Illetve majdnem mindent: a könyvjelzők és a letöltött file-ok a gépen maradnak ilyenkor is.

Fontos tudni, hogy a privát, vagy inkognitó böngészés csak és kizárólag a számítógépen, a böngészőben tárolt adatok védelmét segíti. Az internetre kerülő adatsomagok szempontjából viszont mindegy, hogy privát vagy normál böngészőből indultak-e el.

Az adatkommunikáció védelme

Hosszú éveken keresztül az volt az internetes banki tranzakciók elleni legnagyobb ellenérve, hogy a kommunikáció lehallgatható. Erre igen gyorsan megszületett a megoldás: az igazán fontos tranzakciókat a titkosítva küldik át a neten. A https:// kezdetű web-címek azt jelentik, hogy a web-szerver és a böngésző először megegyeznek egy rejtjel-kulcsban, majd ezt használva kódolják-dekódolják az információt, ami az interneten csakis a kódolt formájában közlekedik. Így hiába is fogja el valaki az adatsomagokat, a kulcs hiányában nem tud velük mit kezdeni.

Adataink a célállomáson

Az információkat nyilván azért küldtük el, hogy valaki megkapja őket. Azt a kérdést, hogy a címzettben megbízhatunk-e, most inkább ne feszegezzük... (Az adatbiztonsági felmérések ugyanis azt mutatják, hogy a legnagyobb biztonsági kockázat éppen a küldő és fogadó oldalon ülő emberek felelőtlensége.)

Foglalkozzunk inkább a „postással”: azokkal a közösségi illetve levelező oldalakkal, akik az általunk küldött információt átadják a címzettnak. A Google és a Facebook is jogot formál arra, hogy minden rajta keresztül elküldött információt tároljon, elolvasson, ráadásul marketing célból feldolgozzon. Sőt, van már rá gyakorlat, hogy bírói végzésre átadják az igazságszolgáltatás képviselőinek. A dolgok mai állása szerint ez ellen nem tudunk semmit tenni; legfeljebb úgy dönthetünk, hogy nem veszünk részt a virtuális világnak ebben a szeletében.

uralmat és másokat támad-janak meg, néha viszont a banki hozzáférésekre utaznak. Van néhány jó ingyenes kémprogramvédő (pl. Ad/Aware, Spybot S&D), de az antivírusgyártók szinte mindegyike ad spyware-védelmet a szoftveréhez.

Tűzfal (firewall)

A számítógépeden használt szoftverekben (magában az operációs rendszerben is) számtalan hiba van. Ezeket a támadók gyakran megpróbálják kihasználni azért, hogy bejuthassanak a gépedre – hogy ott mit csinálnának, az már csak a szándékaiktól függ. Ellenük személyi tűzfallal tudsz védekezni. Az antivírusgyártók gyakran csomagolnak tűzfalat is a szoftverhez, de érdemes megnézni az Outpost-, ZoneAlarm- és Kerio-szoftvereket is. Ha több számítógépet használtok a vállalkozásnál, vegyetek egy komolyabb tűzfalat, lehetőleg olyan UTM eszközt, ami a tűzfal-funkciókon kívül a biztonságos távoli hozzáférést

(VPN) is lehetővé teszi, és ki van egészítve a támadások felismerését és elhárítását (IPS), a veszélyes weboldalak szűrését végző (URL-szűrő) és a káros alkalmazások kommunikációját akadályozó (application filter) funkciókkal. Kis cégeknek már 150–200 ezer forint környékén kínálnak egészen jó tűzfalrendszereket.

Spamszűrő

A spam inkább bosszantó, mint káros, de biztonságilag is kockázatot jelenthet. Ha 1-2 felhasználóról van szó, érdemes egy olyan szolgáltatótól venni e-mail címet, aki komolyabb spamszűrést is végez (Google, Yahoo), de ha saját e-mail szervered van legalább 10–20 felhasználóval, akkor is érdemes profi spamszűrő szolgáltatásban gondolkodni (GFI, Symantec, Websense), vagy jobb szoftvert beszerezni (GFI). Ne feledd: annál, ha sok spamet kapsz, csak egy dolog bosszantóbb: ha a fontos e-mailedet is kitörli

a rossz spamszűrő!

A Wi-Fi biztonsága

Ha Wi-Fi-t használsz, alapvető, hogy legalább úgynevezett WPA2 titkosítást használj. Ne feledd, a gyengébb titkosítású vagy titkosítatlan adatforgalmat bárki lehallgathatja! Ha több számítógépetek van, vagy raktárt tartasz fenn vonalkódolvasókkal, gyakran olcsóbb Wi-Fi-hálózatot kiépíteni, mint vezetékes számítógép- és telefonhálózatot. Ilyenkor viszont kritikus, hogy a rendszered jól működjön: ugyan egy profi megoldás (Cisco, Aruba) drágább az otthoni Wi-Fi-megoldásoknál, viszont nem szakadozik vagy lassul be folyton, és a betörések ellen is sokkal jobban véd.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.internetbiztonsag.lap.hu
- www.spam.lap.hu
- www.biztonsagportal.hu
- www.buhera.blog.hu

AZ INTERNETTEL KAPCSOLATOS JOGI TANÁCSOK

AMIKOR A VÁLLALKOZÁSODNAK SAJÁT HONLAPOT (VAGY MÁSKÉPPEN WEBOLDALT) HOZOL LÉTRE AZ INTERNETEN, SOK SZÁZEZER EMBER TALÁLHAT RÁD. MINT AZONBAN A VALÓDI VILÁGBAN, A VIRTUÁLIS TÉRBEN, VAGYIS AZ INTERNETEN IS BE KELL TARTANOD NÉHÁNY SZABÁLYT. A JOGSZABÁLYOK EGY RÉSZÉ ELÉGGÉ ÁLTALÁNOS AHHOZ, HOGY AZ INTERNETRE IS VONATKOZZON, ÉS VAN A SZABÁLYOKNAK EGY SPECIÁLISAN AZ INTERNETRE KIALAKÍTOTT RÉSZÉ IS. ÉRDEMES EZEKKEL LEGALÁBB NAGYJÁBÓL TISZTÁBAN LENNED, HOGY TUDD, HOGY MIT TEHETSZ ÉS MIT NEM, ÉS EZZEL KAPCSOLATBAN MILYEN FELELŐSSÉG TERHELI A VÁLLALKOZÁSODAT. NÉZZÜK MEG, HOGY MILYEN JOGI VONATKOZÁSÚ KÉRDÉSEK MERÜLHETNEK FEL EGY HONLAP LÉTREHOZÁSA ÉS MŰKÖDTETÉSE SORÁN!

A doménnév bejegyzése

Mindenekelőtt érdemes egy doménnevet – egy internetes azonosítót – bejegyeztetned, olyat, ami tükrözi a tevékenységedet (pl.: www.mosasvasalas.hu). Csak olyan domén-nevet választhatsz, ami még nem foglalt, bár a már foglalt

doménnevek is megvásárolhatók, csak sokkal drágábban. Te döntöd el, hogy .hu, .eu vagy más (pl.: .com) domént kívánsz bejegyeztetni, ennek abban van jelentősége, hogy a magyar felhasználó általában a .hu-n keres, míg ha például .eu-s doméned van,

akkor külföldről is nagyobb eséllyel találják meg az oldaladat (különösen akkor, ha idegen nyelvű elnevezést adsz a doménnek (pl.: www.washingandpressing.eu).

Adatszolgáltatás

Ha megvan a számítógéped internetes azonosításához

szükséges domén-neved (amely az IP-cím között-hetőbb változata), attól függően, hogy mit szeretnél az oldaladdal kezdeni:

- csak elérhetőséget megadni,
- a termékeid/szolgáltatásaid listáját elérhetővé tenni,
- fórumot üzemeltetni, hírlevelet/reklámot kiküldeni,
- vásárlást, online fizetést lehetővé tenni,

bizonyos adatokat mindenképpen közzé kell tenned. Ezek az adatok minimum a vállalkozásod neve, címe (székhelye/telephelye vagy a lakcímed), e-mail címe, telefonszáma. Ha elektronikus kereskedelmi szolgáltatást is nyújtasz, vagyis az interneten üzletszerűen kereskedsz (jövedelemszerzési céllal rendszeresen eladsz, veszel, kínálsz árut vagy szolgáltatást), akkor a fentiek kívül még egy pár egyéb adatot is közölnöd kell. Ha a vállalkozásod például áfaalany, akkor az adószámodat is fel kell

tüntetned, ha pedig engedélyköteles tevékenységet végzel (pl.: biztonsági őrvagy), akkor az előbbieket mellett az engedélyed adatait is.

Minél többet akarsz elérni a honlapodon keresztül, annál több szabályt kell tehát figyelembe vened.

Ha a vevőidnek online, vagyis személyes kapcsolat nélkül, az interneten kereszti szerződéskötési lehetőséget biztosítasz, akkor ehhez részletesen ismertetned kell a vásárlás menetét, feltételeit, a fizetés és kiszállítás lehetséges módjait, valamint a reklamáció lehetőségét és az ezekhez kapcsolódó elérhetőséget.

Érdemes mindezek érdekében általános felhasználási feltételeket közzétenned.

Ezek a feltételek a kötelező tájékoztatáson kívül azt is rögzítik, hogy mit szabad és mit nem szabad a honlapodon tenni (pl.: az érdeklődő csak a honlapra történő regisztráció után vásárolhat az online boltban). Ezeknek a felhasználási feltételeknek

az elfogadása a felhasználó és vállalkozásod között létrejött szerződésnek minősülnek, vagyis, ha a honlapodon regisztráló/vásárló felhasználó azokat elfogadja, akkor neki is annak megfelelően kell eljárnia, és természetesen Neked is.

Adatkezelés, adatvédelem

Az érdeklődőkkel, vevőkkel való kapcsolattartás (a honlapodon regisztráló érdeklődők, a vásárlók nyilvántartása) a részedről adatkezelésnek minősül. Ezt a jog nagyon szigorúan kezeli, és megköveteli, hogy adatkezelési szabályzatot tegyél közzé és a szabályokat magad is tartsd be. Számos már kész adatvédelmi szabályzatot elolvashatsz, hogy kialakíthasd a Te

igényeidnek megfelelőt, de a Magyarországi Tartalom-szolgáltatók Egyesületének honlapjáról például ingyenesen hozzáférhető, részletes adatvédelmiszabályzat-mintát is letölthetsz.

Honlap-készítés, vállalkozási szerződés, szerzői jog

A honlapodat magad is elkészítheted, vagy ezzel

Ha a vásárlást is lehetővé teszed a honlapodon, jó, ha tudod, hogy egyrészt a fogyasztóvédelmi szabályok erre is vonatkoznak, másrészt az internetes értékesítés távollévők között létrejött szerződésnek minősül, ami azt jelenti, hogy a vevőd az áru átvételétől számított 8 napig indokolás és veszteség nélkül visszaválthat (elállhat) a szerződéstől.

megbízhatasz mást. Ha mást bíz meg, ezt vállalkozási szerződés keretében érdemes megtenni, mert ebben a szerződési formában, ha a vállalkozó nem a megállapodás szerinti munkát végzi el, elállhatsz a szerződéstől, vagyisq nem kell kifizetned a rosszul elvégzett munkát. Ezzel szemben a gyakran alkalmazott megbízási szerződés keretében a vállalkozó csak a rábízott ügyet köteles ellátni, de a létrehozott eredmény tekintetében nincs az előbbihez hasonló felelőssége. A szerződésben érdemes rögzítened, hogy a vállalkozó/grafikus csak

a saját maga által készített vagy olyan képeket, illetve egyéb alkotásokat (videóklipet, zenét, logót, stb.) tehet az oldaladra, amelyek felhasználása ingyenes és/vagy nem engedélyköteles, illetve, ha engedélyköteles alkotást használ fel, akkor a felhasználási jogokkal ő rendelkezik, és Te megvásárolhatod tőle.

Ez a későbbiekben is vonatkozik a honlapodra. Az eredeti irodalmi, tudományos és művészeti alkotásokat védő szerzői jog csak kivételes esetben engedi meg, hogy más művet (zenét, filmet, képet, grafikát, fotót, írást) a honlapodon közzétedd. Ha valahol rábukkansz egy képre, zenére vagy más alkotásra, amit szeretnél az oldaladon felhasználni, akár úgy, hogy mások számára elérhetővé teszed, akár úgy, hogy átdolgozol és a saját alkotásod részeként teszed hozzáférhetővé, ehhez először a szerzői jog tulajdonosától kell engedélyt kérned! Némely

Jó, ha tudod, hogy ha ismerőstől másolt operációs rendszerrel szereled fel a vállalkozásod gépét/gépeit, szerzői jogi jogsértést követsz el, ami azt jelenti, hogy a jogtulajdonosok vagy azok képviselői (pl.: a jogellenes szoftverhasználat ellen fellépő Business Software Alliance) polgári jogi úton kártérítést érvényesíthetnek Veled szemben. Amennyiben egy esetleges büntetőjogi perben a bíróság megállapítja, hogy a jogsértés „haszonszerzés végett” vagy „vagyonai hátrányt okozva” történt, akár 2 év börtönt és pénzbüntetést is kiszabhat a bíróság. Érdemes tehát a szoftverekkel körültekintően eljárni, részletesen elolvasni a megvásárolt szoftver felhasználási engedélyét, illetve, ha lehet, akkor mindezt elkerülni és szabad szoftvereket használni.

alkotás esetében egyértelmű, hogy kihez kell fordulnod, más esetben kicsit bonyolultabb, de minden esetben érdemes először a főbb közös jogkezelő szervezeteket megkeresni. A közös jogkezelő szervezetek a szerzők, előadóművészek és egyéb alkotók érdekeit képviselik az átláthatóbb, könnyebb ügyintézés érdekében. A szerzői jog a te műveidre is vonatkozik. Ha más készíti a honlapodat, érdemes előre megállapodni, hogy ki lesz a létrehozott alkotás jogtulajdonosa, vagyis hogy a vállalkozó által a honlapodra készített képet te az engedélye

nélkül felhasználhatod-e a jövőben (pl.: megváltoztathatod, más szóróanyagodon megjelenítheted, másnak eladhatod stb.), vagy a jogokkal továbbra is ő rendelkezik, és te csak a honlapodon vagy a vállalkozásod más anyagain használsz az ő alkotását. Az általad létrehozott alkotásokkal kapcsolatban (ha grafikát, fotót, zenét készítesz) mindenképpen Te gyakorolod a jogokat. Érdemes a honlapodon közzétett felhasználási feltételekben rögzíteni, hogy mit engedsz és mit nem az alkotásaiddal kapcsolatban. Ha ezt nem teszed meg, akkor az álta-

lános szerzői jog szabályai vonatkoznak majd a művedre, vagyis ha valaki fel akarja azt használni, Tőled kell engedélyt kérnie.

Úgy is dönthetsz azonban, hogy Creative Commons-licenz alatt teszed közzé a művedet. Ebben az egyszerűsített szerzői jogkezelési rendszerben különböző lehetőségek közül választhatsz: engedélyezed például a műved felhasználását, de csak nem kereskedelmi célra; vagy engedélyezed a műved átdolgozását, de csak úgy, ha az átdolgozást is azonos licenzformában teszik közzé stb. Ezzel megkönnyíted azok dolgát, akik a Te művedet szeretnék alapul venni a sajátjukhoz, esetleg csak szeretnék a fotódat, grafikádat vagy zenédet a saját oldalukon közzétenni.

A gépeden futó szoftver

A számítógépek működését lehetővé tevő operációs rendszereket, valamint az egyéb számítógépes programokat (pl.: számlázási, fotószerkesztési, stb.), vagyis a szoftvereket, amelyeket a vállalkozásodnak vásárolsz, ugyancsak a szerzői jog védi, ami azt jelenti, hogy te csak úgy használhatod, ahogyan az az adott szoftver felhasználási szerződésében szerepel. A felhasználási szerződések pontosan és szigorúan rögzítik, hogy hány példányban másolhatod le a programot, illetve hány számítógépen használhatod. Amennyiben van a cégben a számítógépes rendszerekhez értő ember, érdemesebb a szabad szoftverrendszereket (pl.: Linux) használni, mert ezek ingyenesek és szabadon alakíthatók.

Reklámok az interneten

Minden vállalkozásnak jót tesz a reklám, és az interneten nem jelent anyagi különbséget, hogy 1 vagy 1 000 000 reklámlevelet küldesz-e el. Mégsem ilyen egyszerű a helyzet. Az internetes reklámozás lehetőségeit a törvények meglehetősen pontosan határozzák meg. Jogszabályok rendezik, hogy mi számít reklámnak, mint ahogyan azt is, hogy elektronikus levelezés útján kit és hogyan lehet megkeresni.

A legfontosabb szabály e tekintetben az, hogy csak annak lehet e-mailben reklámot küldeni, aki ehhez előzetesen egyértelműen és kifejezetten hozzájárult. A hozzájárulást nem lehet e-mailben kérni, mert már ez is reklámnak minősül. A hozzájárulásukat megadó személyekről nyilvántartást kell vezetni. A hozzájárulás-szerzés egy jogszerű módja lehet például, ha a honlapon regisztrációs lehetőség is van, a regisztrációkor

felkínálni a hírlevélküldés lehetőségét. Ugyanígy az online vásárlás közben is fel lehet ajánlani a vevőnek, hogy a vállalkozásod értesíti őt az új termékekről/akciókról. A hozzájárulás bármikor visszavonható, ami azt jelenti, hogy ezt követően ennek a személynek többé nem lehet reklámot küldeni.

Fórum a honlapodon

Egy jól menő vállalkozásnak akár olyan honlapja is lehet, amelyen a felhasználók fórum keretében cseveghetnek egymással. Ez a terület a honlapot üzemeltető vállalkozó szempontjából az előzőekben ismertetett

Az elektronikus hirdetésekkel kapcsolatos szabályok betartását a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság ellenőrzi, amely kérelemre vagy hivatalból eljárást indíthat, és ha jogszabálysértést állapít meg, 50 000–500 000 Ft-ig terjedő bírságot szabhat ki.

szerkesztett tartalmakhoz (saját honlap arcuata, reklám, képek stb.) képest eltérő felelősséget jelent. Ha fórumot biztosítasz a felhasználóidnak, mindenképpen tégy közzé felhasználási és moderálási feltételeket. A fórumban a felhasználók által leírtakért az üzemeltető felelőssége korlátozott, ami azt jelenti, hogy nem kell ellenőriznie, hogy sor került-e jogsértő hozzászólásra, de ha ilyen hozzászólásról (vagy más jogsértésről) értesítést kap, akkor azt el kell távolítania, máskülönben felelőssé válik az esetleges jogsértésért. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy ha valaki egy szerzői jogi védelem

MTE – AZ IPARÁG EGYESÜLETE

A Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesületét 2001-ben alapították a piacvezető hazai internetes tartalomvállalkozások, azzal a céllal, hogy szakmailag egyeztetett állásfoglalásokkal segítsék a törvényhozás internetes téren kifejtett munkáját, és alternatív vitarendezési lehetőségekkel segítsék a tartalomszolgáltatókat és a felhasználókat. Ezt a fajta önszabályozási tevékenységet az Európai Unió irányelvei is nagyon határozottan támogatják.

Az MTE Tartalomszolgáltatási Kódexét a tagként működő nagy tartalomszolgáltatók kötelesek betartani, de a piac szinte valamennyi szereplője elfogadja az abban szereplő elveket. A magyar nyelven megnyilvánuló internetes közösség élete ez által biztonságosabb és sok tekintetben barátságosabb lett, a piac pedig rendkívül sokat profitált az egyesület munkájából.

Amennyiben valamiféle jogi problémád lenne az interneten, úgy fordulj bizalommal az MTE-hez, az egyesület a hozzá beérkezett vitarendezési kéréseket minden esetben a felek bevonásával próbálja meg rendezni.

alatt álló képet/zenét tesz közzé a fórumon, és erről az üzemeltető értesítést kap, és nem teszi ezt a képet/zenét

hozzáférhetetlenné, akkor ő maga is szerzői jogi jogsértést követ el és a bíróság kártérítésre kötelezheti.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.elker.hu
- www.nfh.hu
- www.ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/index_hu.htm
- www.domain.hu
- www.mte.hu/etikaikodex.html
- www.artisjus.hu
- www.filmjus.hu
- www.mahasz.hu
- www.eji.hu
- www.creativecommons.hu
- www.nmhh.hu

FÜGGELÉK

1. TÁBLÁZATOK A PÉNZÜGYI TERV ELKÉSZÍTÉSÉHEZ
2. GAZDASÁGI FOGALOMTÁR

FÜGGELÉK

TÁBLÁZATOK
A PÉNZÜGYI TERV
ELKÉSZÍTÉSÉHEZ

FÜGGELÉK 1.

FELTÉTELEZÉSEK

	Jan.	Febr.	Márc.	Ápr.	Máj.	Jún.	Júl.	Aug.	Szept.	Okt.	Nov.	Dec.	Köv. év	2. év	3. év	4. év
Piaci és értesítési feltételezések																
Magyarországi háztartások száma																
Évente vásárolt cserépedények száma háztartásonként																
Összes eladott cserépedény																
Piaci részesedés (%)																
Kübli Kft. által eladott edények száma																
Kis cserép (db)																
Nagy cserép (db)																
XXL cserép (db)																
Kis cserép ára (Ft)																
Nagy cserép ára (Ft)																
XXL cserép ára (Ft)																
Összes árbevétel																
Költségek																
Anyag jellegű szolgáltatások																
Infrastruktúra-elhelyezés																
Üzembérlet EUR/hónap																
Üzletbérlet EUR/hónap																
Irodabérlet EUR/hónap																
Közüzemi díjak (villany, víz stb.)																

FELTÉTELEZÉSEK

	Jan.	Febr.	Márc.	Ápr.	Máj.	Jún.	Júl.	Aug.	Szept.	Okt.	Nov.	Dec.	Köv. év	2. év	3. év	4. év
Alapanyagigény																
Kis cserép (kg, agyag)																
Nagy cserép (kg, agyag)																
XXL cserép (kg, agyag)																
Összes (kg, agyag)																
Agyag (Ft/kg)																
Összes agyagköltség (Ft)																
Kis cserép (kg, máz)																
Nagy cserép (kg, máz)																
XXL cserép (kg, máz)																
Összes (kg, máz)																
Máz (Ft/kg)																
Összes mázköltség (Ft)																
Üzem, üzlet és iroda berendezési és felszerelési tárgyai																
Gépek üzemeltetése, javítási költsége																
Könyvelés, bérszámfejtés (bérmunkába kiadva) (Ft/hó)																
Telekommunikációs költségek																
Marketingköltségek																
Szállítási költségek																
Anyag jellegű szolgáltatások összesen																

FÜGGELÉK

TÁBLÁZATOK
A PÉNZÜGYI TERV
ELKÉSZÍTÉSÉHEZ

FELTÉTELEZÉSEK

	Jan.	Febr.	Márc.	Ápr.	Máj.	Jún.	Júl.	Aug.	Szept.	Okt.	Nov.	Dec.	Köv.év	2. év	3. év	4. év
Bérek és járulékok																
Ügyvezető																
Bruttó bér																
Asszisztens																
Bruttó bér																
Értékesítési és marketingalkalmazottak (fő)																
Bruttó bér																
Fizikai alkalmazottak																
Gyártási időszükséglet																
perc/kis cserép																
kis cserép/db																
perc/nagy cserép																
nagy cserép/db																
perc/XXL cserép																
XXL cserép/db																
Összes időszükséglet																
Szükséges gyártó létszám (összes idő/450 perc naponta/20 nap havonta)																
Bruttó bér																
Összes bruttó bér																
Bérajárulékok (a bruttó bér %-ában)																
Bérek és járulékok összesen																

FELTÉTELEZÉSEK

	Jan.	Febr.	Márc.	Ápr.	Máj.	Jún.	Júl.	Aug.	Szept.	Okt.	Nov.	Dec.	Köv. év	2. év	3. év	4. év
Egyéb költségek																
Utazás																
Benzin																
Oktatás																
Helyi adók																
Illetékek																
Egyéb költségek összesen																
Értécsökkenés és amortizáció																
Összes költség																
Pénzügyi bevételek (például kamatbevétel)																
Pénzügyi kiadások (például fizetendő kamat)																
Pénzügyi eredmény																
Rendkívüli bevételek																
Rendkívüli kiadások																
Rendkívüli eredmény																
Adózás előtti eredmény																
Fizetendő adó																
Adózott eredmény																

FÜGGELÉK

TÁBLÁZATOK
A PÉNZÜGYI TERV
ELKÉSZÍTÉSÉHEZ

BERUHÁZÁSOK ÉS FINANSZÍROZÁSOK

	Jan.	Febr.	Márc.	Ápr.	Máj.	Jún.	Júl.	Aug.	Szept.	Okt.	Nov.	Dec.	Köv. év	2. év	3. év	4. év
Eszközberuházás és értékcsökkenés																
Eszközberuházások*																
Eszközcsoporth I. (2–5%-os leírási kulccsal, például ingatlanok)																
Eszközcsoporth II. (20%-os leírási kulccsal, például gépek, kemence, járművek)																
Eszközcsoporth III. (33%-os leírási kulccsal, például számítástechnikai eszközök)																
Összes beruházás																
Eszközök értékcsökkenése**																
Eszközcsoporth I. (2–5%-os kulccsal)																
Eszközcsoporth II. (20%-os kulccsal)																
Eszközcsoporth III. (33%-os kulccsal)																
Összes elszámolt értékcsökkenés																
Finanszírozás																
Felvett hitel összege																
Kamat (%)																
Fizetendő kamat																
Esedékes törlesztés																

* Az eszközöket értékcsökkenésük mértéke szerint szokás csoportosítani, így könnyebben számítható az értékcsökkenés (telek ingatlan számviteli élettartama 50 év, azaz évi 2 százalékos értékcsökkenés számolható el; épület ingatlan: 20 év – 5 százalékos écs. kulcs; járművek, gépek: 5 év – 20 százalékos leírás; számítástechnikai eszközök: 3 év – 33 százalékos écs. kulcs).

** Az értékcsökkenés számításában a könyvelők általában segíteni tudnak, de az előzetes kalkulációnál ügyeljünk arra, hogy egy eszközre csak addig számoljunk el értékcsökkenést, amíg 0-ra nem írjuk.

PÉNZMOZGÁSOK

	Jan.	Febr.	Márc.	Ápr.	Máj.	Jún.	Júl.	Aug.	Szept.	Okt.	Nov.	Dec.	Köv. év	2. év	3. év	4. év
Működési pénzáramok																
+ Összes árbevétel																
– Anyag jellegű szolgáltatások összesen																
– Bérek és járulékok összesen																
– Egyéb költségek összesen																
+/- Pénzügyi eredmény																
+/- Rendkívüli eredmény																
– Fizetendő adó																
– Eszközberuházások																
1. Működési pénzáramok összesen																
A működés finanszírozása																
+ Rendelésre álló szabad pénz az időszak elején																
+ Jegyzett tőkebefizetés																
+ Új hitel felvétele vagy – Meglévő hitelek visszafizetése																
2. A működés finanszírozása																
1–2. Különbség (rendelésre álló szabad pénz az időszak végén)*																

* Az 1–2. különbsége nem lehet negatív. Ha negatív, az azt jelenti, hogy további hitelre van szükségünk, hogy mindent kifizethessünk. Ha pozitív, az azt jelenti, hogy abból kölcsönt fizethetünk vissza, vagy a termelt pénzt átvihetjük a következő időszakra.

FÜGGELÉK – 2. GAZDASÁGI FOGALOMTÁR

AZ ALÁBBIAKBAN, A TELJESSÉG IGÉNYE NÉLKÜL,
A KÖNYVBEN – ÉS ÍGY A GAZDASÁGI ÉLETBEN
– GYAKRAN ELŐFORDULÓ GAZDASÁGI, PÉNZÜGYI,
TECHNOLÓGIAI FOGALMAKHOZ ADUNK
RÖVID MAGYARÁZATOKAT.

Állampapír:

Az állam által kibocsátott kötvény, amely a költségvetés hiányát finanszírozza. Lehet fix és változó kamatozású, kibocsátása történhet belföldi, illetve valamely külföldi pénznemben.

Amortizáció:

értékvesztés. Az eszközök pénzben kifejezett értékének csökkenése az eltelt idővel, vagy a használattal arányosan.

Befektetési jegy:

A befektetési alap által

kibocsátott értékpapír, vagyoni jogokat biztosít az alap értékeire.

Befektetési portfólió:

A befektető (vagy befektetők) által birtokolt értékpapírok (részvények, kötvények, befektetési jegyek, stb.) összességét jelenti. Portfóliónak nevezhető az egyetlen értékpapírfajtára vonatkozó befektetés is, de a befektetők azért alakítanak ki portfóliókat, mert el akarják kerülni, hogy befektetett pénzük értéke pusztán csak egy értékpapír piaci értékének

változásától függjön.

A portfólió jellegű befektetések lényege a több lábon álláson alapuló kockázatmegosztás (diverzifikáció). Cash flow: pénzáramlás, pénzfolyam. Egy kimutatás, amely a pénzeszközökben bekövetkezett változásokat mutatja be.

Beruházási hitel:

A vállalkozás növekedéséhez szükséges beruházások, fejlesztések finanszírozását szolgáló közép- illetve hosszú lejáratú hitel.

Blog:

Kezdetben internetes napló volt, mára azonban minden kötetlenebb, gyakran frissülő és naplószerűen listázott oldalt így hívunk. A közösségi oldalak mellett az egyik legközvetlenebb mód, hogy ügyfeleket szerez, oktatóanyagokat helyez el a neten, és hogy látható légy. A céges honlap hasznos kiegészítője.

Bubor:

A Bubor (Budapest Interbank Offered Rate- Budapesti Bankközi Forint Hitelkamatláb) egy bankközi referencia kamatláb, melyet a Magyar Nemzeti Bank állapít meg minden nap, különböző kamatperiódusokra. Hitelszerződésekben gyakran ehhez viszonyítva állapítják meg a hitel kamatát. Értékét megnézheted a www.mnb.hu-n.

Cloud computing:

Magyarul felhő alapú számítástechnika. Szerverek vagy szolgáltatások bérlése saját infrastruktúra

üzemeltetése helyett. Legismertebb példája a Gmail-cím használata saját levelezőszerver üzemben tartása helyett, de akár az irodai szoftveket is használhatod ily módon.

CSR:

A vállalatok szociális felelősségvállalása egy olyan fogalom, mely szerint a vállalatok a szociális és környezeti megfontolásokat önkéntes alapon beépítik üzleti tevékenységükbe és a tevékenységükben érdekeltekkel fenntartott kapcsolataikkal.

Diszkontkincstárjegy:

Egy évnél nem hosszabb lejáratú diszkonttal kibocsátott (vagyis nem kamatozó) állampapír. Magyarországon jelenleg 3, 6, 12 hónapos lejáratúak vannak. A hozam (kamat) a következőképpen keletkezik: lejáratkor az állam az értékpapíron feltüntetett összeget (névértéket) fizeti vissza. A diszkonttal kibocsátás

azt jelenti, hogy a befektetők a papírt névérték alatt vásárolhatják meg. Így a vételár és a lejáratkor kapott összeg (névérték) különbsége adja a lejáratig terjedő hozamot, vagyis a tulajdonképpeni kamatot.

Domén (domain):

Webcím (például a miénk startupguide.hu), amit az ügyfeleid a böngésző címsorába gépelnek, hogy a honlapodra érjenek. Ha vásároltál egy rövid, frappáns webcímet a cégednek, készítettél rá honlapot, akkor a címet feltüntetheted a névjegyeden, a céges autón, reklámjaidban.

Eladásösztönzés (sales promotion):

olyan módszerek alkalmazása az értékesítésben, a vevők kiszolgálásában, amelyek a vevőt további vásárlásra serkentik. Pl.: próba-használattal járó árubemutató, árengedmény, folyamatos eladás-helyi akciók, az eladás során biztosított szolgáltatások.

Eredmény kimutatás:

A számvitelben használatos eredmény kimutatás bemutatja egy adott időszak (jellemzően üzleti év) bevételeit és ráfordításait, továbbá ezek különbözeteként a vállalkozás nyereségét, illetve veszteségét. Ez a kimutatás – a vállalkozó döntésétől függően – kétféle módon, összköltség eljárással és forgalmi költség eljárással állapítható meg.

EURIBOR:

jelentése „Euro Interbank Offered Rate”, azaz európai irányadó bankközi kamatláb. Az EURIBOR-t az Európai Központi Bank szabályai

FÜGGELÉK

GAZDASÁGI FOGALOMTÁR

alapján állapítják meg, és a frankfurti bankközi piacon jegyzik. A kedvezményes forint hitelek kamata is sok esetben az Euriborhoz kötött. Mindenkor mértékét a www.euribor-rates.eu oldalon ellenőrizhető.

Faktorálás:

A faktorálás kereskedelmi szerződéssel, számlával igazolt rövidlejáratú, halasztott fizetésű követelések esedékesség előtt történő megvásárlását jelenti, a követelések enghedményezésével.

Fedezet:

A hitel visszafizetésének garanciájaként szolgál.

Nemfizetés esetén a hitelfelvevővel szembeni követelését a bank ebből a fedezetből (biztosítékból) elégíti ki. A biztosítékok legfontosabb típusai: kezesség, zálog, óvadék.

Felhasználási szerződés:

a szerzői alkotás felhasználására irányuló olyan szerzői jogi szerződésfajta, amelynek szabályait Magyarországon a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény V. fejezete határozza meg.

Folyószámlahitel:

A forgóeszközhitel legrugalmasabb fajtája. Nem kell külön folyósítást kérni a banktól, a gyakorlatban a megállapodott keretösszeg erejéig a vállalkozás folyószámlája "mínuszba" mehet. Minden, a folyószámlára beérkező összeg automatikusan a hitel törlesztését szolgálja.

Forgóeszközhitel:

Jellemzően 1 éves futamidejű, forgóeszköz megvásárlására (pl. készletek), átmeneti forráshiány kezelé-

sére (pl. a jövőben befoló értékesítési árbevétel megelőlegezése) szolgáló hitelkeret. Folyósítása a rendelkezési tartási időszak alatt a hitelfelvevő kezdeményezésére, lehívásonként történik. A ki nem használt keretösszeg után a bank ún. rendelkezésre tartási jutalékot számít fel. Visszafizetése előre meghatározott ütemezés szerint történik.

Formatervezési mintaoltalom:

A formavédelem pontos elnevezése. Amíg a szabadalom a műszaki megoldást védi, például egy televíziókészülék „belsejét”, addig a formatervezési mintaoltalom a formatervező alkotását, például egy televíziókészülék esetén annak dobozát, külső jellegzetességét védi. Ebből következik, hogy a két oltalom egymással párhuzamosan is fennállhat bizonyos termékek esetében.

Hitel:

Hitel esetében a bank arra vállal kötelezettsé-

get, hogy rendelkezésre tartási jutalék ellenében meghatározott hitelkeretet tart fenn a hitelfelvevő rendelkezésére. A lejárat időn belül a hitelkeret összegéig az hitelfelvevő automatikusan lehívhatja a teljes hitelösszeget vagy abból egy részt.

Hitelgarancia:

(Készfizető) kezességvállalás, melynek célja a hitel egy részének visszafizetését biztosítani.

Hitelmonitoring:

A hitel folyósítását követő rendszeres ellenőrzés, melynek során a bank meggyőződik arról, hogy a feltételeknek megfelelően használja fel a hitelfelvevő a hitel összegét, valamint hogy pénzügyi helyzete továbbra is lehetővé teszi a hitel törlesztését.

Jelzáloghitel:

Olyan hitel, amelynek fedezetét az adós által felajánlott valamilyen jelzálogtárgy jelenti.

Kereső, keresőrobot:

A keresőszolgáltatások (például Google) internetet feltérképező programjai, amelyek a weblapok változásait figyelik. Ha a keresőrobot gyakran látogatja a céged honlapját, akkor a leendő ügyfeleid mindig a legfrissebb információkat találják meg rólad.

Készfizető kezesség:

A készfizetői kezesség olyan kezességtípus, amelynél a hitelfelvevő nemfizetése esetén a hitelező bank közvetlenül a kezeshez fordulhat a hitel törlesztése érdekében.

Kisvállalkozás:

olyan vállalkozás, amely 10 főnél többet, de 50 főnél kevesebb alkalmazottat foglalkoztat, és éves árbevétele és/vagy éves mérlegfőösszege 2 millió euro felett van, de nem haladja meg a 10 millió eurót.

Kölcsön:

Kölcsön esetében a bank a szerződés alapján az

adós rendelkezésére bocsát egy összeget, az adós kötelezettséget vállal, hogy a kölcsön összegét kamatfizetés ellenében visszafizeti.

Középvállalkozás:

olyan vállalkozás, amely 50 főnél többet, de 250 főnél kevesebb alkalmazottat foglalkoztat, és éves árbevétele nem haladja meg az 50 millió eurót és/vagy éves mérlegfőösszege meg a 43 millió EUR-t.

Közös jogkezelés:

A művek, műsorok egyidejű és nagy tömegű közvetítése miatt egyedileg nem gyakorolható szerzői és szomszédos jogok érvényesítésére született meg évtizedekkel ezelőtt a közös jogkezelés intézménye. Ennek keretében a jogosultak által erre létrehozott szervezetek gondoskodnak a műsorok közvetítésének engedélyezéséről és a jogok érvényesítéséről (jogdíjak beszedése, felosztása, dokumentálása).

Likviditáskezelés:

Tágabb értelemben a pénzügyi és nem pénzügyi vállalatoknak az a tevékenysége, melynek során az üzletmenetükhöz szükséges likvid pénzeszközöket a lehető legkisebb költség mellett biztosítják.

Lízing:

eszköz alapú finanszírozási szerződésfajta. A lízingszerződés alapján a lízingbeadó köteles a szerződésben meghatározott ingó vagy ingatlan dolog tulajdonjogát a lízingbevevő választása szerinti feltételek mellett, és a lízingbevevő megbízása szerint abból a célból megszerezni, vagy azt abból a célból előállítani, hogy azt a szerződésben meghatározott időtartamra, eszköz alapú finanszírozás keretében a lízingbevevő használatába adja. A lízingbevevő a dolog átvételére és díj fizetésére köteles.

Mikrovállalkozás:

olyan vállalkozás, amely 10 főnél kevesebb alkalmazottat foglalkoztat, és éves

árbevétele és/vagy éves mérlegfőösszege nem haladja meg a 2 millió eurót.

Mérleg:

olyan kimutatás, amely egy adott időpontra vonatkozóan bemutatja a vállalkozás vagyonának összetételét (eszközök), valamint ezeknek a vagyonelemeknek a finanszírozási forrását (források). A vonatkozási időpont neve: a mérleg fordulónapja.

Netbook, ultrabook, notebook, laptop

Hordozható számítógépek, amelyek között csak súlyban, méretben és teljesítményben van különb-

ség. A netbook a legkisebb, de a legkorlátosabb hardver, az ultrabook a könnyű, drága és erős masina, a notebook és a laptop pedig a megfizethető középút.

Okostelefon:

Olyan érintőképernyős mobiltelefon, amelyre szoftverek (appok) telepíthetők. A készülékeket teljesen testre szabhatod, olyan szoftvereket válogathatsz rájuk, amelyek segítenek a munkában. A fő típusok: iPhone, Windows Phone 7 rendszerű készülékek, androidos okostelefonok, Blackberry.

Óvadéki letét, fedezeti betét:

A vállalkozás hitelének fedezetül (pl. a tulajdonos, mint magánszemély által) elhelyezett bankbetét. A bankok az ilyen betétekre általában az átlagosnál kedvezőbb kamatot fizetnek.

Önerő:

az az összeg, amit saját forrásainkból kell előteremtenünk pl. egy támogatási pályázat beadásakor.

Pénzügyi közvetítő

A kedvezményes hitelek vállalkozásokhoz történő ki-helyezésében közreműködő hitel- és pénzügyintézetek, pénzügyi vállalkozások, vállalkozásfejlesztési alapítványok.

Pénzügyi terv:

Az üzleti terv pénzügyi szakasza, melynek az a rendeltetése, hogy átfogó előrejelzéseket adjon a vállalkozás tervezett pénzügyi teljesítményéről.

PR:

Kölcsönös előnyökön alapuló kommunikáció

és a kapcsolatok tudatos szervezése, melynek célja az egyének, szervezetek és környezetük közötti megértés, valamint a bizalom megteremtése, fenntartása.

Promóció:

népszerűsítés, marketing-kommunikáció. A promóció olyan kommunikációt jelent, amely előre meghatározott, behatárolt időközön belül a kereslet vagy a termék elérhetőségét igyekszik növelni.

Referencia kamatláb:

A hitelek kamata sok esetben valamely referencia kamatlábhoz van kötve. Forinthiteleknél leggyakrabban a Bubor, illetve kedvezményes hiteleknél az Euribor használatos.

Rendelkezésre tartási idő:

A hitelkeret megnyílásától számított azon időtartam, amely során a hitelfelvevő kérheti a hitel folyósítását.

RFID (Radio Frequency Identification):

automatikus azonosításhoz

és adatközléshez használt technológia. Lényege, hogy az objektum – például egy árucikk, vagy alkatrész - „megszólal”, azaz mágneses térbe érve rádióhullámon keresztül közli a benne tárolt adatokat, leggyakrabban az objektum azonosítóját.

Rulírozó hitel:

törlesztés után a bank által meghatározott keretig újra igénybe vehető hitel.

Spyware (malware, trójai):

Az internetről beszerezhető kártevők, amelyek ellen egy jó tűzfal és egy jó vírusirtó tud megvédeni. A spyware az adataidra vadászik, a többi kártevőnek még gonoszabb tervei lehetnek.

SWOT analízis:

olyan stratégiai tervezőeszköz, amely segít értékelni az erősségeket (Strengths), a gyengeségeket (Weaknesses), a lehetőségeket (Opportunities) és a veszélyeket (Threats), amelyek egy projekt, egy

üzleti vállalkozás kapcsán, illetve bármely meghatározott cél elérése érdekében meghozandó szervezeti vagy egyéni döntés során felmerülhetnek (a SWOT betűszót a fenti kifejezések angol megfelelőinek kezdőbetűi adják). Az eljárás lényege, hogy táblázatba szedve sorakoztatja fel a vállalkozás gyenge és erős pontjait, valamint azt, hogy milyen erőforrásokat képes céljai érdekében mozgósítani.

Szabadalom:

A szabadalom a találmányok jogi oltalmát biztosítja azáltal, hogy a szabadalom tulajdonosa számára a versenytársakhoz képest előnyösebb pozíciót teremt a termékek és technológiák piacán.

Szerver:

Az internet egyik legkisebb építőeleme a weblapokat, levelezést, fájlokat kiszolgáló folyamatosan üzemben lévő, internetre kötött számítógép. Jellemzően adatközpontokban lakik és rendszergazdák

vigyáznak rá. Nem feltétlenül van szükséged saját szerverre, a cloud computing szolgáltatások többnyire elegek a cégednek.

Szponzoráció:

Anyagi vagy természetbeni támogatási forma. A szponzoráció esetében a felek üzleti szerződésben, tételesen rögzítik a támogatásért cserébe elvárt ellenszolgáltatásokat.

Tablet, Táblagép

Az Apple iPad gépével feltalált kategória, olyan könyv méretű számítógépek, amelyek egy érintőképernyőből állnak. Munkára korlátozottan alkalmasak, mert többnyire a képernyőn megjelenő billentyűzettel lehet szöveget írni rajtuk, a referenciáid bemutatására, a céges levelek olvasására, internetezésre azonban tökéletesek.

Teljes hiteldíj mutató (THM):

A lakossági hiteleknel használatos THM egy

egyéves időszakra vetített százalékos érték, a hitel teljes díját mutatja meg, azaz gyakorlatilag minden olyan költséget tartalmaz, amelyet a pénzügyi intézménynek a tőkén felül meg kell fizetni. Minél alacsonyabb a THM, annál kedvezőbb a fizetendő teljes hiteldíj, annál olcsóbb a kölcsön

Tőke:

A vállalat saját forrásainak része, melyet a tulajdonosok visszafizetési kötelezettség és időbeli korlátozás nélkül bocsátanak a vállalkozás rendelkezésére.

Tőketartozás:

Az első törlesztésig a folyósított kölcsönösszeg, azt követően pedig annak a megfizetett törlesztő részletek tőketartalmával csökkentett összege.

Türelmi idő:

A hitel felvételétől számított azon időszak, amely alatt még nem kell megkezdeni a tőke törlesztését, ez alatt az időszak alatt csak a kamatot kell megfizetni.

Védjegy:

az árujelzők legfontosabb fajtája. A védjegy az egyes áruk és szolgáltatások azonosítására, egymástól való megkülönböztetésére, a fogyasztók tájékozódásának előmozdítására szolgáló jogi oltalom.

Vonalkód:

A vonalkód egy a gépek által optikailag gyorsan beolvasható jelkép, amelynél a különböző vastagságú függőleges világos közök és sötét vonalak hordozzák az információt. Az információ leggyakrabban egy terméket azonosító 13 jegyű szabványos számsor, melyet a GS1 biztosít a márkatulajdonosok részére.

Kedves Olvasó!

Több mint 300 oldalnyi szöveget olvastál arról, hogy kisvállalkozóként mit tegyél, hogyan indulj el, hogyan számolj, tervezz, kommunikálj. Köszönjük, hogy erre a kis időre hajlandó voltál egy egyszemélyes kisvállalatnak képzelni magad, ez alól most már felmentünk.

Azok közül, akik ezt az anyagot írták, többen közgazdászok, mások jogászok, szociológusok, bölcsészek vagy éppen művészek. Egyvalami sokunkban közös, manapság valamilyen üzleti vállalkozást működtetünk. Napi munkaeszközünk az üzleti tervezés, a piackutatás, a marketingkommunikáció.

Reméljük – mi, így mindannyian –, hozzásegíthettünk Téged ahhoz, hogy felismerd, valójában mennyire egyszerű dolgokról van szó.

A szerzők

Antalóczy Tímea PhD	Máté Dániel
Bán Andrea	Nemes Dániel
Bencsik Attila	Novák Péter
Cosovan Attila	Rátky György
Csató Judit	Renner Péter
Csendes Györgyi	Sárosy Zsuzsanna
Erdélyi Imre	Sebők Miklós
Füredi Zsolt	Sík László
Gerényi Gábor	Simó György
Halász Mónika	Simon Bernadett
Iglódi Csaba	Simonyi Gábor
Kaizer Gábor	Szabó Endre
Kelemen Gábor	Szedlák Ádám
Kigyós Zsuzsa	Szenes Gábor
Dr. Lengyel Márk	Takáts Péter
Lukács Zsolt	Dr. Töröcsik Mária
Marián Andor	Werner Péter
Márton György	

Szerkesztette: Szenes Gábor

A kiadványt a Pressonline
Kommunikációs Tanácsadó Kft. készítette.

 **pressonline**

E kiadvány nem születhetett volna meg a következő, a magyarországi kisvállalkozások fejlesztése mellett elkötelezett intézmények támogatása nélkül:

 **MFB**
Magyar Fejlesztési Bank Zrt.

 **NEMZETI
KÜLGAZDASÁG
HIVATAL**

Garantiga
Hitelgarancia Zrt.

A Start Up Guide kiadvány tájékoztatási és információs célokat szolgál. A Start Up Guide kiadvány kiadója a tévedés jogát fenntartja, a könyvben szereplő információk alkalmazásából fakadó bármilyen jogkövetkezményért felelősséget nem vállal.

Üzleti tanácsok fejlődő kisvállalkozások részére

Kilencedik, bővített kiadás

www.startupguide.hu

Kézirat lezárva: 2014. Április

© Copyright – Pressonline Kft., 2014

Minden jog fenntartva / All rights reserved

Kiadó: Pressonline Kft.

A kiadásért felel a kft. ügyvezető igazgatója

Logó: Zimmermann Zsolt

Lapterv és tördelés: Bárdosi Gábor

100%-ban újrahasznosított papírra készült. ♻️

Kapcsolat: sug@pressonline.hu

Kedves Olvasó!

Ha tetszett neked ez a könyv, és **megosztanád egy barátoddal, vagy céged munkatársaival**, úgy - ha nincs is több nyomtatott példányod - nem kell kölcsönadnod azt.

Elég, ha ezt a linket elküldöd számukra:

www.startupguide.hu

A **Start Up Guide 2014** teljes terjedelmében, ingyenesen olvasható az interneten!

ÜZLETI
TANÁCSOK
FEJLŐDŐ
KISVÁLLALKOZÁSOK
RÉSZÉRE

ST
ART
UP
GUIDE



ST ART UP

GUIDE

