

A projekt a Magyar Nemzeti Vidéki Hálózat Elnökségének értékelése és javaslata alapján, az Európai Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Alap társfinanszírozásában, a Nemzeti Vidékfejlesztési Program Irányító Hatósága jóváhagyásával valósult meg.



ÜZLETI TANÁCSOK GAZDÁLKODÓK, KISTERMELŐK RÉSZÉRE

TARTALOMJEGYZÉK

1. Mielőtt nekikezdenél	4	4. Állami források	52	6. Üzlet a mindennapokban	129	8. Az internet haszna	158
2. Mindennek az alapja: az üzleti terv	6	4.1. Mire jó az állam?	52	6.1. Mit és mennyiért értékesítesz?	129	8.1 Bevezetés az internet világába	158
2.1. Üzleti tervezés	6	4.2. Állami programok, szolgálatokra	67	6.2. Hogyan tárgyalj?	132	8.2. Technikai alapok	160
2.2. Mi az a SWOT analízis?	10	4.3. Kedvezményes vállalati hitelek	76	6.3. Mutasd be amit csinálsz!	134	8.3. Mobil eszközök	165
2.3. Piackutatás házilag	14	4.4. Európai uniós pályázatok	88	6.4. Az üzleti élet közös nyelve	136	8.4. Az internetes keresőkről	171
2.4. A marketingterv elkészítése	18	4.5. Hasznos honlapok finanszírozáshoz	100	6.5. Élelmiszerbiztonsági követelmények	140	8.5. Hogyan jelenhetsz meg az interneten?	173
2.5. A számok nyelvén: a pénzügyi terv	21	5. A vállalkozás működtetése	102	7. A kommunikáció alapjai	146	8.6. Hogyan találják meg a honlapod?	181
3. Hogyan juthatsz finanszírozáshoz?	26	5.1. Adózási és számviteli alapfogalmak	102	7.1. Mi van a reklám előtt?	146	8.7. Online kommunikáció: a honlapon túl	187
3.1. Mit jelent a forrásbevonás?	26	5.2. Tanácsok munkaadóknak	110	7.2. A kommunikáció eszköztára	153	8.8. Kapcsolat az állammal	190
3.2. A finanszírozás alapkérdései	28	5.3. Hogyan kezeld kinnlevőségeidet?	116			8.9. Házi piackutatás online eszközökkel	194
3.3. Idegen forrás, saját forrás	32	5.4. Cégautó, céges telefon	121			8.10. Légvárak helyett: felhő	198
3.4. Mire számíthatsz, ha hitelt vennél fel?	34	5.5. Biztosítás, biztonság	127			8.11. Üzletvitel az interneten	202
3.5. Hogyan fogj neki? – Út a hitelhez	38					Impresszum	208
3.6. Mitől más, ha agrár?	45						
3.7. Hitel helyett lízing?	50						

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, termelsz, 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 ötleteden és kitarításodon 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 alkalmazzottakkal 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, egészen bizonyosan olyan munkákat is meg kell csinálnod majd, melyeket esetleg rangon alulinak tartasz.

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.

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 másik oldalon persze hatalmas pozitívumok állnak: saját magad alakítod a saját sorsodat, magad ura vagy, önállóan hozod meg a vállalkozásodat érintő döntéseket. Te dönthetsz 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 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 alapdokumentum, mely kijelöli gazdálkodásodat. Körbejárjuk, hogyan és honnan finanszírozható vállalkozásodat, hogyan mérheted fel és találhatod meg piacodat, majd hogyan jelenhatsz 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. 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.

Az „Üzleti tanácsok gazdálkodók, kistermelők részére” c. könyvet ingyenesen elolvashatod az alábbi honlapon: www.startupguide.hu/kistermelok

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 IDŐTÁVLTATBAN (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, támogatók, 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 megérezéseidre 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 tervetek 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 áttekinthesd, 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 alapdokumentuma: 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)

hogy 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 szükséged. 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 szükséged lehet, számszakilag mutatja be mindazt, amit eddig szövegesen tettél. Az alapjai a következők:

- először megbecsülöd 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 becsülöd 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 újragondolnod, felülvizsgálnod. Bár a válság cégedre gyakorolt pontos hatásait kiszámítanod 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!

nézted pénzügyi bevételidet és kiadásaidat;

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

Jó eséllyel a fenti folyamatot nem fogod elsöre 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 hallgassd el a nehézségeket és az esetleges problémákat, de törekedjél arra is, hogy bemutasd, hogyan tudod kezelni őket. Ezért, bár az üzleti terv alapjait egyszer készíted el, később legalább évente – vagy ha jelentős változások történnek valamelyik alapfeltételezésedben, akkor gyakrabban – felül kell vizsgálnod azt.

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

Marketingterv

Ez a fejezet arról szól,

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.

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 koncentrált 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 stratégiailag fontos kérdések, illetve nem

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 küzdj 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 árthatnak az adott cél elérése során.
 - Lehetőségek: olyan külső tényezők, amelyek az adott cél elérése érdekében segítségre lehetnek.
 - Veszélyek: olyan külső tényezők, amelyek árthatnak 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 TALÁLNOOD:

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 gyengéid?

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 piacodon?

	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 határozad 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 „túlelemezd” 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 célokat);
- 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 elkezdhetesz azon gondolkodni, milyen lépéseket kell megtenned, és milyen sorrendben.

A SWOT táblázat ugyancsak 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 rendszerizni tudod 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 vevőid 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 beszűkülése, így hasznos, ha kifejezetten pénzügyi szempontból is végiggondolod ezt.
- Nyújt-e valamilyen új lehetőséget számodra a válság? Hogyan alakítja majd át a Te piacodat? Megjelenhet – e valamilyen új igény vásárlói körében?

- 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 bekövetkezése 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/fcikkk/Kiah/0/17921/1
- www.en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis
- www.marketingteacher.com/Lessons/lesson_swot.htm
- www.marketingteacher.com/SWOT/nike_swot.htm

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, REÁLISAN 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 minőségnél 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

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 tenne. Ez sokat segít abban, hogy eldöntsd, mi minden látszik egyformának.) Ha megvan a listád, minden fontos piaci szereplőről (*) igyekezz megtudni:
- Mit mond saját magáról?
- 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; funkcionálisitását; elérhetetlenségét, drágaságát, olcsóságát, egyszerűségét stb.)
- Megtalálják-e pontosan azt, amit keresnek? Miért (nem)?
- Van-e minden potenciális vevőnek pénze arra, amit valójában keres?

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

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 gyengülőkben 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 következtetésekig 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 hagyj, 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.)

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.

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 (☑ 8.8. 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, hogyan lettek úrrá rajtuk? 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 bújnod és céljaidról nagyon sokat hazudnod! Mindkettő fölöslegesen bonyolítja helyzetedet!

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 pénz ér, ára van, amit lehetőleg érvényesíteni 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

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. Mindezekelőtt 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 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. (▶ 7.1.–7.6. 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 cégként” 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”, „ű” stb.), és ne lehessen félreérteni az adott nyelven (sem)! Ha cégnevedet egyben honlapod doménnevéként is használni kívánod, akkor a választás előtt nézd meg, hogy az adott doménnév szabad-e. (▶ 8.4. fejezet: Hogyan jelenhetsz meg az interneten?)

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. (▶ 7.1. fejezet Mi van a reklám előtt?)

A marketingterv elkészítésekor fontos, hogy megőrizd realitásérzedet. 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 gondolkodol, 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 kampánybüdzsé maradvékát 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”). Számptalan 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 találkozik össze vállalkozásod azokkal a marketingismeretekkel, 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.

A SZÁMOK NYELVÉN: A PÉNZÜGYI TERV

PÉNZÜGYI TERVET KÉSZÍTENI NEM FELTÉTLENÜL KELLEMESE, 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 részletkérdésekben (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,

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 későbbieket 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 tevékenységként igen különböző lehet. Egy építésznél fontos és drága lehet egy tervezőszoftver ára és licenccíja, 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-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...

- **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 figyelmed, 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 ideai 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 szolgáltatásmentesítésnél válik nyereséges 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 hiteltől, 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 (☑ 3.1. 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-

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 teljesítheted-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 erőd, 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 hagyd vesz-tartalékot a költségekre. Különösen a kezdeti

időszakra komolyabb tartalékokkal számold, 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 (3.2. 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 tervezd 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 áfaafizetés 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.

Módosítsd-e a pénzügyi tervet?

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

nére 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 folyamat 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.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- vallalkozokedv.webkatalogus.com/uzleti_terv.html
- www.uzletiangyal.net/index.php?type=pguzlterv

MIT JELENT A FORRÁS- BEVONÁS?

EGY VÁLLALKOZÁS ELVILEG SZÁMOS FORRÁSLEHETŐSÉG KÖZÜL VÁLASZTHAT. LEHET AZ BARÁTI KÖLCSÖN, BANKI HITEL, EGY SZAKMAI BEFEKTETŐ TÖKERÉSEDESE VAGY AKÁR ÁLLAMI TÁMOGATÁS IS. EBBEN A FEJEZETBEN AHHOZ PRÓBÁLUNK SEGÍTSÉGET NYÚJTANI, MIKÉNT VÁLASSZ KÖZÜLÜK, ÉS HA MÁR DÖNTÖTTÉL, HOGYAN INDULJ EL, KIKRE SZÁMÍTHATSZ?

A vállalat forrásai lehetnek saját források, ez főként a tőkéjét és az évről évre megtermelt és visszaforgatott nyereségét jelenti, valamint idegen források: többnyire hitelek, kölcsönök.

Mivel a vállalkozások sikeres működését az állam is fontosnak tartja, számos támogatott lehetőség is rendelkezésedre áll, ha cégednek forrásra van szüksége. Ezek egy része vissza nem térítendő támogatást nyújt Neked (ezek az ún. pályázatok), másik

részüket kedvezményes hiteleket ajánl. A kedvezményes hiteleket a 4.3 fejezetben mutatjuk be Neked, a vissza nem térítendő pályázati lehetőségekről a 4. fejezetben olvashatsz (▶ 4.4. fejezet: Európai uniós pályázatok). Gondoltál már rá, hogy a forrásbevonás időuta-

zás? Amikor magánszemélyként vagy vállalkozásként 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 meg-

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.

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 hasonlítod 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 előttem 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?

takarításaidat. 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 „segítségük-

nek”. 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, megva-

lósítható üzleti ötleteid vannak, a külső források bevonása egyben azt is jelenti, hogy hamarabb tudod őket megvalósítani, gyorsabban tudsz növekedni.

Mikor érdemes forrásbevonáson gondolkodni?

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).

Ha a vállalkozásod túljutott a kezdeti korszakon, már van némi múltja (pl.: két lezárt üzleti év), megbízhatóak az üzleti kimutatásai, továbbra is

vannak megrendelői, sőt, úgy látod, hogy növekedni is tudna, eljött az idő, hogy ehhez forrásokat is keress.

MIT JELENT, HOGY EGY VÁLLALAT NÖVEKSZIK?

Nincs erre egyértelmű meghatározás, nőhet a piaci részesedésed, a munkavállalóid száma, az árbevételed, a mérlegfőösszeged, a nyereségséged 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!

A FINANSZÍROZÁS ALAPKÉRDÉSEI

MINDIG KRITIKUS, HOGY AZ ÜZLET FELÉPÍTÉSÉT ÉS A NÖVEKEDÉSÉT KÉPES VAGY-E FINANSZÍROZNI. A LEGJOBB ÖTLET IS CSÓDBE MEHET, HA HIBÁS TERVEZÉS MIATT MENET KÖZBEN ELFOGY A PÉNZ. EZ MÉG AKKOR IS ÍGY VAN, HA SZERENCSES MÓDON KEZDETBE ELÉG SOK PÉNZED VAN AHHOZ, HOGY NE KELLJEN KÜLSŐ FORRÁSOK UTÁN NÉZNE.

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 nyúgtól kímélheted meg magad. Vállalkozásod nem függ mástól, senki nem fog beleszólni abba, mit hogyan csinálj, és nem utolsó-

sorban nem kell rengeteg időt eltöltened annak a megválaszolásával, hogy honnan is lesz pénzed terveid megvalósításához. Valószínűsíthető azonban, hogy átlagos mai magyar kisvállalkozóként nem rendelkezel a vállalkozás elindításához vagy működtetéséhez és növekedéséhez szükséges forrásokkal. Az is elképzelhető, hogy saját pénzedet alaptőkéként (vagy tagi kölcsönként, azaz tulajdonosként a saját cégednek nyújtott hitelként) használtad fel a cég alapítá-

sához, működtetéséhez, és egyszerűen csak a növekedés valamely szakaszában van szükséged további forrásra. Először próbáld meg takarékoskodni! 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, akkor máshonnan – külső forrásból – kell pénzt

szerezned, és ehhez el kell döntened, hogy hitelfelvételre vagy tőkebevonásra van-e szükséged (▶ 3.3 fejezet: Idegen forrás, saját forrás). Ha nagyon egyszerűen akarnánk megfogalmazni a hitelfelvétel és a tőkebevonás közötti különbséget, azt kell mondani, hogy a hitelt – kamataival és egyéb költségeivel együtt – vissza kell fizetned, míg a tőkebefektetés akár mindörökké a vállalkozásodban maradhat. Mielőtt ebből arra következtetnél, hogy a tőke ingyen kapott pénz, látnod kell, hogy nem az. A tőkebefektetésért cserébe a befektető vállalkozásod valamekkora részének tulajdonosává válik, így saját részesedése után megilleti őt a cég nyereségének egy része, vállalkozásotok értékesítése esetén pedig az eladási ár arányos része, adott esetben döntési jog az ügyvitelben.

Kölcsön vagy hitelfelvétel

A legegyszerűbb, de sokszor messze nem a legideálisabb helyzet, ha

családtagjaidtól, barátaidtól, ismerőseidől kérsz kölcsön. A probléma, hogy ők gyakran nem gondolják rendesen végig a kockázatokot, így közösen kerülhettek bajba.

Hitelfelvétel esetén talán még fontosabb, hogy az üzleti és pénzügyi terved megalapozott legyen, mert csak így tervezheted biztonsággal a kölcsön és kamatainak törlesztését. Tudják ezt a bankok is, ők ugyanis piaci alapon kötnek veled hitelszerződést. Ez azt jelenti, hogy a pénzügyi terv számára be kell bizonyítanod, hogy vállalkozásod életképes, és vissza tudod majd fizetni a hitelt a kamatokkal együtt. A kockázat miatt általában fedezetet (például ingatlanfedezetet, jelzálogbejegyzést) is kérni fog Tőled a bank. Ha új ügyfelek vagy, akkor a pénzügyi terved még óvatosabbak, így a hitel kevesebb lesz, a kamat és a kért fedezet pedig magasabb. Ezért csak olyan mértékig vállalj

hitelfinanszírozást, amit nagy biztonsággal vissza is tudsz fizetni.

Hitel felvétele esetén tudnod kell, hogy a kamat és maga a kölcsön visszafizetése csak egy a lehetséges költségeid sorában, mivel a hitelhez kapcsolódóan sok bank kér folyósítási díjat vagy éppen kezelési költséget is Tőled. (▶ 3.4. fejezet: Mire számíthatsz, ha hitelt vennél fel?)

A finanszírozásnál – de különösen hitelek esetében – fontos szempont, hogy a rendelkezésedre álló pénzeszközök és a kötelezettségek összhangban legyenek. Igyekezz a rendszeres kiadásokat (anyag, bér) rendszeres bevételből fedezni, a tartós befektetéseket kötelezettségeket, mint például egy termelőeszköz vásárlása, hosszú lejáratú forrásból (hitelből) biztosítani. A rövid lejáratú kötelezettségeket lehet áthidaló, esetleg folyószámlahitelből fizetni. Ezt

csak akkor tedd fordítva (folyószámlahitelből fizetni a beruházási kölcsönt), ha átmenetileg nincs más lehetőséged, és biztos

! 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 konzervatívabban 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 (▶ 4.2. fejezet: Állami programok, szolgáltatásra) olvashatsz bővebben.

vagy benne, hogy hamar ki tudod váltani megfelelően hosszú távú forrással.

Tőkebevonás

Akár a vállalkozásod megalapításakor, akár a működtetés során keresetsz 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.

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 béreled. 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 használatba ad, amiért rendszeres lízingdíjat kell fizetned részére. (▶ 3.7 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, béreveszed 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 bevételt a tulajdonos esetében jövedelemadó terheli. Az ingatlan bérbeadásából, mint önálló tevékenységből származó bevételből a jövedelmet a magánszemély választása szerint vagy tételes költségelszámolással vagy a 10 százalékos költséghányad alkalmazásával állapíthatja meg. 2012. január 1-jétől csökkentheti lakás bérbeadásából származó bevételét a bérbeadó

magánszemély úgy, hogy a más településen bérebevevő 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 főszabály szerint az adóelőlegalap számításnál figyelembe vett jövedelem 27 százalékos adóalap kiegészítéssel növelt összege. A magánszemély adó előleg számításával, az esetleges egészségügyi hozzájárulás fizetésével, a költségelszámolással kapcsolatban kismillió a főszabálytól eltérést engedő rendelkezés is életben van, így mindenképpen azt tanácsoljuk, hogy ilyen helyzetben konzultálj a könyvelőddel.

Ha mástól béreled 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), szerződés kötéskor gondold el erre is. Gondold végig, hogy mindentől 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!

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 szak-

értelem, tudás, tapasztalat a birtokában, amelyre szükséged lenne. Kifejező terminológiával élve, a vál-

lalkozásban aktívan részt vállaló tőkéstársat keresel-e, vagy egy olyan befektetőt, aki csak a tőkét adja, és a tőke megtérülése és eredménybeli 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 bírsz és már – hazai mércével mérve – elég nagyra nőtt. Addig

számodra maradnak az úgynevezett „üzleti angyalok”, azaz az „angel financing”. Az üzleti angyalok többségében magánszemélyek, akik

megfelelő tőkeerővel és kockázattűrő képességgel rendelkeznek ahhoz, hogy együtt éljenek egy kisebb, ám reményteljes vállalkozás kockázataival.

MI AZ A KÖTVÉNY?

A kötvény egy hitelviszonyt megtestesítő értékpapír, melynek kibocsátója – azaz a hitelfeltevő – 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 legelső határ kb. 500 millió Ft-nál kezdődik. Akkor érdemes tőkepiaci tranzakcióban, például kötvénykibocsátásban gondolkodni, ha ekkora vagy ennél nagyobb összegű forrást kívánsz egy vállalkozás bevonni.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.penzugysziget.hu
- www.pszaf.hu/fogyasztoknak
- abszoluthozam.hu/lexikon/vallalati_kotveny.php

IDEGEN FORRÁS, SAJÁT FORRÁS

TÖKÉT VAGY HITELT SZERETNÉL? A FORRÁSOKNAK SZÁMTALAN VERZIÓJA LÉTEZIK, DE ALAPVETŐEN KÉTFÉLE KATEGÓRIÁBA SOROLHATJUK ŐKET: A VÁLLALKOZÁSOD SAJÁT FORRÁSAIT VAGY IDEGEN FORRÁSAIT NÖVELNÉD INKÁBB?

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 „használsz” 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. Vagyis, ha a cég elveszti a tőkéjét, 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 öregsze!

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

A BANKKÉPESSÉG FELTÉTELEI

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

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 kamattípusú 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. Pl. egy 2012 február 1-én 1 évre felvett 3 havi Bubor + 5% kamatozású kölcsön után az első kamatperiódus végén (azaz az első 3 hónapra) a február 1-én érvényes 3 havi Bubor + 5% kamat fizetendő.

egyre inkább elérhetővé a források külső, független partnerektől (banki, befektetői finanszírozás, állami támogatások).

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 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

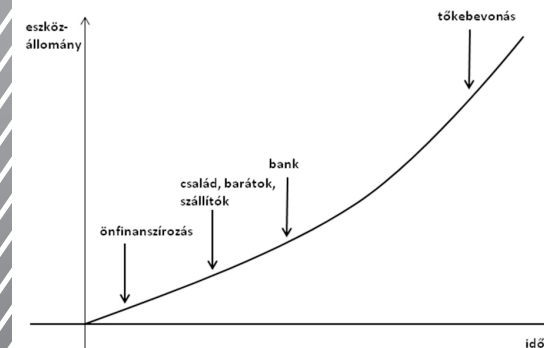
el, üzleti angyalok néhány 10, kockázati tőkések akár több 100 millió Ft befektethető összeg felett kezdenek érdeklődést mutatni egy-egy cég vagy projekt irányában.

Szerinted bankképes vagy?

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 kölcsönadni Neked), meg kell, hogy bízson benned! Ha azt

látja, hogy a bevételeid egy része nem szerepel a könyvelésedben, ha van, amikor számla nélkül vásárol a céged, nem fog Veled szóba állni, még ha egyébként hitelképesnek is minősítene.

EGY VÁLLALKOZÁS FORRÁSBEVONÁSI LEHETŐSÉGEI



MIRE SZÁMÍT- HATSZ, HA HITELT VENNÉL FEL?

HA VÁLLALKOZÁSOD FEJLESZTÉSÉHEZ KÜLSŐ FORRÁSOKRA VAN SZÜKSÉGED, ÉS AZT IS ELDÖNTÖTTED, HOGY BANKI HITELT SZERETNÉL FELVENNI, ÚGY TISZTÁBAN KELL LENNED AZZAL, HOGYAN TEKINT MAJD CÉGEDRE A BANK. E FEJEZET EBBEN KÍVÁN SEGÍTSÉGEDRE LENNI.

Mikor válsz hitelképesé?

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 vállalkozás múltját, az üzleti terved, az iparági kilátásokat, az üzleti partnereidet, a megrendelés állományodat stb.) és abból vajon követ-

kezik-e hogy képes leszel törleszteni. Másrészt azt fogja nézni, hogy amennyiben rosszul sülsz el a dolog, az általad felajánlott fedezet milyen mértékben képes biztosítani számára 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. Mit ajánlanak céged-

nek a bankok? A jelenleg több bankok jelenlegi hitelkínálata alapján három fő irányban tudsz elindulni.

Mi jellemzi általában a hitelkonstrukciókat?

Általában igaz, hogy a jelenlegi gazdasági környezetben jellemzően kevesebb a saját konstrukció a bankoknál. Tehát nagy valószínűséggel valamelyik kedvezményes konstrukció fogja a megoldást jelenteni a számodra. Kivételt talán a folyószámlahitelek képeznek, ezek gyakor-

latilag a számlavezetési szolgáltatások részének is tekinthetőek.

Kamatozás és az egyéb díjak vonatkozásában a bankok saját konstrukciói általában drágábbak (Forintban jelenleg jellemzően évi 11-15 százalékos kamaton jutsz bankhitelhez és ehhez még évi több százalék egyéb díjtársul). A kedvezményes

MIKOR HITELKÉPES EGY CÉG?

- Hitelképes az a vállalkozás, amely
- termékeit, szolgáltatásait rendszeresen értékesíti,
 - jövedelmezően gazdálkodik,
 - fizetési kötelezettségeinek időben eleget tesz,
 - megfelelő fedezetet tud ajánlani.

konstrukciók kamatozása alacsonyabban, jelenleg évi 6-12 százalék között alakul és általában az egyéb díjak tekintetében is kedvezőbbek.

Milyen fedezetet kérhet a bank?

Mielőtt hitelt szeretne felvenni a vállalkozás, érdemes átgondolni, hogy milyen vagyontárgyat tud felajánlani a banknak fedezetül, mert természetesen minden bank kér valamennyi fedezetet a hitelért cserébe. Ne feledd, a fedezet arra az esetre szól, ha a dolgok nem a várakozásoknak 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 rendszerben is van így, hiszen a vállalkozás kockázatát elsősorban a tulajdonos viseli. Tehát, jól gondold át, tényleg érdemes-e belevágnod?!

MIRE JÓ 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, nincs elegendő a bank számára felajánlható biztosíték. Ilyenkor segít a hitelgarancia. Vannak szervezetek, amelyek a hitelösszeg néhány százalékáért (vagy kedvezményes finanszírozás esetén még ennél is kevesebért, sőt akár ingyen) vállalják, hogy ha az adós nem fizet, akkor kifizetik a banknak a tartozás 50 vagy akár 80 százalékát, attól függően, hogy a garanciaszervezet milyen mértékű kezességet vállal. Ezzel a hitelező bank kockázata jelentősen csökken, hiszen a készfizető kezességet vállaló intézmény, azaz a hitelgarancia szervezet maga kiváló 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 könnyebbé teszi a vállalkozónak. Fontos, hogy a garanciaszervezet nem üdvhadserég, egyrészt maga is kér biztosítékot a kezességvállalása fejében, másrészt, ha az ügyfél nem tudja fizetni adósságát és neki fizetnie kell, akkor maga próbálja meg behajtani az adóson a kölcsön garantált részét.

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.

MI AZ ÓVADÉKI LETÉT (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.

A hitel összegének meghatározásakor a bank a saját fedezetértékelési szabályai szerint veszi figyelembe a fedezet értékét a hitel összegének meghatározásakor, mely gyakran a hitel összegének két-háromszorosát is el kell, hogy érje. Ha ingatlan a fedezet: érték-

! 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 óvatossá váltak: elhalasztják a beruházási terveiket és igyekeznek nem növelni az eladósodottságukat, hiába csökkennek az eladások és folynak be lassabban a bevételek.

becslést kell készítened. Az értékbecslés díja lakóingatlanok esetében fix (30-60e. Ft), kereskedelmi ingatlanok esetében két részből tevődik össze, egy fix és egy m2 arányos díjból. Felhívjuk a figyelmed, hogy a mostani bizonytalan környezetben a bankok a hitelek mögött többnyire többszörös ingatlan fedezetet vagy óvadéki letétet kérnek. Fedezet lehet ingatlan (például lakóház, lakás vagy a cég telephelye) is (például autó, gép, áru).

Kiegészítő fedezetként a bank hitelgaranciát is előírhat, valamely garanciaszervezet készfizető kezességvállalása révén. A hazai kisvállalkozások kiemelkedő arányban veszik igénybe a hitelgaranciát, amikor banki hitelt vesznek fel és jó ha, Te is tudod, ha szükséged van rá, évi néhány %-os díjért tudsz magadnak fedezetet vásárolni!

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 az MNB állapít meg minden nap. Megnézheted a www.mnb.hu-n, jelenleg 1 havi Bubor = évi 7,14%. A kedvezményes hitelek kamata sok esetben az Euriborhoz kötött, amely egy európai bankközi referencia kamatláb. Mindenkori mértékét a www.euribor-rates.eu oldalon ellenőrizheted.

A 3 havi Euribor jelenleg évi 0,753%. 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 elnevezés 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,

MINDENKI MÁSKÉPP CSINÁLJA...

Míg Európában a vállalkozások 80-85%-a hitellel működik, a magyar vállalkozások jóval kisebb hányada, kb. 20%-a vesz fel hitelt. Magyarországon 690 ezer működő mikro-, kis- és középvállalkozás van, ezeknek 2011. szeptember végén összesen 240 ezer hitel, és ezen belül 27 ezer fennálló beruházási hitel és 135 ezer folyószámlahitel szerződése volt. Az átlagos rövid lejáratú hitel összege nem több, mint 1,4 millió Forint, míg ugyanez az adat a beruházási hiteleknel 23 millió Forint.

VÁLLALATI HITELEZÉSI TRENDEK - 2012

2012-ben is szűkülő kínálat várható a vállalati hitelezésben: az MNB legfrissebb felmérése alapján a bankok további jelentős szigorítást terveznek a vállalati szegmensben.

Az elmúlt időszak szigorításai főleg a nagy- és középvállalatoknak nyújtott hiteleket érintették, de a mostani előrejelzés szerint a mikro- és kisvállalati hitelek feltételei is kedvezőtlenebbé válnak majd (emelkedni fog a kamatfelár, a díjak, a fedezeti követelmények, a monitoring és adatszolgáltatási kötelezettség, és így tovább...).

Míg korábban a kedvezőtlen hitelkörnyezethez elsősorban az alacsony hitelezési hajlandóság járult hozzá, addig a mostani várakozások elsősorban a bankok gyengülő hitelezési képességével (a hitelezéshez szükséges források hiányával) állnak összefüggésben. Nagyon sarkítva: eddig nem hiteleztek a bankok, mert nem akartak, mára viszont már nem is tudnak.

Ugyanakkor a vállalatok oldaláról a kereslet élelénkül látszik főleg a rövid lejáratú hitelek iránt, miközben a beruházási hitelek iránti igényük továbbra is csökken.

A magyarországi folyamatok hasonlóak az Európában megfigyelttekhez: az Európai Központi Bank felmérése alapján az európai bankok a romló gazdasági környezet és likviditási helyzet, valamint a piaci finanszírozáshoz jutás nehézségei miatt a hazai bankokhoz hasonlóan járnak el.

a hitel összegének több százalékát is elérhetik, ezért feltétlenül figyelembe kell őket venni, mielőtt döntést hozol.

Mi az a THM?

A különféle hitelek összköltségeinek kiszámítását és összehasonlítását hivatalos segítő 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 segítségedre.

Miből törlesztesz?

A felvett hiteleid után a megfizetett kamat és egyéb díjak, jutalékok számodra költségnek minősülnek. Ezek fedezetül az árbevételek szolgál.

A tőketörlesztést viszont az adózott nyereségedből kell tudnod megvalósítani, ehhez tehát nyereségesnek kell lenned. Kamatot a hitel fennállását követően folyamatosan kell fizetned (az előre meghatározott kamatfizetési napokon), a tőke törlesztésére 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 fizeted ki az esedékes törlesztő részletet.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

www.garantiqa.hu
www.napi.hu
www.penzcentrum.hu
www.mnb.hu
www.avhga.hu

HOGYAN FOGJ NEKI? – ÚT A HITELHEZ

HA MÁR TISZTÁBAN VAGY AZZAL, MIT VÁR EL CÉGEDTŐL
A BANK, ÉS ÚGY VÉLED TELJESÍTENI IS TUDOD MAJD,
AKKOR NINCS MÁS HÁTRA: FOGJ NEKI!

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 piacról, beszélj a partnereiddel, ha lehetséges, kérj tőlük a jövőbeli együttműködésedre vonatkozó szándéknyilatkozatot, ha már szerződésed is

van, az még jobb. Ne feledd, üzleti tervet első körben saját magadnak készítesz, hogy Te magad biztosan meggyőződj arról, minden átgondoltál és tényleg érdemes megvalósítani, amit kitaláltál!

Ágyúval verébre?

A pénzügyi terved alapján dönts el, mire van szükséged! Határozd meg a finanszírozási szükséglet mértékét és azt is, hogy mikor és milyen időtartamra van szükséged a pénzre. Más szavakkal

MI AZ A HITELTÍPUS?

A hitel típusától függ, hogy mire használhatod fel az adott hitelt. A beruházási hitelből 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 szállítójidnak, 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.

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 mikro vállalkozásokhoz. Lehet, hogy most még csak számlavezetésre van szükséged, de előbb utóbb fel fog merülni, hogy legalább egy folyószámlahitel szeretnél. Nagyon komoly eltérés lehet az egyes bankok üzletpolitikája között e tekintetben, van, amelyik kifejezetten keresi a mikro-, kisvállalati ügyfélkört (ezt például lemérheted azon 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 cégként

Ha már megnőttél, megváltoznak a szempontok. Természetesen bankként 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, amelyek bevételeit 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.

válaszd ki, hogy milyen hiteltípust szeretnél!

Össze kell hangolnod a tényleges finanszírozási igényed és az igényelt hitel típusát, összegét, futamidejét. Komolytalan, mert túl kockázatos, ha például a beruházásaidat folyószámlahitelből

tervezed fedezni, vagy ha jelentős eltérés van az igényelt hitelt 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.

Gondold át, hogy Te mit kockáztatsz?

Mindenki elvárja, hogy a tulajdonos maga is tegyen pénzt egy vállalkozásba. A hüvelykujj-szabály 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 törlik, 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 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 pl. 10-20%-a lehet a folyószámlahitel összege). Tehát, ha bank- és hitelképes vagy, kész az üzleti terved, látod, hogy mikor, milyen finanszírozásra van szükséged, elkezdheted feltérképezni a lehetőségeket.

Egyrészt nézd át a kedvezményes konstrukciókat, (📌 4.3: Kedvezményes vállalati hitelek). A könyvnyebbség kedvéért az említett fejezetben egy táblázatban összefoglaltuk Neked a legfontosabb jellemzőiket. Ha érdeklődnél a kedvezményes konstrukciók iránt, úgy azt szerintünk a legkönnyebben úgy teheted meg, ha a központi honlapokon kezded a tájékozódást (ezeket jelöltük Neked az összefoglaló táblázatban). Ezután, mivel egyes konstrukciók feltételei pénzügyi közvetítónként 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)!

Derítsd fel a jelenlegi bankod saját kínálatát, menj fel a honlapjára és nézd meg, mit ajánl a vállalkozásoknak!

Ne feledd, ha agrárvállalkozást működtetsz, más konstrukciók állnak a rendelkezésedre, melyeket szintén bemutatunk Neked a kedvezményes hitelekről szóló fejezetben. További részletekért az MFB honlapján (www.mfb.hu) nézz utána a kedvezményes agrárfinanszírozási lehetőségeknek, ugyanitt megtalálod a pénzügyi közvetítők listáját is. Külön konstrukciókkal számolhatsz, akkor is ha pl. gyógyszerár van, házi orvos vagy, illetve

amennyiben megítélt állami támogatást szeretnél megfinanszírozni, a bankod honlapján találsz külön Neked szóló ajánlatokat. Válaszd ki a számodra megfelelőnek tűnő konstrukció(ka)t! Ha kedvezményes konstrukció(k) ról van szó, ellenőrizd, hogy ez(ek) a bankodnál elérhető(ek)-e. Ha nem, fontold meg, megéri esetleg ezért bankot váltanod?

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 tisztáztak a tulajdonviszonyok, köztartozásod van, negatív hitelmúlttal rendelkezel, nem tudsz megfelelő fedezetet felajánlani.

Hitel általában nem használhatsz fel más hitel kiváltására, üzletrész, részvény vásárlására, a vállalkozásod tulajdonosaitól történő

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.

vagy cégcsoporton belüli tárgyi eszköz vagy ingatlan vásárlásra.

Természetesen bizonyos tevékenységek eleve kizártak, ilyen a kábítószer előállítás, és -kereskedelem, a fegyverkereskedelem, a pénzmosás, a játékautomaták üzemeltetése, a prostitúció elősegítése, a hulladékégetés és mérgező hulladék feldolgozása, az egyéb, bűncselekménynek minősülő tevékenység.

Mi alapján dönt a bank?

Vedd fel a kapcsolatot a bankkal, tájékozódj a hitelfelvétel menetéről, a várható átfutási időről. Minden bizonnyal kapsz majd egy időpontot, a bank megha-

tározza a hiteligenléshez szükséges dokumentumok körét, melyek jellemzően az alábbiak lesznek:

- hitelkérelem és adatszolgáltatási lapok,
- az elmúlt 1-2 év éves beszámolója,
- beruházási hiteligenlés 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 hiteligényezést (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 a bank nyomon követi a vállalkozásod működését, időről időre adatokat, ment közbeni jelentéseket kell majd szolgáltatnod, ezt hívják hitel monitoringnak.

Mi van, ha nem kapsz hitelt?

Milyen lehetőségeid vannak, ha a bank elzárkózik a hitel nyújtásától (akár úgy, hogy el sem jutsz a hiteligény beadásáig vagy negatív döntés születik)? Természetesen fontos kiderítened, hogy mi az elutasítás oka. Mivel manapság a hitelhez jutást gyakran a megfelelő fedezet hiánya akadályozza, ezért azokat a lehetőségeket vesszük számba, amelyek egy ilyen helyzetben segíthetnek.

Az első lehetőség, ami szóba jön a hitelgarancia. Több hitelgarancia szervezet közül választhatsz, a legnagyobb a Garantiqa, de vannak más szereplők is a piacon: az AVHGA, a Start Tőkegarancia, az Unió Garanciaszövetkezet, sőt, újabban az MVZrt. is nyújt hitelgaranciát közvetlenül a hitelező bankoknak. Emellett az Unicredit és a Budapest Banknál felvett hitelekre igényelhető az EIF ingyenes hitelgaranciája. A hitelgaranciára már a hitelkonstrukció kiválasztásakor érdemes gondolnod. Egyes konstrukciók eleve hitelgaranciával járnak

együtt, ezeknél várhatóan könnyebben 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.

Egy másik lehetőség az ún. eszközalapú finanszírozás, ennek legerjedtebb formája a lízing (▶ 3.6. fejezet: Hitel helyett: lízing). Ilyen esetekben a hitelező a finanszírozott eszközt tekintheti egyben biztosítéknak is. Amennyiben ez a finanszírozási forma érdekel,

úgy a bankok helyett a lízingcégek honlapjain érdemes körülnézned.

Végül elképzelhető az a helyzet is, hogy kinnlevőségeid miatt kellene hitel, és erre mondott nemet a bank. Eleve fennállhat egy olyan helyzet, hogy hamarabb kell fizess a szállítónak, mint ahogy a vevőd fizet Neked. Ilyen esetben nyilvánvalóan folyamatosan rövid távú finanszírozásra szorulsz, azaz valahogy át kell 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 faktorálás.

Azaz, ha a rendszeres vevőid között fizetőképességűek vannak, akkor a vevőköveteléseid valószínűleg hitelképesebbek, mint a saját vállalkozásodé. Azáltalában a faktorcégek a vevő által visszaigazolt követelések értékének bizonyos hányadát, a finanszírozás költségeinek levonása mellett,

MIKRE SZÁMÍTHATSZ?

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. Egyedül a takarékszövetkezetek lehetnek néha ez alól kivételek, ők általában sokkal inkább beágyazottak a helyi közegbe, jobban figyelembe veszik egy-egy vállalkozó helyi múltját, megítélését, üzletpolitikájukat önállóan határozzák meg, és -bizonyos keretek között- több kihelyezhető forrással bírnak. Szóval, ha egy kisebb település jól ismert (és sikeres) vállalkozója vagy, valószínűleg érdemes a helyi takarékszövetkezettel kapcsolatot építened.

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 jelenleg három ilyen jelentősebb kezelő szervezet létezik: az MFB (www.mfb.hu), az MVZrt. (www.mvzrt.hu) és a KA-VOSZ (www.kavosz.hu).

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.

ségének levonása mellett, előre kifizetik számodra. A majdan befolyó követelés megfinanszírozott

része a faktorcéget illeti meg. Megint csak vannak bankok, akik rendelkeznek faktorcégekkel, de termé-

! Válságtanácsadó

Miért kockázatos a devizahitel?

Bizonyára nem kerülte el a figyelmedet, hogy a mostani 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 lakásukra devizahitelt felvevő állampolgároké, úgyhogy nézzük meg egy kissé leegyszerűsített példán, hogy is működik ez!

Tegyük fel, hogy szükség 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. Ha gyengül a forint, úgy emelkedik a 40 ezer euró hitel forintban kifejezett összege: 300 forintos euró mellett ez 12 millió forint lenne, azaz a tőketartozásod 2 millió forinttal nőne meg és persze a fizetendő kamat forintban kifejezett értéke is magasabb lenne

(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 törlesztőrészleteivel előre pontosan számolni? Szóval, a devizahitel nem a veszteség lehetősége miatt kell kerülőd, 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 éppenhogy csökkenti az árfolyamkockázatodat...

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.

szetesen találsz független faktorcégeket is.

Hogyan történik a faktorálás?

Faktoráláshoz a kályhát a vevőanalitikád jelenti.

A bank előminősíti a rendszeres vevőidet és az általa megfelelőnek ítélt fizetőképességű partnereid vonatkozásában (a hypermarket 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 hiteleknek általában kedvezőbb- költségének levonását követően néhány munkanapon belül megelőlegezi számodra, azaz jóváírja a bankszámládon. Ezt követően nyilván tartja és nyomon követi a faktorált kintlévőségeidet, a fizetés esedékességének napján beszedi a vevőidtól a számla ellenértékét, majd

a meg nem előlegezett költségével elszámol feléd.

Mi az a visszkereset?

A faktorálás egyik alapkérdése a visszkereset. A visszkereset arra a helyzetre vonatkozik, ha a vevőd mégsem fizet. A magyar piacon elérhető faktoring szolgáltatások

MIBEN MÁS A FAKTORING, MINT A BANKHITEL?

- a banki hitelképességi vizsgálatól eltérően működik: a hitelvizsgálat elsődlegesen nem a vállalkozásra, hanem annak vevőire fókuszál, a döntés alapja az előfinanszírozandó követelés minősége,
- tárgyi fedezet nyújtása nem szükséges,
- mindezek miatt a bírálati idő rövidebb,
- a vállalkozás mérlegében nem a hitelek, kölcsönök között kerül kimutatásra.

általában visszeresettel működnek, azaz a faktoring cégek nem vállalják át ezt a kockázatot, így amennyiben a vevő nem fizet, a faktoring ügylet során megelőgezt összeg tekintetében a

szállítót, azaz Téged visszafizetési kötelezettség terhel. Gondold tehát át: lehet, hogy egyszerűbb, ha faktoráltatod a rendszeres vevőid számláit, mint, hogy egy általános forgóeszköz hitelkeretre próbálsz szerződni egy bankkal! A helyzet nyilván sokkal bonyolultabb, ha a vevőd a megállapodott hatáidőre sem tud Neked fizetni. Mivel számos kisvállalkozás kerül ilyen helyzetbe nap, mint nap, röviden bemutatjuk Neked, ilyen esetben milyen lehetőségeid vannak (▶ 5.3 fejezet: Hogyan kezeld kinnlevőségeidet?)

KIK ÉLNEK A FAKTORING ADTA LEHETŐSÉGGEL?

Az elmúlt évtizedben a hazai faktoringpiac folyamatosan növekedett. A bruttó faktorált forgalom értéke 2011-ben közel 900 milliárd forint volt, azaz a faktorálás révén a vállalkozások ilyen mértékű rövid, jellemzően 60 nap körüli lejáratú, finanszírozáshoz jutottak. Évről évre a vállalkozások kicsiny, de stabil köre (a működő vállalkozások alig fél százalékáa) vesz igénybe faktoring szolgáltatást, akik jellemzően a kereskedelemben és az iparban dolgoznak. Ha tőlünk nyugatabbra tekintünk, a faktoringnak nagy jövője van: a hazai faktoring forgalom GDP-hez viszonyított 3,3%-os arányával Magyarország megelőzi ugyan a kelet-európai államokat (2,4%), de jelentős lemaradásban van az európai 8,3%-os átlagos értékhez képest.

Lehet, hogy nem is hiteltre van szükséged?

Gondoltál már az állami támogatásokra? Ha beruházáshoz (és nem forgóeszköz finanszírozáshoz) keresel forrást, nagy valószínűséggel találsz olyan pályázati lehetőséget, amely megfelelő a számodra (▶ 4.4 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 cégre - lesz szükséged.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

www.ceghitel.lap.hu
www.hitelkalkulator.lap.hu
www.hiteltanacsok.com
www.gyorshitel.hu
www.garantiqa.hu

MITŐL MÁS, HA AGRÁR?

EBBEN A FEJEZETBEN MEGKÍSÉRELJÜK ÖSSZEFOGLALNI NEKED AZOKAT A SAJÁTOSÁGOKAT, AMELYEKEL, MINT AGRÁRVÁLLALKOZÓ SZÁMOLHATSZ, HA HITELT VENNÉL FEL. TERMÉSZETESEN MINDAZ, AMIT A VÁLLALKOZÁSOK FINANSZÍROZÁSÁRÓL A KORÁBBI FEJEZETEKBE 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 a mezőgazdaságban tevékenykedsz, 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 szezonálisága 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 lábbon álló gazdálkodás. Jó hír, hogy a jelentősebb bankok mindegyike nyitottságról számol be, ami az agrárfinanszírozást illeti. Úgy tűnik, mindegyikük tisztában van azzal, hogy az agráriumban

- erős szezonális jelleg 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 megbízhatóbban 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 terménykészletek 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 családi gazdaságokban kevésbé éri meg, így ha illetékes köztetsz 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 kitől?

Akárcsak az egyéb ágazatoknál, itt is azt tanácsoljuk, a nézelődést kezd a központi honlapokon, leginkább a www.mfb.hu-n. Itt megtalálod a legtöbb kedvezményes kamatozású konstrukció leírását és azokat a finanszírozó intézményeket (pénzügyi közvetítőket) is, akiknél ténylegesen felveheted a hitelt. Természetesen nézd meg a saját bankod kínálatát is! Ha rákattintasz a bankok honlapján a vállalkozá-

soknak szóló menüre, a legtöbb esetben külön az agrárvállalkozásoknak szóló fejezetet is fogsz találni. A bankok a Magyar Fejlesztési Bank (MFB) által meghirdetett speciálisan az agrárvállalkozásoknak szóló kedvezményes kamatozású lehetőségeken túl, támogatás előfinanszírozási konstrukciókat, esetenként közraktári hiteleket, factoring és lízing lehetőséget és esetleg termőföld-vásárlási konstrukciókat kínálnak számodra, bár vannak

AGRÁRFINAN SZÍROZÁS'2012

A bankok beszámolója szerint a tavaszi mezőgazdasági munkák megindulásával nem jelentkezett kiugró hitelkereslet, sőt a támogatások év eleji kifizetése nyomán még csökkent is a hitelállomány, ahogy a termelők törlesztették a támogatás-előfinanszírozási kölcsönöket. Ennek az is oka lehet, hogy az elmúlt évek válsága fokozott rugalmasságra kényszerítette az agrárvállalkozásokat (és a feldolgozóipart is): rövidülnek a szerződések, óvatosabbak a szereplők, s ma már csak 1-2 havi készletet „halmoznak fel”, s így kisebb összegű, rövid lejáratú forgóeszközhitelt vesznek föl a cégek. A bankoknál kereslet leginkább az éven belüli lejáratú folyószámlahitel és a forgóeszköz-financezírozó, illetve támogatás-előfinanszírozási hitelek iránt mutatkozik. A gépberuházásokra gyakran alkalmazott finanszírozási forma a lízing, a kamattámogatott zárt végű lízing (lásd MFB Vállalkozásfinanszírozási Program) a mai idők egyértelmű sikerkonstrukciója.

MÁSOK HOGYAN CSINÁLJÁK?

Az agrárágazat 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 tétel, 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 10-11%-át teszi ki.

egyéb kezdeményezések is (például a K&H mezőgazdaságigép-beruházási vagy a Budapest Bank integrátori hitele). Az MFB által meghirdetett hitelprogramok meglehetősen széles hitelfelvevő kör részére elérhetők, lehet szó akár kettős könyvvitelt vezető vállalkozásról, östermelőről, egyéni vállalkozóról, vagy egyes programok esetén termelő és értékesítő szövetkeze- tekről. 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.

Ha kisebb összegű forgóeszköz hitelt keresel, gondold a régóta létező Gazdakártya-Gazdahitelre vagy a tavaly indult Agrár Széchenyi Kártyára. Mindkét konstrukcióval jellemzően átlagosan 5-6 millió Forint forrást vesznek igénybe az agrárvállalkozások. A 4.3 Kedvezményes vállalati hitelek c. fejezet-

ben 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 agrárvállalkozásoknál 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 agrárfinancezírozás további különlegessége, 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 képességének 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 hitelga-

rancia 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 fedezetétől felajánlott termőföldek

VÁLSÁGÁLLÓ ESZKÖZ – A TERMŐFÖLD, MINT BIZTOSÍTÉK?

A biztosítékul szolgáló 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 biztosítéként” jelenik meg a hitelfolyósítások fedezeteként.

nem kerül(het)nek banki tulajdonba, azokat kötelező bírósági végrehajtási eljárás során elárverezni.

Gondoltál már a közraktárokra?

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 közraktárban helyezed el, közraktári jegyet kapsz, amely a közraktárban elhe-

lyezett 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 likvid forráshoz juthatsz arra az időre, amíg a betárolt terményt értékesíted. A bankok jelenlegi gyakorlatában a hitelösszege 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: 2011-ben 97 milliárd forintnyi közraktárjegy került 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 hosszútávra 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

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 megbízhatós: 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, akár milyen közraktár által kiállított jegyre, a jegy értékének 90%-át elérő hitelt adtak. A közraktári jegynek ezt a „kvázipénz-funkcióját” tönkretette a válság (és néhány tisztességtelen szereplő) és ez azóta is tart: egyelőre úgy a termelők, mint a bankok igen óvatosak ezen a területen.

(pl.: biztosítja a termeléshez szükséges alapanyagokat, az integrált által megtermelt terményt megvásárolja, a termeléshez szükséges forgóeszközöket saját (vagy a saját nevében felvett pénzügyi) forrásból megfinanszírozza stb.). Az integrált termelő által előállított nyújtott hitel és járulékaik árufedezetül 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 forrásbe-

vonási lehetőségeit (és számos csődre is került sor), jelenleg ismét szaporodik az integrátorok 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 anyagokat, majd értékesítik

A NAGYOBB JOBB...

A vállalkozások fejlesztésénél (és finanszírozásánál is) az egyik szempont általában a gazdaságos működés, és 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.

a megtermelt terményeket. Az együttműködés előnyei az integrált termelők is belátták az utóbbi időben: az elmúlt években integrátor nélkül maradt kis magángazdaságok az első banki forgóeszköz hitel felvételekor szembesültek azzal, hogy ezt a hitelt csak fedezet mellett vehetnék fel...

HITEL HELYETT: LÍZING

HA VALAMILYEN NAGYOBB ÉRTÉKŰ GÉPRE, BERENDEZÉSRE VAN SZÜKSÉGED VÁLLALKOZÁSOD MŰKÖDÉSÉHEZ, ÚGY ENNEK MEGVÁSÁRLÁSÁHOZ NEM A HITELRE TÖRTÉNŐ VÁSÁRLÁS AZ EGYETLEN ÚT. MÁK KONSTRUKCIÓKAT IS ÉRDEMES MEGNÉZNEK, 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 legegyszerűbb 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 hitelből történő vásárlás és a lízing között a leglényegesebb különbség

SZÁMOLJ ELŐRE!

Mindig figyelj arra, ha valamit – akár valódi üzleti logika, akár pénzszüke 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 megelégedni erről és túlvállalni magát. Ez ellen legjobban egy becsületesen vezetett cash flow-táblával védekezhetsz.

	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	Lízingbevevő	Lízingbevevő	Bérbeadó
A gépjármű tulajdonjoga a futamidő lejártakor?	Marad a hitelfelvevőnél.	A lízingbevevőhöz kerül szükségszerűen.	Lehetősége van a lízingbevevőnek a tulajdonjog megszerzésére, vagy vevő kijelölésére.	Marad a bérbeadónál.
Ki viseli az üzemeltetési költségeket?	Hitelfelvevő (üzemeltető)	Lízingbevevő (üzemeltető)	Lízingbevevő (üzemeltető)	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 követően 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 megvásárol-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. (▶ 5.4. fejezet: Cégautó, céges telefon).

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

www.autovasarlo.hu
www.euroleasing.hu
www.gyorshitel.hu
www.autohitel.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 csökkenthetőek a havi részletek. Egyrészt kérheted, hogy fix havi részletet állapítsanak meg, ezzel tervezhetőbbé tehető a cég 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 finanszírozz.

MIRE JÓ AZ ÁLLAM?

ÁLTALÁBAN ÚGY GONDOLUNK AZ ÁLLAMRA, MINT ELLENFELÜNKRE. AZONBAN AZ ÁLLAM 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 EGÉSZÉ SZEMPONTJÁBÓL IS ALAPVETŐ FONTOSSÁGÚ.

Egy átlagos magyar kisvállalkozó úgy gondol az államra, mint egy kőkevény 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 százazernyi 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 - szá-

VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉS VAGY AGRÁR

Az állam által biztosított kedvezményes finanszírozási lehetőségek áttekintésekor igyekeztünk összefoglalni az általában a vállalkozásoknak, valamint speciálisan az agrárvállalkozásoknak szóló programokat, konstrukciókat egyaránt. Fontos, hogy tudd, az agrárvállalkozások - éppen azért, mert nekik dedikált konstrukciók szólnak - általában ki vannak zárva az általános ún. vállalkozásfejlesztési lehetőségekből. Kérünk tehát, a saját vállalkozásod tevékenységi körét szem előtt tartva, „szelektíven” olvasd az alábbiakat!

modra talán - érthetetlenül szabályoz, és büntet, a másik oldalon ugyanakkor forrásokat biztosít, támogat és fejleszt. E második szerep eszközrendszere 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 száz ezer hazai kkv ad munkát a magyar foglalkoztatottak többségének, és megkerülhetetlenül fontos szereplői például a szolgáltatás, a kiskereskedelem, az építőipar, az ingatlankereskedelem vagy a számítástechnika

VÁLLALATOK KATEGORIZÁLÁSA

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

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 elolvasad 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,

fenntartó módon működni képes vállalkozások létrejöttének támogatása.

Milyen eszközök jönnek szóba?

A kitűzött fejlesztéspolitikai célok elérését többfajta eszközcsoport is segíti. A szabályozási jellegű beavatkozások az általános gazdálkodási környezet formálásán keresztül mindenkire hatnak. Alapelvei között az egyik legfontosabb a felesleges, értelmét veszített, elavult állami szabályozások, eljárások hatályon kívül helyezése vagy lehetséges egysze-

rűsítése, korszerűsítése. Fontos kritérium, hogy a vállalkozói szektort érintő államigazgatási ügyintézésnek mindenképp előtérbe kerüljenek az ügyfelek érdekét 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 érzékelheted – átütő sikert mind ez idáig nem sikerült

elérni ezen a területen. A vállalkozások finanszírozásához juttatását az állam közvetlen programokkal segíti, melyek jellemzői, hogy időről időre, többnyire kifejezetten a kvv-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 4.4 fejezet Európai Uniós pályázatok), valamint az államilag támogatott egyéb finanszírozó eszközök (lásd a 4.2 és 4.3. fejezetben 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, hogy milyen államilag támogatott vállalkozásfejlesztési lehetőséget szeretnél igénybe venni, másrészt röviden összefoglaltuk Neked, hogy

kik és mit is csinálnak a legfontosabb szereplők.

A vállalkozásfejlesztés nagyágyúi

Nemzeti Fejlesztési Ügynökség (NFÜ)

A vállalkozásfejlesztési programok (NFT, ÚMFT és ÚSZT) keretében rendelkezésre álló fejlesztési források befektetésével kapcsolatos tervezési feladatokat, a szükséges uniós egyeztetések lebonyolítását, a pályázati kiírások véglegesítését, a támogatandó fejlesztések, beruházások kiválasztását és a mindezekhez kapcsolódó intézményrendszer működtetését az NFÜ végzi. Pályázó vállalkozóként közvetlen kapcsolatba nem valószínű, hogy kerülsz az NFÜ-vel, de honlapja (www.nfu.hu) mindenképpen a vállalkozásfejlesztési pályázatokra, vissza nem térítendő állami támogatásokra vonatkozó információk legfontosabb lelőhelye.

Magyar Gazdaságfejlesztési Központ (MAG)

A vissza nem térítendő állami támogatásra pályázó vállalkozások számára a MAG kiemelt partner. Ún. közreműködő szervezetként a legtöbb vállalkozásfejlesztési pályázat lebonyolításával kapcsolatos összes teendőt ellátja: ide kell benyújtani a pályázatokat, a MAG végzi a döntés-előkészítést, a szerződéskötést, a támogatások kifizetését, nyomon követi és ellenőrzi a projektek megvalósulását és lezárását.

Ha pályazol, előbb utóbb a MAG-nál kötsz ki! A MAG-gal kapcsolatba kerülsz a honlapján (www.magzrt.hu), az ügyfélszolgálatán (szemé-

lyesen, telefonon, emailen vagy faxon) keresztül vagy a Projekt Partneri Rendszer révén. A Projekt Partneri Rendszer lényege, hogy egy személyes jelszó segítségével a beadott pályázatra vonatkozóan mindig ugyanattól a személytől kapsz hiteles, naprakész tájékoztatást a pályázat teljes életútja során.

Nemzeti Fejlesztési Ügynökség (NFÜ)

cím: 1077 Budapest, Wesselényi u. 20-22.

levelezési cím: 1393 Budapest, Pf. 332.

honlap: www.nfu.hu

ügyfélszolgálat: <http://www.nfu.hu/eugyfelszolgalat>

infovonal: 06 40 638 638 (06 1 474 9180)

ügyfélszolgálatért felelős főosztályvezető:

[Doleschall András \(06 1 474 9193\)](#)

személyes ügyfélszolgálat (előzetes bejelentkezést követően):

hétfő-csütörtök: 8:00 - 16:00, **péntek:** 8:00-14:00 .

Az NFÜ honlapján széleskörű tájékoztatás érhető el a támogatási lehetőségekről, azok céljairól, illetve a pályázati kiírások eredményeiről: teljes körű, friss pályázati információk témakörönkénti bontásban, pályázati hírek, közlemények, aktualitások, a pályázatokhoz kapcsolódó társadalmi egyeztetések nyomon követése, háttéranyagok, elemzések, fejlesztéspolitikai eseménynaptár, egyszerűen használható pályázati kiírás, illetve pályázati eredmény kereső.

Ugyanitt érhető el a Pályázó Tájékoztató felület, ahol a kedvezményezettek saját pályázatukkal, projektjükkel kapcsolatban tájékozódhatnak, nyomon követhetik a pályázat útját, e-ügyintézését folytathatnak, illetve a projektmegvalósítás során fennálló tájékoztatási kötelezettségük teljesítése érdekében útmutatót, arculati kézikönyvet tölthetnek le.

A KICSI SZÉP: MEKKORA A KKV-K SÚLYA?

A Magyarországon bejegyzett vállalkozások 99,9 százaléka kkv-nak számít, ezen belül 94,6 százalék mikro-vállalkozás. 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.

Magyar Vállalkozásfinanszírozási Zrt. (MVZrt.)

Az MVZrt. támogatás-közvetítőként 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 MVZrt.-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 figyelmedet az MVZrt-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, amellyel, hogy klasszikus fejlesztési bankként funkcionál (azaz közvetlenül is lehet hozzá fordulni finanszírozási igényekkel), magyar állami források felhasználása révén kedvezményes hitelprog-

ramokat is refinanszíroz. Ez utóbbiak képezik az elérhető kedvezményes vállalati és agrár hitelek jelentős részét. Ha ezekről szeretnél tájékozódni, a legcélszerűbb itt, az MFB-nél kezdened a www.mfb.hu-n. De megintcsak igaz, hogy ezekhez a hitelekhez közvetlenül a pénzügyi közvetítőkön keresztül férsz hozzá (a www.mfb.hu-n azt is megtalálod, hogy az egyes konstrukcióknál pontosan kik a közvetítők). Ne feledd, a különféle állami támogatáselemmel bíró kedvezményes finanszírozási lehetőségekről

bővebben a további fejezetekben olvashatsz! Az agrárvállalkozások és az állam viszonyáról a fejezet végén további információkat találsz.

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 többségén 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 besorolhatod vállalkozásod, az átlagos statisztikai létszám, az éves nettó árbevétel 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. Meg kell még nézned, hogy vállalkozásodnak van-e 25 százalékot meghaladó tulajdonrész más vállalkozásban, vagy a vállalkozásod 25 százalékot meghaladó tulajdonosai birtokolnak-e más vállalkozásokban tulajdonrészt. Amennyiben a válasz igen, akkor az árbevétel határoknaál a konszolidált éves beszámolót kell figyelembe venni.

Ha nem készül konszolidált éves beszámoló, akkor a foglalkoztatottsági és pénzügyi adatok számításánál a tulajdoni aránynak 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 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 jöve-

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 jöve-

MV-Magyar Vállalkozásfinanszírozási Zrt. (MVZrt.)

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

honlap: www.mvzrt.hu

e-mail: info@mvzrt.hu

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

közös program), Új Magyarország Forgóeszköz Hitel (MFB-vel közös program, mely 2010. december 31-ével lezárásra került).

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 MVZrt. által meghirdetett programok igénybevételével kapcsolatban a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség ügyfélszolgálatát célszerű felkeresni.

MIT KELL TUDNI AZ ÚJ SZÉCHENYI TERV INFOPONT HÁLÓZATRÓL?

Ha a rendelkezésedre álló vállalkozásfejlesztési lehetőségekről helyben kívánsz tájékozódni, fordulj az Új Széchenyi Terv Infopont hálózat tagjaihoz! Ez egy olyan országosan több, mint 300 helyszínen elérhető információs hálózat, melynek tagjai -egyéb tevékenységükön túlmenően- vállalták, hogy naprakész, hiteles tájékoztatást biztosítanak az elérhető ÚSZT pályázatokról. A MAG honlapján (www.magzrt.hu) térképes kereső segítségével találsz meg a hozzád legközelebb eső Új Széchenyi Terv Infopontot.

delmet termelnek: míg az EU-ban egy alkalmazottra átlagosan 172 ezer euro árbevétel jut, addig itthon ennek kevesebb, mint a fele, 71 ezer euro. Úgy-hogy a kérdésre a válasz sajnos nem! A magyar vállalkozásoknak sürgősen növekedni és ezen belül a termelékenységüket 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 írtunk), 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, gyakran előfordul, hogy 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 tartoznak 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 méretgazdaságossági hátrányok mérséklésére. Az első és, a hazai vállalkozókat figyelve, egyik legnehezebb lépés, hogy meggyőzd magad: együttműködni márpedig érdemes! Ha ezt már tényleg 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 érdekes kialakítani formális együttműködést is. Ha mindez komoly szintre jut, klaszterről beszélhetünk,

amely -akkreditálását követően- akár célzottan részabott vissza nem térítendő állami támogatáshoz is juthat az EU-s pályázatok keretében. A MAG honlapján külön menüpontot találsz a klaszterfejlesztésről (www.magzrt.hu).

Jelentősen fokozza egy vállalkozás versenyképességét, ha képes innoválni. Az innováció meghatározósa 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 legszélsőségsőbb 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,
- fókuszáltak, 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,
- jelentős részük különböző a vállalkozáserősítő és közbeszerzési pályázatok aktív és visszatérő résztvevője, valamint a pénzügyi, tőkepiaci finanszírozó intézmények elsődleges célcsoportja.

Az állam és az agrárvállalkozások

Már többször jeleztük: az agrárvállalkozások különleges helyzetben vannak, nincs ez másként a számukra rendelkezésre álló állami támogatásokkal kapcsolatban sem. Tudtad, hogy az agrárágazat összességében évente mintegy 5-700 milliárd Forint támogatásban részesül?

Röviden az agrártámogatásokról

Az alábbiakban összefoglaljuk azokat a főbb támogatás fajtákat és szabályozási eszközöket, melyekre agrárvállalkozásoként, a tevékenységedhez kapcsolódóan számíthatsz. Magyarország az Európai Unióhoz való csatlakozással részese lett a Közös Agrárpolitikának (KAP), mellyel jelentős támogatási források nyíltak meg agrár- és vidékfejlesztési célokra (a jelenlegi, 2007-2013-as időszakban például közel 5 milliárd euró forrást lehet(ett) teljes egészében a magyar mezőgazdaság és

vidék fejlesztésére fordítani). Az agrár- és vidékfejlesztési 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 Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alapból (EMVA) finanszírozott (vidékfejlesztési) pályázatokról a 4.4 Európai Uniósi pályázatok című fejezetben szólnunk.

Egységes területalapú és egyéb közvetlen támogatások

Az Európai Mezőgazdasági Garanciaalap (EMGA) által finanszírozott egységes területalapú támogatás (Single Area Payment Scheme - SAPS) a föld hasznosításától függetlenül igényelhető a közösségi jogszabályok által meghatározott területekre. A támogatás jogosultja a föld jogszerű használója. Az uniós közvetlen egységes területalapú támogatás forrása az adott támogatási évre az EU Bizottsága által rendeletben meghatározott összeg. Ezt az összeget az úgynevezett SAPS-területtel

(bázisterülettel) elosztva adódik a maximális hektáronkénti támogatás (ez utóbbi hektáronkénti támogatás csökkenhet a visszaosztási ráta értékével). A támogatás mértékét a Vidékfejlesztési Minisztérium 25/2011. (IV. 7.) VM rendelete határozza meg. Az átváltási árfolyamról az EU külön jogszabály alapján rendelkezik.

Az egyéb közvetlen támogatások közé sorolható a(z):

- termeléshez kötött növénytermesztési nemzeti kiegészítő támogatás
- zöldség, gyümölcs és dohány szerkezetátalakítási nemzeti program
- elkülönített cukortámogatás
- elkülönített zöldség-gyümölcs támogatás
- feldolgozóipari célú málna- és földieper-termesztés támogatása
- keményítő felhasználás támogatása, valamint a
- szárított takarmány kvótával szabályozott támogatása.

Nemzeti kiegészítő támogatások és Tejkvóta

A nemzeti kiegészítő (top-up) történelmi bázis alapú támogatás a termeléstől elválasztva, történelmi bázis alapján vehető igénybe. A történelmi bázist a Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal állapítja meg, melyről hatósági bizonyítványt állít ki az ügyfelek részére. A mezőgazdasági termelő egyéni történelmi bázisa alapján külön jogszabályban meghatározott mértékű támogatásra jogosult. A támogatás finanszírozása teljes egészében nemzeti forrásból történik. Az uniós jog előírásainak megfelelően különleges tej-támogatásra jogosultak a tejtermelők, akiknek a telephelye gazdasági szempontból sérülékeny vagy környezeti szempontból érzékeny területen található. Ezen területek lehatárolásáról külön jogszabályok rendelkeznek.

A Tejkvóta rendszer alapvetően a megtermelt nyerstej mennyiségének szabályozásával, illetve

egyéb piacsabályozási eszközökkel segíti a piaci egyensúly megteremtését és fenntartását.

EU Belpiaci Támogatások és Intézkedések

Az EU Belpiaci Támogatások és Intézkedések közül az alábbi támogatások emelhetők ki:

- méz termelésének és forgalmazásának támogatása
- szőlő-bor termékpálya
- borászati melléktermékek lepárlásának támogatása
- borászati termékek alkoholtartalmának növelésére felhasznált must után járó támogatás
- borászati beruházás
- szőlőültetvények szerkezet-átalakításának és átállításának támogatása
- szőlőültetvény újratelepítési jogok országos nyilvántartása
- szőlőültetvények telepítésének és kivágásának engedélyezése és nyilvántartása
- szőlőültetvény újratelepítési jogok értékesítése
- tanulók tejjel és tejtermékekkel történő ellátásának

támogatása

- zöldség-gyümölcs termékpálya
- iskola-gyümölcs-program
- zöldség-gyümölcs - működési alapok támogatása
- zöldség-gyümölcs termelői csoportok beruházási támogatása
- zöldség-gyümölcs termelői csoportok működési támogatása
- egyéb
- promóciós programok
- állatbetegségek és zoonózisok felszámolásának támogatása
- bio-etanol gyártók jóváhagyása
- etil-alkoholok (mezőgazdasági eredetű) közösségi rendtartásával kapcsolatos nemzeti hatáskörbe utalt feladatok ellátása
- cukor kvótarendszer.

EU Külpiaci Intézkedések

Ide tartoznak az exporttal kapcsolatos támogatások: az exportengedélyezés és az export-visszatérítés.

- Exportengedélyezés (exportbizonyítvány) Attól függően, hogy egy

adott termékpálya „szigorúbb” vagy „enyhébb” szabályozás alá esik, más-más feltételek vonatkoznak az exportengedélyezésre. A „szigorúbb” szabályozás alá eső termékek esetében (gabona és gabonatermékek, rizs és rizstermékek, cukor) minden EU-n kívüli országba irányuló kivétel engedélyköteles, függetlenül attól, hogy az éppen érvényes szabályozás szerint adható-e a kiszállításra export-visszatérítés, avagy sem. Az „enyhébb” szabályozás alá eső termékek (tej és tejtermékek, baromfi és baromfihús, tojás, sertés-hús és sertés-húsból készült termékek, élő szarvasmarha és marhahús termékek, feldolgozott élelmiszeripari termékek) EU-n kívüli országba történő kivételéhez csak akkor szükséges engedély kiváltása, ha az exportőr a kiszállított áru után támogatást (ún. „export-visszatérítést”) kíván igénybe venni.

- Export-visszatérítés Az EU az előzőekben

említett termények/termékek tekintetében a magasabb belső, valamint az alacsonyabb világpiaci árak közötti különbség kompenzálására az exportőröknek export-visszatérítést (árkiegészítést) nyújthat. A támogatási mértéket termékenként és rendeltetési országoként az Európai Unió Bizottsága határozza meg és teszi közzé a Közösség Hivatalos Lapjában. A visszatérítési ráta általában hetente vagy havonta, de a Bizottság döntésétől függően akár rövidebb időközönként is változhat, figyelembe véve az aktuális (Közösségen belüli és világpiaci) árakat, valamint a piaci helyzetet.

Nemzeti Támogatások

A legfontosabb nemzeti támogatások a csoportmentességi támogatások, így például az állatbetegségek megelőzésével, illetve leküzdésével kapcsolatos támogatás, az állati hulla elszállítási és ártalmatlanítási költségeinek támogatása, a növényegészségügyi

vizsgálatok költségeinek támogatása, a tenyésztésszervezési feladatok támogatása.

A nemzeti támogatások közé tartozik a baromfi állatjóléti támogatás, a sertés állatjóléti támogatás, az erdők telepítésének támogatása, a cukorrépa termelők nemzeti kiegészítő támogatása is.

A nemzeti támogatások másik nagy csoportját képezik az ún. „de minimis” támogatások, így a halászat, a „de minimis” támogatás, a mezőgazdasági „de minimis” támogatás, az erdők felújításának csekély összegű „de minimis” tá-

mogatása, a rendezett piaci kapcsolatok kialakításának „de minimis” támogatása. Ide sorolható a nemzeti agrárkár-enyhítési rendszer, valamint az ún. átmeneti állami támogatások is.

Hova fordulhatsz az agrár- és vidékfejlesztési támogatásokkal kapcsolatos ügyekkel?

A Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal (MVH) foglalkozik az EU-s és a magyar költségvetés által biztosított forrásból finanszírozott ágazati támogatások iránti kérelmek befogadásával, elbírálásával és a juttatások folyósításával, valamint a piacsabályozó intézkedések működtetésével.

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 (ügyfélregiszter). 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.

A fentiek szerint meghatározott területre az egységes területalapú támogatás igénylése alapjául szolgáló területeket tartalmazó egységes területalapú támoga-

tási kérelemre csak akkor fizethető támogatás, ha az egységes területalapú támogatási kérelem vonatkozásában a támogatható terület eléri vagy meghaladja az 1 hektárt. Ha a támogatható terület több mezőgazdasági parcellából áll, az egyes mezőgazdasági parcellák támogatható területének el kell érnie a 0,25 hektárt.

Az egységes területalapú támogatási kérelem vonatkozásában 0,3 hektárnál nagyobb támogatható szőlőültetvény vagy gyümölcsös ültetvény területe után a támogatás kifizethető.

Ha az egységes területalapú támogatási kérelem vonatkozásában a támogatható terület nem éri el együttesen az 1 hektárt, de a mezőgazdasági termelő rendelkezik 0,3 hektárnál nagyobb támogatható szőlőültetvény vagy gyümölcsös ültetvény területtel, e terület és az egyéb támogatható területek után együttesen folyósítható a támogatás.

Ki kaphat egységes területalapú támogatást?

Egységes területalapú támogatás iránti kérelmet az a mezőgazdasági termelő nyújthat be, aki a támogatás alapjául szolgáló terület vonatkozásában az egységes kérelem rendelet alapján jogszerű földhasználnak minősül.

Milyen az egységes területalapú támogatásokat kiegészítő nemzeti támogatások léteznek?

Az egységes területalapú támogatáshoz kapcsolódó kiegészítő nemzeti támogatás (top-up támogatás) vehető igénybe az alábbi jogcímeire:

- hízott bika tartás támogatása (termeléstől elválasztott támogatás),
- tejtámogatás (termeléstől elválasztott támogatás),
- anyatehentartás támogatása,
- részben termeléshez kötött támogatás,
- részben termeléstől elválasztott támogatás,
- extenzifikációs szarvasmarha támogatás (terme-

léstől elválasztott támogatás),

- anyajuh-tartás támogatása (termeléshez kötött támogatás),
- kedvezőtlen adottságú területeken nyújtandó anyajuh-támogatás (termeléstől elválasztott támogatás),

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.nfu.hu
- www.magzrt.hu
- www.mvh.gov.hu
- www.umvp.eu
- www.emva.hu
- www.avhga.hu

- Burley-dohány termesztésének támogatása (termeléstől elválasztott támogatás),
- Virginia-dohány termesztésének támogatása (termeléstől elválasztott támogatás),
- héjas gyümölcsűek

termesztésének támogatása (termeléshez kötött támogatás),

- rizs termesztésének támogatása,
- részben termeléshez kötött támogatás,
- részben termeléstől elválasztott támogatás.

Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal

A Hivatal a Budapesten működő központi szervből és hatósági jogkörben eljáró igazgatóságokból, valamint területi szervekből - 19 kirendeltségből áll.

Központi ügyfélszolgálat:

cím: 1095 Budapest, Soroksári út 22-24.

Email: ugyfelszolgalat@mvh.gov.hu

Tel: 06 1/374-3603, 06 1/374-3604, 06 1/475-2114

Ügyfélfogadási idő:

Hétfő: 9.00-12.00 és 13.00-16.00, Kedd: 9.00-12.00 és 13.00-16.00, Szerda: 9.00-12.00, Csütörtök: 9.00-12.00 és 13.00-16.00, Péntek: 9.00-12.00

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: szekesfehervar@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: zolnok56@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

KEDVEZMÉNYES VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEK INTÉZMÉNYI TÉRKÉPE

VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉSI PROGRAM PÁLYÁZATAI		KEDVEZMÉNYES HITEL	
információ	igénybevétel	információ	igénybevétel
NFU www.nfu.hu	MAGZRT. www.magzrt.hu	MFB www.mfb.hu	Pénzügyi közvetítő (finanszírozó bank, hitelintézet, takarékszövetkezet, egyéb)
	Regionális OP-k Közreműködő Szervezetei	MVZrt. www.mvzrt.hu	
	ESZA KFT. www.esza.hu	KAVOSZ www.ka-vosz.hu	
		A pénzügyi közvetítők listája: www.mfb.hu , www.mvzrt.hu , www.ka-vosz.hu	
HITELGARANCIA, BANKGARANCIA		KOCKÁZATI TŐKE	
információ	igénybevétel	információ	igénybevétel
MVZRT. www.mvzrt.hu	Finanszírozó bank, hitelintézet, takarékszövetkezet	MVZrt. www.mvzrt.hu	JEREMIE kockázati tőkealap- kezelő társaságok.
MFB www.mfb.hu		SZTA www.szta.hu	SZTA www.szta.hu
GARANTIQA www.garantiqa.hu		A JEREMIE kockázati tőkealap- kezelő társaságok listája: www.mvzrt.hu	

AZ INTÉZMÉNYEK ELÉRHETŐSÉGEI

Nemzeti Fejlesztési
Ügynökség (NFÜ)
<http://www.nfu.hu/>
cím: 1077 Budapest,
Wesselényi u. 20-22.
ügyfélszolgálat: [http://www.nfu.
hu/eugyfelszolgalat](http://www.nfu.hu/eugyfelszolgalat)
telefon: 06-40-638-638 (kék
szám), 06-1-474-9180-as
(normál díjas telefonszám)

Magyar Vállalkozás-
finanszírozási Zrt. (MVZrt.)
<http://www.mvzrt.hu/>
cím: 1065 Budapest,
Nagymező u. 46-48.
e-mail: info@mvzrt.hu
telefon: 06-40-638-638
fax: 06-1-354-3001

Magyar Fejlesztési
Bank Zrt. (MFB)
<http://www.mfb.hu/>
cím: 1051 Budapest, Nádor u. 31.
e-mail: ugyfelszolgalat@mfb.hu,
kabinetiroda@mfb.hu
Telefon (Call Center): 06-40-555-
555, 06-40-466-682 (06-40-
INNOVA)
Fax: 06-1-428-1490

KA-VOSZ Pénzügyi Szolgáltató-
sokat Közvetítő Zrt. (KA-VOSZ)
<http://www.ka-vosz.hu/>
cím: 1062 Budapest, Váci út 1-3.
West End Irodaház, "A" Torony, 1.
emelet
telefon: 06 (40) 200-427

Széchenyi Tőkealap-
kezelő Zrt. (SZTA)
<http://www.szta.hu/>
cím: 1077 Budapest, Wesselényi
u. 28.
e-mail: kovacs.katalin@szta.hu
telefon: +361/413-2740

Garantiqa Hitelgarancia Zrt.
(Garantiqa)
<http://www.garantiqa.hu/>
cím: 1082 Budapest, Kisfaludy
utca 32.
e-mail: info@garantiqa.hu
telefon: +36 1 485 8300
fax: +36 1 485 8320

**A GAZDASÁGFEJLESZTÉSI
OPERATÍV PROGRAM (GOP)
ÉS A KÖZÉP-MAGYARORSZÁGI
OPERATÍV PROGRAM (KMOP)
KÖZREMŰKÖDŐ
SZERVEZETE**

Magyar Gazdaságfejlesztési
Központ (MAG) Zrt.
<http://www.magzrt.hu/>
cím: 1139 Budapest Váci út 83.
levelezési cím: 1539 Budapest,
Postafiók 684.
e-mail: info@magzrt.hu
telefon: 06 40 200 617
fax: 465-8502

**A REGIONÁLIS OPERATÍV
PROGRAMOK (EGYÜTTESEN
ROP, EGYENKÉNT: DAOP,
ÉAOP, ÉMOP, KMOP, NYDOP,
DDOP, KDOP) KÖZREMŰKÖDŐ
SZERVEZETEI**

VÁTI Magyar Regionális Fejleszté-
si és Urbanisztikai Nonprofit Kft.
<http://www.vati.hu/>
cím: 1016 Budapest, Gellérthegy
u. 30-32.
levelezési cím: 1359 Bp. Pf 20;
1253 Bp. Pf. 568
e-mail: vati@vati.hu
Telefon: 224-3100
Fax: 224-3105

4.1

MIRE JÓ
AZ ÁLLAM?

Dél-alföldi Regionális Fejlesztési Ügynökség (DAOP)

<http://www.del-alfold.hu/>

cím: 6726 Szeged, Közép fasor 1-3.

levelezési cím: 6701 Szeged, Pf. 29.

e-mail: info@darfu.hu;

ugyfelszolgalat@darfu.hu

telefon: 62/561-920; 62/561-939

fax: 62/561-921

Dél-dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség (DDOP)

<http://www.deldunantul.com/>

cím: 7621 Pécs, Mária u. 3.

e-mail: ddrft@ddrft.hu

telefon: 72/513-760

fax: 72/513-768

Észak-alföldi Regionális Fejlesztési Ügynökség (ÉAOP)

<http://www.eszakalfold.hu/>

cím: 4028 Debrecen,

Simonyi út 14.

e-mail: eszakalfold@eszakalfold.hu

telefon: 52/524-760

fax: 52/524-770

Észak-magyarországi Regionális Fejlesztési Ügynökség (ÉMOP)

<http://www.norda.hu/>

cím: 3525 Miskolc, Széchenyi

u. 107.

levelezési cím: 3523 Miskolc,

Pf. 228.

e-mail cím: norda@norda.hu

telefon: 46/504-460, 46/504-461

fax: 46/561-389

Közép-dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség (KDOP)

<http://www.kdrfu.hu/>

cím: 8000 Székesfehérvár, Rákóczi F.u. 1. III. emelet

e-mail: office@kdrfu.hu

telefon: 06/22-513-370

fax: 06/22-312-340

Nyugat-dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség (NYDOP)

<http://www.westpa.hu/>

cím: 9400 Sopron,

Csatkai E. u. 6.

e-mail: titkarsag@westpa.hu

telefon: 99/512-910

fax: 99/512-919

Pro Regio Közép-Magyarországi Regionális Fejlesztési Ügynökség (KMOP)

<http://www.kozpontiregio.hu/>

cím: 1146 Budapest,

Hermina út 17.

e-mail: proregio@proregio.hu

Telefon: 1/471-8955

Fax: 1/471-8975

**A TÁRSADALMI
MEGÚJULÁS OPERATÍV
PROGRAM (TÁMOP)
KÖZREMŰKÖDŐ
SZERVEZETE**

Európai Szociális Alap
Nemzeti Programirányító Iroda
Társadalmi Szolgáltató Kht

<http://www.esza.hu/>

Cím: 1134 Budapest, Váci út 45

Levelezési cím: 1385 Budapest,
Pf. 818.

Email: EUtamogatas@esza.hu

Telefon: 273-4250

Fax: 471-7675

ÁLLAMI PROGRAMOK, SZOLGÁLATODRA

E FEJEZETBEN BEMUTATJUK SZÁMODRA AZOKAT AZ ÁLLAMI PROGRAMOKAT, MELYEK VÁLLALKOZÁSOD FINANSZÍROZÁSÁBAN SEGÍTSÉGET JELENTHETNEK. FONTOS, HOGY TUDD: E PROGRAMOK TÚLNYOMÓ RÉSZBEN A MÁR JÓL MŰKÖDŐ, NYERESÉGES, MINDEN KÖTELEZETTSÉGÉT IDŐBEN FIZETŐ, ÁM FORRÁSHIÁNYOS MIKRO-, KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOKAT TÁMOGATJÁK, EGY ROSSZUL MENŐ CÉG TALPRA ÁLLÍTÁSÁHOZ MÁSHONNAN KELL FORRÁST TALÁLNI.

Vállalkozásfejlesztési hitelek EU-s forrásból

Előfordulhat, hogy vállalkozásod nem rendelkezik megfelelő biztosítékokkal, és emiatt a kereskedelmi bankok kockázatosnak ítélik a hitelnyújtást számodra. Sajnos ez nem egyedi jelenség, sok vállalkozás küzd hasonló gondokkal.

Új Széchenyi Hitel Program, Új Széchenyi Kombi-nált Mikrohitel

A Magyar Vállalkozásfinan-

szírozási Zrt. (MV Zrt.) által kezelt programok keretében vállalkozásod akár induló vállalkozásként is kedvező feltételekkel juthat beruházási, illetve forgóeszköz-hitelhez, ami elősegíti felzárkózásodat, versenyképesség fenntartását vagy akár javítását. Az MV Zrt. két hitelprogrammal segíti a hitelhez jutásodat: az Új Széchenyi Hitel Program keretében beruházási és/vagy tartós forgóeszköz-hitelhez juthatsz, az Új Széc-

henyi Kombinált Mikrohitel pedig vissza nem térítendő támogatás és beruházási hitel kombinációját ajánlja Neked.

A programok keretében hitelt vehetsz fel gépek, berendezések és más beruházások finanszírozására, céges ingatlan és egyéb infrastruktúra fejlesztésére vagy akár a tevékenység bővítéséhez szükséges termékek vagy szolgáltatások beszerzésére is.

Vállalkozásfejlesztési hitelek EU-s forrásból

Előfordulhat, hogy vállalkozásod nem rendelkezik megfelelő biztosítékokkal, és emiatt a kereskedelmi bankok kockázatosnak ítélik a hitelnyújtást számodra. Sajnos ez nem egyedi jelenség, sok vállalkozás küzd hasonló gondokkal.

Új Széchenyi Hitel Program, Új Széchenyi Kombi-nált Mikrohitel

A Magyar Vállalkozásfinanszírozási Zrt. (MV Zrt.) által kezelt programok keretében vállalkozásod akár induló vállalkozásként is kedvező feltételekkel juthat beruházási, illetve forgóesz-

közhitelhez, ami elősegíti felzárkózásodat, versenyképességed fenntartását vagy akár javítását. Az MV Zrt. két hitelprogrammal segíti a hitelhez jutásodat: az Új Széchenyi Hitel Program keretében beruházási és/vagy tartós forgóeszköz hitelhez juthatsz, az Új Széchenyi Kombi-nált Mikrohitel pedig vissza nem térítendő támogatás és beruházási hitel kombinációját ajánlja Neked.

A programok keretében 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. Ezekben a konstrukciókban beruházási hitelt 20, illetve 50, forgóeszköz hitelt 25 millió Forint erejéig vehetsz fel. A beruházási hitelek lejáratá legfeljebb 10, a forgóeszköz hiteleké legfeljebb 3 év lehet. A kombinált konstrukció keretében pe-

dig akár 10 millió Ft vissza nem térítendő támogatáshoz is juthat vállalkozásod. Fontos, hogy beruházási hitel felvétele esetén minden esetben számítanod kell arra, hogy önerőt (konstrukciótól függően a projekt teljes költségének legalább 10 vagy 20 százaléka) is kell biztosítanod, forgóeszköz hitel esetében nincs ilyen elvárás.

Miközben az egyes programokról összefoglaló információt leginkább az MV Zrt. honlapján (www.mvzrt.hu) érdemes keresned, hitelt ténylegesen ún. pénzügyi közvetítőkön (hitelintézeteken, pénzügyi vállalkozásokon, vállalkozásfejlesztési alapítványokon) keresztül vehetsz fel, a pénzügyi közvetítők listáját is megtalálod a www.mvzrt.hu-n.

A közvetítőkre igen fontos feladatok hárulnak a program során: az elérhető hitelek feltételei (pl. a hitel lehetséges maximális összege)

a közvetítő kilététől is függenek, végeredményben ők határozzák meg a kamatot, kapcsolatban állnak a hitelfelvevővel, azaz Veled, ők végzik a hitelkérelmek befogadását, elbírálását, a szerződés kötést, a folyósítást, illetve a hitelszámlák kezelését, és emellett viselik az általuk folyósított hitelek kockázatát is.

Vállalkozásfejlesztési- és agrárhitelek az ország fejlesztési bankjától

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 lejáratú, 3 év türelmi idővel igazán egyedülál-

ló 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 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 szükség 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. Mindemellett megkezdett beruházások is finanszírozhatóak, amennyiben a csekély összegű támogatási kategóriát választod! 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 mikrovállalkozások és kisvállalkozások beruházási és fejlesztési céljaihoz hosszú lejáratú, kedvezményes forráslehetőséget biztosítson. Ha tehát foglalkoztattaid 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, gépek, berendezések, járművek vagy tárgyi eszközök beszerzésére, illetve az ezek működéséhez szükséges

MFB ÉLELMISZERIPARI BANKGRANCIA PROGRAM

A pénzügyi válság következtében szigorodott banki hitelezési politika negatív hatásainak tompítására az MFB egy garanciaprogramot vezetett be, ez az MFB Élelmiszeripari Bankgarancia Program.

A bankgarancia program célja, hogy az MFB Zrt. bankgarancia vállalással elősegítse az alapvető élelmiszer-feldolgozó ágazatokban – húsfeldolgozás, baromfi feldolgozás, malomipari termékfeldolgozás, cukoripar, bor, burgonya feldolgozás és tartósítás, hűtő- és konzervipar – termelő tevékenységet folytató vállalkozások forráshoz jutását.

A garantált hitelösszeg felső határa 2,5 mrd forint, és akár 5 éves futamidejű forgóeszköz hitel garantálásához is igényelhető.

szoftverekre is.

A legelőnyösebb vonása a hitelprogramnak ugyanakkor az, hogy a maximálisan felvehető 50 millió forintot igen alacsony, 3 havi EURIBOR+5%-os kamattal fizetheted vissza. Saját erőként ugyanakkor fel kell mutatnod a vásárolni kívánt eszköz értékének legalább 10 százalékát, illetve adósminősítés függvényében 15 százalékát. A hitel felvételéhez automatikusan jár a Garantiqa Hitelgarancia Zrt. 80 százalékos kezességvállalása is, de ez nem jelent többletköltséget, mivel a díja - a konstrukció keretében - számodra nem kerül

	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 (adósmínősítés) függvényében 15%-ra emelkedhet
Kamat	3 havi EURIBOR + RKV* + legfeljebb 3,5%/év	3 havi EURIBOR + 5% /év
Lejártat	Legfeljebb 15 év	Legfeljebb 15 év
Folyósítási jutalék	A finanszírozó pénzügyi intézmény aktuális kondíciós listája szerint, de legfeljebb egyszeri 1%	Egyszeri 1%, amelyet az első folyósításkor számítanak fel
Hitelképességi	–	–
Projektvizsgálati 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.	Mértéke 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. Lehetőség van a Garantiqa Hitelgarancia Zrt. és az Agrár Vállalkozási Hitelgarancia Alapítvány készfizető kezességvállalásának igénybevételére	Minden esetben szükséges a Garantiqa 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, készpénzövetek, és a többségi tulajdonos készfizető kezességvállalása fogadható el.

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

*Az RKV az MFB kamattal mérte, amely évente változó. Az RKV 2012-ben 2,2 %/év. Az MFB Zrt. a tárgyévve vonatkozó kamattal mérte a tárgyévvel megelőző év november 30-ig hozza nyilvánosságra a honlapján keresztül.

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 nem kerül felszámításra.

MFB Agrár Forgóeszköz Hitelprogram

Az MFB Agrár Forgóeszköz Hitelprogram célja a mezőgazdasági termelés, elsősorban az állattenyésztés versenyképességének javításához, a jó minőségű

termékek előállításához forrás biztosítása a mezőgazdasági termékek elsődleges előállításával, halgazdálkodással foglalkozó vállalkozások, és a baromfi- és sertés állattenyésztési ágazatban tevékenykedő termelők részére.

A kedvezményes kamatozású konstrukció az állatte-

HA HITEL KELLENE, DE NINCS FEDEZET

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 családiás 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, csakhogy ehhez hitel kell.

Feltörekvő vállalkozásoknál ilyenkor a legnagyobb probléma a megfelelő fedezet hiánya. A régi gépeket a bank nem fogadja be fedezetnek, a telephelyet bérlük, vagy már terhel, alapvetően szellemi tevékenységű pedig gyakorlatilag nincs felajánlható fedezet. Ilyenkor kerülhet elő a vállalkozásban érintettek ingatlana, már ha még szabad, nem került rá korábban jelzálog. A lépés rizikós és gyakorta nehéz.

Ha nincs elegendő felajánlható fedezet a szükséges forrás megszerzéséhez, segíthet a hitelgarancia.

A kereskedelmi bankok és a magyar állam tulajdonában álló Garantiqa Hitelgarancia Zrt-t éppen azért hozták létre, hogy a fedezethiányos helyzeteket megoldja. Ez úgy történik, hogy a Zrt. készfizető kezességet vállal a hitel maximum 80 százalékára. Ebben a pillanatban a bank saját kockázata jelentősen csökken. Ilyen feltételek mellett a bank könnyebben nyújt hitelt, így olyan vállalkozások is külső forráshoz juthatnak, amelyeknek addig nem volt esélyük.

A Zrt. nem egyedül viszi a kockázatot, az általa kifizetendő rész 85 százalékára az állam viszontgaranciát vállal. E nélkül a társaság garanciái olyan magasak lennének, hogy azok nagyon megterhelnék a vállalkozást. Így viszont a garancia díja a hitel körülbelül évi 2 százaléka körül mozog.

A Garantiqa Hitelgarancia Zrt. készfizető kezességvállalását a tulajdonos bankok és takarékszövetkezetek igényelhetik. A kezességvállalási folyamatban a vállalkozásnak nincs semmilyen közvetlen feladata a garanciát vállaló társasággal kapcsolatban.

A Garantiqa szolgáltatásairól részletesebben a www.garantiqa.hu honlapon tájékozódhatsz.

nyesztéssel foglalkozó mezőgazdasági termelők és halgazdálkodók részére a hitel felhasználható beruházásnak minősülő tenyészállat vásárlásra is, mezőgazdasági őstermelők és kezdő vállalkozások is felvehetik.

A felvehető hitel futamideje legfeljebb 3 év, a hitel összege mezőgazdasági termelők és halgazdálkodók esetében 1-50 millió forint közötti. Az MFB mindemellett számos további konstrukciót is ajánl, így a további programok megismerése érdekében érdemes ellátogatni a bank honlapjára (www.mfb.hu).

hu).

Áthidaló kölcsönre van szükség? Itt az (Agrár) Széchenyi Kártya!

Az eddig bemutatott hitelfelvételi lehetőségek elsősorban akkor segíthetnek, ha új beruházásokkal szeretnéd fejleszteni vállalkozásodat. Könnyen előfordulhat ugyanakkor olyan helyzet is, amikor nem hosszú távra, hanem csak átmeneti pénzügyi zavaraid leküzdésére lenne szükséged áthidaló kölcsönre. Ilyenkor egyrészt fordulhatsz közvetlenül a kereskedelmi bankokhoz, másrészt azonban ezen

esetekben is rendelkezésre állnak államilag támogatott források.

A Széchenyi Kártya egy ilyen kedvezményes hitellehetőség, amely a kis- és középvállalkozások átmeneti likviditási problémáinak áthidalására szolgál. Olyan 250 főnél kevesebb foglalkoztatotttal rendelkező egyéni vagy olyan társas vállalkozásoknak szól, akiknek 500 ezer és 25 millió forint közötti összegre lenne szükségük. A kölcsön futamideje egy év, ami egy igénylőlap benyújtásával, a bank pozitív döntése esetén akár meg is hosszabbítható. Mindehhez ráadásul a sokszor megkívánt jelzálogfedezetre sincs szükség, mivel a hitellel együtt

igénybe veszed a Garantiqa Hitelgarancia Zrt. 80%-os mértékű készfizető kezességvállalását is.

Az Agrár Széchenyi Kártya a mezőgazdasági termékek előállításával, feldolgozásával és forgalmazásával, erdő-, vad- és halgazdálkodással foglalkozó mezőgazdasági őstermelők, családi gazdálkodók, egyéni vállalkozók, illetve társas vállalkozásként működő kis- és középvállalkozások számára nyújtott szabad felhasználású 1, 2 vagy 3 éves lejáratú folyószámlahitel. 15 millió forint hitelösszegig egy, felette két éves gazdálkodói múlttal és a Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatalnál regisztrációs számmal kell rendelkezned.

A konstrukcióhoz a Magyar Állam 2% kamattámogatást és kezességi díjtámogatást biztosít. Biztosítékként 15 millió Ft hitelösszegig elegendő az előírt magánszemély készfizető kezességvállalása, felette a hitelyújtó és az Agrár- Vállalkozási Hitelgarancia Alapítvány (AVHGA) által elfogadott egyéb fedezet (ingatlan vagy ingóság) bevonása is szükséges.

Az (Agrár) Széchenyi Kártya konstrukcióban azon vállalkozások vehetnek részt, amelyek rendelkeznek egy lezárt, teljes naptári vagy üzleti évre vonatkozó éves vagy egyszerűsített beszámolóval, illetve egyéni vállalkozók esetében a működést igazoló személyi jövedelemadó-bevallással. Az igénylés előtt érdemes megfontolni, hogy belépj valamely területi kereskedelmi és iparkamarába vagy a VOSZ-ba, máskülönben 17 ezer forintos regisztrációs díj kifizetése szükséges az igényléshez.

HA ÚJABB (KÜLFÖLDI) PIACOKRA LÉPNÉL...

Ha tevékenységedet elsősorban a kivitellel alapozod vagy bővíteni szeretnéd, a Nemzeti Külgazdasági Hivatal (HITA) lehet segítségére, 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. Amennyiben vállalkozásod két utolsó lezárt üzleti évének exportárbevétele nem haladja meg a 2 millió eurós összeget, akkor a Magyar Exporthitel Biztosító (MEHIB) speciális programja is elérhető számodra. Részletekért kattints a www.mehib.hu-ra.

Az (Agrár) Széchenyi Kártya keretében folyósított kölcsön a folyósító banknál vezetett pénzforgalmi bankszámládra érkezik.

Innen átutalást kezdeményezhetsz, pénzt vehetsz fel az automatákból, tehát minden olyan művelet elvégezhető, amit saját bankkártyáddal szoktál.

Az (Agrár) Széchenyi Kártya 500 ezer–25 millió forintos összeghatár között igényelhető a Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetsége (VOSZ), a területi kereskedelmi és iparkamarák, illetve a KAVOSZ

Zrt. irodáiban, s több pénzügyintézet is csatlakozott a Programhoz.

Pályázatok, ha vissza nem térítendő támogatást szeretnél!

Kkv-ként mindenképpen érdemes elgondolkodnod azon, hogy több száz milliárd elköltendő Forint várja, hogy éppen olyan vállalkozásokhoz kerüljön, mint amilyen a Tiéd! A vállalkozásfejlesztési pályázatok feltételeknek megfelelő projektek megvalósulását vissza nem térítendő állami

támogatással is elősegítse. Azért kockáztatnod Neked is kell, mivel a támogatás mértéke ritkán megy 50% fölé és a 100%-ot szinte soha nem éri el. A támogatás összege nagyjából egy és száz millió Forint közé eshet és széleskörű célokhoz kapcsolódhat. Vannak eszközbeszerzésre és kapcsolódó licenc-, know-how beszerzésre, infrastrukturális és ingatlan beruházásra, IKT fejlesztésre szóló pályázatok, de támogatható új vállalkozás indítása, innovációs tevékenység, piacra jutás, vállalati HR-fejlesztés, különféle rendszerfejlesztések, de akár tanácsadás igénybevétele is. A támogatásért cserében -a projekted megvalósítása mellett- vállalásokat kell tenned, melyek többnyire a foglalkoztatással, esetleg a vállalatod által elért árbevétellel, eredményel kapcsolatosak. Agrárvállalkozásként is számíthatsz pályázati pénzekre a Darányi Ignác Terv keretében. Derítsd ki a lehetőségeidet, s hogy megkönnyítsük a

dolgod, a főbb paramétereiket összefoglaltuk Neked a 4.4 Európai Unió pályázatok fejezetben! Késlekedni nem érdemes, mert a jelenleg nyitva álló lehetőségek jelentős részére 2012 év végig tudsz pályázni.

A vállalkozásfejlesztési pályázatok közül külön felhívjuk a figyelmed két egyedülálló konstrukcióra, az egyik az ún. Kombinált Hitel Garanciával (KHG) eljárású pályázati lehetőség (GOP 2011-2.1.1/KHG), a másik az ún. Új Széchenyi Kombinált Mikrohitel, mely a Mikroavallalkozások fejlesztése (GOP 2011-2.1.1/M)

pályázat keretében érhető el. Mindkét megoldás lényege, hogy a vissza nem térítendő állami támogatáson túlmenően egyéb módon is segíti a vállalkozásod külső forráshoz (hitelhez) jutását.

A KHG eljárás lényege, hogy a projekthez kötelezően előírt saját forrás (az elszámolható költségek 25%-a) mellé az eljáráshoz csatlakozott bankok a projekt teljes fennmaradó összegének (azaz 75%-ának) megfelelő hitelt nyújtanak. A hitel felvételét az teszi lehetővé, hogy a hitelhez államilag viszontgarantált hitelgarancia

kapcsolódik (a hitelösszeg 80%-a erejéig), s ezáltal jelentősen csökken a bank kockázata, viszont -remélhetőleg- nő a finanszírozási kedve. A menetközben jóváhagyásra kerülő vissza nem térítendő állami támogatás a pedig fennálló hitel visszafizetésére fordítódik. Ráadásul a konstrukció keretében elérhető hitelek kondíciói is kedvezőbbek, mint a szimpla piaci hitelek feltételei: a futamidejük akár 15 év is lehet, a kamatmarzs Forint hitelek esetében legfeljebb 2,5%, devizában felvett hitelek esetében pedig max. 3,5% lehet. A hitellel kombinált jelleg további előnye, hogy a támogatás összegének előfinanszírozása is megoldott, hiszen a hitel révén a bank előfinanszírozza azt. Ahogy fentebb említettük a KHG eljárás keretében a Komplex vállalati technológia-fejlesztés mikro-, kis- és középvállalkozások számára (KHG) (GOP 2011-2.1.1/KHG) pályázat a vállalkozások belső fejlesztéseire nyújt

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.

10-150 millió Forint közötti támogatást. A támogatás tárgyi eszköz beszerzésekre (és kapcsolódó gyártási licenc, know-how beszerzésére), infrastruktúrális és ingatlan beruházásra (maximum a projekt összes elszámolható költségének 50 %-áig), IKT fejlesztésre valamint csekély összegű támogatásként piacra jutás, vállalati HR fejlesztés támogatására, tanácsadás igénybevételére, minőség-, környezet- és egyéb irányítási, vezetési,

hitelesítési rendszerek, szabványok bevezetésére vehető igénybe. A Mikro- és KKV vállalkozások fejlesztése (GOP-2011-2.1.1/M) című pályázat keretében -a jelenleg már csak a Közép-Magyarországi régió kivételével- elérhető ún. Új Széchenyi Kombinált Mikrohitel újszerűsége abban rejlik, hogy kifejezetten mikro- és kisvállalkozásoknak nyújt vissza nem térítendő támogatást és kedvezményes hitelt együttesen technológiai fejlesztés-

re, korszerűsítésre. Így lehetővé válik, hogy igen csekély, 10%-os önerővel igényelhesd vissza nem térítendő támogatást, mivel a támogatás mellett a konstrukció a piaci-nál kedvezőbb feltételeket kínál mikrohitelt is biztosít. A pályázat keretében eszközbeszerzésre, infrastruktúrális és ingatlanberuházásra, valamint információs-

technológia-fejlesztésre lehet 1-10 millió Forint összegű támogatást igényelni, a visszatérítendő támogatás (mikrohitel) összege legalább 1 millió Ft, legfeljebb 20 millió Ft lehet.

Fontos, hogy a pályázat keretében a vissza nem térítendő támogatást és a mikrohitelt könnyített eljárással, egyablakos

rendszerben igényelheted. A folyamat során alapvetően az ún. Pénzügyi Közvetítővel (jellemzően takarékszövetkezetek, pénzügyi vállalkozások, vállalkozásfejlesztési alapítványok) állsz kapcsolatban, aki a mikrohitel-kérelem elbírálásán kívül a vissza nem térítendő támogatáshoz beadandó pályázatot is fogadja. A Pénzügyi Közvetítő elérhetősége az Magyar Vállalkozásfinanszírozási Zrt. honlapján – www.mvzrt.hu – található meg.

Ha a pályázati kiírásokat olvasva elbizonytalanodnál, úgy javasoljuk, hogy keress fel egy Pénzügyi Közvetítőt, mivel ő abban is segítségre lehet, hogy eldöntsd: a tervezett projekted „belefér-e” az adott pályázati kiírásba.

Kockázati tőke – állami segédlettel

Mit ajánl Neked a JEREMIE program?

Ha tőkét keresel már működő vállalkozásodba, megoldást jelenthetnek számodra a JEREMIE

kockázati tőke alapok. Első körben (az Új Magyarország Kockázati Tőkeprogram keretében) 2010 során hozott létre az MVZrt. - egy alap kivételével - magánszektorbeli társbefektetőkkel közösen 8 kockázati tőkealapot, összesen több, mint 40 milliárd Forint befektethető tőkével,

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.mvzrt.hu - Kockázati tőkehelyzetek javítása
- www.mvzrt.hu - A JEREMIE alapok 5 évnel nem idősebb, korai vagy
- www.eximbank.hu - növekedési életszakaszban
- www.ntu.hu - járó max. évi 1,5 milliárd forint árbevételű mikro-, kis- és középvállalkozásokba
- www.mta.hu - További feltétel,

Forint alapú hitelek	ÚJ SZÉCHENYI HITEL	ÚJ SZÉCHENYI KOMBINÁLT MIROHITEL
Hitelcél	Beruházás és beruházáshoz kötött forgóeszköz (megkezdett beruházás is)	Beruházás (csak induló beruházás)
Max Hitelösszeg	50 millió Ft	1-20 millió Ft(+ 10 millió Ft támogatás)
Max futamidő	beruházási hitel - 10 év tartós forgóeszköz hitel - 3 év	10 év
Hitelfelvevők köre	mikro-, kis-, és középvállalkozások	mikro- és kisvállalkozások
Ügylet Kamatplafon	maximum 9%	maximum 9%

Forrás: www.mvzrt.hu

KEDVEZMÉNYES VÁLLALATI HITELEK

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

Mit olvashatsz ki a táblázatokból?

Az általában a kkv-k részére szóló lehetőségeket tekintve a felvehető hitelösszeg és a futamidő tekintetében a konstrukciók minden igényt ki tudnak elégíteni. A párszáz-ezer forintos projektoktól 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 5-11% közé esik,
- az egyéb banki díjak általában további 1-3%-kal növelik meg számodra a hitel költségét,
- a legtöbb kedvezményes konstrukció hiteligaranciával jár együtt, ennek éves díja jellemzően további 1-2%.

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 hiteligaranciát vehetsz igénybe.

Mivel jár a kedvezményes kamatozás?

Tudnod kell, hogy ezeknél a konstrukciónál állami támogatásnak minősül a piacinál alacsonyabb kamat, valamint a hiteligarancia szervezet által állami viszontgaranciával biztosított kezességvállalás. Az EU-s szabályok alapján különféle támogatási kategóriák (általános, halászati, mezőgazdasági de minimis stb.) léteznek, melyekre egyedi szabályok

ÖSSZEHASONLÍTHATÓ KONSTRUKCIÓK

Annak érdekében, hogy megkönnyítsük az egyes lehetőségek összehasonlítását, a táblázatban a jelenlegi (2012 szeptember végén 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, amit a táblázatban látsz!

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 euro-nak 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 általában 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.

KINEK SZÓL A TÁBLÁZAT?

Az első táblázatban szerepelnek az általában a KKV-k részére szóló konstrukciók. Már most felhívjuk a figyelmedet, hogy a halászati, akvakultúra, szénágazati és acélipari vállalkozások általában ki vannak zárva a kedvezményes konstrukciókból. Emellett, a speciálisan agrárvállalkozásoknak szóló további kedvezményes lehetőségeket egy különálló második táblázatban foglaltuk össze. Ha tehát vállalkozásod ilyen területen működik, úgy ezeket is tekintsd figyelmesen át.

Név	Hitel típusa	Hitelfelvevő
MFB Vállalkozásfinanszírozási Program	éven túli lejáratú beruházási hitel, zárt végű pénzügyi lízing	minden vállalkozás, induló vállalkozások is
MFB Vállalkozásfinanszírozási Program Támogatás Plusz Támogatást Megelőlegező Hitel	éven túli lejáratú forgóeszköz-hitel	minden ÚSZT nyertes pályázó, aki MFB Vállalkozás-financezírozási beruházási hitelt vesz fel
MFB Vállalkozásfinanszírozási Program Támogatás Plusz ÁFA Hitel	rulírozó forgóeszköz-hitel	minden ÚSZT nyertes pályázó, aki MFB Vállalkozás-financezírozási beruházási hitelt vesz fel
MFB Vállalkozásfinanszírozási Program Támogatás Plusz Támogatási Bankgarancia	biztosítéki bankgarancia	minden ÚSZT nyertes pályázó, aki MFB Vállalkozás-financezírozási beruházási hitelt vesz fel
MFB Kisvállalkozói Hitel	éven túli lejáratú beruházási hitel	mikro- és kisvállalkozások
Új Széchenyi Hitel	beruházási hitel	mikro- és kisvállalkozások
	forgóeszköz-hitel	
Széchenyi Beruházási hitel	beruházási hitel	minden vállalkozás
Széchenyi Forgóeszközhitel	tartós forgóeszköz-hitel	egy lezárt üzleti évvel rendelkező KKV
Széchenyi Kártya	folyószámla-hitel	egy lezárt üzleti évvel rendelkező KKV
Széchenyi Megelőlegező Hitel	támogatás megelőlegező hitel	két lezárt üzleti évvel rendelkező KKV
Önerő Kiegészítő Hitel	támogatás kiegészítő hitel	két lezárt üzleti évvel rendelkező KKV
Új Széchenyi Kombinált Mikrohital - hitel oldal (GOP 4.1)	vissza nem térítendő támogatással (lásd GOP 2011 2.1.1-M) kombinált beruházási hitel	mikrovállalkozások

Kizárások (szokásos kizárásokon túl)	Hitel összege	Futamidő (max.)
- nehéz helyzetben lévő vállalkozások, - szénágazat, - halászat, - akvakultúra, - igénybevétel: 2013.12.31-ig	5 millió -3 milliárd Ft	15 év
- nehéz helyzetben lévő vállalkozások, - szénágazat, - halászat, - akvakultúra, - igénybevétel: 2013.12.31-ig	min. 50 millió Forint, maximum az elnyert támogatás előlegként nem folyósítható összege	a beruházás pénzügyi befejezését követő 6 hónap
- nehéz helyzetben lévő vállalkozások, - szénágazat, - halászat, - akvakultúra, - igénybevétel: 2013.12.31-ig	min. 50 millió Forint, NAV bevallás alapján a NAV-val szembeni követelés 85, illetve 90%-a	180 nap
- nehéz helyzetben lévő vállalkozások, - igénybevétel: 2013.12.31-ig	min. 50 millió Forint, az ÚSZT pályázat alapján szükséges biztosíték összege	támogatási szerződésnek megfelelően
- mezőgazdaság, - szénágazat, - halászat, - akvakultúra, - ha főtevékenysége olyan ágazatba tartozik, melyet a Garantiqa üzletszabályzata kizár, - igénybevétel: 2013.12.31-ig	1-50 millió Forint	15 év
- nehéz helyzetben lévő vállalkozások, - szénágazat, - halászat, - akvakultúra, - igénybevétel: 2013.12.31-ig	max. 50, illetve 10 millió Ft a közvetítő kilitétől függően	10 év
	max. 50, illetve 6 millió Ft a közvetítő kilitétől függően	3 év
- negatív hitelműlt 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	1-50 millió Ft	1-10 év
- negatív hitelműlt 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
- negatív hitelműlt 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 hitelműlt 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
- negatív hitelműlt 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
- mezőgazdasági termékek termelése - acélpár, hajógyártás, szénbányászat, szintetikusszál-ípar, közúti-, vasúti-, vízi-, légi- és tengeriszállítási ágazat, - turisztikai attrakció és szálláshely fejlesztése, - elégtelen vagy negatív saját tőke, - igénybevétel: 2012.12.31-ig	projektérték max. 60%-a, min. 1 millió Ft, max. 10-20 millió Ft a közvetítő kilitétől függően	10 év

Név	Türelmi idő (max.)	Aktuális kamat (éves) ¹	Egyéb banki díjak (összesen) ²	Hitelgarancia díja (éves)
MFB Vállalkozásfinanszírozási Program	3 év	5,92%	3-4%	a garancia-szervezet díjszabása alapján
MFB Vállalkozásfinanszírozási Program Támogatás Plusz Támogatást Megelőlegező Hitel	-	10,12%	1%	-
MFB Vállalkozásfinanszírozási Program Támogatás Plusz ÁFA Hitel	-	8,62%	1%	-
MFB Vállalkozásfinanszírozási Program Támogatás Plusz Támogatási Bankgarancia	-	bankgarancia díja: 0,5-3,8% / év	1%	-
MFB Kisvállalkozói Hitel	2 év	5,22%	1,10%	nincs
Új Széchenyi Hitel	beruházási hitel	2 év	50 e Ft	1%
	forgóeszköz-hitel	2 hónap		0%
Széchenyi Beruházási hitel	2 év	11,05%	2,5-3,5%	1,7%
Széchenyi Forgóeszközhitel	-	11,55%	2,5-3,5%	2,2%
Széchenyi Kártya	-	11,35%	-	1,5%, melynek 50%-át állami garanciadíj támogatás-ként nem a hitelfelvevő fizeti
Széchenyi Megelőlegező Hitel	-	11,35%	1,5%	-
Önerő Kiegészítő Hitel	-	11,85%	2,5%	1,7%
Új Széchenyi Kombinált Mikrohitel - hitel oldal (GOP 4.1)	2	max. 9%	0-5%	-

¹ A 2012.09.27-én érvényes referencia kamatlábakkal (BUBOR, EURIBOR) számolva. ² Összesítés és szakértői becslés alapján.

Finanszírozható tevékenységek	Nem finanszírozható tevékenységek (a szokásosokon túlmenően)
- tárgyi eszközbe történő beruházás, - a beruházáshoz, fejlesztéshez közvetlenül kapcsolódó szabadalmi jog, licenc, know-how vagy nem szabadalmazott technikai tudás (immateriális javak) vásárlása, előállítás, - ingatlan beruházás (vásárlás, építés, átalakítás)	- más hitel, lízing kiváltása, üzletrész, részvény vásárlása, - áfa, - exporttal kapcsolatos beruházás, - az import áruk helyett hazai áru beszerzését előnyben részesítő 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	- exporttal kapcsolatos tevékenységek, - az import áruk helyett hazai áru beszerzését előnyben részesítő beruházás, - teherszállító járművek vásárlása közötti teherszállítás terén működő vállalkozások esetén
- ingatlan építése, vásárlása, fejlesztése, - új vagy használt gép, berendezés, egyéb tárgyi eszköz beszerzése, - a beruházáshoz kapcsolódó forgóeszköz beszerzése	-
- forgóeszközök és/vagy szolgáltatások beszerzése	- exporthoz közvetlenül kapcsolódó tevékenységek, - teherszállító járművek vásárlása közötti teherszállítás terén működő vállalkozások esetén, - fekete vagy baranszén bányászathoz kapcsolódó tevékenység
-	- exporthoz közvetlenül kapcsolódó tevékenységek, - teherszállító járművek vásárlása közötti teherszállítás terén működő vállalkozások esetén, - fekete vagy baranszén bányászathoz kapcsolódó tevékenység
-	- exporthoz közvetlenül kapcsolódó tevékenységek, - teherszállító járművek vásárlása közötti teherszállítás terén működő vállalkozások esetén, - fekete vagy baranszén bányászathoz kapcsolódó tevékenység
nincs megkötés	- exporthoz közvetlenül kapcsolódó tevékenységek, - teherszállító járművek vásárlása közötti teherszállítás terén működő vállalkozások esetén, - fekete vagy baranszén bányászathoz kapcsolódó tevékenység
- új, min. 200eFt nettó értékű tárgyi eszköz beszerzése, - infrastrukturális és ingatlan beruházás és vásárlás, - információs technológia fejlesztés keretében szoftver (kivéve egyedi fejlesztésű szoftverek) és min. nettó 30eFt értékű hardver beszerzése	egyebek mellett: - mezőgazdasági célú vagy mezőgazdasági tevékenység folytatását célzó területek, különösen szántóföld, ültetvény, erdő, halastó, gyepterület, - turisztikai célú, vagy turisztikai tevékenység folytatását célzó ingatlanok

Név	Egyéb feltételek
MFB Vállalkozás-finanszírozási Program	- forráskiegészítésként pályázatok keretében elnyert támogatáshoz is felhasználható, - a beruházáshoz közvetlenül kapcsolódó tartós forgóeszköz is finanszírozható
MFB Vállalkozás-finanszírozási Program Támogatás Plusz Támogatást Megelőlegező Hitel	-
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
MFB Vállalkozás-finanszírozási Program Támogatás Plusz Támogatási Bankgarancia	- a bankgarancia díja évenként előre fizetendő
MFB Kisvállalkozói Hitel	- ingatlan építés és vásárlás esetén max. 6 hónapja megkezdett beruházás is finanszírozható
Új Széchenyi Hitel	A hitelkondíciók (pl. hitel maximális összege, kamat- és díjfeltételek) jelentősen eltérőek lehetnek pénzügyi közvetítőként.
beruházási hitel	
	forgóeszköz-hitel
Széchenyi Beruházási hitel	- megkezdett beruházási is finanszírozható, - 10 mio hitelösszegig 1, felette 2 lezárt üzleti év, - 10 mio Ft alatti hitelösszegnél 3-, felette 5-szörös bankszámlaforgalom
Széchenyi Forgóeszközhitel	- 10 mio hitelösszegig 1, felette 2 lezárt üzleti év, - 10 mio Ft alatti hitelösszegnél 3-, felette 5-szörös bankszámlaforgalom
Széchenyi Kártya	- 10 mio hitelösszegig 1, felette 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)
Széchenyi Megelőlegező Hitel	- a hitel az alábbi jelenleg nyitott pályázatokhoz kapcsolható: GOP-2011-221, DAOP/ÉAOP/ÉMOP 1.1.1-12
Önerő Kiegészítő Hitel	- a hitel az alábbi jelenleg nyitott pályázatokhoz kapcsolható: GOP-2011-221, DAOP/ÉAOP/ÉMOP 1.1.1-12
Új Széchenyi Kombinált Mikrohitel - hitel oldal (GOP 4.1)	- kezdő vállalkozás is pályázhat, de ilyen esetben a hitelcélú függetlenül szükséges ingatlan fedezet - a projekt befejezését közvetlenül követő 2 üzleti év személyijellegű ráfordításainak összege eléri a hitel összegének 50%-át - a hitelkondíciók (pl. hitel maximális összege, kamat- és díjfeltételek) jelentősen eltérőek lehetnek pénzügyi közvetítőként

Saját erő	Biztosíték	Pénzügyi közvetítők	További információ
a beruházás nettó értékének min. 10 vagy 25%-a (a támogatás jogcímétől függően)	- szokásos bankári biztosítékok - hitelgarancia igénybevétele (Garantiqa, AVHGA) lehetséges	- bankok és takarékszövetkezetek - 50 millió Forint feletti hitelígyény esetén a kérelem az MFB-hez közvetlenül is benyújtható	www.mfb.hu
nincs	- 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
a beruházás nettó értékének min. 10-15%-a	- biztosíték értéke: hitelösszeg + 1 év kamata, - minden esetben szükséges a Garantiqa kezességvállalása, - emellett ingatlan vagy ingó zálogjog, készpénz óvadék	takarékszövetkezetek, regionális fejlesztési társaságok, vállalkozás-fejlesztési alapítványok	www.mfb.hu
20%	- szokásos bankári biztosítékok	bankok, takarékszövetkezetek, vállalkozásfejlesztési alapítványok, pénzügyi vállalkozások	www.mvzrt.hu
nincs			
20%	- magánszemély készfizető kezességvállalása, - Garantiqa készfizető kezességvállalása	takarékszövetkezetek, hitelintézetek	www.ka-vosz.hu
nincs	- magánszemély készfizető kezességvállalása, - Garantiqa készfizető kezességvállalása	takarékszövetkezetek, hitelintézetek	www.ka-vosz.hu
nincs	- magánszemély készfizető kezességvállalása, - Garantiqa készfizető kezességvállalása	takarékszövetkezetek, hitelintézetek	www.ka-vosz.hu
nincs	- magánszemély készfizető kezességvállalása, - támogatás engedményezése	UniCredit Bank	www.ka-vosz.hu
20% + a pályázatban előírt saját forrás	- Garantiqa készfizető kezességvállalása - magánszemély készfizető kezességvállalása, - támogatás engedményezése	UniCredit Bank	www.ka-vosz.hu
10%	szokásos bankári biztosítékok	takarékszövetkezetek, vállalkozásfejlesztési alapítványok, pénzügyi vállalkozások	www.mvzrt.hu

4.3

KEDVEZMÉNYES VÁLLALATI HITELEK

Az agrárvállalkozások hitelei

Az itt következő táblázatban láthatod, milyen lehetőségek állnak kifejezetten az agrár-vállalkozások 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 lehetséges maximális futamidő minden esetben meghaladja az egy évet, jellemzően 3-5 év közötti, de akár 20 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 5-11% kamat fizetendő. Emellett az egyéb díjak további 1-2% 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, hogy egy adott pillanatban (2012 szeptember végén), melyik konstrukció konkrétan mennyibe kerül Neked, hogy össze tudd őket hasonlítani. De ne feledd: az általad felvett hitel után ténylegesen fizetendő kamat viszont majd az akkor érvényes referenciakamatláb alapján kerül kiszámításra (tehát nem lesz pont annyi, mint amit a táblázatban látsz).

Név	Hitel típusa
MFB Agrár Forgóeszköz Hitelprogram	forgóeszköz hitel
(Új Magyarország) Agrárfejlesztési Hitelprogram	beruházási hitelprogram
(Új Magyarország) AgrárForgóeszköz Hitelprogram	forgóeszköz hitel
Gazdahitel-Gazdakártya	forgóeszköz- és beruházási hitel
Agrár Széchenyi Kártya	folyszámlahitel
MFB Fagykár 2011.	forgóeszköz hitel
MFB Agrár Forgóeszköz Vis Maior Hitelprogram	forgóeszköz hitel

Hitelfelvevő	Kizárások (szokásos kizárásokon túl)	Hitel összege	Futamidő (max.)	Türelmi idő (max.)	Aktuális kamat (éves) ¹
- mezőgazdasági termelő, halgazdálkodással foglalkozó vállalkozások, - baromfi és sertés termeltetők, - őstermelők is, - kezdő vállalkozások is	- szerződés kötés: 2012.12.31-ig	- 1-50 mio (termelők és halgazdálkodók), - 1-250 mio (termeltetők)	3 év	1 év	max. 6,72%
- mezőgazdasági tevékenységet folytató KKV, - fiatal mezőgazdasági termelők, - őstermelők is, - kezdő vállalkozások is	- nehéz helyzetben lévő vállalkozás, - szerződés kötés: 2012.12.31-ig	hitelcélről függően - 1-50 mio Ft (2. hitelcél), - 5-1000 mio Ft (1., 3., 4. hitelcél)	max. 15 év (1., 2., 3. hitelcél), min. 5, max. 8 év (4. hitelcél)	max. 3 év (1., 2., 3. hitelcél), min. 5, max. 7 év (4. hitelcél)	max. 7,22%
- mezőgazdasági tevékenységet folytató KKV, - őstermelők is, - kezdő vállalkozások is	- halászati és akvakultúra tevékenység, - termelő tevékenységet nem folytató TÉSZ, termelői csoport és BÉSZ, - nehéz helyzetben lévő vállalkozás	1-200 mio Ft	5 év	2 év	max. 10,62%
- agráragaztatban működő KKV-k, - TÉSZ-ek, - mezőgazdasági őstermelők, - családi vállalkozók	n.a.	1-15 mio Ft	3 év	n.a.	11,05%
- mezőgazdasági termékek előállításával, feldolgozásával foglalkozó mezőgazdasági őstermelők, családi gazdálkodók, egyéni vállalkozók és KKV-k	- nehéz helyzetben lévő vállalkozás, - tartósan veszteséges vállalkozás, - negatív saját tőke vagy ha saját tőke kevesebb, mint a jegyzett tőke fele, - negatív hitelmúlt a Széchenyi Kártya Programon belül, - 6 hónapon belül 50%-ot meghaladó tulajdonosváltás	- 0,5-25 mio Ft, de éves árbevétel max. 35%-a	3 év	n.a.	10,55%, de ebből 2% állami kamattámogatás
mezőgazdasági termelő KKV	- igénylés: 2012.08.31-ig	- 0,5-10 mio, de max. 1,6 mio Ft/ha és max. 10 mio Ft/hitel-felvevő	20 év	3 év	6,36%, de 100%-os állami kamattámogatás
- mezőgazdasági termeléssel foglalkozó KKV, - őstermelők is, - kezdő vállalkozások is	- halászati és akvakultúra tevékenység, - mezőgazdasági tevékenységet nem folytató TÉSZ, termelői csoport és BÉSZ, - nehéz helyzetben lévő vállalkozás	- 1-50 mio Ft, - max. 200e Ft/ha (szántó, legelő), max. 500e Ft/ha (ültetvény), - max. 200e Ft/állategység	5 év	1 év	max. 5,22%

¹ A 2012.09.27-én érvényes referencia kamatlábakkal (BUBOR, EURIBOR) számolva.

Név	Egyéb banki díjak (összesen) ²	Hitelgarancia díja (éves)	Finanszírozható tevékenységek	Nem finanszírozható tevékenységek (a szokásosokon túlmenően)
MFB Agrár Forgóeszköz Hitelprogram	1-2%	n.a.	- állattenyésztéshez kapcsolódó finanszírozás (tenyésztés, vásárlás is), - növénytermesztéshez kapcsolódó fogóeszköz finanszírozás	- beruházás, - áfa, -exporttal kapcsolatos tevékenység, - rögzített árú forgóeszköz finanszírozása, - üzletrész, részvény vásárlása, - értékpapírok, befektetések vásárlása
(Új Magyarország) Agrárfejlesztési Program	2-3%	n.a.	- ingatlan építése, megvásárlása, fejlesztése, - gépek, berendezések, szoftverek vásárlása, - nem építési célú földvásárlás (beruházás max. 10%-a), - beruházásokhoz kapcsolódó, aktiválható költségek	- áfa, - exporttal kapcsolatos tevékenység, - import áruk helyett hazai áruk beszerzését előnyben részesítő beruházás, - más hitel kiváltása, üzletrész, részvény vásárlása, - rögzített árú beruházás finanszírozása, - termelési jogok, állatok és egyéni növények vásárlása, - egyéni növények telepítése, - víztelenítő vagy öntöző berendezések (kivéve, ha 25%-os hatékonyságjavulás), - egyszerű pótló beruházás, - forgóeszköz finanszírozás, - megkezdett beruházás, - tej és tejtermék utánozó vagy helyettesítő termékek előállításához szükséges beruházás, - gépek, berendezések lízing szerződéssel összefüggő költségei
(Új Magyarország) AgrárForgóeszköz Hitelprogram	1-2%	n.a.	- forgóeszköz beszerzés	- beruházás, - áfa, - exporttal kapcsolatos tevékenység, - más hitel kiváltása, üzletrész, részvény vásárlása, - értékpapírok, befektetések vásárlása
Gazdahitel-Gazdakártya	1%	0,4-0,9%	- mezőgazdasági termék előállítása, - halászati, erdőgazdálkodási tevékenységek, - forgóeszköz és beruházás finanszírozására	- mezőgazdasági termékek feldolgozása és forgalmazása, - import áruk helyett hazai áruk preferenciája, - export tevékenység
Agrár Széchenyi Kártya	4-5%	1,7-3,44%, de ebből 0,75% állami díjtámogatás	-	- import áruk helyett hazai áruk preferenciája, - export tevékenység
MFB Fagykár 2011.	1,50%	nincs	- forgóeszköz és működési költség finanszírozása, - 90 napot meg nem haladó mértékben lejárt mezőgazdasági célú hitel kiváltása	-beruházás, - áfa, - exporttal kapcsolatos tevékenység, - üzletrész-, részvény-, értékpapírvásárlás
MFB Agrár Forgóeszköz Vis Maior Hitelprogram	1-2%	n.a.	- forgóeszköz finanszírozás	- beruházás, - áfa, - exporttal kapcsolatos tevékenység, - üzletrész, részvény vásárlása, - értékpapírok, befektetések vásárlása

² Összesítés és szakértői becslés alapján.

Egyéb feltételek	Saját erő	Biztosíték	Pénzügyi közvetítők	További információ
-	nincs	- szokásos bankári biztosíték, - lehetséges hitelgarancia igénybevétele (AVHGA vagy Garantiqa)	- kereskedelmi bankok, - takarékszövetkezetek	www.mfb.hu
Hitelcélok: 1. mezőgazdasági termékek elsődleges előállítása céljából végrehajtott beruházás 2. Fialat mezőgazdasági termelők tevékenységének megkezdéséhez szükséges beruházás 3. Projekt kiegészítő hitel az ÚMVP pályázatokhoz 4. Agrárforrás hitel infrastruktúra és technológia fejlesztésre	min. 15%	- szokásos bankári biztosíték, - lehetséges hitelgarancia igénybevétele (AVHGA vagy Garantiqa)	- kereskedelmi bankok, - takarékszövetkezetek	www.mfb.hu
-	nincs	- szokásos bankári biztosíték, - lehetséges hitelgarancia igénybevétele (AVHGA vagy Garantiqa)	- kereskedelmi bankok, - takarékszövetkezetek	www.mfb.hu
- 10 mio Ft alatti hitelösszeget ingatlanbiztosíték nélkül	-	- AVHGA hitelgarancia a hitel összegének max. 80%-ára, - 10 mio Ft alatti és az árbevétel 30%-át nem meghaladó hitelösszeg esetén 3. személy készfizető kezességére, - 10mio Ft alatti és az árbevétel 50%-át nem meghaladó, illetve 11 mio Ft feletti hitelösszeg esetén ingatlan jelzálog	- takarékszövetkezetek	www.takarekpoint.hu
- 15 mio Ft hitelösszegig 1, felette 2 lezárt üzleti év, - MVH regisztrációs szám, - kötelező bankszámlaforgalom	n.a.	- 15 mio Ft hitelösszegig magánszemély készfizető kezességvállalása, felette az AVHGA által előírt egyéb fedezetek (ingatlan vagy ingóság)	- takarékszövetkezetek, - OTP Bank, - Volksbank	www.ka-vosz.hu
- legalább 30%-os, bejelentett fagykár, - a támogatás összege 50%-kal csökken, ha nem volt biztosítás legalább a termés 50%-ára.	nincs	- 80% AVHGA hitelgarancia, - egyéb bankári biztosítékok	- közvetlenül az MFB nyújtja a hitelt	www.mfb.hu
- bejelentett és az MgSZH által elfogadott katasztrófa- és elemi kár miatti vis maior esemény, agrár-kár enyhítés kérelem, - a hitelkérelmet benyújtás előtt a területi MgSZH-val záródokoltni kell	nincs	- szokásos bankári biztosíték, - lehetséges AVHGA hitelgarancia igénybevétele	- kereskedelmi bankok, - takarékszövetkezetek	www.mfb.hu

EURÓPAI UNIÓS PÁLYÁZATOK

KÖZEL 2000 MILLIÁRD FORINT – EKKORA ÖSSZEG ÁLL RENDELKEZÉSRE VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉSRE A 2011 ÉS 2013 KÖZÖTTI IDŐSZAKBAN AZ ÚJ SZÉCHENYI TERV KERETÉBEN. EMELLETT A DARÁNYI IGNÁC TERV TOVÁBBI MINTEGY 300 MILLIÁRD FORINT FORRÁST BIZTOSÍT 2014-IG AZ AGRÁRVÁLLALKOZÁSOK RÉSZÉRE. HA KÖRÜLTEKINTŐEN KERESSEL, KÖNNYEN TALÁLHATSZ A PROFILODHOZ ILLESZKEDŐ FEJLESZTÉSI, BERUHÁZÁSI TÁMOGATÁST.

Az Új Széchenyi Terv vállalkozásfejlesztési pályázataival kapcsolatos tudnivalók

A források új, egyszerűbb, rugalmasabb fejlesztéspolitikai rendszerben kerülnek elosztásra. Megújult a teljes intézményi és jogszabályi környezet, maga a támogatás rendszere, a pályázati folyamat is. A régi szabályozást, a 24 jogszabály helyét egyetlen kormányrendelet vette át,

amely – megszüntetve a párhuzamosságokat és a bürokratikus akadályokat – egységes szerkezetben tartalmazza az intézmények közötti feladatmegosztást, a pályázatadás és a finanszírozás szabályait. Ez fontos változás, amely egyszerre növeli az átláthatóságot és a jogbiztonságot.

Rövidült a bírálati idő és növekszik azon pályázatok köre is, amelyen előre

meghatározott, objektív szempontoknak megfelelő könnyített értékelés alapján részesülhetnek támogatásban az érintettek. A pályázatokat elektronikus adathordozón (írásvédett CD lemezen) a pályázati kiírás részét képező, kinyomtatott és cégszerűen aláírt nyilatkozattal kell benyújtani. Így a pályázati dokumentáció egyszerűbben kezelhető.

Pályázatkeresés

Ha Te magad szeretnéd megismerni a lehetőségeket, akkor szerintünk az NFÜ honlapján (www.nfu.hu) kezd a nézelődést. Itt már rögtön kétféle lehetőség közül választhatsz, vagy igénybe veszed az ún. pályázatkereső funkciót (<http://www.nfu.hu/content/57>) (itt többféle szűrési paramétert állíthatsz be, hogy csak a számodra valóban releváns pályázatok jelenjenek meg) vagy átnézed az összes vállalkozásfejlesztési pályázatot (<http://www.nfu.hu/>

Az Új Széchenyi Terv aktuális pályázatairól az NFÜ (www.nfu.hu) honlapján keresztül, a MAG telefonos vagy emailes ügyfélszolgálatán (Tel.: 06 40 200-617, info@magzrt.hu), valamint személyesen az Új Széchenyi Terv Infopontokon tájékozódhatsz.

doc/2639). Figyelmeztetés: egyes böngészők nem támogatják az NFÜ honlapján való keresgélést, ha ez történik Veled is, válassz más keresőt!

Ismerkedés a pályázattal

Ha találtál egy olyan pályázatot, ami úgy gondold érdekes lehet számodra, kezd el a feltételek meg-

ismerését. 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 kezd a Pályázati Felhívással. 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

HA TÖBBET SZERETNÉL TUDNI A PÁLYÁZATOKRÓL...

A MAG-nál térítésmentes oktatást keretében szerezheted meg a pályázatok sikeres kezeléséhez szükséges ismereteket. Az oktatások célja, hogy a pályázatok nyertesei megismerjék a pályázatkezelési folyamatot, átlássák projektjük életútját, és ennek ismeretében zökkenőmentesen és pontosan tudják lebonyolítani pályázati forrással támogatott fejlesztésüket. Az oktatások az alábbi fő témák köré épülnek: szerződés-kötési tudnivalók, elszámolási tudnivalók, pénzügyi kérdések, szakmai jelentések és felkészülés a helyszíni ellenőrzésekre. Fontos, hogy az oktatásra előre be kell jelentkezni és a lehetséges résztvevők száma is korlátozott. A www.magzrt.hu honlapon az ügyfélokutatás menüpont alatt megtalálod a további fontos részleteket.

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 pályázatíráshoz, még a mellékletekkel is meg kell ismerkedned. Mind a Pályázati Felhíváshoz, mind a Pályázati Útmutatóhoz

számos (ne tévesszen meg: hasonló számozású) melléklet kapcsolódik. Ezek közül ebben a szakaszban szerintünk a leglényegesebb a Pályázati Felhívás V. és VI. melléklete, amely 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.nfu.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 ÚSZT elektronikus kitöltőprogram segítségével kell elkészítened, melyet az NFÜ honlapjáról (www.nfu.hu) 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, vállalkozásfejlesztési pályázatok esetében általában a MAG-nál.

Mire kell feltétlenül odafigyelned?

Mindig figyelmesen olvasd végig a Pályázati Felhívást és Útmutatót, különös

AZ ÚJ SZÉCHENYI TERV (ÚSZT)

Az EU-s csatlakozás óta az ország felzárkóztatására rendelkezésre álló többnyire európai uniós és kisebb részben magyar költségvetési forrásból álló fejlesztési forrásokat - az EU hét éves tervezési ciklusaihoz alkalmazkodó - fejlesztési programok keretében lehet felhasználni. Ilyen fejlesztési programok a Nemzeti Fejlesztési Terv (NFT, 2004-2006), az Új Magyarország Fejlesztési Terv (ÚMFT, 2007-2013), melynek 2011-13-ra vonatkozó része az Új Széchenyi Terv (ÚSZT, 2011-2013).

Az Új Széchenyi Terv alapvetően a magyar gazdaság fejlesztését célozza, ezen belül a legfontosabb prioritások a következők:

- a foglalkoztatás bővítése, a pénzügyi stabilitás fenntartása,
- a gazdasági növekedés feltételeinek megteremtése,
- a magyar gazdaság versenyképességének javítása.

Az ÚSZT keretében 2011-13 között közel 2000 milliárd forint uniós forrás áll Magyarország rendelkezésére. Az ÚSZT az ÚMFT korábbi pályázatainak 7 kitorési pont köré történő újrendezése mellett további pályázati lehetőségeket is meghirdet(ett). A vállalkozások fejlesztését célzó pályázatok a Vállalkozásfejlesztési Program keretében érhetők el.

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 esetben a kv-k 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 garanciaállalási konstrukciókról (4.3. fejezet Kedvezményes vállalati hitelek).

HOGYAN BIRKÓZZ MEG AZ ADMINISZTRÁCIÓVAL?

Ha már beadott, esetleg nyertes pályázatod van, a MAG honlapján keresztül számos fontos információhoz jutsz hozzá. A Nyertes ügyfeleknek szóló menüpont Nyomtatványok fejezetében pályázatonként gyűjtve találod meg a legfontosabb nyomtatványokat a pályázati életszakaszok szerinti bontásban (szerződéskötés és módosítás, pénzügyi kifizetés, monitoring).

„Meglepetések” a pályázatokkal kapcsolatban

Sokan hiszik, hogy pályázni a világ legegyszerűbb dolga, majd menet közben derül ki számukra, hogy a pályázatokon való részvétel komoly, jelentős idő- és energiárfordítást 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 számodra 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 folyamat, 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 túlnak tartod a dokumentum mennyiséget, amit át kell olvasnod, mielőtt el tudod készíteni a pályázatot, számíts rá, hogy a későbbiekben, 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 találod 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 projekt 100%-át támogatásként (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, gondolj a kedvezményes hitelekre, támogatás előfinanszírozási lehetőségekre (összefoglaltuk őket Neked a 4.3. Kedvezményes vállalati hitelek fejezetben) vagy nézd meg alaposabban az ún. KHG (Kombinált

Hitel Garanciával) eljárású pályázatokat (ott eleve hitellel kombinálva kapod a támogatást).

Lehatárolási kérdések

Külön figyelned kell, ha 5000 fő alatti településen vagy 100 fő/km² alatti népsűrűségű területen működő mikroállalkozásod van: eddig az ilyen mikroállalkozások csak az ún. ÚMVP (Új Magyarország Vidékfejlesztési Program, 2007-2013) keretében meghirdetett pályázatokról részesülhettek (azaz a vállalkozásfejlesztési 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 lehetőségessé válik számodra az ezeken a 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 támogathatók a mikroállalkozások.

Egy sikeres pályázat életútja

Ha beadta a pályázatot, első körben egy ún. befogadási kritériumok (benyújtási határidő, támogatás összegének és 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 projektedet, kivéve, ha a pályázati felhívás erről másként rendelkezik, saját felelősségre, már a pályázat beadását követően megkezdheted (de ennél hamarabb semmiképpen nem!).

A következő fontos momentum a kifizetési igénylés összeállítása lesz számodra. Ehhez segítséget a pénzügyi elszámó-

lásra vonatkozó pályázati melléklet ad, illetve a MAG honlapján (www.magzrt.hu) számos nyomtatványt, segédletet találsz. A kifizetést a MAG az igénylés (illetve az esetleges erre vonatkozó hiánypótlás) beérkezésétől számított 30 napon belül fizeti ki számodra.

Fontos, hogy 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 (indikátorok) valóban teljesülnek. Az indikátorok nem teljesítése esetén a támogatás arányos részét vissza kell fizetned. Az időszakos vagy záró beszámoló, fenntartási jelentések kötelezően az NFU honlapjáról (www.nfu.hu) elérhető PályTáj felületen keresztül kerülnek

benyújtásra. A projekt bármely szakaszában számíthatsz továbbá ellenőrzésekre, illetve helyszíni szemlére.

Hogyan informáldj, ha már beadta a pályázatod?

Gyorsan és hatékonyan tudsz információhoz jutni a pályázatoddal kapcsolatban a MAG Projekt Partneri Rendszerén keresztül. Egy központi, helyi tarifával hívható telefonszámon (40/200-617) keresztül, a projektedre vonatkozó saját jelszó segítségével közvetlenül és gyorsan elérheted Projekt Partneredet, akinek akár hangüzenetet is hagyhatsz. A projektekhez kapcsolódó jelszavakat a MAG postán küldi meg a pályázatoddal rögzített postacímre, de igényelheted jelszót a MAG honlapjáról (www.magzrt.hu) letölthető jelszóigénylő lap segítségével is.

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 pályázat és projektvégrehajtás teljes folyamatában. A PályTáj felület a www.nfu.hu honlapon a Pályázatok menüpont alatt érhető el. A bejelentkezéshez a felület bal oldalán ki kell választanod a fejlesztési periódust (2007-2013), programot (ez a pályázati felhívás kódjának betűjele, amelyet megtalálsz például a pályázati felhívás első oldalán, esetekben valószínűleg GOP vagy KMOP, esetleg TÁMOP vagy valamelyik regionális operatív program) majd a felület alján az alintézkedés számát (ez a pályázati felhívás kódszámát jelenti). Ezt követően a pályázatod beérkezését visszaigazoló levelében a MAG 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 beszámoló, fenntartási jelentések) ezen a felületen keresztül kell benyújtani.

Mire pályázhatsz?

A 97-99. oldalon található táblázatban összefoglaltuk Neked az ÚSZT Vállalkozásfejlesztési Program aktuálisan nyitott pályázatainak főbb feltételeit. De felhívjuk a figyelmedet, hogy vállalkozásként a többi program pályázataiban is találhatsz számodra érdekes lehetőséget. Szerintünk főként a Tudomány és Innováció, a Közlekedésfejlesztési és a Gyógyító Magyarország Program pályázataiban is találhatsz számra érdekes lehetőséget. Szerintünk főként a Tudomány és Innováció, a Közlekedésfejlesztési és a Gyógyító Magyarország Program pályázataiban is találhatsz számra érdekes lehetőséget. Szerintünk főként a Tudomány és Innováció, a Közlekedésfejlesztési és a Gyógyító Magyarország Program pályázataiban is találhatsz számra érdekes lehetőséget.

(OP) pályázati kiírása keretében a pályázat benyújtásra kerül, ezt legegyszerűbben a pályázat kódja alapján tudod eldönteni: a GOP pályázatok minden régióban elérhetőek, kivéve a Közép-Magyarországi régiót, ahova viszont a KMOP pályázatok irányulnak. A regionális OP-k pályázataiban értelem szerűen az adott régióban megvalósuló fejlesztéseket támogatják. Arra is ügyelned kell, hogy a nem-GOP, nem-KMOP pályázatok dokumentációja (pl. a Részletes Pályázati Útmutató) is eltérő, valamint, hogy ezeknek a pályázatoknak a Közreműködő Szervezete sem a MAG.

Az agrárvállalkozásoknak szóló EU-s pályázati lehetőségek

Az agrárvállalkozások részére a nem közvetlen EU-s támogatások felhasználását a jelenlegi tervezési ciklusban, azaz a 2007 és 2013 közötti időszak során, az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program (ÚMVP) határozta meg. Ebben az időszakban mintegy 5 milliárd euró fejlesztési forrást lehet(ett) az agrárium, a vidéki környezet és a vidéki térségek fejlesztésére költeni. Az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program (ÚMVP) az alábbi négy fő tengely mentén kívánta

TÁMOGATÁSI KISOKOS

Az alábbiakban összefoglaljuk Neked az első közelemben 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 szektorális. Az ÚSZT Vállalkozásfejlesztési Programjának pályázatai ezek alá az OP-k alá tartoznak.

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 nyújthatók (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 bírálat 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 projekted (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).

felhasználni a forrásokat:
I. tengely: A minőség és a hozzáadott érték növelése a mező- és erdőgazdaságban, valamint az élelmiszer-feldolgozásban
II. tengely: A földhasználat racionalizálása a környezeti és természeti értékek figyelembe vételével
III. tengely: A vidéki foglalkoztatás bővítése, a tevékenységek diverzifikálása
IV. tengely (LEADER): Helyi közösségek fejlesztése
A konkrét pályázati lehetőségek ezeknek a tengelyeknek a mentén nyílnak meg. Ezek az ún. EMVA pályázatok, utalva a forrást biztosító EU-s alap elnevezésére.

2012-től kezdődően ezek a pályázatok az időközben kidolgozott, 2020-ig szóló új Nemzeti Vidékstratégiát végrehajtó ún. Darányi Ignác Terv keretében kerülnek meghirdetésre. 2012 első féléve során pályázni lehetett fiatal gazdák induló támogatására, mezőgazdasági termékek érték-

növelésére, zöldség-gyümölcs termelői csoportok támogatására, kedvezőtlen adottságú területen gazdálkodók kompenzációs támogatására, őshonos és veszélyeztetett mezőgazdasági állatfajták genetikai állományának tenyésztésben történő megőrzésére, genetikai erőforrások megőrzésére, mezőgazdasági területek első erdősítésére, agrár-erdészeti rendszerek első létrehozására mezőgazdasági földterületeken, NATURA 2000 erdőterületeken történő gazdálkodáshoz nyújtandó kompenzációs támogatásra, mem mezőgazdasági tevékenység kialakítására, turisztikai tevékenységek ösztönzésére.

Jóllehet jelenleg (2012 november elején) gyakorlatilag nincs nyitott, az agrárvállalkozások számára lehetőséget jelentő EMVA-s pályázati lehetőség, a 2014-ig rendelkezésre álló mintegy 300 milliárd Forint terhére

további pályázatok várhatóak az alábbi területeken:

- Mezőgazdasági termelők gazdaságátadási támogatása.
- Az élelmiszer-minőségi rendszerekben részt vevő mezőgazdasági termelők támogatása.
- Termelői csoportok támogatása az élelmiszer-minőségi rendszerek keretébe tartozó termékekre vonatkozó tájékoztatói és promóciós tevékenységek terén.
- Termelői csoportok létrehozásához és működéséhez nyújtandó támogatás.
- Natura 2000 kifizetések mezőgazdasági területeken.
- A fiatal erdők állományneveléséhez nyújtandó támogatás.
- Erdő-környezetvédelmi kifizetések.
- Erdészeti potenciál helyreállításra.
- Nem termelő beruházásoknak nyújtott támogatás.
- Mikro-vállalkozások létrehozásának és fejlesztésének támogatása.

Hogyan tájékozódj az EU-s (EMVA) agrárpályázatokról?

Ezek a pályázatok a Vidékfejlesztési Minisztérium rendeletei révén kerülnek meghirdetésre, illetve a fontosabb tudnivalókról, szabályokról az MVH közleményei rendelkeznek. Szemben a vállalkozásfejlesztési pályázatoknál tapasztaltakkal, ezek a pályázatok igen rövid ideig, jellemzően néhány hétig vannak „nyitva”, azaz ennyi idő áll rendelkezésre a támogatási kérelmek beadására. Tehát fontos, hogy rendszeresen tájékozódj és kövesd a számodra megnyíló lehetőségeket!

DARÁNYI IGNÁC TERV

A Darányi Ignác Terv a Nemzeti Vidékstratégia (NVS 2012–2020) végrehajtásának keretprogramja: a Nemzeti Vidékstratégia (2012-2020) céljainak eléréséhez, programjainak végrehajtásához szükséges eszközöket és intézkedéseket foglalja keretbe. Alappillérei, fő intézkedési területei az alábbiak:

- a jogszabályi környezet megújítása, életszerűvé tétele;
- hatékony, ügyfélbarát támogatási és intézményrendszer kialakítása;
- szemléletformálási, képzési programok és akciók indítása;
- uniós és hazai társfinanszírozású programok kidolgozása és indítása;
- nemzeti finanszírozású programok kidolgozása és indítása.

A Darányi Ignác Terv forrásainak jelentős részét az európai uniós támogatások biztosítják. A 2014-ig, az újabb 7 éves uniós pénzügyi tervezési időszak indulásáig a le nem kötött EU források – mintegy 300 milliárd Ft – képezik a Darányi Ignác Terv uniós pénzügyi keretét.

Erre a legalkalmasabb felület a Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal honlapja (www.mvh.gov.hu). Itt a Támogatások menüpont alatt az EMVA támogatási jogcím alatt (további alcímek kiválasztását követően) találsz a pályázati lehetőségeket.

Mire figyelj az agrárpályázatoknál?

A vállalkozásfejlesztési pályázatoknál elmondottak többnyire igazak az agrárpályázatokra is. Jelentős adminisztrációval, komoly jelentéstételi és monitoring köve-

telményekkel számolj. Fontos, hogy az MVH honlapján az adott pályázat menüpontjában a Közlemények, illetve Tájékoztatók menüpont alatt összegyűjtve találod meg a számodra releváns szabályokat, változásokat.

HA MÉG OLVASNÁL ERRÓL:

- www.nfu.hu
- www.magzrt.hu
- www.mvh.gov.hu,
- www.umvp.eu,
- www.emva.hu

ÚJ SZÉCHENYI TERV VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉSI PÁLYÁZATOK

pályázat kódja	GOP 2011-2.1.1/B	GOP 2011-2.1.1/KHG	GOP 2011-2.1.1/M	GOP 2011-2.2.1
pályázat neve	Komplex vállalati technológia fejlesztés mikro-, kis- és középvállalkozások számára	Komplex vállalati technológia-fejlesztés mikro-, kis- és középvállalkozások számára (KHG)	Mikrovállalkozások fejlesztése	Vállalati folyamatmenedzsment és elektronikus kereskedelem támogatása
pályázat beadásának határideje	2012.12.31	2012.12.31	2012.12.31	2012.12.31
támogatás összege (millió Ft)	15-100	10-150	1-10	1-10
támogatásintenzitás (projekt helyszínétől és/vagy pályázó méretétől függően)	10-35%	fix 35%	max. 45%	50%
támogatás típusa	regionális beruházási támogatás, de minimis támogatás	regionális beruházási támogatás, de minimis támogatás, KKV-k részére tanácsadásként nyújtott támogatás	de minimis támogatás	de minimis támogatás
kötelező vállalások	létszámtartás, személyi jellegű ráfordítások	létszámtartás, személyi jellegű ráfordítás, munkahelyteremtés	személyi jellegű ráfordítások	létszámtartás, elért eredmény
támogatható tevékenység	“eszközbeszerzés (kapcsolódó licenc, know-how beszerzés is), infrastrukturális és ingatlan beruházás, információs technológia fejlesztés, piacra jutás, vállalati HR fejlesztés, tanácsadás, minőség-, környezet- és egyéb irányítási, vezetési, hitelesítési rendszerek bevezetése”	“eszközbeszerzés (kapcsolódó licenc, know-how beszerzés is), infrastrukturális és ingatlan beruházás, információs technológia fejlesztés, piacra jutás, vállalati HR fejlesztés, tanácsadás, minőség-, környezet- és egyéb irányítási, vezetési, hitelesítési rendszerek bevezetése”	eszközbeszerzés, infrastrukturális és ingatlan beruházás, információs technológia fejlesztés	IKT fejlesztés, tanácsadás igénybevétele
projekt befejezése	24 hónap	24 hónap	12 hónap	24 hónap
fenntartási kötelezettség (pályázó adottságaitól függően)	3 vagy 5 év	3 év	3 év	3 év
igazolt saját forrás	25% igazolt saját forrás	25% igazolt saját forrás	10% igazolt saját forrás	25% igazolt saját forrás
biztosíték	20 mio feletti támogatásnál bankgarancia, jelzálogjog, kezességvállalás	50 mio feletti támogatás esetén annak 50%-ára hitelgarancia, melyet a KHG eljárás keretében a hitelintézet biztosít	nincs (a támogatás mellé felvett hitel biztosítékára vonatkozó előírásokat a Közvetítő Üzletszabályzata tartalmazza)	nincs
előleg	25 vagy 50%	nincs, mert a hitelintézet előfinanszírozza a támogatást	nincs	nincs
elbírálás	egyfordulós, szakaszos	egyfordulós, folyamatos	könnyített (de hiánypótlási lehetőség van)	könnyített
közreműködő szervezet	MAG	MAG	MAG	MAG

pályázat kódja	GOP 2012-2.2.4	GOP 2012-3.3.3	GOP 2012-3.5.1/A	GOP 2012-3.5.1/B
pályázat neve	Mikro-, kis- és közép vállalkozások munkahelyteremtési képességének támogatása	Mikro-, kis- és közép vállalkozások piaci megjelenésének támogatása	Esélyegyenlőségi célcsoportok a gazdaságban – megváltozott munkaképességű személyek integrációja a munkaerőpiacon (A)	Esélyegyenlőségi célcsoportok a gazdaságban – hátrányos helyzetű, elsősorban roma munkavállalók és GYES/GYED-ről visszatérők integrációja a munkaerőpiacon a rész munkaidő, távmunka és osztott munkaidő alkalmazása révén (B)
pályázat beadásának határideje	2012.12.31	2013.03.15	2012.12.31	2012.12.31
támogatás összege (millió Ft)	1-20	3-20	1-10	1-10
támogatásintenzitás (projekt helyszínétől és/vagy pályázó méretétől függően)	50-70%	50%	50-70%	50-70%
támogatás típusa	de minimis támogatás	KKV-k részére tanácsadásként nyújtott támogatás, de minimis támogatás	de minimis támogatás	de minimis támogatás
kötelező vállalások	létszámtartás, új munkahelyek teremtése	létszámtartás, marketing felelős kijelölése	létszámtartás, megváltozott munkaképességű személyek foglalkoztatása és munkahelyteremtés a részükre	létszámtartás, munkahelyteremtés, női munkavállalók, illetve GYES/GYED-ről visszatérő munkavállalók foglalkoztatása
támogatható tevékenység	új munkavállalók 12 havi bére és járulékai	tanácsadás igénybevétele, marketing munkatárs bérköltsége, piacra jutás támogatása	Megváltozott munkaképességű személyek munkakörülményeinek javítását célzó: eszközbeszerzés, infrastrukturális és ingatlan beruházás, információs technológia fejlesztés, megváltozott munkaképességű munkatársak alkalmazása, vállalati HR fejlesztés, tanácsadás igénybevétele, kommunikációs tevékenység, a pályázathoz szükséges kiállított igazolások	eszközbeszerzés, információs technológiafejlesztés, foglalkoztatás, vállalati HR fejlesztés, tanácsadás igénybevétele
projekt befejezése	2014.06.30	12 hónap	18 hónap	18 hónap
fenntartási kötelezettség (pályázó adottságaitól függően)	3 vagy 5 év	1 év	3 vagy 5 év	3 vagy 5 év
igazolt saját forrás	nincs előírt igazolt saját forrás	25% igazolt saját forrás	nincs előírt igazolt saját forrás	nincs előírt igazolt saját forrás
biztosíték	nincs	nincs	nincs	nincs
előleg	nincs	nincs	nincs	nincs
elbírálás	könnyített	könnyített	könnyített	könnyített
közreműködő szervezet	MAG	MAG	MAG	MAG

GOP 2012-3.5.1/C	DAOP-1.3.1-12, ÉAOP-1.3.1-12, ÉMOP-1.3.1-12	DAOP-1.1.1-12, ÉAOP-1.1.1-12, ÉMOP-1.1.1-12	TÁMOP 2.3.6.B-12/1
Esélyegyenlőségi célcsoportok a gazdaságban – hátrányos helyzetű, elsősorban roma munkavállalók integrációja a munkaerőpiacon (C)	A régió innovációs potenciáljának fejlesztése innovatív start-up cégek létrehozásával	Telephelyfejlesztés	Fiatalközvetítő vállalkozóvá válásának támogatása a konvergencia régiókban
2013.02.28	a keret kimerüléséig	2012.11.26	2013.01.01-től!
3-150	6-9	10-100	3-6
30-50%	100%	50-60%	90%
regionális beruházási támogatás, de minimis támogatás	de minimis támogatás	regionális beruházási támogatás, de minimis támogatás	de minimis támogatás
létszámtartás, személyi jellegű ráfordítás	1 évig 1 főállású alkalmazott	létszámtartás	n.a.
eszközbeszerzés (kapcsolódó licenc, know-how beszerzés is), infrastrukturális és ingatlan beruházás, információs technológia fejlesztés, piacra jutás, vállalati HR fejlesztés, tanácsadás, minőség-, környezet- és egyéb irányítási, vezetési, hitelesítési rendszerek bevezetése	innovációs tevékenység	termelő és szolgáltató tevékenységhez kapcsolódó épületfejlesztés	jogi formában végzett, üzleti tervben megvalósított tevékenységek
24 hónap	12 hónap	n.a.	7-8 hónap
3 vagy 5 év	3 év	3 év	3 év
25% igazolt saját forrás	nincs	25% igazolt saját forrás	n.a.
20 mio feletti támogatásnál bankgarancia, jelzálogjog, kezességvállalás	n.a.	n.a.	n.a.
25-50%	max. 25%	max. 50%	max. 25%
egyfordulós, szakaszos	egyfordulós, folyamatos	egyfordulós	könnyített
MAG	a ROP-ok regionális KSZ-ei	a ROP-ok regionális KSZ-ei	ESZA

HASZNOS HON- LAPOK A FINAN- SZÍROZÁSHOZ

<http://alapitvany.lap.hu>
A „Vállalkozásokért” szek-
cióban vállalkozásokat,
azok fejlesztését támogató
alapítványokat találhatsz.

<http://www.bankarnet.hu>
Az oldal több mint húsz
bank hitelkínálatából segít
választani.

<http://www.bankihitel.hu>
Hiteltípusok és pénzügy-
eszközök között segít az eligazo-
zásban.

<http://eupalyazat.lap.hu>
Európai uniós pályázatok
tematikusan rendezve.

<http://www.garantiqa.hu>
Minden, ami a hitelga-
ranciával kapcsolatban
felmerülhet.

<http://hita.hu>
A Nemzeti Külgazdasági
Hivatal honlapja

<http://www.hitel-ajanlatok.hu>
Az oldal célja, hogy infor-
mációkkal lássa el azon
személyeket és vállalko-
zásokat, akik/amelyek
kölcsön felvétele előtt
állnak.

<http://www.hitelfelvetel.com>
Hitelkalkulátor- és ajánlatké-

zési lehetőségek, valamint
felvilágosítás a legfonto-
sabb kölcsöntípusokról.

<http://www.hiteltanacsok.com>
Portál hiteligénylőknek.

www.ka-vosz.hu
Minden ami Széchenyi! In-
formációk a KA-VOSZ gon-
dozásában lévő finansi-
rozási lehetőségekről, úgy
mint a Széchenyi Kártya,
Széchenyi Forgóeszköz
Hitel, Széchenyi Beruházá-
si Hitel, Széchenyi Meg-
előlegező Hitel, Széchenyi
Önerő Kiegészítő Hitel és
az Agrár Széchenyi Kártya

feltételeiről, igénybevételi
lehetőségeiről, forgalmazó
hitelintézetekről.

<http://www.kvfp.hu/online>
Tőkebefektetési lehetősé-
gek kis- és középvállalko-
zások számára.

<http://magzrt.hu>
A MAG Zrt. a gazdaságfej-
lesztési pályázatok köz-
reműködő szervezete. Itt
találhatók a hazai és európai
uniós gazdaságfejlesztési
pályázatok lebonyolításához
szükséges információk, for-
mányotatványok és innen
érhető el - egy az oldalon
szereplő linken keresztül - a
pályázati e-ügyintézés, a
PályTáj felület is.

<http://www.mvzrt.hu>
Európai uniós de nem
vissza nem térítendő
finanszírozási források
(kedvezményes hitelek,
hitelgarancia és kocká-
zati tőke) feltételeiről és
a pénzügyi közvetítőkről
nyújt tájékoztatást (Új Szé-
chenyi Hitel-, Garancia- és
Tőkeprogram).

<http://www.mehib.hu>
A kis- és középvállalkozá-
sok exporttevékenységé-
nek támogatása.

<http://www.mfb.hu>
A Magyar Fejlesztési Bank
honlapján információt
találhatsz a hazai források
felhasználásával elérhe-
tő államilag támogatott
kedvezményes hitel- és
garancialehetőségekről. Itt
ismerheted meg a részletes
feltételeket és azt is, hogy
hol és hogyan lehet a hitel-
kérelmeket benyújtani.

<http://www.nfu.hu>
A Nemzeti Fejlesztési
Ügynökség honlapján
az Új Széchenyi Terv
aktuálisan kiírt pályázatai
között böngészhetsz és ke-
reshetsz Neked megfele-
lőt, regionális és országos
szinten egyaránt, illetve
megismerkedhetsz az ügy-
nökség tevékenységével.
Ha európai uniós pályá-
zatokról szeretnél tájé-
kozódni, innen érdemes
elindulnod.

<http://www.pafi.hu>
A Pályázatfigyelő a hazai
társadalmi szervezetek és
alapítványok, intézmények,
magánszemélyek, önkor-
mányzatok, vállalkozások
számára meghirdetett
pályázati kiírások gyűjte-
ménye.

<http://www.palyazatihirek.eu>
Pályázati felhívások, hírek,
rendszeresen frissülő
tartalommal.

<http://palyazatiras.lap.hu>
A „Pályázatfigyelő” szek-
cióban különböző pályázat-
figyelő portálok és cégek,
a „Pályázat-készítők” szek-
cióban pedig pályázati cégek
linkjei találhatóak.

<http://www.palyazatsugo.hu>
Aktuális pályázatok.

<http://www.penzterkep.hu>
A hazai vállalkozások
számára elérhető, az Eu-
rópai Unió, és a magyar
kormányzat által biztosít-
ott pályázati források és
támogatások teljeskörű,
kereshető adatbázisa.

<http://www.szechenyi-kartya.hu>
A Széchenyi Kártya igénylé-
sét az ezen link alatt találha-
tó közvetítő iroda segítségé-
vel intézheted.

<http://www.tka.hu>
A Tempus Közalapítvány ol-
dala, nemzeti és nemzetközi
oktatási, képzési, pályázati
programok, különböző kép-
zések az EU-támogatások
felhasználása témakörében.

<http://ujszechenyiterv.gov.hu>
Kommunikációs felület az Új
Széchenyi Terv sikeres pályá-
zatairól, büszkeségeiről.

ADÓZÁSI ÉS SZÁMVITELI ALAP- FOGALMAK

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 százalékos 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, bróker-cégek 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 éves szinten 5 millió forint bevételig lehet választani. Ha ezt a bevételi szintet átlépted, akkor automatikusan áfakötelessé válsz, azaz áfát kell rászámolnod az eladási árakra, és ennek összegét az államnak be kell fizetned. (Vannak ugyanakkor olyan tevékenységek, melyek jellegüknél fogva – függetlenül éves bevételétől – áfamentesek: ilyen például a magánóra nyújtása.) Az alanyi áfamentesség hátránya viszont, hogy 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 alapanyagok 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 5 millió forint éves bevételt.

Egyszerűsített vállalkozói adó (eva)

Előnye:

- nagyon egyszerűen kalkulálható, bevallható adónem. Mértéke jelen-

leg a bruttó (azaz áfával növelt) bevétel 37 százaléka, amivel az iparűzési 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 adó-nemet kiváltod (áfa, társasági adó, személyi jövedelemadó [szja], egészségügyi hozzájárulás (EHO) stb.). Így akár év közben folyamatosan, akár az év végén, a cégedből osztalékkelőleg / osztalék címszóval, az

EVA és az iparűzési adó megfizetésével, a cégben termelt jövedelmet (ha áfás tevékenység van, akkor lényegében a nettó bevétel 78,74%-át, ha áfamentes a tevékenység 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 93.000,- forint) után fizetendő adók és járulékok összege: ez jelenleg kb. havi 59 ezer forint, de ha a tevékenységed középfokú iskolai végzettséget igényel, akkor legalább a garantált bérminimum (jelenleg: bruttó 108.000,- forint) után fizetendő adók és járulékok összege, ami kb. havi 68 ezer forint; Amennyiben nem munkaviszonyban végzi az ügyvezetést/személyes közreműködést minimál-

bér esetén is a szociális hozzájárulási adót 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 kötezt). Arra is figyelned kell, hogy gyűjteni kell a tevékenységhez kapcsolódó költségszám-

látat, az évente akár többször változó adójogszabályok miatt érdemes könyvelőt fogadni.

Annak ellenére, hogy az adó mértéke 37%-ra emelkedett, 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, azzal, hogy költség elszámolására az EVA rendszerében továbbra sem lesz lehetőség. A leg-többek számára azon-

ban az EVA megtartása inkább az adminisztráció egyszerűsége miatt lehet indokolt, mint a tényleges adómegettarítás miatt. Az eva határa a korábbi 25 millióról 2012-ben 30 millió forintra emelkedik.

Hátránya:

- 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 kedvezményes adózási forma alkalmazására;
- ezen adózási forma választása esetén a társaságnak csak magán-személy tulajdonosai lehetnek, a társaságnak nem lehet részesedése más társaságban,
- amennyiben a társaság tulajdonosi köre két even 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.)

SPECIÁLIS LEJTÁR (MEZEI LEJTÁR) A MEZŐGAZDASÁGBAN

A növénytermelés sajátossága, hogy az egyes növények termelési folyamata nem fejeződik be egy naptári éven belül, hanem áthúzódik a következő évre. Ebből eredően a hozam keletkezésének évét megelőzően is merülnek fel termelési költségek.

Önköltségszámítási szempontból viszont alapkövetelmény, hogy a termék, termék a termelési folyamat megkezdésétől annak befejezéséig viselje az előállításával összefüggő összes termelési költséget. Ez teszi szükségessé egy adott évben felmerült növénytermelési költségek elhatárolását az évek között.

A fentiekből következik, hogy a befejezetlen növénytermelés költségeit - az alkalmazott költség-elszámolási módtól függően - elkülönítetten kell nyilvántartani, illetve gyűjteni. Befejezetlen növénytermelés (mezei lejtár) alatt azon költségek értékét értjük, amelyek a következő év vagy évek növénytermelése érdekében merülnek fel. Ezeket a ráfordításokat év végén készletre vesszük, és mint befejezetlen termelést a Mezei lejtár számlán tartjuk nyilván.

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

AZ ÉLELMISZERIPAR ÚJ ADÓJA

Azon személyek vagy vállalkozások, akik az élelmiszerlánc felügyelet hatálya alá tartozó tevékenységet végeznek, díjat kötelesek fizetni.

Az élelmiszerlánc-felügyeleti díj alá tartozó tevékenységnek minősül

- élelmiszer-termelési, tenyésztési, vagy kísérleti célból tartott állatok forgalmazása;
- élelmiszer-, vagy takarmány-termelési célból termesztett növény, vetőmag, növényi termék, illetve a szaporító és ültetési anyag forgalmazása,
- élelmiszer előállítás vagy forgalmazás, beleértve a vendéglátást és közétkeztetést;
- takarmány előállítás vagy forgalmazás,
- állatgyógyászati készítmény és állatgyógyászati termék előállítása vagy forgalmazása,
- növényvédőszer, termésnövelő anyag vagy EK műtrágya előállítása vagy forgalmazása,
- állati eredetű melléktermék kezelése, felhasználása, további feldolgozása, szállítása vagy az ezekből származó termék forgalomba hozatala,
- élő állat szállítását végző vállalkozás, továbbá élőállat-szállító járművek mosását és fertőtlenítését végző hely, az idegen állományból származó állatok fogadására kiválasztott elkülönítő (karantén), állatrakodó, gyűjtőállomás, kereskedői telep, etető-itató állomás, pihentető állomás, állatvásár üzemeltetése,
- szaporítóanyag előállítása vagy tárolása,
- növény-egészségügyi, állat-egészségügyi, élelmiszer- vagy takarmányvizsgáló laboratórium üzemeltetése, állatok jelölésére szolgáló eszköz forgalmazása.

A díj mértéke az érintett tevékenységből származó előző évi nettó árbevétel, illetve magánszemélynél a jövedelem 0,1 százaléka. A díjalapból levonható a jövedéki adó, a népegészségügyi termékadó összege kizárólag annál a vállalkozásnál, amely azokat befizette. Egyszerűsített bevallás és százalékos díj helyetti átalánydíj vonatkozik a kizárólag végzős fogyasztó számára értékesítő mikro-vállalkozásokra (10 fő alatti vállalkozások), amelyek évi húszezer forint összegű felügyeleti díjat kötelesek fizetni. Kisvállalkozások évi hétszázezer forint díj mellett az egyszerűsített bevallást választhatják.

A felsorolt tevékenységeket végző adózóknak az élelmiszerlánc-felügyeleti díjat május 31-éig kell bevallani kizárólag elektronikus úton, ügyfélkapus azonosítást követően a NÉBIH portálján. A díjat banki átutalással két részletben, egyenlő összegben, július 31-éig, illetve január 31-éig kell megfizetni a NÉBIH 1003200-00289782-30006016 számú elkülönített számlájára.

A bevallás a NÉBIH honlap főoldalán található e-ügyintézés menüpontban, az ügyfélkapu bejelentkezéssel kell kezdeni. Áttekintő útmutató és súgó is található a honlapon az elektronikus ügyintézéshez, valamint közvetlenül is kérdések tehetők fel a felugyeletidij@nebih.gov.hu e-mailcímen keresztül.

Bővebben: <http://www.nebih.gov.hu>

megszűnt, mivel minden gazdasági társaságnak kettős könyvelést kell vezetni. Az egyéni vállalkozók

viszont pénztárkönyv (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 másodsor, amikor pénzügyileg is rendeződik az esemény.

(Például ma megveszem az árut számla ellenében, de a jövő héten fizetem ki banki utalással, azaz már ma könyvelem az árut mint eszközt, amivel szemben pedig a szállító [eladó] felé fennálló tartozásomat teszem.

A jövő heti banki fizetésnél a bankszámlaegyenleg csökken, és eltűnik a szállítóval szembeni tartozás.)

Másként megfogalmazva a kettős könyvelés „teljesítés” szemléletű, azaz gyakorlatilag az árbevétel,

költséget akkor kell elszámolni, amikor az esemény (például áru leszállítása, szolgáltatás igénybevétele, szolgáltatás nyújtása) megtörténik, azaz „teljesül”, függetlenül a valóságos pénzmozgástól, azaz attól, hogy kifizetik-e azonnal vagy sem.

Östermelők adózása

Ki minősül mezőgazdasági östermelőnek?

A személyi jövedelemadó törvény 1. rendelkezése szerint mezőgazdasági östermelő az az e tevékenységre tekintetében nem egyéni vállalkozó magánszemély, aki betöltötte a 16. életévét, a saját gazdaságában az

Szja tv.6. számú mellékletében felsorolt termékek előállítását végzi, és ennek igazolására östermelői igazolvánnyal rendelkezik, továbbá a családi gazdaságban nem foglalkoztatottként közreműködő családtagja is az Szja tv. 6. számú mellékletben felsorolt termékek előállítására

irányuló tevékenysége(i) nek bevétele (jövedelme) tekintetében. 2 Mezőgazdasági kistermelőnek az az östermelő tekinthető, akinek az adóévben – jogszabály alapján kapott támogatás összegével csökkentett – östermelői tevékenységéből származó éves bevétele nem több 8 millió forintnál.

Az östermelő által választható adózási módok:

A mezőgazdasági östermelőnek – az átalányadózást választó kistermelő is –, ha az e tevékenységből származó bevétele nem haladja meg az évi 600 ezer forintot, akkor nem kell jövedelmet és adót megállapítania.

FORDÍTOTT ADÓZÁS A MEZŐGAZDASÁGBAN

Az általános forgalmi adót a termék eladó, értékesítő adóalany számítja fel, hártja át számlában a vevőre, ugyanakkor a költségvetés, az adóhatóság felé az eladó vallja be, fizeti meg. Fordított adózás esetében mindez megfordul: az eladó nem hártja át az adót, és nem is kapja meg a vevőjétől, hanem a vevő válik kötelezetté az adó bevallására, megfizetésére.

Megjegyzendő, hogy az adófizetési kötelezettség csak abban az esetben fordulhat meg, ha az ügyletben résztvevők egyikének sincsen olyan jogállása, amely az adófizetési kötelezettség teljesítését kizárná. Így, amennyiben az ügyletben résztvevők közül bármelyik alanyi adómentes adóalany vagy mezőgazdasági tevékenységet végző különös jogállású – illetve ha a vevő adóalanyának nem minősül személy –, akkor az adófizetési kötelezettség nem fordítható meg.

A fordított adózás alá tartozó mezőgazdasági termékek köre:

Az Áfa tv. 6/A. sz. mellékletében felsorolt termékek tatóznak 2012. július elsejétől a fordított adózás hatálya alá:

- kukorica (vtsz. 1005),
- búza és kétszeres (vtsz. 1001),
- árpa (vtsz. 1003),
- rozs (vtsz. 1002),
- zab (vtsz. 1004),
- triticale (vtsz. 1008 90 10),
- napraforgó-mag, törve is (vtsz. 1206 00),
- repce- vagy olajrepcemag, törve is (vtsz. 1205),
- szójabab, törve is (vtsz. 1201).

A számlát az általános szabályok szerint kell kiállítani azzal a különbséggel, hogy az nem tartalmazhat áthárított adót. Értelemszerűen adómértéket sem lehet rajta feltüntetni. Egy fordított adózás alá tartozó értékesítésről kiállított számlán szerepeltetni kell viszont a vevő adószámát és utalást arra, hogy az az áfatörvény melyik rendelkezése alapján tartozik a fordított adózás alá. Erre a leghelyesebb megoldás az, ha a termék VTSZ-számát (vámtarifaszámát) tünteti fel, és utal az áfatörvény 142. § (1) bekezdés i) pontjára.

• 10%-os költséghányad alkalmazása: akkor alkalmazandó, ha a termelő nem kíván a költségeivel tételiesen elszámolni. Ekkor a bevétel 90%-a tekintendő jövedelemnek. Ez az összeg, amely esetleg más jövedelemmel való összevonás után kell az adó alapját megállapítani. Az adó kiszámítása: az adó alapja után 16%-os adókulccsal kell adózni. A mezőgazdasági tevékenység adójából maximum 100.000.- Ft östermelői adókedvezmény és más igazolt adókedvezmény is igénybe vehető.

• Átalányadó (8 millió forint bevételig választható): a mezőgazdasági kistermelő: akinek a mezőgazdasági tevékenységéből az adóévben megszerzett bevétele a 8 millió forintot nem haladja meg. Ezen bevételi határig választható a mezőgazdasági termelő számára az átalányadózás. Amennyiben egyidejűleg egyéni vállalkozó is, akkor mindkettő vállalkozási formára külön-külön és egyidejűleg választhatja ezt az adózási módszert. Egyéni

MIT JELENT A KOMPENZÁCIÓS FELÁR?

Az Áfatörvény rendelkezései szerint az olyan áfa adóalanyra, aki mezőgazdasági tevékenységet folytat, különös szabályok vonatkoznak. E különös szabályok alapján mezőgazdasági tevékenysége tekintetében az adóalany kompenzációs rendszer szerint köteles adózni akkor, ha a törvényi feltételeknek megfelel és az e feltételeknek való megfelelése okán fennálló különleges jogállását nem változtatta meg.

Az adóalany akkor minősül különleges jogállású mezőgazdasági tevékenységet folytató adóalanyának, ha:

- gazdasági céllal belföldön telepedett le, gazdasági célú letelepedés hiányában pedig lakóhelye vagy szokásos tartózkodási helye van belföldön és,
- egészben, vagy meghatározó részben mezőgazdasági tevékenységet folytat és,
- mikrovállalkozásnak minősül és,
- önálló vállalkozásnak minősül és,
- nem élt a különleges jogállása megváltoztatásának a jogával.

A kompenzációs felár alapja a felvásárlási ár, mértéke pedig annak 12 százaléka növénytermelési termékek és elsődleges feldolgozásai, valamint egyes feldolgozott, tartósított saját előállítású zöldség, gyümölcs, savanyúság, továbbá must és bor stb. esetében. Az erdei magok és csemeték esetében, valamint állattenyésztési termékek esetében 7 százalék felár alkalmazandó. Ugyancsak 7 százalékos felárat kell számítani az áfatörvény mellékletében említett mezőgazdasági szolgáltatások esetében is. A különleges jogállású termelőnek a felvásárló felé történő értékesítéséről sem számlát, sem nyugtát nem kell adnia, hanem eladásai során a felvásárló adóalany állít ki felvásárlási bizonylatot, mely a termelőnek bevételi bizonylatként szolgál.

vállalkozóként továbbra is 15 millió forint árbevételig jogosult rá. Az adóalap kiszámítása: állati termékek esetén jövedelem a bevétel 6%-a, növényi termékek ese-

tén pedig a bevétel 15%-a, amely után 16% a személyi jövedelemadó.

• Tételes költségelszámolás nyilatkozattal: lehetőség

van egyszerűsített bevallási nyilatkozatot tenni annak a tételre költségelszámolást alkalmazó kistermelőnek, akinek a mezőgazdasági termelésből származó bevétele 600 ezer és 4 millió forint közötti. A nyilatkozattételnek továbbra is feltétele, hogy rendelkezzen a tevékenységével összefüggésben felmerült, legalább a bevétel 20%-át kitevő számlákkal igazolt költséggel. Ekkor arról is nyilatkozik, hogy az adóévben nem volt a mezőgazdasági kistermelésből jövedelme. Azokban az adóévekben, amelyekben egyszerűsített nyilatkozatot tesz a kistermelő, a tárgyi

eszközök értékcsökkenési leírásából valamint az elhatárolt veszteségből 20%-ot elszámoltnak kell tekinteni.

• **Tételes költségelszámolás:** az igazolt költségeken felül 8 millió forint bevételig 40%-os kistermelői költségátalány is levonható. Ebben az esetben veszteséget mindaddig nem határolhat el, amíg kistermelői költséghányadot is elszámol. A korrigált bevétel és a költségek különbsége a jövedelem (ha az pozitív előjelű), az adó mértéke pedig a számított adóalap 16%-a.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.dashofer.hu
- www.adozona.hu
- www.penzugysziget.hu
- www.mobilkonyvelok.hu

A KISVÁLLALKOZÓI KÖR TÁRSASÁGI ADÓ KEDVEZMÉNYEI

A társasági adóban a kis- és közepes vállalkozások számára három olyan kedvező szabály is található 2012-ben is, 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 középvállalkozások adókedvezménye. Az első két esetben az adóalap csökkenthető, a esetben pedig maga az adó.

A mellékelt 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 amelyekre 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	- csak a 2000 után megkötött szerződések esetében alkalmazható
az adózás előtti eredmény összege, legfeljebb 30 millió Ft	az adóévben kifizetett kamat 40 százaléka, legfeljebb 6 millió Ft
Kizárólag új eszközök beszerzésére: ingatlan, műszaki - azaz termelő - berendezés, gép, jármű valamint szellemi termék beszerzésére illetve meglévő ingatlan bekerülési értékét növelő felújítás elvégzésére	a felvett hitel kizárólag tárgyi eszköz beszerzésére fordítható
- Használt eszközök beszerzésére	immateriális javak beszerzésére
- Nem termelő eszközök (pl. irodai gépek, felszerelések, személygépkocsi) beszerzésére	
- az új 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 visszacsereért 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 felvételét 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
	- Ha ezt a kedvezményt 2010-ben igénybe veszi az adózó, akkor az első félévre nem alkalmazhatja a 10 százalékos adókulcsot
	- A beszerzett eszköz a beszerzés évében és azt követő három évben nem idegenítheti el
Általános szabályok	Az adókedvezményt késedelmi pótlékkal növelten kell megfizetni
Igen	Nem
Nincs	Nincs

TANÁCSOK MUNKA- ADÓKNAK

MEGFELELŐ SZAKEMBEREK NÉLKÜL EGYETLEN VÁLLALKOZÁS SEM LEHET SIKERES, SEM VERSENYKÉPES. AZ UGYANAKKOR MÁR KORÁNTSEM OLYAN EGYÉRTELMŰ, HOGY HOGYAN KEZDJ HOZZÁ A TE VÁLLALKOZÁSODBAN NÉLKÜLÖZHETETLEN MUNKATÁRSÁK MEGTALÁLÁSÁHOZ. EBBEN LESZ SEGÍTSÉGEDRE EZ A FEJEZET.

Ahhoz, hogy megtaláld a céged számára hasznos embereket, először is tisztában kell lenned azzal, hogy pontosan mire is keresel munkatársat. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy az egyes munkakörökhöz el kell készítened a munkaköri leírásokat, melyeknek minden olyan fontos, az adott munkakör betöltéséhez szükséges elvárásait tartalmazniuk kell,

ami a pozíció sikeres betöltéséhez elengedhetetlen. Ilyenek például a végzettség, elvárt tapasztalatok, nyelvtudás vagy egyéb elvárások. Miután ez elkészült, minden jelöltet a benne foglaltak alapján kell értékelni, és bár az nagyon ritkán fordul elő, hogy pontosan olyat találsz, aki minden elvárásodban 100 százalékos, de törekedned kell arra, hogy a lehető

legközelebb legyen a kiválasztott jelölt az általad meghatározott ideálshoz. A mai nehéz időkben különösen fontos, hogy ezt is egy, a vállalkozás fejlesztéséhez elengedhetetlen projektként kezelj. A válságban elvben több jobb jelölt van szabadon (sajnos állás nélkül) a munkaerőpiacon, tehát könnyebben találsz megfelelő szakembert az adott feladatra. E projekt sikeres lebo-

nyolításához kell távlati elképzelés, ezt nevezhetjük nyugodtan céged személyzeti (HR) stratégiájának is. A lényeg a tudatos, tervezett és szakszerű, lehetőség szerint objektív választás minden, a cégedben betöltendő pozícióval kapcsolatban. Sokan tévesen úgy gondolják, hogy csak a kulcspozíciókban kell kiváló szakembereknek dolgozniuk, de a tapasztalatok egyértelműen azt mutatják, hogy egy adott cégben mindenkinek van szerepe a sikerben és az esetleges sikertelenségben is.

Hol található meg a jelöltet?

Fontos tudnod, hogy a civilizált világ bármely országában a munkaerőpiacon levő összes állásajánlat 70 százaléka személyes kapcsolatrendszerekben kel el. Ez azt jelenti, hogy minden 10 állásból 7 betöltése nem hirdetéssel vagy pályázati úton, esetleg tanácsadó, közvetítő bevonásával, hanem valamilyen személyes kapcsolaton keresztül valósul meg a munkaerőpiacon. Ezért Neked is át kell gondolnod, hogy kinek

érdemes szólnod akár a kollégáid, üzletfeleid, beszállítóid vagy éppen családtagjaid közül, de akár a sportklubban vagy épp a baráti társaságban. Persze ez nem tervezhető, de a kapcsolati térkép mindenképp jó lehet valamire; fontos tisztában lenni a lehetőségeiddel. Az pedig bizonyos, hogy minél több ilyen indirekt kapcsolatot indítasz el, annál nagyobb a lehetősége valamilyen eredménynek, esetleg konkrét jelölteknek. Ez a fázis több hetet vesz igénybe, a tervezett pozíció betöltésénél ezt figyelembe kell vened.

Amennyiben hirdetést adsz fel valamilyen internetes vagy nyomtatott felületen, annak is ez a munkaköri leírás adja a gerincét. Fontos, hogy a beérkezett pályázatokra minden esetben reagálj röviden, akár egy automatikus válaszlevél formájában is: tudja a jelölt, hogy rendben megérkezett pályázata. Ne feledd, hogy

nekik ez nagyon fontos, és még Te is kerülhetsz ilyen helyzetbe. A legtöbb információt a munkaerőpiac pillanatnyi állásajánlatairól a nagy internetes állásportálokon találod, ezeken érdemes hirdetni, hiszen egy adott pillanatban nagyságrendileg 2 ezer állás közé kell elhelyezned a saját álláshirdetésedet. Költségei – különösen a megtalálható kollégád majdani jövedelméhez és a tőle elvárt munkához képest – nem veszélyesek, egy 2 hetes hirdetés ára néhány tízezer forint nagyságrendű. Ezzel párhuzamosan mindenképpen helyezd el a hirdetés

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 személyzeti) látja el.

saját céges honlapodon is (ennek PR-szempontról is van jelentősége). Az internetes állásajánlásokkal az álláskeresés folyamata rendkívüli mértékben felgyorsult, és ez – tetéző a jelenlegi nehéz gazdasági környezettel – azt eredményezheti, hogy száz pályázó is jelentkezni fog. A pályázatok között el kell igazodnod valahogy, és ez bizony sok időt és energiát igényel. Előszelkező munkádban segít a pályázó rövid, de érdemi motivációs levele, illet a ténylegesen érdeklődő jelöltek önéletrajzai előtt olvashatsz. Ehhez azonban az is kell, hogy

a hirdetésedben szerepeljen vállalkozásod neve, tevékenysége, ezzel a jelölteknek lehetőséget biztosítasz arra, hogy utánanézzenek, hogy hova jelentkeznek.

! Válságtanácsadó

Ha ki akarsz rúgni 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 túlélését és piacot nyer, ezért a meglévő kollégádat, 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 gondolni!

Persze a céged személyi jellegű költségei sajnos a csökkenő fogalmad 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 felmondásrak 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 legyél azzal, hogy vállalkozásod tudástőkéje 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.

Az, hogy az általad kínált pozíció a kvv-szektorban van, a jelentkezők számára éppúgy lehet vonzó, mint taszító, ezért is érdemes nyíltan kommunikálni.

Interjú a jelöltekkel

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 pluszköltséget jelent, ugyanakkor garanciát is ad a szakszerűsége.

Egy állásinterjú elég kötetlen forma, de azért jó, ha betartod az alábbiakat:

- Mindig érkezz pontosan! Az állásinterjú általában egy 30–45 perces egyszeri bemutatkozási lehetőség mindkét fél számára. Az a kép, amit itt Te mint döntéshozó és a jelölt Rólad mint munkáltatóról kialakít: meghatározó. Ezért erre nem csak

érdemes, de szükséges is felkészülnöd annak ellenére, hogy a főszereplő a jelölt.

- A beszélgetések ideális esetben kétszemélyes, nem szükséges azt másnak hallgatnia, így lehet a legjobban figyelni és ténylegesen kommunikálni. A rendelkezésre álló idő nagyobb részében persze a pályázó mutatkozik be, de érdemes belekérdezned azokon a pontokon, amelyek a Te keresésed szempontjából

fontosak, meghatározóak.

- Számodra, mint a vállalkozást képviselő tulajdonos/vezető számára, meghatározó fontosságú, hogy meg tudd ítélni: a jelöltnek van valamilyen tényleges motivációja az adott pozícióval kapcsolatban. Természetesen megismered eddigi szakmai múltját, képet kapsz tapasztalatairól, eredményeiről.
- Az interjú alatt a feladatod a jelölt kérdéseire való odafigyelés, és lehetőleg pontos, strukturált, nem

túl hosszú válasz. Ezzel azt éred el, hogy viszonylag rövid idő alatt sok minderről tudtok beszélni, sok kérdést feltehetsz és az ő kérdéseire is tudsz válaszolni. Fontos, hogy benne is kialakuljon egy optimális információnyiség a vállalkozásodról, illetve az általad kínált pozícióról.

- Az interjú végén mindeképp térjtek ki a pályázó anyagi elvárásaira, mert ebben a hazai munkaerőpiac számos meglepetés-

re képes, valaki a nettó bruttó fogalmával sincs tisztában, de szükséges a munkaviszony jellegé-

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 kacsolódóan kétféle járulékot kell fizetni.

Az első részt a munkavállalói járulékok teszik ki ezek

- a személyi jövedelemadó (évi 2.424.000 Ft alatt 16%. Ezen összeg fölötti rész után 27%-os adóalap kiegészítéssel a szuperbruttó fizetés 16 százaléka tehát a nettó bér 20,32 százaléka)

- valamint további összesen 18,5 százalék (10% nyugdíj, 8,5% egészség-biztosítás) járulék,

nem kalkulálva esetlegesen a családi kedvezménnyel.

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.

A második részt a munkáltatói járulékok jelentik, ezek összesen 28,5 százalékra rúgnak (részletezve: 27% szociális hozzájárulási adó, 1,5% százalék szakképzési járulék).

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 a nettó bér több mint kétszeresére rúg.

Csökkentheti a munkavállaló összköltségét, ha olyan munkavállalót alkalmazunk, akire állami támogatást lehet igénybe venni (START program, HÍD program)

nek tisztázása is: alkalmazotti vagy egyéb vállalkozói, esetleg vegyes szerződéses viszony (eva, ekho, egyéni vállalkozó).

- Fontos tisztázni az egyéb kompenzációs elemeket: utazási hozzájárulás, esetleges gépkocsihaszna-
lat vagy étkezési hozzájárulás, egyéb béren kívüli juttatások (SZÉP-kártya, sportolási lehetőség, egészségpénztár) – ezeket cafeteria gyűjtőnéven mint választható béren kívüli juttatások tartjuk nyilván. A cafeteriaelemek adózása jóval kedvezőbb, mint a jövedelemé, egyes elemei adómentesen vehetők igénybe, de persze

BÉREN KÍVÜL: MI AZ A CAFETERIA?

A cafeteriajuttatásokat a munkabéren felül adhatod dolgozóidnak. Ezen juttatási forma nagyon sokat változott az elmúlt években, 2012-től pedig teljesen átalakult. Mára szinte teljesen beszűkült azon juttatások köre, amelyek adó- és járulégmentesen adhatók. Ilyenek például: a lakáscélú támogatás 5 millió forintig, a helyközi bérlet 14 százaléka, sporteseményre szóló belépőjegy évi 50 ezer forintig, és bizonyos kockázati életbiztosítások.

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 nyugdíjalapba 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.)

A béren kívüli juttatások igen változó felhasználási területeket ölelhetnek fel. 2012-től a béren kívüli juttatások körében maradnak a korábbi elemek: helyi bérlet támogatása, iskolakezdési támogatás (gyerekenként minimálbér 30%-a), étkezési utalvány (5.000 Ft/hó), nyugdíj- és egészségpénztár (minimálbér 30%-ig), és új elemként jelenik meg a SZÉP kártya.

Széchenyi pihenő kártya 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

A SZÉP kártya egy plasztikkártya, és csak a kormányrendeletben meghatározott szolgáltatások ellenértékét lehet vele kifizetni.

A béren kívüli juttatások éves értékhatára 500.000 Ft. A béren kívüli juttatások adóterhe: a juttatás 1,19-szerese után a kifizetőt 16% szja mellett 10 százalékos eho terheli. Ez összesen 30,94%

Az összeghatár felett adott juttatás egyes meghatározott juttatásnak minősül, amikor a 10%-os eho helyett már 27% ehot kell fizetni (összesen 51,17%)

Egyes meghatározott juttatásnak minősül továbbá a cégtel-
lefon használat, a csoportos életbiztosítás, a reprezentáció 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 járulégmentesen 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.

Magyarországon vagyunk, így e jogszabályok is évről évre változnak.

A kiválasztottak

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 dönté-
sed. Ajánlatot a kiválasztott jelöltnek mindig írásban adj, benne minden rele-
váns információ (pozíció neve, munkavégzés helye, munkaidő, egyéb rendelkezésre állás, munkahelyi vezető neve, munkabér és egyéb juttatások, ha vannak, munkába állás ideje, munkaviszony típusa: határozatlan vagy határozott idejű) szerepeljen. Ha a jelölt ezt aláírta, a kiválasztási procedúra sikeresen lezárult.

Ezt követően ne felejt-
sd el kiértékelni a többi pályázót, de azokat minden-
képp, akikkel személyesen is találkoztál. A folyamatot le kell zárni, a kiválasztás lezárásának sajátja, hogy a második helyre szorult

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.profession.hu
- www.cvonline.hu
- www.jobpilot.hu
- www.jobline.hu
- www.monster.hu

jelölt egyben az utolsó is. Fontos tudnod, hogy a munka törvénykönyve 3 hónapos próbaidőt tesz lehetővé, ebben az időszakban mindkét fél indoklás nélkül megszüntetheti a munkaviszonyt. 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. A meglévő kollégák tudásának fejlesztése, képzése szintén fontos feladata a vállalkozás vezetőjének. A nehéz gazdasági helyzetben sokan kénytelenek korlátozni vagy megszüntetni az erre szánt költségkeretet, de tudnod kell, hogy ezek a költségek mind befektetések, a versenyképesebb és motiváltabb munkaerő pedig az üzlet érdekeit, céljait valósítja meg.

REPRESENTÁCIÓ, ÜZLETI AJÁNDÉK

A reprezentáció és üzleti ajándék adózása 2012-től jelentősen megváltozott. Már nem kell az értékével megnövelni a társasági adó alapot, viszont 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 járulékbefizetésben kell bevallani és megfizetni.

HOGYAN KEZELD KINN- LEVŐSÉGEIDET?

VÁLLALKOZÓI PÁLYAFUTÁSOD SORÁN NÉHA NEHÉZ HELYZETEK-
KEL IS SZEMBE KELL NÉZNEK. EZEK KÖZÜL IS AZ EGYIK LEGKEL-
LEMETLENEBB, AMIKOR ELVÉGZETT MUNKÁD UTÁN PARTNEREDTŐL
SZERETNÉD MEGKAPNI JOGOS JÁRANDÓSÁGODAT, Ő AZONBAN
ERRE NEM HAJLANDÓ VAGY ÉPPEEN 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 határidőkhöz 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 alvál-

lalkozóit. Ezt a helyzetet nevezzük „láncartozásnak”. 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, csak hogy 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.ecegjegyzek.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 lehetőség 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, hogy a köztetek lévő szerződés milyen rendelkezé-

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 cégek kultúrája része, hogy bárkinek lehet több tucatnyi cége akár egyetlen alkalmazott nélkül is (évente 20 ezer cégmegszűnésre 35 ezer cégalapítás jut!).

seket 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 fizetéseketelenségét, azaz, ha ezzel kívánnád megrendelődet 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 fővállalkozóid nem húzhatja ezt sem az

ADJ ESÉLYT A KÖZÖS MEGEGYEZÉSNEK!

Mielőtt határozottabb érdekvényesítési 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 négyeszműközi 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.

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.

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 kezelésére és a követelések behajtására specializálódott szakembereket vagy cégeket segítségül. 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 átlagos fizetési ideje, ez pedig akár érezhető kamatmegtakarítást és bevételt is jelenthet számodra, ami bőven ellensúlyozhatja e cégek díjait.

Ha az adóssod nem fizet, jöhetsz a jogi útra

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 adóssod ellen. E két 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

! 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 tudakozódásod 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!

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 költségterítést és eljárási illetéket is fizetned kell. A bíróság az adós fizetéseketelenségét 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 hitellezői 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 késedelmé hozhatja úgy, hogy te kerülsz pénzügyileg

szorult helyzetbe. Ilyenkor érdemes a partnereiddel kialakított bizalmi kapcsolat megterhelése helyett külső áthidaló lehetőség után nézni: ilyen megoldás lehet a faktorálás és a forgóeszközhitel. Annyi mindenre bizonyos: amennyiben még nem szakad minden kötélt, 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 (▶ 3.4 fejezet Mire számíthatsz, ha hitelt vennél fel?).

szolgáltató hitel. Amennyiben cégednél a forráshiány egy éven belül többször is várható, lehetőség van rülirozó forgóeszköz-hitel igénylésére is: ez az eseti forgóeszközhitelhez hasonló termék, azzal a különbséggel, hogy a visszafizetett összeg a rendelkezésre tartási idő alatt újra lehívható.

Eseti és rülirozó forgóeszközhitelt számos bank és takarékszövetkezet kínál a vállalkozásoknak. A piaci alapon nyújtott forgóeszközhitel mellett többfajta, államilag támogatott hitel is rendelkezésedre áll (ilyenek a mikrohitel és a Széchenyi Kártya, ha ezekről részletesebb információra van szükséged: ▶ 4.2. fejezet Állami programok, szolgáltatásra).

Rövid lejáratú forgóeszközhitel

Amennyiben vállalkozásod hitelképes és pénzre van szüksége, akkor legegyszerűbben a rövid lejáratú forgóeszközhitel révén juthatsz pénzhez. Fontos tudnod, hogy a forgóeszközhitel egy évnél rövidebb futamidejű, forgóeszköz (például készlet) finanszírozására

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 fizetésképtelenségéből eredő kiesések ellen.

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

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) ÖKET. 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 rendelkezél annyi pénzzel, hogy a teljes árat kifizessed. Minden egyéb esetben kölcsön felvételéért kell folyamodnod. A hitelfelvételről bővebben olvashatál már (▶ 3.2. fejezet Amit a hitelről tudni érdemes), ez azonban kiegészül a következő, a cégautóra vonatkozó pontosításokkal. Cégautó hitelre

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 „elbírja-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 legszokványosabb konstrukciót, a cégautó-vásárlást. Ennek során természetesen a legkönnyebb helyzetben akkor vagy, ha a vételkor rendelkezél annyi pénzzel, hogy a teljes árat kifizesd. Minden egyéb esetben kölcsön felvételéért kell folyamodnod. A hitelfelvételről bővebben olvashattál már (▶ 3.2. fejezet Amit a hitelről tudni érdemes), ez azonban kiegészül a következő, a cégautóra vonatkozó pontosításokkal. Cégautó hitelre történő vásárlásakor költségként csak a befizetett díj kamatrésze számolható el: a kamatrészt pénzügyi ráfordításként kell elkönyvelned, a tőkerész viszont

csak a tartozásod csökkenti. Itt azonban meg kell említeni, hogy a hitelre vásárolt autó után is el lehet számolni értékcsökkenést, amennyiben az autó kimutatható az eszközeid között. Vagyis az autó értéke költségként megjelenik majd a könyveidben, de más intenzitással mint ahogy csökken a tőketartozásod a hiteled időszaki törlesztésével. Arra is érdemes odafigyelni, hogy személygépkocsi vásárlása esetén az áfa nem igényelhető vissza (hacsak nem végzel ahhoz kapcsolódóan bérbeadási tevékenységet).

Pénzügyi lízing

A pénzügyi lízing az a tevékenység, amelynek során a lízingbe adó az autó tulajdonjogát a lízingbe vevő, vagyis a vállalkozásod megbízása alapján szerzi meg. Ezt követően a lízingbe adó a vállalkozásod határozott idejű használatába adja a járművet oly módon, hogy azt céged könyveiben kell

kimutatni. A használatba adással Neked kell viselned a kárveszély átszállásából származó kockázatot, a közvetlen terheket (ideértve a fenntartási és amortizációs költségeket is), másrésztől azonban jogosulttá válsz az autó használatából esetlegesen eredő bevételekre. Mindemellett nyíltvégű pénzügyi lízing esetén jogosultságot szerzel arra is, hogy a szerződésben kikötött időtartam lejáratával 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 visszakérül a lízingbe adó birtokába (lásd a 124. oldali táblázatot).

A lízingcég és a vállalkozásod szerződésben kötik ki a lízingdíj tőkerészét – ez a lízingbe adott autó szerző-

KÜLFÖLDI RENDSZÁMMAL MAGYAR UTAKON

Elsősorban nagyobb értékű autóknaál lehet érdemes megfontolnod, hogy valamely közeli EU-tagországban bérel ki vagy vásárolj meg céges autót. Hála a magyar „regisztrációs adó”-nak, számos cégnyújt számodra ezt lehetővé tevő szolgáltatást.

A külföldi autóvásárlás (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 állampolgármak és a tartósan, azaz 30 napnál 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 üzemeltető 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 törvénytelen, ahogy van. Ugyanakkor amíg – a regisztrációs adó miatt – ekkora az árkülönbség, nyilván sokan megpróbálják kihasználni e lehetőségeket. Fontos tudnod, hogy a 2010.-től az ÁFA törvényben az EU-n belüli szolgáltatások teljesítési helyét módosították, ezáltal ÁFA-t is kell bevallani és fizetni az így bérelt gépjárművek után. 30 napot meghaladó bérlet esetén a bevallott adó visszaigényelhető.

Tanácsunk, hogy mielőtt külföldi rendszámú autót használnál, tájékozódj! Mindenképpen tekintsd át pontosan a kínált konstrukciót, olvasd utána az interneten, és ne csak az autókereskedőt, hanem könyvelődet is kérdezd meg az esetleges kockázatokról!

dés szerinti árával azonos –, valamint kamatrészét és a törlesztés ütemezését. Zártvégű pénzügyi lízing

esetén költségként elszámolható a lízingdíj kamatrésze, és az értékcsökkenés, illetve személygépjármű esetén az

áfa nem igényelhető vissza. Nyíltvégű pénzügyi lízing esetén a lízingdíj kamatrésze, 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 lekötni a vásárlással; maximum évente 6 millió forintig a befizetett kamatok 40%-át társasági adókedvezményként igénybe veheted.

Tartós bérlet (operatív lízing)

Ha biztos vagy benne, hogy soha nem akarsz tulajdonossá válni a cégautóban, akkor inkább a tartós bérlet mellett célszerű döntened. A tartós bérlet egy sajátos, „operatív” lízing. Rengeteg vállalkozás foglalkozik autók bérbeadásával, melyek speciális ajánlatokat kínálnak vállalati ügyfelek számára. A bérlés során az autó tulajdonjoga a

futamidő lejártával is a bérbeadónál marad, legnagyobb előnye pedig, hogy a bérleti díj és a fenntartási költségek elszámolhatóak a vállalkozás működési költségeként, valamint 2012-től a díjak áfatartalma személygépkocsik után újra visszaigényelhetővé vált, abban az esetben, hogyha bizonyítottan csak céges használat történik nyílt végű lízing és bérleti konstrukciók esetén (útnyilvántartás vezetése). . A tartós bérlet során elsőként keretszerződést kell kötnöd az autóbérléssel foglalkozó céggel, ami általában egy kezdeti letét kifizetésével, valamint

a havonta a szolgáltatásért fizetendő díjak pontos meghatározásával jár. Bár ezzel havi fix költséged 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-visszafizetési képessége, annál alacsonyabb önrésszel juthatsz autóhoz. Ha szerencséd van, belefuthatsz rendkívüli akciókba: előfordulhat például, hogy egy kampány során a márkakereskedő eltekint a jutalék felszámolásától, amelynek köszönhetően rendkívül kedvező feltételekkel juthatsz az új

autóhoz. Érdemes felkészülni arra, hogy a kereskedő elsőként annak a banknak vagy lízingcégnek a konstrukcióját tárja eléd, amelyikhez a legszorosabb anyagi érdekek fűzi. Szerződéses kapcsolata viszont feltehetően több céggel is van, így érdemes elkérni és átböngészni a többi finanszírozó cég ajánlatát is. Mivel az

	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 jelentkeznek az ügyfél részéről ÁFA fizetési kötelezettségek?	Beszerezéskor, 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 tőkerészének 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

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

autó tulajdonjoga menet közben sem a lízing, sem a tartós bérlet esetén sincs a vállalkozásodnál, érdemes biztos anyagi lábakon álló, tisztas piaci részesedésű, jó hírnevű lízingcéget választani. Amit a döntés meghozatala előtt még mindenképpen érdemes figyelembe venni: a lízing előnyös vonásai mellett komoly hátrányokkal is rendelkezhet. Ilyen hátrány lehet többek között a nem forint alapú finanszírozásnál mutatkozó árfolyamkockázat, a futamidő alatti kamatkorrekciók, és a lízingszerződéseknél cégedet terhelő többlet adminisztráció.

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 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 ma-

gánszemély tulajdonában álló személygépkocsi, melyre tekintettel használója kizárólag kiküldetési rendkívénnyel 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 lízingbevevő, külföldi rendszámú személygépkocsi esetén pedig a gépkocsi használója, ha azután belföldön

költséget számolt el. A nagyobb motornak az autókereskedéseken túl a Nemzeti Adó- és Vámhivatal (NAV, azaz a volt APEH) is megkéri az árát: . 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.

Céges telefon használata

A telefon igazoltan a cég

m kötéséhez kapcsolódó használata áfa- és egyéb adózási szempontból ugyanolyan leírható költség-tétel, mint bármi más, ami a mindennapi ügymenethez szükséges. Ez eddig logikusan 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 százalékkal 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 vállal-

TELEFONADÓ - PERC ALAPON

A július 1-jétől hatályos törvény alapján két forintot kell fizetni a szolgáltatóknak telefonhívásonként minden megkezdett perc és elküldött üzenet után is. Az új adót augusztustól szedik be a szolgáltatóktól. hívószámról indított hívások, küldött üzenetek utáni adó összege nem lehet több, mint

- magánszemély előfizető előfizetéséhez tartozó hívószám esetén 2012. évben 400 Ft/hó/hívószám, 2013. január 1-jétől 700 Ft/hó/hívószám,
- nem magánszemély előfizető előfizetéséhez és a szolgáltatóhoz tartozó hívószám esetén 2012. évben 1400 Ft/hó/hívószám, 2013. január 1-jétől 2500 Ft/hó/hívószám.

Az új 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.

kozás a természetbeni juttatásként biztosított magáncélú használat után adót és járulékot fizet. Ebben az esetben a törvény szerint egy bizonyos mérték magánhasználatot kell „vélelmezned” (illetve részletes számlával alátámasztanod), ez adja az adóalapot. Az adó mértéke jelentős:

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.cegauto.lap.hu
- www.adozona.hu/Kalkulatorok
- www.autohitel.hu
- www.euroleasing.hu
- www.autostart.hu

aktuálisan a telefonszámla áfával növelt értékének 20 százaléka képezi az adóalapot, mely után 19,04 százalék szja, majd a 19 százalékkal növelt összeg után 27 százalék eho-fizetendő az adóhivatalnak. Fizetnie ez esetben annak kell, aki a telefonszolgáltatóval szerződésben áll, vagyis akinek a nevére szól a számla. A telefonszámla

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 rendelkezél 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 egy téglát és termésköveket kínáló másik telepen. Általánosságban elmondható, hogy ugyanarra a vagyoni értékre a leg- alacsonyabb díjat egy irodaházban bérelt iroda, a legmagasabb díjat pedig fűrésztelep vagy egy kis bútorgyár esetében kérik a biztosítók.

egy téglát és termésköveket kínáló másik telepen. Általánosságban elmondható, hogy ugyanarra a vagyoni értékre a leg- alacsonyabb díjat egy irodaházban bérelt iroda, a legmagasabb díjat pedig fűrésztelep vagy egy kis bútorgyár esetében kérik a biztosítók.

A biztosítások között jelentős eltérés mutatkozhat meg még abban

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 segítségre 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 díjazták a hűségedet: ha egy helyen kötsz több biztosítást, gyakran jelentős kedvezményeket érthetsz el.

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 válthatod meg nyugalmadat.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.allianz.hu
- www.generali.hu
- www.uniq.hu
- www.union.hu
- www.mabisz.hu
- www.fbamsz.hu

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 szervizt üzemeltetsz - kimarad az autó, mivel az autókra tulajdonosuktól függetlenül ugyanolyan biztosítási lehetőség vonatkozik. A vállalkozási biztosításokon belül a biztosítók legtöbbször külön kínál valamilyen kisvállalkozói biztosítást is. Ezek általában 500 millió forint alatti biztosítandó vagyona vonatkoznak, és sok helyen egyszerűsített eljárással köthetőek meg.

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. ARRÁ 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 termékévé 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, mesterségbeli tudásod, ami adott esetben éppen egy tárgy létrehozásában is testet ölthet; • vagy esetleg e kettő keveréke, de egyelőre ne bonyolítsuk a dolgot... E megfogalmazások arra is fel kell hívják a figyelmet, hogy miközben látszólag ugyanolyan tárgyakat adnak el különböző boltokban, ezek egészen

eltérő termékek lehetnek, eltérő piaci lehetőségekkel, árázással – egyszóval más és más vállalkozási ötleten alapulnak.

E kiadvány jelentős része arról szól, miként döntheted el, hogy mi legyen a Te terméked – de egy dolog biztos: ha belekezdesz a vállalkozásodba, már nincs mese, csak termékben gondolkodhatsz majd.

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,

hogyan mi a Te terméked:

- egy „agyagedény” (hogy régi példánkkal éljünk), azaz valamilyen, kisebb-nagyobb sorozatban gyártott tárgy;
- kreatitásod, mester-ségbeli tudásod, ami adott esetben éppen egy tárgy létrehozásában is testet ölthet;
- vagy esetleg e kettő keveréke, de egyelőre ne bonyolítsuk a dolgot... E megfogalmazások arra is fel kell hívják a figyelmet, hogy miközben látszólag ugyanolyan tárgyakat adnak el különböző boltokban, ezek egészen eltérő termékek lehetnek, eltérő piaci lehetőségekkel, árázással – egyszóval más és más vállalkozási ötleten alapulnak.

E kiadvány jelentős része arról szól, miként döntheted el, hogy mi legyen a Te terméked – de egy dolog biztos: ha belekezel a vállalkozásodba, már nincs mese, csak terméket kell eladni. **Mitől válik valami ter-**

mékké?

Termék alapvetően úgy lesz valami, hogy akként gondolunk rá, vagyis kitaláljuk azokat a paramétereket, amivel meghatározhatjuk. 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 pénzügyi terv). Kalkuláció szempontjából a változó költségekkel a legegyszerűbb a helyzet, ugyanis


ezek azok, amelyek a termék előállításához közvetlenül kapcsolódnak. Ide tartoznak az előállításban részt vevők munkabére (és ezek közterhe!), a nyersanyagköltségek, a csomagolás, a tárolás vagy a szállítás költségei stb. Ezek egy adott termék esetében a négy matematikai alapművelet 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 könyvelőd díjazása, a reklámköltségeid, a bankszámlád fenntartásának díja, a boltod 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 majdnem 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 költ-

ségeid 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 árázás legnehezebb része – és nincs is holtbiztos módszer arra, hogy pontosan meghatározd 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 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

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 LÉNYE-GESEN 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. Állítsd fel maximális és minimális

célokat magadnak, és ha sejtet, 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 szöveget kell ütögetned, hogy bejőjön a következő sor.
- Gondold végig, hogy akinek szánod, mennyire ismeri a Te szakterületet. Csak az ennek megfelelő mennyiségű szakkifejezést használj!
- Tudd meg, hogy mennyi idő van a prezentációra, és eszerint készítsd el, de 20–25 percnél lehetőleg ne legyen hosszabb. Oldalanként számold legalább egy-másfél perccel. A prezentáció végén mindenkép-

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 jegyzeteidről mentes – ppt. fájlt

TUDD MEG, KI A PARTNER!

Nagyobb szerződés aláírása, de akár egy tárgyalás előtt is célszerű az üzleti partnerekről információt gyűjteni. Ki ő, mit lehet róla tudni, rendelkezik-e elegendő tőkével, megbízható-e.

Alapvető információ 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. Tudd 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 partnere 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

beszéltetek erről. Bármikor 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 képviselitek vállalkozásodat, akkor beszéljétek meg előre a szerepeket. Lehetőleg döntsétek el, hogy ki, miről beszél, illetve mely

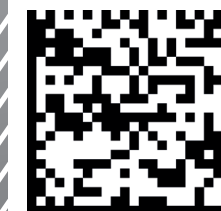
kérdésekre válaszol. Mielőtt elindulsz, állítsd össze és ellenőrizd az eszközeidet. Ha laptopot használsz, töltsd fel (elég ügyetlen dolog konnektort keresni egy kávéházban), ha jegyzetelni vagy rajzolni akarsz, legyen nálad papír és toll. Mindig legyen nálad elegendő névjegy.

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.

EGYEDI NÉV- JEGY – SOK INFORMÁCIÓVAL

A szokásos névjegyen túl ma már a mobilkódba (6.4 fejezet: Az üzleti élet közös nyelve) rejtett elektronikus névjegy is terjed. Ez itt például egy közvetlen link a vonalkódoddal és 2d kóddal 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 költségtípusokat – 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 lehetőségeidről függően támogatásképpen

is megszerezhetsz egy-egy szolgáltatást. Ebben az esetben szponzori szerződések, 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 venned, mind a média részéről fel kell mérned a lehetséges csatornákat. Gondolnod kell arra, hogy kiket hívsz meg, és hogy milyen fórumokon hirdeted magad vagy az eseményt.

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

Ha már „úton” vagy...

Ha előkészítetted az eseményt, akkor a végrehajtás felé veheted az irányt. A lebonyolítás ugyanúgy több ember együttes 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 digitális formában is) összeállítására, amit átadsz az újságíróknak az esemény során. A lebonyolítás folyamán nagyon fontos, hogy tartsd magadat az ütemtervhez, és figyelj arra, hogy

a beszállítók, a partnerek is időben leszállítsanak minden szükséges eszközt, nyomdai anyagot.

Ne feledd: el is adhatsz!

Minden kiállítás, bemutató, vásári részvétel célja a vevőszerzés, önmagad bemutatása (amellett persze gyakran értékes információkat gyűjthetsz a versenytársakról). Ennek érdekében fontos, hogy felkészült legyél, legyen nálad névjegykártya, esetleg prospektus, szóróanyag. Emellett készülj fel arra is, hogy az első kérdések egyike a termékek ára lesz. Tehát előre határozd meg az áradata! Ha vásáron

veszel részt, az árakat mindenképpen ird ki. Nemcsak az lényeges, hogy mindenkinek névjegykártyát adj, hanem az is, hogy azoknak az embereknek is megszerezd az elérhetőségét, akik érdeklődnek irántad. Gyűjts be minden információt, mert ez a későbbiekben segítséget jelenthet. Ha csoportos kiállításon vagy többszereplős vásáron veszel részt, akkor ki kell tűnnöd a versenytársak közül. Ezt elérheted a standoddal, a szóróanyagaiddal vagy egyszerűen a „kiszolgálással” is.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- rendezvenyszervezes.lap.hu

AZ ÜZLETI ÉLET KÖZÖS NYELVE

HA KÖRBE NÉZEL OTTHON VAGY AZ IRODÁDBAN BIZONYÁRA RENGETEG OLYAN TÁRGYAL, 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

leghatékonyabb 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 típus jelöl: például egy literes palackba csomagolt szénsavmentes ásványvízét. E gyártó másfél literes palackos szénsavmentes vize már egy másik számot, és másik vonalkódot kap. Mindehhez az is szükséges még, hogy az azonosító

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.



számok első részlete központilag kerüljön 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 számokra, hogy minden olyan termékedet, mely vásárlóid számára különböző típus képvisel, vagy leltáródban külön akarod nyilvántartani, külön tudd beazonosítani.

Erre pénztári rendszert építhetsz, és így gyorsabbá és egyszerűbbé teheted a értékesítést; készleteidet pontosan és naprakészen tudod nyilván tartani, 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 terméke-

idet 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 használható a technológiát.

További alkalmazási lehetőség a nyomon követhetőség kialakítása.

Ha ki szeretnéd próbálni a mobilkódot (a GS1 világban a neve „GS1 DataMatrix”, illetve „GS1 QR kód”), egyszerű a dolgod: a mobilodra tölts le egy jó ingyenes kódolvasó szoftvert, majd telefonod kameráját szkennerként használva fejtse meg a kódot, ami egyből elirányít a GS1 Magyarország oldalára, vagy kiírja az áru nyomon követési adatait.



GS1 QR kód



GS 1 DataMatrix

A nyomon követés jelentőségét az üzleti élet szereplői már régóta felismerték, elsősorban a nemzetközi árukereskedelemben, az áruszállítás, és az értékesítés területén. Napjainkban kiemelten fontos a termék eredetének ellenőrizhetősége, vagy a hamisítás megakadályozása, nem is beszélve például az élelmiszerek vagy gyógyszer jogszabályilag előírt visszakövethetőségéről. 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

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 világszerte nyújt egyedi azonosítási és jelölési megoldást a vállalatok számára.

és pontos tárolása egy ún. adatbankban. Ezek a megoldások egyenként önállóan is alkalmazhatók, együtt pedig egy különösen hasznos, komplex rendszert alkotnak, ezt nevezzük GS1 szabványrendszernek. A szabvány alkalmazásával nyomon követheted termékeid útját az eladásig, miközben saját tevékenységeid hatékony működése érdekében is kamatoztathatod az előnyeiket.

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 sokféle képpen 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 alkalmasná 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, könnyen leolvasható, 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.


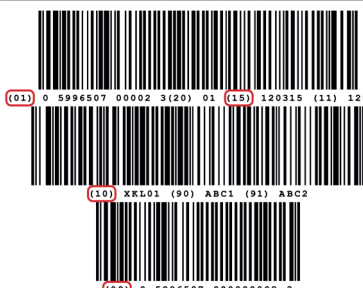
Az új generációs vonalkódok felhasználási lehetőségei szinte korlátlanok: a játékok, reklámok, promóciós célok mellett a technológia napjainkban zajló rohamos fejlődése nyomán számos alkalmazás kifejlesztése van folyamatban, vagy áll készen, melyek akár már hazánkban is elérhetők.

HATÉKONYSÁG LOGISZTIKAI CÍMKÉVEL

A legnagyobb hazai szállítók és kereskedők a gyűjtő- illetve a raklapnyi árukat úgynevezett logisztikai címkével látják el, amelyen a szállítási egység és az azt alkotó termék azonosító számán túl számos fontos információ megadható szemmel olvasható módon valamint vonalkóddal, így például az áru lejárati dátuma, nyomon követést segítő lot/bach száma, vagy a szállítási egység nettó/bruttó tömege. A címke illetve a rajta lévő GS1-128 vonalkód a GS1 szabványok alapján készíthető el.

A logisztikai címke bevezetésével gyorsabb és pontosabb az áruátvétel, a raktárak és a tárolóhelyek hatékonyan használhatók ki, az árukról naprakész készletnyilvántartás vezethető.

2012 júliusában számos jelentős hazai kereskedő, így például a Tesco, Auchan, a Co-op Hungary, a Metro, a Spar megállapodott, hogy egységes logisztikai címkét kér a szállítótól, ezzel is csökkentve partnerei címke előállítás- és logisztikai költségeit. Az egységes logisztikai címke formai, illetve tartalmi elemeit leíró útmutató „Egységes logisztikai címke szállítási egységek jelölésére” címmel elérhető az alábbi címen: <http://www.gs1hu.org/hirek/2012/egységes-logisztikai-jelölés-a-hatékonyaságért.html>

		Sample Sender Lillio Street 35 H-1055 Budapest		Hungary Phone: +36-1-555-0027 Web: www.sender.hu Email: info@sender.hu	
SSCC: 05996507000000023					
NAME OF PRODUCT: Product name, model, brand-abc					
GTIN: 0599650700023					
VARIANTE: 01		INTERNAL-1: ABC1			
BEST BEFORE (DDMMYY): 15.03.2012.		PROD DATA (DDMMYY): 01.03.2012.			
BATCH/LOT: XKL01					
INTERNAL-2: ABC2		INTERNAL-3: ABC3			
NOTE:					
					

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

www.gs1hu.org
www.gs1.org
www.gs1perfect.hu

Ezek közül is érdemes kiemelni a termékek csomagolásán túl elérhető további termékadatokat, vagy egyéb vásárlást ösztönző kedvezmények megismerését, felhasználását is segítő mobiltelefon alkalmazásokat.

ÉLELMISZER- BIZTONSÁGI KÖVETELMÉNYEK

A LEGFONTOSABB SZEMPONT, HOGY VÁSÁRLÓID MINDIG JÓ MINŐSÉGŰ, BIZTONSÁGOS, ELLENŐRZÖTT, A JOGSZABÁLYI ÉS HIGIÉNIAI ELŐÍRÁSOKNAK MEGFELELŐ TERMÉKEKHEZ ÉS SZOLGÁLTATÁSOKHOZ JUTHASSANAK ÁRUHÁZAIBAN. EHHEZ CÉGEDNEK IS MEG KELL FELELNI SZÁMOS MAGYAR VALAMINT AZ EURÓPAI UNIÓS JOGSZABÁLYNAK ÉS ELŐÍRÁSNAK.

Az élelmiszerek biztosítják az ember fizikai tevékenységéhez szükséges energiát, valamint mindazokat az anyagokat (esszenciális anyagokat, vitaminokat, rost anyagokat, ásványi anyagokat, nyomelemeket, stb.) melyek az emberi szervezet felépítéséhez, életműködéséhez szükségesek. Tehát az ételek elfogyasztásával közvetlenül beavatkozunk, és hatást gyakorlunk az emberi szervezet biológiai működésére, ezért nagyon

fontos, hogy azok alkalmazásuk legyenek a rendeltetési cél kielégítésére.

A nem megfelelően kezelt, készített, tárolt, szállított, forgalmazott élelmiszerekkel emberek tömegeit lehet megbetegíteni, illetve mindemellett komoly gazdasági károkat lehet okozni.

Az élelmiszerbiztonság garantálása mellett (amit alapvető emberi jogként is említhetünk) fontos cél az élelmiszer hasznosságá-

nak, élvezeti értékének biztosítása is. A minőség tehát tágabb fogalom, amelynek fontos összetevője - a hasznosság és élvezeti érték mellett - a biztonság.

Az élelmiszer biztonságáért és minőségéért az élelmiszer előállítója, nem hazai előállítású élelmiszer esetében pedig az első magyarországi forgalomba hozó - a fogyasztói, illetve a minőség-megőrzési időtartam lejártáig - felelős.

A termelő felelőssége

A termelővel szembeni alapvető elvárás az olyan élelmiszer előállítás, amely nem jelent egészségügyi kockázatot a fogyasztó számára. Ezért a megtermelt élelmiszereknek meg kell felelnie a magyar, valamint az Európai Unió jogszabályainak, előírásoknak (irányelvek, útmutatók, ajánlások), amelyek minden magyarországi élelmiszer-előállítóra kötelező érvényűek.

A termelők felelősséggel tartoznak termékeik jó minőségéért és a terméke-

iket fogyasztók egészségéért, így fontos feladatuk a forgalomba hozott élelmiszerek biztonságának és nyomonkövethetőségének garantálása. A jogszabályok megfogalmazzák azokat az alapvető higiéniai követelményeket, amelyek betartásával az egészség veszélyeztetésének kockázata elkerülhető vagy csökkenthető, így betartásuk kötelező érvényű. Élelmiszer-előállításra, élelmiszerbiztonságra vonatkozó általános követelmények, jogszabályok:

- Az Európai Parlament és a Tanács 178/2002/EK rendelete az élelmiszer-jog általános elveiről és követelményeiről
- 2008. évi XLVI. törvény az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről Az Európai Parlament és a Tanács 852/2004/EK rendelete az élelmiszerhigiénéről
- Útmutató az élelmiszerhigiénéről szóló 852/2004/EK rendelet egyes rendelkezéseinek végrehajtásáról (2009. február 19.)
- Ezzel összhangban alkalmazandó a 853/2004/EK rendelet az állati eredetű élelmiszerek különleges higiéniai szabályainak megállapításáról
- Útmutató az állati eredetű élelmiszerek higiénijéről szóló 853/2004/EK rendelet egyes rendelkezéseinek végrehajtásához (2009. február 19.)

Az alap, a HACCP

A legalapvetőbb élelmiszerbiztonsági kritérium a HACCP rendszer megléte,

valamint annak tényleges működtetése. A HACCP nemzetközileg elfogadott, szisztematikus módszer az élelmiszerek biztonságának megteremtésére a lehetséges kockázatok, veszélyek megállapítása, értékelése és kezelése révén.

A HACCP rendszernek igen lényeges jellegzetessége, hogy adott termékre, termékcsoportra, technológiára, az adott körülmények között kell a veszélyelemzést elvégezni és a rendszert kidolgozni.

A HACCP kialakításáról bővebb információt az alábbi linkeken kaphat:

A HACCP RENDSZER ALAPELVEI

A HACCP rendszer kialakítása hét alapelvre épül:

- Veszélyelemzés végzése
- A Kritikus Szabályozási Pontok (CCP-k) meghatározása (CCP: olyan lépés, amikor szabályozást lehet alkalmazni a lényeges élelmiszerbiztonsági veszélyek megelőzéséhez, kiküszöböléséhez vagy elfogadható szintre csökkentéséhez)
- A kritikus határérték(ek) megállapítása (olyan előírás, amely elválasztja az elfogadhatóságot a nem elfogadhatóságtól)
- A CCP szabályozását felügyelő rendszer felállítása
- Azon helyesbítő tevékenység meghatározása, melyet akkor kell elvégezni, ha a felügyelet azt jelzi, hogy egy adott CCP nem áll szabályozás alatt
- Az igazolásra szolgáló eljárások megállapítása, annak megerősítésére, hogy a HACCP-rendszer hatékonyan működik
- Olyan dokumentáció létrehozása, amely tartalmaz ezen alapelvekhez és alkalmazásukhoz tartozó minden eljárást és nyilvántartást.

- MÉ 2-1/1969 irányelv Veszélyelemzés, Kritikus Szabályozási Pontok (HACCP) rendszer és alkalmazásának útmutatója
- Útmutató a HACCP elveken alapuló eljárások végrehajtása és a HACCP elvek végrehajtása egyszerűsítéséhez egyes élelmiszeripari vállalatoknál <http://elelmiszerlanc.kormany.hu/eu-utmutatok>

Amit a fogyasztó érez

Egy termék fogyasztói megítélése miatt kiemelkedően fontosak az élelmiszerek érzékszervi tulajdonságai. A megfelelő összetételi és érzékszervi tulajdonságok

kialakításában iránymutatást nyújthat a Magyar Élelmiszerkönyv és Magyar Szabványok gyűjteménye.

Az Élelmiszerkönyv mellett a megfelelő minőségű termék előállításához segítségként alkalmazhatók a magyar, valamint a nemzetközi szabványok is. A nemzeti szabványosításról szóló 1995. évi XXVIII. törvény 6. §-a szerint a nemzeti szabvány alkalmazása önkéntes, kivéve, ha jogszabály kötelezően alkalmazandóan

nyilvánítja. Az érvényben lévő magyar szabványok a www.mszt.hu weblapon érhetők el, míg a nemzetközi szabványok a <http://www.codexalimentarius.org/codex-home/en/> címen tekinthetők meg.

A nyomonkövethetőség kritériuma

A közegészség és a fogyasztói érdekek védelme szempontjából rendkívül fontos az élelmiszerek és takarmányok eredetének a teljes élelmiszerlánc men-

tén történő azonosítása. A nyomonkövetési adatok megkönnyítik az élelmiszerek célzott kivonását és visszahívását, illetve lehetővé teszik az érintett termékekkel kapcsolatban a pontos információk közlését a fogyasztók felé, ami hozzájárul a fogyasztói bizalom megőrzéséhez. Az élelmiszer-előállítással és forgalmazással kapcsolatos adatszolgáltatásról és nyomonkövethetőségről szóló információkat a 3/2010. (VII. 5.) VM rendelet tartalmazza.

Az élelmiszeripari vállalatoknak tudniuk kell azonosítani, hogy a termék kitől származik, és hogy azt kinek továbbítják, illetve olyan rendszerekkel és eljárásokkal kell rendelkezniük, amelyek lehetővé teszik, hogy ezeket az információkat az illetékes hatóságokhoz azok kérelmére eljuttassák. Ez a kötelezettség az „egy lépés vissza, egy lépés előre” elven alapszik, amely az élelmiszeripari vállalkozók

számára a következőket jelenti:
- olyan rendszerrel kell rendelkezniük, amely lehetővé teszi termékeik közvetlen szállítójának (szállítóinak) és közvetlen fogyasztójának (fogyasztóinak) azonosítását
- kapcsolatba kell tudniuk hozni a szállítót és az adott terméket (melyik termék melyik szállítótól származik)
- kapcsolatba kell tudniuk hozni a fogyasztót és az adott terméket (melyik termék melyik fogyasztóhoz kerül)

Célszerű belső nyomonkövethetőséget biztosító rendszerek kialakítása is, amelyek a piacról való kivonások célzottabb és pontosabb lebonyolítását segítik elő. Az élelmiszeripari vállalkozók a kivonások gyorsabb lebonyolítása és a nagyobb fokú, szükségtelen fennakadások elkerülése révén költségeket takarítanak meg, és ezáltal megőrizhetik fogyasztói bizalmát. A nyomonkövethetőséget biz-

tosító rendszerek információit a folyamatirányítás és készletgazdálkodás terén is hasznosíthatják.

- A következő adatokat célszerű nyilvántartani:
- a szállító neve és címe, valamint a tőle származó termékek adatai;
 - a fogyasztó neve és címe, valamint a neki átadott termékek adatai;
 - az ügylet/átadás dátuma és szükség esetén időpontja;
 - adott esetben a termék gyártási azonosítója, tétel száma, volumene, vagy mennyisége.

A dokumentumok megőrzésével kapcsolatban általánosságban elmondható, hogy az üzleti dokumentumokat 5 évig kell megőrizni. Figyelembe kell venni, hogy a nyilvántartások megőrzése tekintetében számos élelmiszeripari vállalkozásra egyedi előírások is vonatkoznak. Az előállított termékekről a 157/2009. (XI. 18.) FVM rendelete alapján gyárt-

mánylapot kell készíteni, melynek a publikus részét a kereskedelmi partnernek át kell adni. (A fenti rendelet 2013. január 1-én hatályát veszti és egyidejűleg a vidékfejlesztési miniszter 82/2012. (VIII. 2.) VM rendelete lép hatályba.)

Az élelmiszerek csomagolása és jelölése

Az élelmiszer megfelelő csomagolása nemcsak élelmiszerbiztonsági szempontból, hanem a termék értékesítése miatt is nagyon fontos, mivel három fő funkciója van: a termékvédelem, figyelemfelkeltés, tájékoztatás.

Az élelmiszerek csomagolásához felhasználható anyagokról a következő jogszabályok rendelkeznek:
● Az Európai Parlament és a Tanács 1935/2004/EK rendelete (2004. október 27.) az élelmiszerekkel rendeltetészerűen érintkezésbe kerülő anyagokról és tárgyacról
● A Bizottság 10/2011/EK RENDELETE (2011.

január 14.) az élelmiszerekkel rendeltetészerűen érintkezésbe kerülő műanyagokról és műanyag tárgyacról
● Az élelmiszerekkel érintkező csomagoló- és segédanyagok szabályozásának területén létrehozott adatbázison (https://webgate.ec.europa.eu/sanco_foods/main/?sector=FCM&auth=SANCAS) a különböző anyagok élelmiszeriparban történő felhasználhatóságáról tájékozódhat.

Az élelmiszerek jelölésének fő célja, hogy tájékoztassa a fogyasztót az élelmiszer jellegéről, tulajdonságairól

valamint összetételéről. Az élelmiszerek jelölésének általános szabályait jelenleg a 19/2004. (II. 26.) FVM-ESZCSM-GKM rendelet határozza meg, amely Európai Uniósi irányelven alapul, ami a 1169/2011/EU rendelete alapján 2014. december 13-tól hatályát veszti.

A 19/2004. (II.20.) FVM-ESZCSM-GKM együttes rendelet, valamint a módosítására kiadott rendeletek kommentárja a http://elelmiszerlanc.kormany.hu/download/0/bb/10000/Elelmiszerjeloles__19_2004.pdf linken érhető el.

Az élelmiszerek jelölésének kötelező és nem kötelező elemei egyaránt léteznek.

A kistermelők által előállított (betakarított, összegyűjtött vadon termő alaptermékkel, megtermelt alaptermékből előállított élelmiszerekkel, jogszerűen kifogott hallal, közvetlenül a végső fogyasztót, illetve a régióban belüli kiskereskedelmi vagy vendéglátó, illetve közétkeztetési létesítményt láthatja el) élelmiszerekre az 52/2010. (IV. 30.) FVM rendeletben foglaltak érvényesek.

Mennyiség meghatározása alaptermékek és ebből előállított termékek vonatkozásában

Termék vagy alaptermék, és a hozzá kapcsolódó tevékenység megnevezése	Heti* maximális mennyiség	Éves** maximális mennyiség
Kifejlett vagy növendék sertés vagy juh vagy kecske vagy strucc vagy emu levágása és húsának értékesítése	6 db	72 db
50 kg alatti malac vagy 15 kg alatti bárány, gida levágása és húsának értékesítése***	10 db	120 db
Kifejlett vagy növendék szarvasmarha levágása és húsának értékesítése	2 db	24 db
100 kg alatti borjú levágása és húsának értékesítése***	2 db	24 db
Házi tyúkféle levágása és húsának értékesítése	200 db	
Víziszárnyas vagy pulyka levágása és húsának értékesítése	100 db	
Nyúlféle levágása és húsának értékesítése	50 db	
Húskészítmény előállítása és értékesítése	70 kg	2 600 kg
Tej értékesítése	200 liter	
Tejtermék előállítása és értékesítése	40 kg	
Méz és méhészeti termék értékesítése együttesen		
Tojás értékesítése	500 db	20 000 db
Hal értékesítése		6 000 kg
Növényi eredetű alaptermék értékesítése		20 000 kg
Savanyúság	150 kg	5 200 kg
Növényi eredetű, hőkezeléssel feldolgozott termék értékesítése	150 kg	5 200 kg
Egyéb feldolgozott növényi eredetű termék értékesítése	50 kg	
Vadon termő betakarított, összegyűjtött termék értékesítése	50 kg	
Termesztett gomba értékesítése	100 kg	

Az élelmiszerek címkéjének az alábbi elemeket kell tartalmaznia:

- élelmiszer megnevezése;

- összetevők listája;
- allergén anyagok;
- tárolási feltételek;
- nettó mennyiség (az

előrecsomagolt termékek névleges mennyiségére vonatkozó szabályok megállapításáról és azok

ellenőrzési módszereiről a 13/2008. (VIII. 8.) NFGM-FVM együttes rendelet rendelkezik);

- minőség megőrzési/fogyaszthatósági időtartam;
- az élelmiszer előállítójának, vagy az Európai Unió valamely tagállamában székhellyel rendelkező forgalmazójának neve, cégneve, címe.

Emellett, a fenti rendeletben megfogalmazottak szerint, szükséges lehet feltüntetni az eredetet vagy származási helyet; a felhasználási útmutatót; a tápérték jelölést (az élelmiszerek tápértékjelölésére vonatkozó részletes szabályokat a Magyar Élelmiszercsoportokban még számos egyéb információ megadása is lehet kötelező, melyeket az Élelmiszercsoportok és azok vonatkozó szabályoznak.

A szállítónak szavatolnia kell, hogy minden általa beszállított termék ételminőségi jellemzői teljes mértékben megfelel valamennyi jogszabály által előírt feltételnek, amelyért közvetlen felelősséggel tartozik.

Az élelmiszerek beltartalma

Az élelmiszereknek rendelkezniük kell az előírt beltartalmi paraméterekkel, melyeket analitikai vizsgálatok során ellenőrizni kell, hogy biztosítsák a jogszabályoknak és a gyártmánylapnak való megfelelést. Egyéb, akár speciális elvárások betartása érdekében, termékteszteket javasolt végezni mikrobiológiai, toxikológiai, radiometriai és további, a termékekre vonatkozó specifikus követelmények szerint.

A vonatkozó jogszabályok listája:

- A Bizottság 1881/2006/EK rendelete (2006. december 19.) az élelmiszere-

rekben előforduló egyes szennyező anyagok felső határértékeinek meghatározásáról

- 17/1999. (VI. 16.) EüM rendelet az élelmiszerek vegyi szennyezettségének megengedhető mértékéről
- Az Európai Parlament és a Tanács 396/2005/EK RENDELETE (2005. február 23.) a növényi és állati eredetű élelmiszerekben és takarmányokban, illetve azok felületén található megengedett növényvédőszer-maradékok határértékéről.
- A termékekre vonatkozó határértékekről az alábbi linken tájékozódhat: http://ec.europa.eu/sanco_pesticides/public/index.cfm?event=commodity.selection
- A Bizottság 2073/2005/EK rendelete az élelmiszerek mikrobiológiai kritériumairól
- 4/1998. (XI. 11.) EüM rendelet az élelmiszerekben előforduló mikrobiológiai szennyeződések megengedhető mértékéről

Egyéb, az élelmiszer előállításával valamint a forgalmazással kapcsolatos jogszabályok és rendeletek a Vidékfejlesztési Minisztérium hivatalos weboldalán, a www.kormany.hu oldalon, valamint ennek elődjén, a jelenleg már csak archívumként működő www.vm.gov.hu oldalakon érhetőek el.

Az általunk közölt anyagban szereplő jogszabályok felülvizsgálatát és módosítását folyamatosan végzik mind Európai Unió, mind magyar vonatkozásban, ezért mindenképp kíséreljünk megfigyelni a változásokat a Magyar Közlönyben, valamint az EU hivatalos internetes oldalain.

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 fűzöt, bátorította a nőket, hogy nadrágot hordjanak, és mert bebizonyította, hogy az elegancia nem egyenlő a komplikált és kényelmetlen öltözködéssel.

Röviden: bármiből lehet márkát építeni, csak gondolkodni kell, meggyőződni az állításaid helyességéről, és utána évekig nagyon következetesen képviselni azt a gondolatot, amire a márkádat 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 ízteszt a kólát fogyasztók között. Az eredmény: a fanatikus Coca-Cola-fogyasztók 90 százaléka nem ismerte 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-részvényes légy, akkor melyik szeretnél inkább lenni!

Amennyiben Te örök szkeptikus vagy, és még

mindig azt gondolod, 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 délkelet-ázsiai gyártó nevét.

- **Azonosulás, azonosíthatóság:** fontos belátni, hogy képtelenség olyan márkát építeni, ami mindenki

számára vonzó. Ugyanakkor ha a saját márkádról gondolkodsz, 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 hétköznapi következtetésekkel pillanat alatt tönkre lehet ezt tenni.)

- **Érzelmi kötődés:** éppen azért, mert az egyes termékek nem nagyon különböznek egymástól, fontos, hogy márkád megnyilvánulásai 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 Te terméked/szolgálta-

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 következetesek, 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 pénzed van rá. Jusson eszedbe a példa, RC Cola- vagy Coca-Cola-részvényt vennél inkább! Szerinted az RC Cola vagy a Coca-Cola épít tudatosan márkát?

tásod 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/használatja jellemzően közösségben

NÉHÁNY PÉLDA MÁRKAÖTLETRE

Chokito – ronda és finom
Heinz – a legsűrűbb ketchup
Wonderbra – tökéletes mellek
The Body Shop – szépség természetesen
Nokia – Connecting People

Igen, jól látod, ha a márkaötlet kellően kreatív megfogalmazású, akár szlogen is lehet, de ez nem alapelvárás.

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, márkaépítésre 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

újrágondolni. Ha félévente úgy érzed, hogy alapjaiban kell újrágondolnod a márkádat, akkor kezdj el gyanakodni, hogy az elején elszúrtál valamit. A márkaépítés során gyakorlatilag a márkád alapjait rakod le. Azokat az alapokat, amelyekre aztán a márka minden megnyilvánulását építheted, kezdve az arcultattól a reklámon át egészen az olyan rendezvényöttekig, ahol hatásosan és hitelesen tudsz megjelenni.

A márkaépítés 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 megy kizárólag saját kútfóból):

1. Mi az a fogyasztói

igény/elvárás, ami indokolja márkád létjogosultságát?

a) Fogyasztói igényt ugyanis szinte képtelenség teremteni, tehát saját zsebből inkább ne is kísérletezz ezzel.

b) Van viszont elég sok latent, 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.

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 meghatározta azt a piacot, amin versenyezni akarsz, nézz körül alaposan, és határozd meg a versenytársaidat. Számítsd arra, hogy szinte képtelenség négy-öt riválissal egyszerre versenyezni. Már ezen a ponton nagyon fontos, hogy összpön-

tosíts! 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 versenytársa(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 pezszt, 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 átmeneti, 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 gondolon kell alapulnia, ami hosszú távon is életképes;
- fókuszált és precíz.

b) Fontos, hogy a márkád pozicionálását képes legyél leírni egy-két mondatban. Nem baj, ha ez még nem hangzik kreatívan, nem a szlogenen dolgozol.

4. Milyen számokra 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 határozható körül ez a csoport, illetve hogy mi jellemző rá. Ideális esetben célcsoportod 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 úszha-

nod meg, hogy lehetséges vásárlóidat demográfia-
ilag 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

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 ötletéről, 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 szemzőgből 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.

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 általánosan, hogy bio-termék legyen, de mivel ez egy bizonyos célcsoport számára fontos, ezért van olyan márka, ami kimondottan erre a többletre

épít.) Ha ezeket meghatároztad, gondolkodj el azon, hogy a Te márkád ezen extra elvárások közül melyiknek felel meg, és építs arra.

- Vannak-e tévhitek, negatív tapasztalatok a kategóriával 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 vásárló 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 gondold vissza a pozicionálásodra! Ha abból nem következik ez a válasz, akkor valamelyik elhibáztott.)

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

! Válságtanácsadó

Márkaépítés válság idején?

A legtöbb hazai marketinges ijedten összerezzen, ha meghallja ezt, majd a következő kifogások tetszőleges kombinációjával utasítja el a márkaépítést:

- nagyon meghúzták az éves büdzsét;
 - jelen helyzetben nincs pénz külön imázsra, promóciót és akciót erőltetünk egész évben;
 - én persze egyetértek, de a főnököm hallani se akar róla.
- Ilyen méret, mélység és összetettség válságot még nem éltünk át, tehát a márkaépítés 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 márkavásztás fundamentumai kérdőjeleződtek meg. Ilyen helyzetben elképesztően fontos, hogy egy olyan márkaképet alakíts ki és képviselj következetesen, ami képes abizalom kivívására és megtartására. Ezek elsősre nagy szavak, de valójában apróságok sora.
 2. A válság hatására sokan válnak munkanélkülivé, illetve a fogyasztók nagy részének csökken a jövedelme. Ez ugye azt jelenti, hogy kevesebb pénz 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 legtürelemesebb 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 csökkented, 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 terveztél? 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, renthagyó promóció stb.), ami már önmagában hírtérít, 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, gyjts infomációt, légy kreatív és bátor, majd ezek után csináld azt, amiben Te hiszel!

**KÉRDÉSEK,
AMELYEKRE
VÁLASZT KELL
TALÁLNOD**

Egy „tankönyv szerinti” tervezési folyamatban egészen konkrétan a következő kérdésekre kell választ találni:

1. Mit várunk a kommunikációtól?
2. Kikhez beszélünk?
3. Mit szeretnénk, mit csinálnának a kommunikáció hatására?
4. Miért lesz az jó nekik?
5. Milyen módon tudjuk elérni őket?

egyetlen gondolatban összefoglalni azt, ahova az eddigi gondolatmenet vezetett. Azaz meg kell határoznod azt a gondolati alapot, amire a márkadat 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 hátradőlnél, nézz át újra mindent, gondold végig, hogy valóban következetesek-e a válaszaid, elég alapos voltál-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.

A KOMMUNIKÁCIÓ ESZKÖZTÁRA

A ROSSZ HÍR AZ, HOGY HÁROM OLDAL ELOLVASÁSA UTÁN SENKI NEM VÁLIK KOMMUNIKÁCIÓS SZAKÉRTŐVÉ. 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 szüksége lesz, lehet arra, hogy produktumának nagyszerűségét szélesebb körben is közismertté tegye, más szóval reklámozza.

Mikor van szükség kommunikációra?

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-

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.apg.org.uk/
- www.admapmagazine.com
- www.brandchannel.com
- www.warc.com

kívül hasznos eszközzől 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 magas megállapított árat, és nem ellensúlyozza az elszúrt dizájnt vagy a ronda csomagolást. Ahogy Bill Bernbach (utánanézni a munkásságának!) mondta: a reklám nem teremt új értékeket, csak közvetíti azokat. A varázslat a termékben van, nem a reklámban.

Jó, de akkor hogyan? Feltételezhető, hogy nem vagy abban a szerencsés helyzetben, hogy tendert írnál 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 kommunikálnom?

A legfontosabb, hogy a kérdést nem szabad összekeverni azzal, hogy

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 akár milyen 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!

miért nem veszik a termékemet. Erre ugyanis még számtalan olyan választ lehetséges, amiket 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 kihagyta 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 ajándékvásárlás. 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 vevőről, 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

ARCULAT TERVEZÉS

Egy jól megtervezett, átgondolt és egységes vizuális megjelenés - más szóval arculat - fontos lépése a sikeres kommunikációnak. Ha a címkék, az esetleges szórólapok vagy plakátot, a weboldal kinézete egységes, az segíti a vásárlókat a termék és a termelő beazonosításában. Az egységes arculat nem csak a „nagyok” játéktere: egy ismerős grafikus nagyon sokat segíthet neked pár óra alatt is!

az érdeklődés felkeltése is. Ez jelentheti egy mintatere 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 ígéred kell valamit. Vigyázat, felelőtlen ígéretéssel választást lehet nyerni, vásárlót nem! Csak olyat állíts, amit alá is tudsz támasztani!

Akár milyen furcsának is tűnik, de ezzel kialakult a reklámstratégiád, mert ennek gerincét – kis túl-

zással – 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 pénzügyi háttérrel igényelne, ami feltételezhetően az induláskor még nem, de valószínűleg később sem fog rendelkezésedre állni. Ebben az esetben jelent megoldást, ha a célcso-

portodat különböző szempontok alapján tovább szűkíted, divatos szóval élve szegmentálsz. Ennek nem pusztán az az előnye, hogy az üzeneteidet jobban testre szabhatod, de így igénybe vehetsz olyan eszközöket, amikkel ugyan kevesebb vevőjelöltet, de nagyobb hatékonysággal érthetsz el. Minél kevesebb embert kell egyszerre, ugyanolyan módon és formában meggyőznöd, annál könnyebb dolgod van. Reklámozhatsz szaklapokban, tematikus oldalakon. Kereshetsz speciális rendezvényeket, eseményeket, vásárokat, ahol a

célcsoportod tagjai nagy számban található meg.

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 előállításáról 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.

8.6. fejezet Hogyan találják meg a honlapod?) Kis túlzással azt állíthatjuk, hogy ma már nincs olyan célcsoport – akár a legspeciálisabb 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 ígérek, amelyek minden helyzetben és mindenki számára megfelelőek. Ha agyagedényt árulsz, akkor az lehet boroskancsó, ebben az esetben az a fontos, hogy hűtve tartja a bort, lehet dísz tárgy, akkor annak lehet jelentősége, hogy milyen műves 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 dísz tárgyvásárlót pedig valószínűleg hidegen hagyja a borhűtő képesség.

A jó reklám eredeti. Merthogy nem csak a terméked vagy szolgálta-

tásod, 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 tömegeből ki kell

! 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 valószínűleg ezzel párhuzamosan a bevételeid is. Nem biztos tehát, hogy a „túlélésnek” a legfőbb biztosítéka a költségcsökkentés. Törekedhetsz bevételeid növelésére, ehhez pedig lehet, hogy pont az intenzívebb reklámozás jelenti majd az üdvözítő megoldást.

MIRE JÓ A PR?

A PR a szakma önmeghatározása szerint „kölcsonös 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 énekl le az égről a csillagokat, nem tesz milliomossá, viszont nagymértékben hozzájárulhat ahhoz, hogy felfigyeljének Rád, és akarjanak Veled dolgozni, Tőled – terméket, használati tárgyat, szolgáltatást, tanácsot – vásárolni.

A Te eseted összetett, hiszen egy kisebb vállalkozásban sokszor nem könnyű elválasztani a terméket annak létrehozójától. Mindenesetre 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.

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 szeresék, 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 öröme élvezve, nyugodtan hátradőlhetnél – de minden kezdődik előlről.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- Michelberger Miklós: A lyukacsos tehén (Aula, Budapest, 2000)
- Scott Adams: Dogbert szigorúan titkos vezetői kézikönyve (SHL Hungary Kft., Budapest, 2000)

BEVEZETÉS AZ INTERNET VILÁGÁBA

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 világgazdaságot, 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, azaz munkát lényegét érintetlenül hagyta az internet forradalom, azonban szinte mindent, ami e tevékenység üzleti sikeréhez hozzájárulhat – azaz a marketinget, a szükséges adminisztrációt, az áruk, alapanyagok beszerzését – jelentősen megváltoztattott.

Az internet eszközt ad ahhoz, hogy olcsóbban és egyszerűbben vásárol-

hass, kinyitja a kínálatot számadra a környék pár gazdaboltjához, kertészetehez, vagy kisgépboltjaihoz, autókereskedéséhez képest.

Ugyanakkor saját vállalkozásodnak is lehetőséget nyújt arra, hogy szélesítse vásárlóid körét: nem csak a közvetlen környezetben élők, vagy a heti piacokon Tőled vásárlók érhetik el így termékeidet, de akár a fővárosban élők is közvetlenül vásárolhatnak Tőled.

MIÉRT FONTOS EZ?

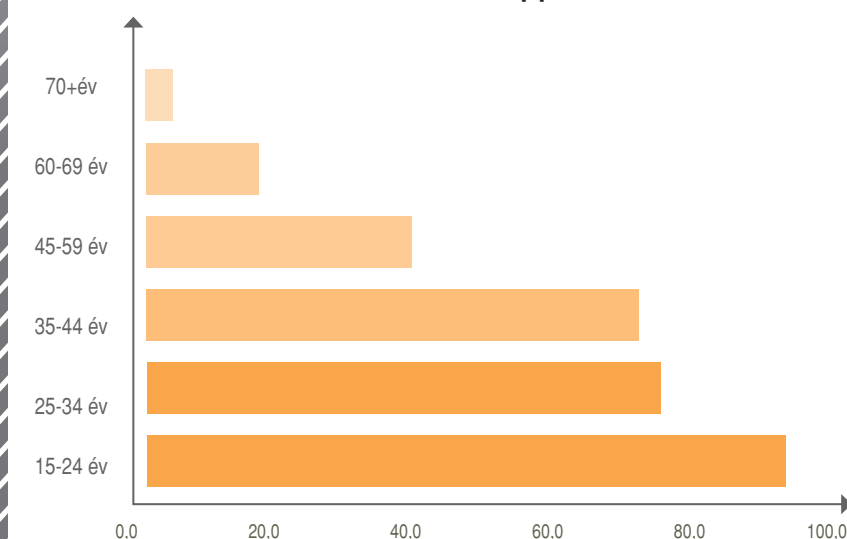
Hazánkban a digitálisan írástudatlanok aránya meghaladja az uniós átlagot; noha a 15-24 éves korosztályban 10 emberből 9 már most internet-használó, az arány a kor növekedésével drasztikusan romlik. A 25-44 év közötti felnőtteknek csak kétharmada, a 45-70 év közöttieknek csupán kb. negyede, a 70 év felettieknek pedig alig 4%-a használja a világhálót.

A számítógépet és internetet már használó lakosság körében is szükség van a digitális készségek fejlesztésére, mert az úgynevezett másodlagos digitális megosztottság Magyarországon esetében jóval az uniós átlag feletti: hazánkban az internetező az uniós átlagnál jóval kevesebben használják az internetet online tranzakciókra, fizetésre, bankolásra, vásárlásra vagy e-kormányzati szolgáltatások igénybe vételére.

A felmérések szerint a kistelepüléseken élők - azaz a mezőgazdasággal, élelmiszer előállításal foglalkozók - körében szignifikánsan magasabb a számítógépet nem használók aránya. Minél ritkábban lakott egy település, annál nagyobb a nem-használók aránya. Regionális bontásban azt látjuk, hogy észak-dél, illetve kelet-nyugat ellentét egyszerre van jelen: Észak-Magyarországon több mint 20 százalékponttal kevesebb a felhasználó, mint Délkelet-Magyarországon.

Az uniós átlagnál alacsonyabb használati arányok mellett a motiváció és a felkészültség hiánya is közrejátszik abban, hogy az országok infokommunikációs fejlettségét talán legjobban tükröz mutató, a szélessávú penetráció (a 100 lakosra jutó szélessávú előfizetések száma) is jóval elmarad az uniós szinttől, noha a hálózati infrastruktúra elérhetősége még kedvezőbb is az uniós átlagnál.

INTERNETHASZNÁLÓK ARÁNYA KORCSOPORTOK SZERINT 2011 [%]



Forrás: ICT Report 2011

Szabadabban választhatsz magadnak pénzügyi szolgáltatót, bármikor gyorsan és egyszerűen összevetethet különböző neked szükséges szolgáltatások árait, feltételeit. Szinte bármivel is foglalkozol, óriási előnyt, rengeteg tudást biztosít számadra az információhoz való tényleg szabad hozzáférés, a többi felhasználó által készített tartalom és általában a virtuális közösség.

E fejezet célja, hogy segítséget nyújtson számadra 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 használsz majd vállalkozásoddal kapcsolatos munkákra, mint a szórákosokra, 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,

ráadásul a már lassan kifutó típusokat gyakran igen komoly árengedménnyel kaphatod meg!

Külön kérdés, hogy egy viszonylag olcsóbb, de helyhez kötött asztali gépet, vagy egy hordozható, 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, érdemes a különböző számítógép-konfigurációk között

keresgélned. Egy alapgépet – azaz ami a fent leírtaknak már megfelel – monitorral, billentyűzettel, egérrel nagyjából 80-100 ezer forintból kihozatsz, míg a komolyabb gépek esetében a határ a csillagos ég.

Amennyiben a mobilitás is fontos szempont, azaz, hogy munkádat bárhol és bármikor elvégezhesd, célszerű egy notebookra beruháznod. A notebookok esetében különösen fontos átgondolnod, hogy mire akarsz használni

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 egyedibbek, 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 forrásból származnak – gyakran nagyobb biztonsággal működnek.

(sokat utazol, ezért legyen könnyű, vagy néha viszed csak magaddal, de akkor a traktoron, ezért legyen strapabíró), mivel ezek a gépek mind-mind különböző elvárások jó-rossz kompromisszumai. Szintén figyelj oda a garanciára, mivel nagyobb igénybevételnek van kitéve egy olyan gép, amit gyakran magaddal viszel, ezért a meghibásodás lehetősége is nagyobb. (A garancián túl érdemes ezért gyakran készíteni winchesteredről.) Egy kezdő notebook ára ma 80-100 ezer forint körül, egy komolyabb gépet 200-300 ezer forintért megvehetsz.

Amennyiben nagyon mobil és egyben menő is akarsz lenni, ugyanakkor viszonylag keveset akarsz írni a gépeden, akkor prezentációk tartására, tájékozódásra egy a laptopnál kisebb eszköz is elegendő lehet. Ezek tárháza manapság egyre gazdagabb. Van a netbook, ami

teljesen olyan, mint egy notebook, csak kisebb – általában 10,1 inches a képernyője, a súlya pedig 1-1,5 kg körül mozog. A netbookok általában picit lassabb gépek, mint a notebookok, s mint a netbookok is mutatja, leginkább internetes alkalmazások futtatására alkalmasak. A netbookokat azonban egyre jobban kiszorítják a piacról az úgynevezett tabletek, avagy táblagépek, amelyek jobbára egyetlen érintőképernyőből állnak. Ezek ára meglehetősen változatos képet mutat, hiszen nem márkákat (másképp bizonytalan eredetűeket) akár már

30 ezer forintért is el lehet csípni, míg egy topkategóriás Apple, Samsung, Lenovo, vagy más neves gyártó által gyártott tablet akár 200 ezer forintnál többbe kerülhet. Kellems középút lehet a notebook/tablet kérdés megválaszolására néhány olyan „öszvér” modell, amelyik saját (dokkolható, de egy mozdulattal el is távolítható) billentyűzettel is rendelkezik, mint például az Asus Transformer családja. A notebook-tablet-netbook harc új szereplői az úgynevezett ultrabookok, amelyek a többi modell valamennyi előnyének összegyűjtésére hivatottak.

Ezek a gépek leginkább a notebook formai sajátosságait viselik magukon, ugyanakkor nagyon könnyűek, vékonyak, gyorsak, 14,1 inch körüli mérettel rendelkeznek és hosszú ideig működnek akkumulátorral. Hátrányuk – egyelőre a magas ár.

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 teendőd. 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

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 platformok az Apple/iOS, illetve a Google Android, de egyre erőteljesebben jelen van a Microsoft is a WindowsPhone-ok révén. Szintén erős szereplő a RIM/Blackberry, amely leginkább a saját, nagyon megbízható levelezési, üzenetküldési rendszeréről ismert.

Amikor valaki táblagépet vesz, már a beszerzéskor eldönti, melyik operációs rendszert fogja majd használni, átlépés itt nincs, mindegyik gépcsaládon csak a saját operációs rendszere fut. Elvileg az operációs rendszert az androidos készülékek esetében ki lehet cserélni (hiszen számtalan úgy nevezett ROM érhető el a neten), ezt azonban csak rutinos felhasználóknak ajánljuk, s felhívjuk a figyelmet arra, hogy az esetek többségében ez a beavatkozás garanciavesztéssel jár.

A birtokunkban lévő asztali gép (legyen az PC, MAC, de ide sorolhatjuk a notebookunkat is) 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 hűségesebb 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 eszközt használnak „otthon”, részint könnyebb, részint nehezebb helyzetben vannak, hiszen ők bármelyik platformot választhatják. Az biztos, hogy egy asztali gép és egy táblagép, vagy okostelefon között van átjárás, azaz a PC használók nyugodtan választhatnak a WindowsPhone mellett Androidot, Blackberryt, vagy természetesen iPhone-t is.

notebook-ok nagy többségén ma is Windows fut. Az Apple-termékeket a cég saját operációs rendszerével érhető el.

Míg e termékekért fizetned kell, rendelkezésedre 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 szükséged lehet. Az okostelefonok és táblagépek (▶ 8.3.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, szórákozásban 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, könyvtelési 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 szintén 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 Noked szükséged van, illetve hogy képes-e „együttműködni” már megvett gépeddel, szoftvereiddel.

Érdemes annak is utánajárni, mennyire bejárattott, kipróbált a program, ugyanis a régóta forgalmazott és folyamatosan tökéletesített megoldások általában nemcsak megbízhatóbbak, de problémák esetén könnyebben találsz hozzá szakmai támogatást akár ingyen az interneten, akár a program gyártójától.

Irány az internet!

Miután sikerült beszerezned a céged működtetéséhez szükséges gépeket és programokat, egy következő lépésben már azon érdemes 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 kábelben 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 rendelkeznek, 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 betétkkel 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 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 címeket (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/ kapcsolatot), 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

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

telefonkozpont.blog.hu
androidportal.hu
appleblog.blog.hu
berryblog.blog.hu
wp7.hu

szükséges okos telefont, táblagépet vagy laptopot különböző akciók keretében sokszor a piacinál alacsonyabb áron vagy kedvező törlesztő részletért cserébe is biztosítják.

A mobilszolgáltatók a jelenlegi gyors hálózatfejlesztések mellett már olyan netes csomagokat is kínálnak, amelyeket kihasználni igazán csak lappal, vagy táblagéppel lehet. Ha ilyet akarsz választani, feltétlenül győződj meg arról, hogy az esetleg már meglévő saját eszközöd milyen mobilnetes technológiát támogat, illetve lehet-e hozzá az újabb technológiák elérése érdekében külső modemet csatlakoztatni. Az is fontos, hogy megnézd, ahol használni akarod, ott elérhető-e már valamelyik nagysebességű mobilinternet szolgáltatás.

MOBIL ESZKÖZÖK

MANAPSÁG EGY VÁLLALKOZÁS ÉLETE ALIGHA KÉPZELHETŐ MOBILTELEFON, LAPTOP, NETÁN TABLET NÉLKÜL. HA MINDEZEKSEL AZ ESZKÖZÖKKEL, VAGY LEGALÁBB EGY RÉSZÜKKEL NEM RENDELKEZÜNK, KÖNNYEN ELVESZTHETÜNK ÜZLETI LEHETŐSÉGEKET.

Vezetékes telefonnal a legtöbben hagyományosan rendelkeznek, és ha aligha van olyan vállalkozó, akinek nem lenne mobilja. Amennyiben vállalkozásunknak szüksége van fagra – 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 kábeltéven), úgys

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 lappal. Ha utóbbit választottuk, akkor máris van hordozható eszközünk. Persze egy 15,6-os, vagy annál nagyobb lappal 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.

MIT CSINÁLJAK AZ INTERNETEN?

Az interneten szinte mindent megtalálsz: olvashatsz, kereshetsz, játszhat, barátkozhat. Ugyanakkor mint vállalkozó Téged most nem a szórakozás érdekel. Amellett, hogy cégen belüli vagy azon kívüli kommunikációs költségeid jelentősen csökkenthetők, az interneten információt gyűjthetsz, ügyeket intézhetsz, üzleteket köthetsz. Ott várnak partnereid, versenytársaid, bankod és persze az állami hivatalok is. A következőkben e lehetőségeket vesszük sorra.

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 azt kelljen mondani, ezt az élménytől elhanyagolhatatlanul 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.

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 funkció

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.

Az okostelefonok több családba sorolhatók, a gyártók, illetve a telefonok által futtatott operációsrendszerek alapján. A legfontosabbak:

IOS: az Apple iPhone telefonok rendszere. A jelenlegi csúcsmo-
dell az iPhone 4s

Android: a Google Linux alapú rendszere; ami számos neves és kevésbé neves gyártó telefonjain is fut. A legismertebbek a Samsung, LG, Motorola, HTC, Sony, ZTE, Huawei, stb..

WindowsPhone: windows alapú telefon, jelenleg felfutóban van, különösen mióta a Nokia is erre állt át.

BlackBerry: a kanadai RIM cég terméke, legnagyobb erőssége a biztonságos adatkezelés, a levelezés, illetve az újabb modelleken az érintőképernyő mellett is megmaradó fizikai billentyűzet.

Jellegéből fakadóan az Android a legnyitottabb platform, s itt van a legtöbb készülék is, a legnagyobb árválaszték mellett. Androidos eszközöket (is) gyárt ma a Samsung, a Huawei, a Motorola, az Asus, de még az Amazon Kindle Fire is idesorolható (pedig az alapvetően könyvolvasó lenne), de szinte végtelen a gyártók sora. Talán az az egy biztos, hogy az Apple, a RIM és a WindowsPhone mellett elkötelezett Nokia nem gyárt Androidos eszközt, rajtuk kívül szinte mindenki. Az Android a programfejlesztők oldaláról is nyitott (Linuxos alapok), így sokan azt vetik fel (sajnos esetenként joggal), hogy az Androidos eszközök és programok biztonsági szempontból veszélyeztetettebbek, mint a több platform. Az viszont biztos, ha okostelefont, táblagépet használunk, éppoly határozottan kell védekezni a vírusok és az egyéb kártevők ellen, mint amikor asztali gépről van szó.

PIACTEREK

Mind a négy mobilplatform saját alkalmazás áruházakkal (piacterekkel) rendelkezik, így a kütyükre gyárilag telepített programok mellett bőséges a választék más alkalmazásokból is.

Az Android Market (ma már Google Play) 2012 tavaszán már több mint félmillió alkalmazást (app) kínált (a szintén itt „árult” zenék, könyvek, videók mellett), amelyekből a jelenleg mintegy 300 millió androidos készüléket használó felhasználók bő 13 milliárd alkalommal töltöttek le valamilyen app-ot. Az Apple iTunes Store-ban az alkalmazások száma 550 ezerre tehető (de persze ez is napról napra nő), a letöltések száma pedig 25 milliárd feletti.

A leggazdagabb kínálat az Apple és az Android áruházaiban van, de a BlackBerry és a WindowsPhone sem áll túl rosszul ebből a szempontból. Mind a négy „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 elérjük őket (▶ 8.10. fejezet „Légyváros 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.

onalitása 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 dokumen-

tumok olvasását, mozgását, a levelezést (és persze szabadidőnkben a játszást, filmnézést is). A dokumentumok részletesebb szerkesztésére azért persze elég kényelmetlenek - 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 (3G/UMTS) és WiFin is képesek a netre csatlakozni. A tabletek

szintén, de általában van belőlük csak WiFi-s kivétel is. Ez általában árkérdés, nyilván a legjobb megoldás, ha egy tablet mind WiFi, mind 3G képes, de ha választani kell, hogy 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 3G előfizetést venni a tabletünkre, mert ha nem, és az irodánkban, otthonunkban van WiFi, akkor lehetséges, hogy egy csak WiFis példánnyal is jól elboldogulunk.

Ha van nálunk okostelefon és tablet is, akkor szintén nyugodtan választhatjuk a csak WiFis tabletet, hiszen az okostelefonok döntő többsége képes a 3G WiFin keresztül megosztására más eszközökkel, így a kisebb testvér ki tudja majd szolgálni nettel a nagyobbat. Ha nincs okostelefonunk, csak egy régebbi hagyományos, akkor viszont a tablet net nélkül elég kevésbé lesz használható (hacsak utunk során nem keresünk folyamatosan nyílt WiFi-t), így valószínűleg nem spórolhatjuk meg a 3G-s eszköz 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 szinte bizonyosan 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 e két család tagjai közül választ, aminek a fő oka, hogy e két

technológia rendelkezik a saját alkalmazásboltjában a legtöbb – 3-400 ezer darab - letölthető (ingyenes és fizetős) alkalmazással, de kétségtelen, hogy a WindowsPhone és a Blackberry is felzárkózóban van e tekintetben.

Az okostelefonok ára gyakorlatikusan 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 valamelyik szolgáltatótól szerezzük

be, hűségnyilatkozatos, előfizetéses konstrukcióban.

Hűséggel, előfizetéssel a legújabb, legjobb, legtöbbet 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 Telenor a hangra és az adatra koncentrált – azaz jelenleg „ingyen” SMS nincs a csomagokban, azért mindig külön kell fizetni. Ha valaki havi sok SMS-t akar küldeni, akkor a másik két szolgáltató jobb csomagokat kínál, de az is tény, hogy egy okostelefon felhasználó az SMS-ek többségét ki tudja váltani email és chat-üzenetek küldésével. Ezt is figyelembe véve a Telenor ajánlatai jók. A Vodafone és a T-Mobile a csomagjaiban hang-adat-SMS opciókat is kínál, általában

a Vodafone a nagyvonalúbb, esetenként már, már irreálisan sok SMS-t, vagy lebeszélhető percet is kínálva. Nagyobb, drágább csomagjaiban mindhárom szolgáltató viszonylag sok adatot ad, s szerencsére immár az adatforgalmi keret elérésekor a forgalmat lassítják – a korábbi elég durva túlforgalmazási díjak alkalmazása helyett. Itt a különbség az, hogy a Telenor megbontja az adatforgalmat, a webes böngészést, levelezést, facebookozást, google alapú navigálást nem számlolja – és emellett biztosít egy külön multimédiás keretet, míg a másik két szolgáltató nem alkalmaz ilyen bontást, mindent számláz, illetve számol – amíg a keret tart.

Az okostelefonok kiválasztását, a döntés meghozatalát az is döntően befolyásolhatja, hogy melyik szolgáltató (mondjuk ahol vállalkozásunknak hűség-szerződése, vagy korábbi

hűségünk okán kedvezményes vásárlást lehetővé tevő bónusza van) 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 egyelőre igazán kulcsszerepet, de egy-egy jó akciót azért ki lehet fogni.

Várható irányok

2012-ben, 2013-ben

Várhatóan a „lapzártához” képest jelentősen nőni fog a szolgáltatók által kínált igazán szélessávú mobilinternetes lefedettség (legyen az a technológia és

a márkanév függvényében LTE, 4G, vagy Hipernet) – és nyilván az ezek igénybevétele alkalmas telefonok, tabletek választéka is. Ezeket a nagyon gyors netes technológiákat 2012 tavaszán még elsősorban laptoptal, notebookkal, vagy esetleg tablettel lehet igazán kihasználni – telefontal csak a legtrikább esetben -, de ez egészen biztosan változni fog.

A mobilszolgáltatók piacán megfigyelhető trend, 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 kiszámíthatóság, a fix bevételre, az ügyfelek magukhoz kötésére való törekvés az oka – s talán az is, hogy készülnek az új versenytársak megjelenésére.

Egyelőre húzódik negyedik mobilszolgáltató piacra lépése. A Posta, MVM, MFB Invest alkotta állami szolgáltató tavasszal nyer-

te el a szükséges frekvenciát, s a kiírás szerint 2012 végéig kellene elindítania a szolgáltatását. Ez azonban könnyen átcsúszhat a következő évre, miután az árverési pályázatot és annak eredményét is megtámadták a piacon lévő szolgáltatók és ez a pereskedés még szeptember elején sem zárult le. A negyedik szolgáltatót így egyértelműen „beelőzték” olyan virtuális szolgáltatók, mint az elsősorban a kereskedelmi gyakorlatokra építő Lidl/Blue Mobile és a Tesco Mobile. A hírek szerint a későbbiekben a negyedik szolgáltató nagyon erősen akar építeni

VIRTUÁLIS MOBILSZOLGÁLTATÓK

Ma Magyarországon több virtuális, azaz saját fizikai hálózat nélkül működő mobilszolgáltató is működik, mellettük pedig számos cég – alapvetően internet és/vagy kábeltévé szolgáltató – kínál virtuális mobilinternet szolgáltatást. Általánosságban elmondható, hogy a virtuális szolgáltatók elsősorban a meglévő ügyfélbázisukra építenek, s egyszerű, könnyen átlátható tarifák csomagokat kínálnak. A Tesco Mobile és a Blue (Lidl) Mobile esetében a megcélzottak elsősorban a vásárlók, a Telenorhoz ezer szálán kötődő Red Bull Mobile pedig a fiataloknak kínál szolgáltatásokat, illetve életérzést. (A virtuális mobilinternet szolgáltatók elsődlegesen a saját kábeltévé, illetve internetes előfizetőiknek.) A virtuális szolgáltatók főleg lakossági ügyfeleknek kínálják szolgáltatásaikat, de ez nem jelenti azt, hogy ezek ajánlatok kisebb cégeknek nem lennének megfontolandóak.

az üzleti és mobilinternet szolgáltatásra. Ezen a piacon a három meglévő szolgáltató mellett immár megjelent virtuális szolgáltatóként a UPC is, sőt várhatóan 2013-ra a UPC minden mobilszolgáltatást nyújtani fog – természetesen virtuális szolgáltatóként. A negyedik várható piacra lépése és a virtuálisok megjelenése miatt is fontos, hogy egyrendelet 2012 októberétől felgyorsítja a számhorozás folyamatát, így könnyebb, egyszerűbb lesz a meglévő szám(ok) megtartásával szolgáltatót váltani.

AZ OKOSMOBILOK HÁTRÁNYA

Az elmúlt 15-20 évben viharos gyorsasággal fejlődtek a mobilok, ami a tudásuk növekedésével és a méretük csökkenésével járt. A tudás szint emelkedése ma is naponta „következik be”, ugyanakkor a méretcsökkenés szemmel láthatóan megállt és sajnos az akkumulátorok fejlődése sem mindig követi a szükségleteket.

Az okostelefonok egyrészt a használhatóság érdekében növekedni kezdtek, hiszen a „belbecs” mellett az internetes képességek használhatósága érdekében viszonylag nagy kijelzőre van szükség. Másrészt e készülékek túlnyomó része átlagos használat mellett is maximum 1-2 napot bír ki, melyet még tovább csökkent ha valaki sokat internetezik, vagy tartósan bluetooth kapcsolatot használ rajta. Ha olyan a munkád, hogy nincs kéznél mindig egy konnector, vagy az autós töltő, úgy erre is figyelj a készülékválasztásnál.

Milyen előfizetést válasszak?

Ez az a kérdés, amire a legnehezebb „kívülről” válaszolni. Az biztosnak látszik, ha valaki mobilinternetezni akar (magyarán okostelefont, tabletet használ), akkor valamelyik szolgáltató, valamelyik kombinált csomagját kell választania.

A kérdés csak az, melyiket? A szolgáltatók a lakossági tarifáikat hirdetik meg (jelenítik meg weblapjaikon) és ezekkel lehet számolni, ugyanakkor nagyobb

vállalkozások már tudják „személyes” ajánlat kérésével versenyeztetni a szolgáltatókat. Így a tarifákat a lényegesen lejjebb lehet vinni, de ehhez azért szükség van egy kisebb flottányi felhasználóra. Ilyen esetekben érdemes bevonni családtagokat, akár barátokat is – a köztük zajló „belső” forgalom egészen biztosan olcsóbb lesz, mint más esetekben, és logikusan, minél nagyobb (vonzóbb) a flotta, annál jobbak 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 lakosságnál kedvezőbb tarifákkal.

Amennyiben valaki magában választ a szolgáltatók ajánlatai közül, akkor célszerű, ha átnézi az „utóbbi” hónapok mobil költségeit a részletes számla alapján. Ebből azért le lehet vonni következtetéseket saját mobilozási szokásainkról és sokkal megfontoltabb döntéseket lehet hozni, mint csupán az érzések alapján. A tarifákat 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

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 követhetlenné 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 „körbejárják” 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 kere sendő 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.

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 doménnév, 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/domain>), minden más esetben a Domain.com (<http://www.domain.com/>). Ezekon az oldalakon 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 szervezetekben, a számlázásnál. Minden méretű vállalati működést keresztül-kasul átjár a kommunikáció igénye és kötelessége.

Az internet megjelenését közvetlenül megelőző korszakban ennek az egész keveréknek kialakult a saját, tudományos igényű kidolgozott eszközrendszer, amit az okos vállalatok részben vagy teljesen

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. örökzöldek: www.wikipedia.org/wiki/Örökzöldek

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 annyit

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 fordulón sikerült forradalmasítaniuk a választás, a vásárlás folyamatát. Az internet használói ekkortájt szoktak rá, hogy

A SZOLGÁLTATÓ FELELŐSSÉGE

Jegyezzük meg azonban: az internetes tartalomközlés némi felelősségvállalással is jár! Először is, a honlapunkra feltett anyagok közzétételi jogaival rendelkezniünk 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 található 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.

autót, elektronikai és számítástechnikai terméket, de akár például ingatlant is csak úgy vásároltak, ha előtte részletesen tájékoztattak 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 keresés forradalma

A második forradalom az internetes keresés fejlődéséhez és a keresőkben 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 címeket, 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

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 olvassunk, 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.

szeme elé kerül. Ráadásul a hirdetésért csak a konkrét érdeklődők után kell fizetni; azok után, akik rá is kattintottak 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 fizetőképes középosztály tagjai. Ezért ma már minden piacra lépő vállalatnak meg kell csinálnia céges hon-

lapját, ez alól nincs kibúvó. 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 különál-

ló, néha egymást részben átfedő műfajai vannak, ezeket a csodaszavakat szinte mindenki ismeri: blog, portál, közösségi oldal, fórum és még sok minden más. Vállalati weblapunk 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

egyedülálló termékeihez, szolgáltatásaihoz, felsorolják a céggel kapcsolatos híreket, sajtóközleményeket, 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 kovacsolódjon 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 keresztül 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 fog-

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 praktikus 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 a lapot, így később is megtalálható lesz neved, ami nem mindig öröm!

nak találni. Itt is mehetünk több irányba: egy egyszerű hírblog a vállalat életéről, a termékbemutatókról, 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 világtól, 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 határfokuk sokkal jobb is lehet. Bármilyen honlapot készítünk is, rögtön az első pillanatban 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 hozunk létre minden szöveget angolul is, így az odatévedő 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 egysze-

rűek, igaz, ahogy egyre bonyolultabb dolgokat szeretnél megjeleníteni az oldaladon (pl: webáruház, online fizetés), úgy lesz

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.

egyre zűrösebb az ügy. Bármilyen honlapról beszélünk is, először is kell találni egy számítógépet, 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 szeret-

nénk elhelyezni a honlapon), akkor érdemes az effajta társulás helyett saját számítógépet vásárolni e célra. Internetre helyezését a szolgáltatók szintén megtudják oldani. Nagyon izgalmas lehetőségnek tűnhet, hogy ingyenes tárhelyszolgáltatónál 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 bevételről eshetünk. 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 pénzed, megpróbálkozhatasz 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 –

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 hozzáférés, legyen VIP-szekció, ahol speciális ajánlattal csábítod újra magadhoz őket.

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 elérhetőségeid, 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 jövődő honlapod kinézetéről,

talán meg is tervezted már. Ha nem vagy a témában (legalábbis első lépésként) egy ismerős webdizájnert

felkérése a feladatra. Ha azonban nem mozogsz otthonosan az internetes technikai útvesztőjében (letöltési sebesség, hasz-

nálhatóság vagy usability, best practice stb.), vagy ha egy komolyabb honlap szeretnél, kérd ki egy kompetens 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 találtál 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 meggyőződted 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 megtalájanak 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 oldalodon elhelyezett Google-reklámból pont a te

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 kattints a „Bárki megnézheti ezt a webhelyet” beállításra, mert nyilván azt szeretnéd, hogy a webhely mindenki számára elérhető legyen.
8. Válassz ki a webhely témáját (a webhely elrendezését). Ha további témákat is meg szeretnél nézni, kattints a További témák linkre.

Ekkor nekiállhatsz az ízlésednek megfelelő – egyszer bb vagy összetettebb – webhely létrehozásának. A webhely szerkesztésével kapcsolatos útmutatók, illetve a Google Webhelyek használatával kapcsolatos gyakran ismételt kérdésekre adott válaszok az alábbi címen találhatóak: <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=ID-4FRTzxkl>
A mi pár perc alatt összehozott demóoldalunkat pedig a <http://sites.google.com/site/demoldal/Home> címen nézheted meg.

oldaladon keresztül szerez bevételt. Mivel a Google-reklámok úgy vannak beállítva, hogy az oldal 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 profi 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 továbbfejlesztetősége, keresünk olyan céget, amely elkészíti azt számunkra.

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 célratoró, 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.

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 keresésről 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 kísérszöveggel, 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 pénzsórássá, hasznos végiggondolnod, hogy milyen felületeken érdemes reklámoznod, másképp: milyen más honlapokat látogatnak potenciális vásárlóid? Ha ezeket – akár egy pár órás internetes keresgélexssel – kigyűjtöt-

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.domain.hu
- tarhely.lap.hu
- www.blog.hu
- www.freeblog.hu
- www.blogter.hu

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 tulajdonképpen cse-

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 postaládádat 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.

rélni. 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 hirdetésnél 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.

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 beállításokat. 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.

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.

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 kívánatos fogyasztói szegmensként érdemes velük számolnod.

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 részletesebben 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 találják 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 rendben, 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 világháló

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 bejelentetted 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, amelyekre 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 körzetére 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

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 weblapodon heti/havi hírlevelet, ahol a portékád iránt érdeklődők számára hasznos infókat nyújtasz. Néhány hónap alatt több száz adatbázisod lehet a potenciális vásárlókból.
- Használd az offline marketing bevált praktikáit az interneten, kínáld fel a hírleveledre feliratkozóknak apró ajándékokat, amit az első vásárlás során kapnak meg. Helyezz el honlapodon letölthető kupont, ami kedvezményes vásárlásra jogosítja fel a séges olvasóidat.

A világhálón nincs nyomdai és terjesztési költség, kísérletezz bátran!

AMIÉRT NEM ÉRDEMES FIZETNED

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 reálisan hozhat-e ez neked új vásárlót!

listában (ha egyszer is próbáltál egy keresőt, látod, hogy ez gyakran feldolgozhatatlan mennyiségű találatot ad a keresőoldalra), 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 kerékpárralkarész 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 érzed-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 ismerősödet, hogy ők mit írnának a keresőbe, ha egy a Tiedhez 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 gyakran 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 megfeleljen.

Azt, hogy mit is lát a Google a honlapodból, megnézheted a Google Webmaster Tools segítségével, hidd el, érdekes és tanulságos lesz!

Törekedj rá, hogy a címek, alcímek, linkek és az első bekezdés minél többször tartalmazza az adott kifejezést, 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

MI AZ A BANNER?

A banner (vagy magyarul reklámcsík, szalaghirdetés) a leggyakoribb 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.

tartalmazó oldalra mutató linkjeit használja az oldal fontosságának meghatározására. 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

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 párbeszédéről szól. Sok ember tisztán érdeklődéstől vagy feltűnési viselkedéstől hajtva mindenféle öt érdeklő témáról ír, vagy fotókat, videókat publikál,

vesz tőled semmit: vállalkozásod célcsoportjának egy tagja, akinek véleményét, szokásait megismerheted.

Nézzük meg milyen felhasználási lehetőségei vannak a tipikus „webkettes” alkalmazásoknak!

Közösségi oldalak (például: iWiW, Facebook, LinkedIn, Twitter):

majd mindezeket a téma iránt érdeklődő és arrátaláló közösség meg is vitatja. Ez számodra is remek lehet, hiszen ha megtalálasz egy a témáddal foglalkozó közösséget, úgy sok olyan embert érsz el, akik azután 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

remek lehetőség, hogy bemutakozz, és egyben bemutasd a vállalkozásod is. Nem mellékesen egy-egy üzleti partneredet is megismerheted, mielőtt találkoznál 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

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 csak 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 publikálható tartalmadat is megjeleníted. A már szokásos kertészeti példánál maradván: 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.

feltölteni, és azokat megosztani vagy beágyazni a saját oldaladba. Milyen remek 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 beszélgesse- nek 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 figyeljenek rád.

HA MÉG OLVASNÁL ERRŐL:

- www.artbizcoach.com/
- www.youtube.com/
- www.flickr.com/
- www.facebook.com
- www.twitter.com

KAPCSOLAT AZ ÁLLAMMAL

AZ ÁLLAMI VAGY ÖNKORMÁNYZATI BÜROKRÁCIA SOKSZOR NEM KÖNNYÍTI MEG A VÁLLALKOZÓ MINDENNAPJAIT. AZ ÁLLAM AZONBAN NÉHA MEGPRÓBÁL SEGÍTENI IS: AZ ELEKTRONIKUS ÁLLAMI SZOLGÁLTATÁSNYÚJTÁS EGYIK LEGFONTOSABB ESZKÖZE, A KORMÁNYZATI PORTÁL ÉS AZ ONNAN ELÉRHETŐ ÜGYFÉLKAPU EGY OLYAN LEHETŐSÉG, MELLYEL KÉNYELMESEN, AKÁR OTTHONRÓL IS INTÉZHETED HIVATALOS ÜGYEIDET.

A Kormányzati Portál (www.magyarorszag.hu) alapvető célja, hogy az állampolgárok és a vállalkozások számára lehetővé tegye a közigazgatással való internetes kapcsolat-tartást. A portálon számtalan információ mellett (mint pl. vállalkozásod működéséhez kapcsolódó ügyleírások, vonatkozó jogszabályok, letölthető formanyomtatványok, dokumentumok, az illetékes

hivatalok elérhetőségei) például előre foglalhatsz időpontot az okmányirodába, továbbá egyszerűen tudod közigazgatási ügyeidet is intézni. Az Ügyfélkapu egy olyan elektronikus ügyfélbejelentő és -azonosító felület, melyen keresztül egyedileg azonosított módon és biztonságosan kapcsolatba léphetsz az e-ügyintézés nyújtó közigazgatási szervekkel és közintézményekkel.

Az Ügyfélkapu használatához először is regisztrálnod kell magad. Ezt személyesen bármely okmányirodában megteheted érvényes személyi igazolvány, útlevél vagy vezetői engedély bemutatásával és a 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.

Az Ügyfélkapu az összes e-közigazgatási szolgáltatás igénybevételére jogosít, így sok esetben megspórolhatod azt az időt, amit egyébként a várakozással vagy sorban állással kellene töltened. Előnyös az is, hogy a nap bármely időszakában intézheted ügyeidet, és nem kell alkalmazkodnod az ügyfélfogadási rendhez.

Ügyfélkapun keresztül igénybe vehető szolgáltatások

Az Európai Unió célul tűzte ki a tagállamok számára, hogy a közszolgáltatások mielőbb elektronikus

formában, illetve online is elérhetők és teljeskörűen akár otthonról is intézhetők legyenek mind az állampolgárok, mind pedig a vállalkozások számára. Az EU jelenleg minden tagországtól 20 – 12 állampolgárok és 8 vállalkozásnak nyújtott – közszolgáltatás elektronikus úton történő biztosítását várja el.

Ezek azon szolgáltatások, amelyeket az Ügyfélkapu nyújt mindannyiunk számára. Az ügyfélkapus regisztrációt követően lehetőség nyílik minden magyar vállalkozás előtt arra, hogy cégügyeit – a hosszas várakozást és türelmet igénylő közhivatali procedúra helyett – online intézze.

Az online ügyintézés alap-

ja az unió által megkövetelt összesen nyolc, ún. elektronikus közszolgáltatás.

Ezek közé soroljuk a

1. a munkavállalók és foglalkoztatók részére nyújtott szolgáltatásokat;
2. a társaságiadó-bevallást;
3. az áfabevallást;
4. új társaság bejegyzését;
5. statisztikai hivatali adatközlést;
6. a vámnyilatkozatot;
7. a környezetvédelemmel összefüggő engedélyeket;
8. a közbeszerzést.

Ezen szolgáltatások használhatóságát azok „érettségi fokával” 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 van annak online úton történő visszaküldésére is, de van olyan szolgáltatás is, ahol a tel-

MAGÁNSZEMÉLYEKNEK IS NYITVA

Az Ügyfélkapu szolgáltatásai természetesen nem csak a vállalkozások számára érhetőek el, magánszemélyként 12 olyan alapvető szolgáltatást is elérhetsz, mint pl. az szja-bevallás, egészségügygel összefüggő szolgáltatások, gyermekek után járó pótlékok igénylése, lakcímváltozás, gépjárművel kapcsolatos ügyek, útlevélkérelem vagy felsőfokú felvételi jelentkezések elindítása.

jes ügymenet elektronikus formában (beleértve az online fizetést is) intézhető. A www.magyarorszag.hu/vallalkozas/ugyek oldalon témák szerint rendezve található meg azokat az „e-közszolgáltatásokat”, amelyek jelentősen egyszerűbbé és gyorsabbá teszik vállalkozásod életét és megkönnyítik annak mindennapi ügymenetét. Itt nézhetsz utána, hogy alkalmazottaid – és saját magad – után milyen járulékokat kell az államnak befizetned, munkaadóként milyen jogaid és kötelezettségeid vannak, milyen adókat kell vállalkozásodnak működése

során megfizetnie, ehhez kapcsolódóan milyen adókedvezményekben részesülhetsz, valamint hogy milyen feltételek teljesülése esetén juthatsz hozzá banki hitelekhez.

Ha mindezekkel tisztában vagy, a www.magyarorszag.hu/vallalkozas/szolgáltatások oldalon – ügyfélkapus regisztrációt követően – az összes szolgáltatás elérhetőségét megtalálod. Sőt, megoldat megkönnyítendő a leggyakrabban használt 5 szolgáltatás külön kis boksokban is megjelenik. A számviteli törvény egyik nagyon fontos előírása,

hogy minden kettős könyvvitelt vezető vállalkozó köteles egy meghatározott időpontig éves beszámolóját a cégbírószágon közzétenni. Ennek vállalkozásod akkor tesz eleget, ha az éves beszámolót a céginformációs szolgálatnak elektronikus úton, azaz a Kormányzati Portálon keresztül a határidőig megküldöd (ennek részletes leírását lásd: www.magyarorszag.hu/vallalkozas/szolgáltatások/ebeszamolo.html). Fontos tudnod, hogy 2008 nyara óta új vállalkozásodat kizárólag elektronikus úton jegyezheted be. Az elektronikus eljárás az iratok cégbírószághoz történő online benyújtását jelenti. A közzétételi díjak olcsóbbak, az illeték viszont nem alacsonyabb, mint a hagyományos papír-alapú bejegyzés esetében. Egy másik idegőrlő várakozást kiváltó kezdeményezés az Országos Nyugdíjbiztosítási Főigazgatóság

ÜGYFÉLKAPU – SZÁMOKBAN

Az Ügyfélkapun keresztül jelenleg 372 szolgáltatás érhető el. 2006. május 1. óta az Ügyfélkapu alkalmazásával mintegy 39 millió azonosítási szolgáltatást vettek igénybe, több mint 28 millió dokumentumot továbbítottak, a Kormányzati Portálról 352 millió oldalnyi információt töltöttek le. Az Ügyfélkapun regisztráltak száma meghaladja a 640 ezret. A virtuális okmányirodában közel 80-féle közigazgatási ügy kezdeményezhető, köztük a legsikeresebb az okmányirodai időpontfoglalás, melyet 2007-ben közel 230 000 alkalommal vettek igénybe. A Kormányzati Portálon elérhető a hatályos jogszabályok gyűjteménye és mintegy 800 közigazgatási ügy leírása. Az elektronikusan letölthető, illetve kinyomtatható nyomtatványok száma meghaladja a 2000-et.

(ONYF) ún. e-NYENYI (nyugdíj-biztosítási egyéni nyilvántartó lap) szolgáltatása, amelyet kitöltés után minden vállalkozásnak el kell juttatnia az ONYF-hez. Itt tartják nyilván, hogy ki milyen nyugdíjra számíthat öregkorában. Ennek igénybevétele is az ügyfélkapus regisztrációt, valamint egy bejelentőlap ONYF-hez történő beadását igényli, amellyel a céged jogosultá válik az elektronikus ügyintézésre. A következő lépések már nem igénylik a hivatal(ok)ban történő személyes megjelenést: a kapcsolódó szoftver ONYF-honlapról ([\[ugyintezes.onyf.hu/enyenyi\]\(http://ugyintezes.onyf.hu/enyenyi\)\) történő letöltése és a megfelelő űrlap programba való beimportálása és kitöltése után már csak az űrlap Ügyfélkapura való feltöltése marad hátra.](https://e-</p>
</div>
<div data-bbox=)

Ha pedig nem társas, hanem egyéni vállalkozást kívánsz működtetni, egyéni vállalkozói igazolványt is igényelhetsz az internetes okmányirodán keresztül.

A fentiek mellett számos olyan szolgáltatást is megtalálatsz az Ügyfélkapun, amelyek nem igényelnek regisztrációt. Ilyen pl. az egységes magyar munkaügyi adatbá-

ADÓZÁS – ONLINE

Az egyik legfontosabb, online intézhető ügy az adó- és járulékevelés benyújtása, nem meglepő módon ez az egyik legsikeresebb e-kormányzati szolgáltatás.

Az igazság az, hogy bizonyos esetekben nincs is más választásod, mint hogy online kommunikálj az adóhivatallal, de számodra is könnyebbséget jelenthet, hogy a bevallási és adatszolgáltatási kötelezettségeden túlmenően mindenféle egyéb bejelentési kötelezettségednek is eleget tehetsz elektronikus úton. Rendelkezhetsz száma-d 1 százalékról, sőt fizetési könnyítési kérelmedet is benyújthatod ilyen formában.

Mindehhez 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.afeh.hu). A program és az ahhoz tartozó nyomtatvány feltelepítése és annak megfelelő kitöltése (ebben az online kitöltőprogram 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 tranzakcióról értesítést kapsz, így tisztában lehetsz azzal, hogy bevallásodat rendeltetésszerűen feltöltötted-e és eljutott-e a címzett(ek)hez.

Ha mindez elsőre kissé ijesztőnek is hangzik, úgy nem benned van a hiba: ha kicsit keresgélsz és olvasgatsz az interneten, úgy sok vicces és kevésbé vicces történetet találhatsz arról, hogy nálad tapasztaltabb internetezőkön is kifogott már a NAV többek szerint túlkomplicált 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.

zis (azaz EMMA), amelyben a regisztrált munkaadók és munkavállalók különböző munkaügyi adatokat kérhetnek le önmagukra vonatkozóan, de ilyen például a pályázati kereső is, amellyel a különböző európai uniós pályázati lehetőségek között böngészhetsz.

Az Ügyfélkapu friss szolgáltatásainak egyike a személyes adónaptár. Ez a szolgáltatás a program néhány kérdése megválaszolását követően összeállítja 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.

A fentiek természetesen csak a központi kormányzat által fenntartott szolgáltatások igénybevétele esetén adnak eligazítást. Ma már egyre több önkormányzat nyújt hasonló szolgáltatásokat helyi szinten is, hisz egy

újjonnan induló vagy már létező vállalkozás számára több mint vonzó, ha a helyi iparüzési adót, a sok helyen létező ingatlan-, kommunális és egyéb adókat vagy az önkormányzattal kapcsolatos hivatalos okiratok ügyintézését elektronikus formában is teljesíteni lehet.

Ha bármiben segítségre van szükséged, a www.ugyfelvonal.hu, ill. az ingyenesen hívható 189-es hívószámon a nap 24 órájában rendelkezésedre állnak.

HÁZI PIACKU- TATÁS ONLINE ESZKÖZÖKKEL

VÁLLALKOZÁSOD BEINDÍTÁSÁVAL VAGY FEJLESZTÉSÉVEL KAPCSOLATOS DÖNTÉSEID MEGALAPOZOTTÁ TÉTELÉHEZ, FEL KELL TUDNOD TÉRKÉPEZNI A (MÁR MEGLEVŐ) KÍNÁLATOT, HOGY ELDÖNTHESD, SAJÁT PORTÉKÁDAT MILYEN VERSENYTÁRSÁK 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 tisztázniunk 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 legálábbis 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 meglévőket 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 találsz 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 keresőszoftverszponzorációval, akár egyéb módon). Velük kapcsolatban hasznos azt is rögzítened, hogy hol, mivel igyekeznek megjelenni,

vajon mennyit költenek kommunikációjukra stb. Ha már összeállítottad a lehetséges konkurenseid 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 ajánlatkérést, próbarendelést 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 célod 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 konkurensek megítélésére, a másikkal 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 véleményt nyilvánítókkal, 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 használatlanok, mert a csavarfeje mindig elgörbül, akkor a fontos tanulság az, hogy

a) a vásárlóid erős fejű csavarokat szeretnék (és Neked illet 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 próbáld 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

Kírókban 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 általa 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 konkurensek 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: egy nagy teremben üzemeltnek a gépek, te pedig kibérelheted egy kis szeletét 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 telepítgetned, informatikust keresned, a havi számlát kell kifizetned, és élvezheted a

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.

szolgáltatást.

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 hasz-

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 legutolsóira. Amellett, hogy a vállalkozásod hat-nyolc évig megőrizendő iratait elrakod a lemezszekrénybe, elzárod otthon egy pendrájvra 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.

národ a programból, a hatályos jogszabályt olvasod, az aktuális szabályoknak megfelelő számlát bocsátod ki. Az internetes szolgáltatások bárhol elérhetők, az otthoni gép elől is benézhetsz a leveleidbe, sőt akár nyaralás közben a mobilról is le lehet csekkolni, hogy az otthon maradó állítottak-e ki számlákat.

A felhőnek mindegy, hogy drága Macet, megbízható windowsos PC-t, vagy költségtakarékos 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 referenciamunkádat tartalmazó galéria tárolásával. 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 azonosí-

LÁTNI 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”)

tót és @me.com-ra végződő e-mail-címet kell használnia, hogy mindenki hozzájusson 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 kétszázézes telefont és háromszázézes 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 építkedhetsz Google szolgáltatásokból

Ha nem egyedül vagy a cég,

akkor jobban jársz a korábbi fejezetben keresőcégeként más ismertített Google felhőjével és a hozzá kapcsolódó eszközökkel. A cég Apps nevű szolgáltatásában a céged logójával ellátott online naptárat, 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 eröltet saját fájlformátumot, minden elterjedt formátumban lementheted 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 PÉNZÜGY MÁR A NETRE KÖLTÖZÖTT

A kézzel kiállított számlák korának véget vetett a számítógép: tíz-húszezer forintból olyan számlázó programot vehetsz, ami az aktuális szabályoknak megfelelő számlát nyomtat egy pillanat alatt. Gondot csak az okoz, hogy ha változik a szabály, ilyenkor vagy fel kell telepítened a frissítést vagy pedig meg kell vened a legújabb verziót. Az 123szamla.hu-hoz vagy szamlazz.hu-hoz hasonló oldalakon a böngészőben írhatod a számlákat. Előnye, hogy a másodpéldányok akkor is megmaradnak, ha egy vírus megeszi a számítógépedet. A szolgáltatások ára változó, de jellemzően egyik sem kerül többre egy évre, mint egy PC-re telepíthető számlázó program. Legközelebb kérdezd meg a könyvelőd, hátha neki is kényelmesebb lenne.

a Te vállalkozásod ebbe a csoportba tartozik. A Word és az Excel mögé ugyanúgy lehet felhő tárhelyt 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 dokumentumaitokon 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, legyenek azok klímaszerelők 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

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 nagyszámrendileg 2 ezer állás közé kell elhelyezned a saját álláshirdetésedet.

Ha állást kínálsz
Egy, valamely nagy állásportálon elhelyezett

hirdetés költsége – különösen a megtalálendő kollégád majdani jövedelméhez és a tőle elvárt munkához képest – nem veszélyes, egy 2 hetes hirdetés ára pár tízezer forint nagyszámrendű. Ne feledd, hogy ezzel párhuzamosan mindenképpen helyezd el a hirdetésed saját céges honlapodon is!

Az internetes álláshirdetésekkel az álláskeresés folyamata rendkívüli mértékben felgyorsult, és ez – tetézőve 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.

Előszekciós munkádban segít a pályázó rövid, de érdemi motivációs levele, illet a ténylegesen érdeklődő jelöltek önéletrajzai előt olvashatsz. Ehhez azonban az is kell, hogy a hirdetésedben 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 pluszköltséget 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 leszűröd 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 LEGFONTOSABB ÁLLÁSPORTÁLOK:

www.profession.hu
www.monster.hu
www.cvonline.hu
www.jobline.hu

A jelenlegi nehéz gazdasági helyzetben az aktív állásresők folyamatosan figyelik ezeket az oldalakat, így az első napokban már 100-as nagyszámrendben érkeznek pályázatok. Ezzel annyi a feladatod, hogy Te is légy az elsők között, ha felkerül egy számodra érdekes hirdetés, pályázd 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 tűnhatsz 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 felsorolásjelleggel 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!

Nem tűnik fontosnak, pedig az: értesítési e-mail címed legyen személyes, egyszerű

(pl: nagy.istvan@szolgáltato.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 önéletrajzodnak, 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 büszkék.

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 pénzügyi 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,

Ha az internetet bankolásra is használsz, légy körültekintő azonosító adataid használatakor! Minden esetben ügyelj a banki rendszerből való szabályos kilépésre, azonosító adataidat pedig kezelj bizalmasan, még ha látszólag bankod kéri is ezeket. (A pénzügyi intézet 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

gyorsan és kényelmesen kezelheted 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 a rendszereket többszintű védelemmel látták el, ennek megfelelően pedig a virtuális bankfiók a legbiztonságosabb online szolgáltatások közé tartozik. Az elektronikus úton leadott

ONLINE BANKI SZOLGÁLTATÁSOK FŐ KONDÍCIÓI

	Számlavezetési díj havonta	Bankközi elektronikus eseti utalás díja tételenként
Budapest Bank (Budapest E csomag)	399.-	0,1 % + 200.-
CIB Bank (CIB Bázis Üzleti Számlacsomag)	299.-	0,213% min. 335.-
Citi Bank (CitiBusiness Számlacsomag)	5.000 Ft	0,08% min. 105.-, de min. 4700.-/hó*
Erste Bank (Mikrovállalkozói Induló Számlacsomag)	490.-	0,12% min. 120.-
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. 200.-
OTP Bank (Start Számlacsomag)	390.-	0,16% min. 286.-

*10-180 millió Forint éves árbevétel között.

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 ügyfélszolgálatában is, de a legegyszerűbb, ha az egyes bankok honlapján nézed meg. Mielőtt azonban elvesznél az ajánlatok között, felhívjuk figyelmedet a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete honlapjának (www.pszaf.hu/) „Fogyasztóknak/Válasszon terméket” menüpontjára, melynek alapján könnyen összevetheted az egyes bankok szolgáltatásait és költségeit.

(2012 szeptemberében érvényes adatok, a felsorolás csak tájékoztató jellegű, és nem teljes körű)

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 haszná-

latú 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 megjelenni. Egyrészt így olyanokat is elérhetsz, akiket a fizikai távolság 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 lebonyolított megrendelésekkel kapcsolatos lehetőséiddel és jogaiddal is. Mielőtt megvennél valamit, először érdemes több honlapon is körülnézni, vagy akár összehasonlító 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 ártényezőn kívül érdemes megvizsgálni a szállítási, fizetési, garanciális feltételeket is. Olvasd el a vevői értékeléseket a fórumon, kérj postán árkatálogust, vagy beszélj telefonon a cég valamely képviselőjével!

Arra is ügyelj, hogy a cégek jellemzően csak

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.

a vásárláshoz szükséges személyes adataidat kérhetik el, azaz például a címet, telefonszámot és hitelkártyaszámot. Ezeket azonban óvakodj egyéb személyes adataid 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 lelegegánsabb 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 szabadban, 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 kocsin. Számos olyan tevékenység van ugyanakkor, ahol megfontolható a távmunka.

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 öskáoszt elkerüljük, a teljes projektet már az elején kettéosztottuk: a tartalom előállítását és a kiadói tevékenységét külön kézbe került. Személyes találkozóakra a teljes projekt áttekintéséhez szinte csak a két „projektmenedzser” között került innentől sor, gyakorlatilag az összes egyéb kommunikáció (például: szerzőkkel való egyeztetés, szerződések, 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”.

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 módon azt jelenti, hogy egy látszólagos saját hálózatot hasítanak ki neked a nagy telekommunikációs hálózatból, ahol titkosítva – mások számára érthetetlen módon – kommunikálhatok 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.

Kedves Olvasó!

Több mint 200 oldalt 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, hozzásegíthettünk Téged ahhoz, hogy felismerd, valójában mennyire egyszerű dolgokról van szó.

A kiadványt a Pressonline Kommunikációs Tanácsadó Kft. készítette.

pressonline

A könyv terjesztésében közreműködött a Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetsége (www.vosz.hu).



Szerkesztette: Szenes Gábor
ISBN 978-963-89668-1-0
Üzleti tanácsok gazdálkodók, kistermelők részére
Kézirat lezárva: 2012. Szeptember
© Copyright – Pressonline Kft., 2012
Minden jog fenntartva / All rights reserved
Kiadó: Pressonline Kft.
A kiadásért felel a kft. ügyvezető igazgatója
Lapterv és tördelés: Bárdosi Gábor
Nyomdai munkák: Conint-Print Kft.
100%-ban újrahasznosított papírra készült. ♻️
Kapcsolat: sug@pressonline.hu

A projekt a Magyar Nemzeti Vidéki Hálózat Elnökségének értékelése és javaslata alapján, az Európai Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Alap társfinanszírozásában, a Nemzeti Vidékfejlesztési Program Irányító Hatósága jóváhagyásával valósult meg.

