

DIÁK STARTUP TEMATIKA és tankönyv koncepció
STARTUP „VADEMECUM”

Készítette:

Dr. Szakács Attila

2024.

Tartalom

Előszó	3
I. Elmélet.....	4
1. Mitől startup egy startup?	4
2. A nagy Startup story	6
3. Az Ötlet, és minden, ami utána van.....	9
a) MVP.....	10
b) Célcsoport meghatározás	10
c) Validálás.....	11
d) Early adopters	11
e) Vesting	11
4. StartUp fázisok: preseedtől az Exitig	12
a) Preseed	12
b) Seed	12
c) Kezdeti fázis.....	12
d) Növekedés	13
e) Exit	13
II. Gyakorlat	
5. Befektetőkről	13
a) Befektetők keresése	14
b) A befektető értékelése	16
6. Marketing tevékenység a startupoknál	18
a) A MAT fejlesztés céljai:.....	19
b) A médiatervnél a hat megválaszolendő kérdés.....	20
c) Magyar startupok hírneve.....	22
d) Munkakörnyezet, mint motiváló tényező	23
7. Jogi szabályozás	27
a) A feketegazdaság.....	27
b) Az anya-, és leányvállalat adózása	28
c) Fogyasztóvédelem a startupoknál.....	29
8. Startup Networking- Szervezetek.....	30
1) Kik is a startup szervezetek legfőbb tagjai?	31
b) A startup szervezetek:	33
c) Bridge Budapest	40

9.	Példatár- Esettanulmányok.....	41
	a) Nemzetközi.....	41
	b) Hazai.....	46
10)	Kapcsolatfelvétel lehetőség startup cégekkel, startup információk 2024-ben	49
11)	Szó,- és fogalomtár.....	52
	Irodalomjegyzék	54

Előszó

A XXI. században annak, aki éppen elvégezte a felsőfokú oktatási intézményt legyen az akár egyetemi BA vagy MA fokozatú képzés, bizony nincs könnyű dolga. Az iskolában megtanulja a szakmája elméleti részét, de csak a szakmai gyakorlat alatt van lehetőség arra, hogy a gyakorlat egy részét is tanulmányozhassa. Az, hogy valaki friss diplomásként lép a munkaerőpiacra részben előnynek, de részben hátránynak (túlképzett) is számít.

Az előnyök között kell megemlíteni azt, hogy szerencsére akadnak azért Európai Unió pályázatok kifejezetten friss diplomásoknak és 25 év alatti munkavállalók részére. Hátránya az, hogy aki nem duális képzésen vett részt, az sajnos nem sok munkatapasztalattal rendelkezik. Léteznek eléggé irreleváns elvárások az ilyen jelentkezőkkel szemben, például hogy „friss diplomás legyen 3 éves munkatapasztalattal”. A frissen lediplomázott hallgatónak az első munkahelye mindenképpen mérföldkő lesz az életében, hiszen itt szerzi meg mindazt a (szakmai, kollegiális) tudást, amit majd a következő bő 50 évben hasznosítani fog.

Sok hallgató a képzési idő alatt is dolgozik, hogy előteremthesse a tanulmányainak (tan-, kollégiumi díj) fedezetét. Ebben az időszakban akár meg is fogalmazódhat bennük a pozitív minta láttán, hogy ők miért ne próbálhatnák ki magukat vállalkozóként az iskola elvégzése közben vagy után. Henry Ford amerikai üzletember, az autóipar, a futószalagos gyártósor és a modern tömeggyártás egyik úttörője szerint a sikeres ember az idő alatt halad előre, amit mások csak elpazaroltak - ez az állítás nagyon igaz azon kreatív és innovatív fiatal vállalkozókra, akik megvalósították elképzeléseiket.

Ez a könyv abból a célból készült, hogy a Pallas Athéné Domus Meriti Alapítvány (rövidítve: PADME Alapítvány) Tiszaroffi Ösztöndíjpályázat támogottjai a startup vállalkozásokkal kapcsolatos elméletet tanulmányozhassák és gyakorlaton keresztül is láthassanak példát arra, hogy hogyan is működiknek manapság egy ilyen vállalkozások mind Magyarországon, mind pedig világviszonylatban, mert szerencsére számos példakép áll a fiatalok előtt.

I. Elmélet

A szerzők fő célkitűzései

- bevezessünk a hallgatókat a magyar és a nemzetközi startupok "világába" azért, hogy annak meghatározó szereplőitől inspirálódjanak
- rávezessünk a fiatalokat a vállalkozásszellemű (ön) megvalósítás útjára és ez által ne hagyjuk elveszni a fejekben fellelhető nagyszerűbbnél nagyszerűbb ötleteket;
- az ötletek megvalósításához hol található szakmai segítség a felsőoktatási intézményekben és az állami támogatási rendszerben valamint piaci szereplőknél
- mindenki, akinek van, egy jó ötlete készítse el egy projekt keretében és jelentkezzen a témavezetőnél
- célunk, hogy egy országos kommunikációs csatorna alakuljon ki a különböző felsőoktatási intézmények és diákjaik között

További víziók:

- ✓ a tantárgyat/kurzust felvevő diákok meghatározó részévé válnak a hazai és nemzetközi startup kulturának, ökoszisztémának;
- ✓ felsőoktatási intézmények köztük a Debreceni Egyetem Szolnok Campus is nyitottsággal és aktivitással vegyen részt az ötletek közös megvalósításában;
- ✓ sikerüljön egyedülálló megoldásokat, üzletileg sikeres vállalkozásokat elindítani és hosszútávon növekedési pályára állítani

1. Mitől startup egy startup?

Manapság egyre többször találkozunk a startup kifejezéssel szinte az összes médiában, újságban, televízióban és az egyre elterjedtebb és naponta frissülő interneten is. A **startup** szót abban az esetben használjuk, amikor egy újonnan alapított, innovatív vállalkozásra keresünk szinonimát.

Egy vállalkozás akkor lehet startup:

- ha magas potenciállal rendelkezik az ötlet, vagy a cég maga
- a nemzetközi piacon való jelenlétet tűzte ki célul
- gyors növekedési ütemet diktál
- mivel elsősorban nemzetközi piacon tevékenykedik, így fontos a skálázhatóság, vagyis hogy összehasonlítható legyen más cégekkel is mind hazai, mind külföldi viszonylatban

Az ilyen tevékenységre vállalkozók a **kis-és középvállalkozások** (röviden kkv) között lehetnek. Ez teljes mértékig ésszerű is, hiszen az egyetemi évek alatt és a végzés után a hallgatónak nem áll rendelkezésre korlátlan pénzmennyiség a vállalkozásuk elindításához. A hazai gazdaságpolitikában a startup „innovatív mikro vállalkozásként” szerepel. A kis- és középvállalkozások fogalmi köre a nemzetközi gyakorlat alapján került be Magyarországra, így igen jelentős különbséget mutat a hazai és a nemzetközi viszonylatban. Az Amerikában a Szilícium völgyben található szinte mindenki által ismert két „óriás vállalat” a *Google*, vagy *Facebook* mind a mai napig startup-nak minősül, holott ezeket a cégeket a világ számos helyén jegyzik a tőzsdén és globális nemzetközi nagyvállalatnak minősülnek. Ezt a ténytet alátámasztja az is, hogy a Google több startup versenyen is indult új szolgáltatásaival.

A startup fogalmi meghatározásának alapja - a nemzetközi gyakorlat szerint - **5 alapvető, módszertani paradigmára épül:**

1. **INNOVATÍV KÉPESSÉG:** Itt lehet akár egy pékségre/cukrászdára gondolni, ahol eddig csupán a boltban értékesítették a süteményeket, de most létrehoznak egy online platformot (web áruházat) és/vagy egyedi bónuszrendszert alakít ki, amely lehetővé teszi az interneten történő üzletkötést, akkor az a vállalkozás startupnak minősül. Ez csupán egy példa volt, de rengeteg olyan tevékenységi kör, munka létezik, amely előzőleg csak offline (fizikailag) voltak jelen.
2. **NAGGYÁ VÁLÁSI KÉPESSÉG:** Ez esetben a mikro illetőleg kisvállalkozás 3-5 éves időtávban olyan üzleti sikereket ér el, amely más vállalkozásoknak 10 év leforgása alatt sem sikerül. Sok múlik az ötleten, a kitartáson és természetesen a megfelelő fellépésen, előadási képességen is.
3. **NEMZETKÖZI PIACKÉPESSÉG:** Kezdetektől azt a missziót tűzte ki a cég, hogy sikeres és elismert lesz külföldön, vagy akár a tengerentúlon. Ezért nagyon fontos a nyelvtudás, főként az összekötő nyelv az angol ismerete, de manapság a kínai vagy éppen az oroszi nyelv anyanyelvi szintű ismerete sem számít hátránynak. Angol nyelv készíthetők prezentációk, melyek bemutatják a cég ötleteit és ambícióit a beruházóknak, akik ha potenciált látnak az üzletben tőkájükkal supportálják a startupot.
4. **OLYAN EGYEDI CÉGÉPÍTÉSI MÓDSZEREKET HASZNÁLNI, MELYEKKEL MEGVALÓSÍTHATÓ A GYORS NÖVEKEDÉS:** Ilyen stratégia módszer lehet a **Kék Óceán Stratégia** és a **Lean módszertan**. A Kék Óceán akkor célratörő, ha a vállalat olyan piacot választ, ahol nagyon rövid időn belül vagy azonnal uralni tudja a piacot, mert technológiája vagy az üzleti modellje eltért a többi vállalkozásétól. A Lean módszer alkalmazása akkor célszerű, ha az üzleti fejlődés azonnal felhasználói vagy vásárlói visszacsatolások mentén történik.

5. KÖZÖSSÉGI JELLEG: Ez az alapelv azt feltételezi, hogy a startup vállalkozás megosztja a már megszerzett tudását a közösség egyéb szereplőivel pl. konferenciákon, közösségi eseményeken és blogokon.



1. kép: A startup 5 tudományi területi nézőpontja (saját szerkesztés)

Ezen cégek esetében automatikusan feltételezzük az extra profit szerzést, holott főként a tőzsdén jegyzett vállalkozások (pl. Facebook) esetében a növekvő részvényárfolyamokon túl csupán cégtérték növekedésről van szó.

2. A nagy Startup story

Nemzetközi startup történelem:

A startup kiindulási helye a már előzőleg említett Szilícium völgyben található. A 60-as években főként hadipari technológiai újításokat terveztek és teszteltek itt. A katonai célra felhasznált újítás nem új keletű, hiszen az internetet legnagyobb és első felhasználói is ők voltak bő 50 évvel ezelőtt.

A startup fejlődés első igazi hulláma a "Dotcom Lufinak" nevezett és főleg internetes cégekre épülő piaci fellendülés időszaka volt, majd második hulláma a 2005-s években indult meg. Ekkor alakultak az első tipikus cégek a Szilícium völgyben (pl. Y-Combinator és TechStars), amelyek elindították a főbb módszertani tudást.

A „Dotcom Lufiról” röviden:

Az 1995 és 2000 közötti időszakot nevezzük így, amikor a távközlési és az informatikai cégek részvényeinek árfolyama igen nagynyereséget termelt, amelyre felfigyeltek a spekulánsok is.

Az elnevezés az angol .com kifejezésből ered. A 2000. januárjában megtartott **Super Bowl** (amerikai futball bajnokság) 17 ilyen internetes cég hirdette magát egyenként 2 millió dollár (500 millió Ft) értékben. Ezt az időszakot a 19. századi „aranyláz” modern megfelelőjének lehet tekinteni, hiszen dollármilliókat öltek internetes hirdető oldalakba abban reménykedve, hogy az többszörösen megtérül majd, akárcsak az arany megtalálása. Az ezredfordulóban e cégek értéke a NASDAQ-on majdnem az ötödére esett vissza, persze itt is voltak olyan üzletemberek, akik hamarabb eladták részvényeiket és ezzel megalapozták későbbi üzleti sikereiket.

A legjelentősebb innovatívabb vállalkozások az Amerikai Egyesült Államokban találhatóak, elég a már korábban említett Szilícium völgyre gondolni. Ezt követi egy ázsiai ország, mégpedig kissé meglepően Izrael. Harmadik pedig egy európai ország Nagy Britannia.

2005-ben jöttek létre azok a cégek, amelyeket manapság már a legtöbb ember ismer: Google, Facebook, Twitter, Groupon. Valamennyi vállalat kockázati tőke segítségével jött létre. A tőkével rendelkező befektetők 2000-tól kezdve investálták a pénzüket ezekbe a mikro vállalkozásokba, melyekre különböző skálázott befektetési modellek jöttek létre a kockázattól függően. Ennek induló szintje az ötlet fázistól a cégalapításig tartó szint, amelyet "pre-seed" és "seed"- nek (*bővebben a 12-13. oldalakon*) neveznek. Ez tipikusan 100-150 ezer dolláros (23-34 millió Ft) befektetési szintet jelent.

További érdekes adatok a világon lévő startupokról különböző kategóriákba sorolva:

- A legsikeresebb program: a Startup Chile
- Sikeres startup városok: London, Berlin, Párizs (Európa nagy fővárosai)
- Legerősebb kelet-európai ökoszisztéma: Észtország, továbbá hazánk Magyarország is ebbe a régióba sorolandó valamint Bulgária és Lengyelország.
- Legfontosabb startup médiumok: Techcrunch, Mashable, Business Insider
- Leghíresebb befektető cégek: Sequioa, Accel Partners

Magyar startup történelem:

Hazánkban kissé később jelentek meg az ilyen fajta újító vállalkozások, de szerencsére mára már sikerült ezt a hátrányunkat részben ledolgozni. Magyarországon az első startup versenyt

2008-ban rendezték Startup Underground (rövidítve SUU) néven, amelyet Berényi Konrád és Miskolczy Csaba alapított. Ezen a versenyzőknek egy 8 perces prezentáció keretében kellett ismertetniük a vállalkozásukat a zsűri tagjai előtt.

Záboji Péter volt az első, aki vállalkozástani oktatást tartott a 2009-ben alapított European Entrepreneurship Foundation révén, amely többnyire közösségi események szervezését jelenti (pl. First Monday, E-Liquidity). Ugyanebben az évben indult el az Európai Unió támogatása révén a **Jeremie tőkeprogram**, amely 24 tőketársaság létrehozásához nyújtott segítséget.

2011-ben indult el a hazai startup világ véleményformáló blogja az **InsiderBlog**, amely indulásakor a legfontosabb startup híreket közvetítette és iparági elemzéseket adott. Az első **inkubációs programok** is 2011-ben indultak a Colabs startup központ vezetésével (alapítók: Nagy Péter, Borbély Gábor, Bakó Zsolt) és a Valley Connect szervezésében (alapítók: Weiszbart Zsolt és Miskolczy Csaba). Az első nemzetközi **Budapestén megtartott startup verseny** 2012-ben került megrendezésre. Ekkor már a Jeremie program révén a startup szféra sikeres és népszerű gazdaságélénkítési programmá alakult, és a magánszektor után az állam is meghirdette első inkubációs programját, mely a **Gazella program** nevet kapta, mely révén 4 támogatási folyamat indulhatott el. A Nemzetgazdasági Minisztérium (NGM) a startup piac szereplőivel közösen létrehozta a „**Budapest HUB**” munkacsoportot azzal a céllal, hogy 8 év alatt 2020-ig a fővárost startup központtá fejlesszék. Ezen elképzelések részben valósultak meg.

Híres startup közösségek: Startup Underground, Startup Budapest



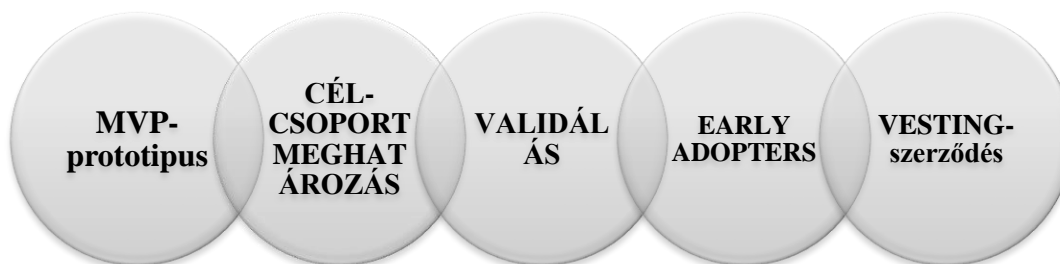
2. kép: A három legsikeresebb hazai startup (saját szerkesztés).

3. Az Ötlet és minden, ami utána van

Sok esetben a hallgatóknak már az iskolában eltöltött évek alatt akad ötlete arra nézve, hogy milyen vállalkozást kellene indítani, vagy a már meglévő családi céget továbbfejleszteni. Egy jó ötlet alapja lehet az üzlet elindításának, de mindenképpen nagyban és hosszú távon kell gondolkodni. Manapság igen sokat hallunk arról, hogy a gazdasági válság miatt hány cég lesz fizetőképtelen, ezzel szemben az általunk példaként bemutatott fiatal vállalkozók (mind nemzetközi mind pedig hazai viszonylatban) által létrehozott üzlet a legtöbb esetben sikeresnek bizonyult.

Éppen ezért **nagyon fontos, hogy minden hallgató részt vegyen azokon a pénzügy és számviteli órákon -függetlenül attól, hogy melyik szakon tanul -** hiszen ezek segítségével létrehozható egy üzleti terv, mely nélkülözhetetlen új vállalkozás létrehozásánál vagy éppen egy bankhitel felvétel előkészítése esetében is. Ez a könyv a **II. fejezetben** ad ilyen jellegű segítséget és tippet, hogy hogyan lehet üzleti és marketing tervet létrehozni. Szó lesz továbbá arról, hogy az életképes ötletet milyen folyamatokon keresztül lehet megvalósítani.

Most pedig nézzük meg, hogy az ötlet megfogalmazása után milyen folyamatok mennek végbe a startup cégeknél.



3. kép: Az ötletek kivitelezésének részfolyamata (saját szerkesztés).

A fenti folyamat (3. kép) mutat némi hasonlóságot a termékfejlesztés folyamatával, hiszen ott is az első lépés az új ötletek kutatása, amit a szelekció követ majd a termék fejlesztése, tesztelése és végül a termék piaci bevezetése.

3.a MVP –prototípus

A startupok esetében is az ötleteknél lezajlik ez első három lépés, de itt készítenek egy prototípust is a lehető leggyorsabban, ezt nevezzük MVP-nek, vagyis Minimum Value Product-nak. Ez azért tud nagyon hasznos lenni, mert így a befektetők a prezentáción látni fogják, hogy mihez adják a pénzüket, vagy a hírnevüket és megbizonyosodhatnak arról is, hogy illeszkedik a cég arculatához, filozófiájához az adott startup. Nem lenne például túl előnyös, ha egy eddig a környezetvédelemért elkötelezetten küzdő cég egyszer csak valami olyat támogatna, ami miatt fákat, netán esőerdőket kellene kivágni.

A legtöbb startup inkább valamiféle újszerű szolgáltatást nyújt és betartják mind a hazai, mind pedig a nemzetközi és az Európai Unió előírásait is, bár sok tekintetben a magyar előírások szigorúbbnak bizonyulnak a külföldinél. A fejlett országokra jellemző, hogy a gazdasági szektorok közül a szolgáltatások részesedése a legnagyobb, így az innovatív vállalkozásoknak a piacon való érvényesülésre ezen a területen kell gondolkodni, majd ezt követi az ipar (építőipar, gyógyszeripar, könnyűipar stb.) és legkisebb mértékben a mezőgazdaság.

3.b Célcsoport meghatározás

Nagyon fontos, hogy tudatában legyünk, kiknek is tudnám én eladni az adott szolgáltatást, melyik az a társadalmi réteg, akinek erre szüksége van, vagy ezzel megkönnyíthetem a mindennapjait, munkáját. Az informatika folytonos fejlődése révén olyan előtte nem látott programok és alkalmazások születtek, amelyre korábban soha nem volt példa. A startup cégek fő célcsoportja az egyének és az üzleti világ szereplői. Mindez abból adódik, hogy a globalizáció miatt szinte nélkülözhetlenné vált, hogy el lehessen érni olyan barátokat, családtagokat, üzleti partnereket, akik több száz, vagy akár több ezer kilométer távolságban vannak tőlünk.

Gondoljunk itt a már korábban említett magyar startup triumvirátusra, mind a három vállalkozás célja az, hogy megkönnyítse az emberek mindennapi életét programjaival, úgy, hogy az okos telefonunk segítségével távol lévő számítógépeken is böngészhetünk a *LogMeIn-el*, vagy több ezer ember egyszerre nézhet meg egy élő videót az *Ustream* segítségével, vagy több kolléga egyszerre külön-külön helyeken szerkeszt meg egy prezentációt a *Prezi-vel*.

Sajnos az általános tapasztalat, hogy idehaza nem is igen hallunk ezekről a programokról, pedig igen is büszkének kellene rá lennünk, hogy a sok eddig igen leleményes magyar találmányok után is tudunk még újat és jól hasznosítható termékeket létrehozni.

3.c Validálás

A validálás szó érvényesítést jelent. Itt az üzleti modellre, a korai fázisú termékekre, a feltételezett vásárlói célcsoport igazolásának mérésére közvetlen tapasztalatok révén kell gondolni. Ezek a tesztek, mérések bizonyítékot szolgálnak, mind a befektetőnek, mind az alapítónak, hogy üzletileg sikeres lesz a befektetés és érdemes továbblépni a cégépítés folyamatában.

3.d Early adopters

Ők azok a korai befogadók, vagy a vásárlók azon csoportja, akiknek leginkább szükségük van a termékre vagy hajlandóságot mutatnak a szolgáltatásra. **ŐK A KIEMELTEN FONTOS CSOPORT.**

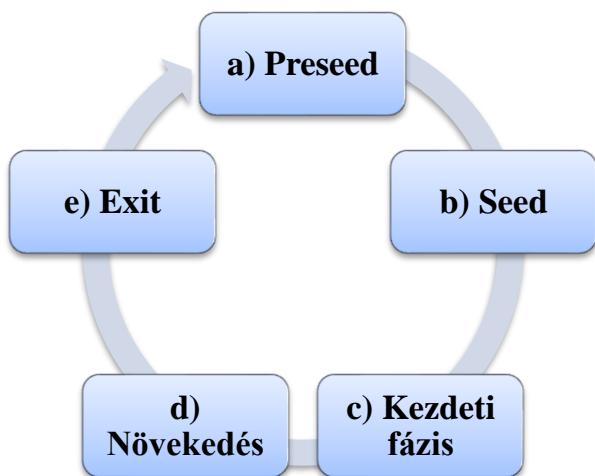
3.e Vesting-megbízás

A vesting alatt a felruházást, megbízást kell érteni. Szerződésben rögzítik, hogy a befektető csak egy bizonyos idő (kb. 4 év) eltelte után jut hozzá a teljes részvénytömeghez.

A befektető a részvény megvásárlásával nem csupán jogokat, de kötelezettséget ugyanúgy szerez. A *részvényesnek joga* van a társaság Közgyűlésén részt venni és a tulajdonában lévő részvény arányában szavazni, valamint a társaság működéséből származó adózott nyereség egy részére, természetesen az osztalékpolitika minden cég esetében más és más. A *részvényes köteles* az alaptőke ráeső részét befizetni, amit nem követelhet vissza. Abban az esetben, ha a cég mégis felszámolásra kerülne, akkor a részvényesek kielégítése utoljára történik a többi (felszámoló, bank, kötvénytulajdonos stb.) hitelező után. Korlátolt felelősségük a részvény vagyoni hozzájárulásáig terjed.

4. StartUp fázisok: Preseedtől az Exitig

Akárcsak az előbbi termékfejlesztési folyamattal párhuzamot vonva - itt is lehet hasonlással élni a startup folyamatára (4. kép), ami mutat néminemű hasonlóságot a termék életgörbével.



4.kép: A startup folyamat modellje (saját szerkesztés).

4.a Preseed

Ez a startup legkorábbi szakasza, amely az ötlet, a célcsoport, a megoldás és a termék piaci életképességnek igazolására szól. Főként az ötlet kivitelezésének megtervezésére és a stratégiák felállításra kell itt gondolni.

4.b Seed

Ez a második szakasz amelyben, általánosságban a prototípus megépítése történik, valamint az ötletet a célcsoporthoz kezdjük el igazítani, ha az ötlet még továbbfejlesztéseket igényel.

4.c Kezdeti fázis

Itt vezetjük be a terméket a piacra, mely lehet akár egy nagyszabású esemény is. A kezdeti fázisban a termék az újdonság erejével hat, tehát számíthat a közönség és a média érdeklődésére. Ez azért hasznos, mert már itt egy visszacsatolást kaphat a készítő és a befektető is arról, hogy a vállalkozás a jövőben növekvő vagy sajnos csökkenő tendencia elé fog-e nézni. A kezdeti fázis olyan, mint egy új termék bevezetése, mindenki kíváncsi rá és vágyik arra, hogy

legalább egyszer kipróbálhassa, összehasonlítva a korábbi termékkel, szolgáltatással, ha előtte létezett már hasonló.

4.d Növekedés

A kezdeti fázist, nem törvényszerűen, de általában a növekedési fázis követi. Arra kell itt gondolni, hogy egyre több ember és vállalat ismeri és használja napi szinten az innovatív vállalat termékeit. Itt is fontos szerep juthat a reklámnak, de az, ha az emberek egymásnak mondják el a véleményüket az adott termékről (szájraklám⁹, az még jobb cégérnek bizonyulhat.

4.e Exit

Örök érvényű igazság, hogy „nem lehet örökké a csúcson lenni”. Ez a megállapítás nem csupán a kirándulások során megtett hegymászásra igaz, hanem az üzleti életre is. Az indulásból adódó kezdeti lelkesedés és kíváncsiság már alábbhagyott, tehát ekkor a cég teljesítménye csökkenő tendenciát mutat, vagy jön az exit folyamata. Exitről a startupok esetében akkor beszélhetünk, ha a céget teljes mértékben eladják (a tőzsdére vitelt is ideértve), ami részleges értékesítésnek nyilvánul. EZ MINDEN STARTUP VÁLLALAT LEGFŐBB CÉLJA !

II. Gyakorlat

5. Befektetőkről

A befektetés szó a Magyar Értelmező Kéziszótár szerint a következő jelentéssel bír:

„Haszon, eredmény reményében valamit, valamire fordít. Pénznek, munkának stb. valamely haszonnal kecsegtető célra való fordítása.”¹

A fenti idézetből kiindulva látható, tehát, hogy a befektetők fontos szereplői a startup vállalkozásoknak, hiszen ők adják a pénzt, a tőkét ahhoz, hogy a vállalt kivitelezni tudja az ötleteit, és képessé váljon nemzetközi piacra lépni. Ugyan úgy, ahogyan a startup-ot nem tudunk ötlet nélkül létrehozni, úgy a befektetők is igen kulcsszerepet játszanak az ilyen cégek esetében. A befektető azzal a céllal járul hozzá anyagilag a vállalkozáshoz, hogy a jövőben a pénze után (kamat, részvény árfolyamának növekedése stb.) profitra tegyen szert.

¹ Forrás: Magyar Értelmező Kéziszótár A-K, Szerkesztette: Juhász József, Szőke István, O. Nagy Gábor, Kovalovszky Miklós, Akadémiai Kiadó, Budapest, 1992, p. 100

5.a Befektetők keresése

Az ilyen jellegű vállalkozások esetében nem csupán az ötlet a fontos, hanem a *vízió*, hogy mi az, ami köré a vállalkozást lehetne építeni, ami valódi értéket képvisel. Mindez azért lényeges, mert kollégákat és azon munkatársakat, akikkel együtt fog működni/dolgozni (munkacsoport) inkább a víziók és elvárások alapján lehet megválogatni. Jó példa erre a már korábban említett *Prezi*, ahol a vízió azt volt, hogy forradalmasítsa és elősegítse a tudásmegosztást és maga a program csak egy elem (ötlet) volt a vízióban.

A magyarországi és európai viszonylat merőben eltér az amerikai (szilícium völgyben) tapasztaltaktól a csapatépítés terén is. Míg a tengerentúlon mindenki a saját ötletét fejleszti és tőkésíti, addig az „öreg kontinensen” inkább az alapítók általi fizetés szempont dominál és a megszereshető tulajdoni hányad kecsegtető még, főleg ha a cég már túlesett az első közös finanszírozáson.

A befektetők azt mérlegelik, hogy az adott csoportban mennyire együttműködő a szakértő gárda, hogyan tud kooperálni és meglepő módon az is szempont, hogy vajon ha nem jutnak finanszírozási forráshoz, akkor is továbbfolytatják-e a vízió kivitelezését. Paradoxon módon a befektetőket az motiválja, ha azt látják, hogy egy startup vállalkozás kezdetben saját tőkéből, majd mihamarabb az ügyfelek pénzéből szándékozik megélni.

A befektető keresés folyamata:

- 1) A projekt indulásakor általában elég hamar kezdetét veszi egy egyoldalas bemutatkozó dokumentum, amit „*one-page*”-nek hívnak. Ezen meglátszik a projektbe fektetett idő mennyisége, hiszen ha valamivel régóta foglalkozunk, több és szakszerűbb beszámolót tudunk készíteni, mint amivel csak 1-2 napja foglalatostkodunk. Ez a dokumentum a cég mögött állóknak szól és egyáltalán nem marketing anyag!
- 2) Ez a bemutatkozó anyag jut el a befektetőkhez.
- 3) Az, aki nem rendelkezik kapcsolatokkal, annak be kell érnie a startup versenyekkel, illetőleg rendezvényekkel.
- 4) Manapság további elvárás az is, hogy mielőtt a termék a nagyközönség elé kerül, készül belőle egy próba (MVP), vagy demó változat.
- 5) „*Magvető finanszírozás*,” vagyis az indulás előtti projekt finanszírozását jelenti. Ennek segítségével finanszírozható az alapvető emberi erőforrás és a fejlesztések. Ekkor a tulajdonosok teljes figyelmüket az adott projektre tudják szánni és néha itt történik meg

a termékfejlesztés és az első felhasználók visszajelzéseinek értékelése is. A LEGMAGASABB KOCKÁZATI PERIÓDUSA A STARTUPNAK, DE NAGYON MOTIVÁLÓ!

A „magvető finanszírozás” a Szilícium völgyben és idehaza teljesen másképp zajlik. Míg Amerikában a befektetők versenyeznek a cégeknél (tőketúlkínálat), jelentős összegeket fizetnek kis tulajdoni hányadokért, addig nálunk ez fordítva működik. Nálunk a befektetők összehasonlítják, hogy azt a pénzt, amit ők 4 évre a kutatásba fektetnének, az alatt akár egy új telephelyet, épületet is létesíthettek volna, ez a tengerentúlon ez senkinek nem jutna eszébe. A tulajdoni rész arányában is óriási különbségek mutatkoznak, Magyarországon a 25% feletti részesedés a jellemző, míg Észak-Európában és a Szilícium völgyben ez az arány 5-8 % körül mozog, 50 ezer dollár (11 millió Ft) értékben.

A bevont források típusai és értékelésük:

A JEREMIE Program az Európai Unió vállalkozásfejlesztési programja, amit az Európai Bizottság kezdeményezett, és az Európai Fejlesztési Bank (European Investment Bank, EIB) valamint annak kockázati tőketársasága, az Európai Befektetési Alap (European Investment Fund, EIF) finanszírozott. A program többféle vállalkozásfejlesztési eszközt fogott össze, amik közös jellemzője, hogy:

- visszatérítendő pénzforrásokra, visszaforgó pénzalapokra épültek
- a források felhasználása piaci szereplőkön, pénzügyi közvetítőkön keresztül történt.

A programnak Magyarországon három alprogramja indult, úgymint:

- Mikrohitel program
- Kezességvállalási program
- Kockázati tőke program

Az idő alatt sem áll meg az élet a startup vállaltoknál, míg befektetőket keresnek, hiszen ez idő alatt is lehetőség van a továbbfejlesztésre és arra, hogy a csoporttagok több, sőt az a legjobb, ha valamennyi részlegben eltöltene egy bizonyos időt. Ennek fő oka, hogy a **csapattagoknak több területre is rálátásuk** legyen és kozmopolitává váljanak, nem pedig a nélkülözhetetlenséget kell itt kiemelni.

Nézzük meg egy startup befektetés időhorizontját:




Idő (hétben)	Fázis	Esemény vagy dokumentum
1	Kapcsolatfelvétel, projekt beérkezése	Üzleti terv
2	Nagyvonalú vizsgálódás	Előzetes elemzés, hiányzó adatok pótlása
3	Személyes találkozó	Részletes információk megtárgyalása, feltételek egyeztetése
4-5	Belső értékelés	Üzleti ellenőrzés monitoringja
6-8	Cégátvilágítás *	Üzleti és jogi átvilágítás
9-10	Megállapodás előkészítése	Cégérték megállapítása, árazás
11-12	Szerződés aláírása	Megállapodás összeállítása

**Ekkor kerül sor a term sheet megalkotására (6-8 oldalas dokumentum a kockázati tőkebefektetésről) és a due diligence vagyis a cég átvilágításra.*

5.b A befektető értékelése

A befektető azzal, hogy tőkét ad az adott vállalatnak bizony igen nagy kockázatot vállal, hiszen ő valójában a bemutatkozó üzleti összeállítást a „one-page”-t és jobb esetben egy prototípust látott eddig. Ezért mondjuk azt, hogy a befektetők **kockázati tőkével** járul hozzá a vállalkozás piacra lépéséhez, sikeressé válásához. A befektetett *tőke kockázata és az elvárt nyeresége* között általában egyenes arány jellemző, tehát nagy kockázat mellé általában igen jelentős nyereség reménye társul, míg a kis kockázatú befektetéstől alacsony profit várható.

A kockázati tőke jellemzői:

-  általában hivatásos finanszírozó, vagy pénzügyi közvetítő fektet be
-  a befektető igen nagy kockázatot, rizikót vállal
-  a tőkebefektető igen nagy profitot, hozamot vár el

- ☞ a befektető a startup számára pénzügyi segítséget nyújt, amiért részesedést vár az adott vállalkozásból
- ☞ pénzügyi támogatásán túl szakmai segítséget is nyújthat a cég számára
- ☞ a magántőke (tőzsdén nem jegyzett tőke) egy fajtája

A magántőkével rendelkező befektetők olyan vállalkozásba investálják pénzüket, mely rendelkezik valós kutatási anyaggal és/vagy kimagasló piaci növekedésre számító üzleti tervvel. Természetesen legyen a cégvezetésben egy olyan menedzsment, aki ezt az üzleti tervet meg is tudja valósítani.

A kockázati tőke típusai:

<i>Fázis</i>	<i>Megnevezés</i>	<i>Leírás</i>
Korai fázisú befektetés	Seed capital- magvető tőke	Az induló szakasz előtti finanszírozás.
(Early stage)	Start up – induló tőke	Nem termel nyereséget és nem nyújt üzletszerű tevékenységet (termékfejlesztésre, marketingre fordítják).
Későbbi fázisú befektetés	Expansion- növekedési tőke	Bővülésre szánt finanszírozási típus, független attól, hogy nyereséges-e a vállalat.
(Later stage)	Buy out- kivásárlás	Részvények megvételére költik.

Abban az esetben, ha a cég részvénye az (érték)tőzsdén már jegyzésre került, akkor a befektetők értékelési szempontjait több tényező is meghatározza. A részvény árfolyamára főként az **egyedi és a piacai kockázat** a mérvadó.

A részvény egyedi kockázata:

- az iparágban való működés kockázata
- várakozások összehasonlítása az eredménnyel
- a tulajdonosok összetétele (hazai, külföldi vagy állami/magán)
- a vezetés stílusa, menedzsmentje
- számviteli és osztalékfizetési politikája
- megtérülési ideje

A részvény piaci kockázata:

- makrogazdasági tényezők (pl. kamatpolitika, infláció, fizetési mérleg)

- globális piaci helyzet (gazdasági válság)
- az ország politika helyzete, háború, népfelkelés kockázata

További fontos szempont, hogy mennyire átlátható a cég, és milyen a *menedzsment* hozzáállása az adott cég irányításához. A klasszikus vezetői stílust három csoportra lehet bontani: az autokratikus, a demokratikus és a laissez -faire (anarchikus) vezető. Az autokrata vezető egyedül hoz döntés, leginkább alkalmazott módszerei a parancsolás és utasítás. A demokratikus vezető inkább a kompromisszumra törekszik, módszere főként a meggyőzésre való törekvés. Az anarchikus vezetés esetén nem hivatalos úton kijelölt „kisfőnökök” hoznak döntéseket, mellyel alaposan alááshatják az adott cég vagy szervezet stratégiáját.

A részvényesek a tulajdonukban lévő részvények árfolyamát indexek mutatják. A legnagyobb közösségi portált, a Facebook-ot 2012-ben jegyzik az amerikai tőzsdén. A facebook közösségi portál esetében elmondható, hogy a kezdeti 38 dollár/ részvény árfolyam túl magasnak bizonyult, egy félév elteltével majdnem a felére esett vissza, de 2013-ban elérte az 50 dolláros részvényárfolyamot is.

A többi Szilícium völgyi startup pl. Google sem a New York-i tőzsdén, hanem a Nasdaq-on került bevezetésre, mint ahogyan a korábbi informatikával foglalkozó cégek, mint az Apple vagy éppen a Microsoft.

Magyarországon a legutóbbi tőzsdére lépő cég a 2022-ben létrehozott STRT Holding, alapító-vezérigazgatója Balogh Petya, angyalbefektető, első sorban azon magyar és régiós, korai fázisú startup vállalkozások segítségével elkötelezett, amelyek **a szoftver alapú B2B megoldások, illetve a mesterséges intelligencia alkalmazásában, az oktatásban, a mobilitás terén** vagy egyéb technológiai vonatkozású területen szeretne eredményeket elérni itthon és a nemzetközi piacon. Ennek jegyében, az átlagosan 20-30 millió forint értékű befektetések mellett a STRT mentorálást is biztosít a kezdő, ígéretes vállalkozásoknak.

6. Marketing tevékenység a startupoknál

Mint egy új termék bevezetésénél, úgy a startupok esetében is fontos, hogy minél több ember értesüljön adott vállalkozásról, hiszen a startupok lételemei mind a befektetők, mind pedig az ügyfelek. Mikor a vállalkozás elindul, nélkülözhetetlen, hogy rendelkezzen egy üzleti tervvel, mely minden releváns elvárást és stratégiát érint, és tartalmazza a marketing tervet is.

Ezen vállalkozások marketing tervénél is fontos az, hogy széles körben és hosszú távra tervezzünk, továbbá a kreativitásunkat is vessük latba, hogy itt is megmutatkozzék, hogy a mi vállalkozásunk friss és innovatív. Ebben a tervben törekedjünk az egyszerűsége, de tartalmazza a Milestones – Assumptions - Taks (*MAT*) vagyis magyarul *a mérföldkő – hipotézis - feladat hármását*.



5. kép A marketingterv folyamatábrája egy startup esetén (saját szerkesztés).

6.a A MAT fejlesztés céljai:

- 🖨 Értsd meg hogy mi tartozik a vállalkozásod hatálya alá.
- 🖨 Gyors teszt felmérés.
- 🖨 Találd meg és javítsd ki a kritikusnak vélt hibákat.

Mérföldkövek esetében a célok:

A mérföldkövek jelölik ki a sikerhez vezető utat.

- *Elképzelések megtartása.*
- *Teljes tervezési előírások leírása.*
- *Az első cél befejezése.*
- *Leszállítani egy béta verziót az ügyfelek számára.*
- *A vásárlóknak elkészíteni a végső verziót a termékből.*

Hipotézis:

Itt kerül sor egy teljes listára, hogy milyen tevékenységet végez a vállalkozás. Fontos a feltételezések nyomon követése, mert ha tévesnek bizonyulnak, akkor időben meg lehet tenni a szükséges óvintézkedéseket. Amint elérünk egy mérföldkövet, meg lehet próbálni a feltételezés, a hipotézis felállítását.

- *Termék/ szolgáltatásteljesítésnek mérése.*
- *Piaci hely kijelölése.*
- *A célközönség kiválasztása.*
- *Bruttó árés meghatározása.*
- *Értékesítési felhívás személyenként.*
- *A termék átváltási árfolyama az ügyfeleknek.*
- *Értékesítési periódus hossza.*
- *Beruházás megtérülése az ügyfélnek.*

Feladat:

Itt készítünk egy másik listát, ahol részletesen leírjuk az adott termék/szolgáltatás gyártásához, értékesítéséhez kapcsolódó elvárásokat, bár korántsem olyan kritikusan, mint a mérföldkövek esetében. Ez a lista lehetővé teszi, hogy az érdekeltek megértsék és értékeljék a kezdeti célkitűzéseket.

- *A kulcsfontosságú véleményformálók, akikkel ki kell építeni a kapcsolatokat*
- *A vállalat (média) kommunikációjának fejlesztése*
- *Az emberek toborzása a termék kipróbálására, tesztelésére*
- *Megtervezni egy új generációs kampányt*
- *Megírni a Fehér Könyvet, vagy elkészíteni egy prezentációt, amely támogatja a vállalkozás piaci helyzetét*

A Fehér Könyvbe a vállalkozás Kutatás Fejlesztési és Innovációs, vagyis röviden K+F+I stratégiáját tartalmazza. A startup vállalkozásnak nagy hangsúlyt kell fektetnie a reklámra, hirdetésre, hiszen a célközönségét ott tudja leginkább megszólítani. A mai legtöbb startup az interneten keresztül ismerteti a szolgáltatását, és tart bemutatót az általa kifejlesztett termékről, szolgáltatásról.

6.b_A médiatervnél a hat megválaszolandó kérdés

- 1) *Ki üzen?*
- 2) *Kinek üzen?*
- 3) *Mit üzen?*
- 4) *Mikor üzen?*
- 5) *Hol, melyik kommunikációs csatornán keresztül üzen?*
- 6) *Milyen hatékony lehet az üzenet a célcsoportra?*

Az üzenő fél lehet akár egy egyén, vagy egy szervezet, de mindenképpen fontos, hogy szakember legyen, és az ehhez kapcsolódó **terminus technikust**, vagyis a tudását megossza a reklámkészítőkkel. Szervezetek esetében rendszerint a sajtóval való kapcsolattartással, a sajtóanyagok összeállításával megbíznak egy olyan személyt, aki naprakészen rendelkezik minden olyan információval, amely az adott eseményre vonatkozik, és állandó kapcsolatot alakít ki a sajtó munkatársaival.

A **célcsoportba tartozó egyének** köre a startup vállalkozások esetében eléggé nagy tömeget jelent, hiszen ezek az elektronikai szolgáltatások nem csak Magyarországra koncentrálnak, így ha nagyban gondolkozik a vállalkozás, már a próbadarabnál érdemes egy angol nyelvű verziót is készíteni. Arra a kérdésre, hogy kinek üzennek, a válasz mindenkinek, a potenciális fogyasztóknak és a befektetőknek is.

A startup vállalkozás azt akarja **tudatni, üzenni** az embereknek, hogy ő egy új dolgot hozott létre, mely megkönnyíti a minden napokat azáltal, hogy egy olyan plusz szolgáltatást nyújt, amely előzőleg még nem létezett, illetve nem ilyen formában. Általánosságban az elmondható, hogy amit a fogyasztó ingyen kipróbálhat, azt is nagyra értékeli, hiszen mindenkinek nagyon fontos, hogy a pénzéért megfelelő ár-érték arányú terméket/ szolgáltatást kapjon. Miután az emberek kipróbálták és megszokták az adott terméket, utána már lehet a szolgáltatásért bizonyos előfizetési, vagy használati díjat kérni, amiből a startup vállalkozás fenn tudja tartani magát, sőt erről még képzést is tarthat.

Reklámozni akkor célszerű, amikor a legtöbb ember hallja és/vagy látja az adott termék hirdetését. Ezért van az is, hogy a televízióban, a főműsor időben (18:30-21:30 között) történő reklám mindig drágább, mint egy például reggeli, kora délutáni időben levetített reklámfilm, de ez ésszerű is, hiszen délelőtt a legtöbben dolgoznak, vagy a gyermekek iskolában tartózkodnak, este viszont már otthoni környezetben befogadóbbak a reklámokra.

A **kommunikációs csatornánál** meg kell vizsgálnia a különböző médiumok előnyeit és hátrányait, hiszen hiába ér el egy nagy tömegkehez, ha ebből mindössze 5% lesz a célközönség, akiknek az adott terméket szánom.

Média	Előnye	Hátránya
<i>Újság, magazin nyomtatott és elektronikus formában is</i>	<ul style="list-style-type: none"> - magas presztízsérték - gyakori megjelenés (napilapnál minden nap) 	<ul style="list-style-type: none"> - alacsony befogadói szituáció - nagyon jelentős a meddőszórás, kicsi a célcsoport, ha nem szaklap

	<ul style="list-style-type: none"> - közönség tömege jelentős - helyi vagy országos célozhatóság - 1 főre jutó költség alacsony - rugalmas 	<ul style="list-style-type: none"> - gyors elévülés - jogi szabályozás - egyre kevesebb a nyomtatott példány előfizetője
<i>Auditív médium (Rádió)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - emberi hang - fejleszti a képzelőerőt - sok ember hallgatja munkahelyen, vezetés közben, boltokban - 1 főre jutó költség alacsony 	<ul style="list-style-type: none"> - a legtöbben csak háttérzajként hallgatják - kiemelkedően magas a meddőszórás - gyakori megjelenés, ismétlés szükséges, hogy megjegyezhető legyen a termék - jogi szabályozás - nehéz visszakeresni
<i>Audiovizuális médium (Televízió)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - legmagasabb presztízs érték - legkedvezőbb befogadói szituáció (otthon, kényelmesen) 	<ul style="list-style-type: none"> - háttérzaj, filmek megszakítása (kereskedelmi csatorna) - nagy a meddőszórás - legrugalmatlanabb - korlátozott idő és témakör
<i>Internet</i>	<ul style="list-style-type: none"> - az információ azonnal megjelenik - kicsi a meddőszórás (személyre szabás) - alacsony reklám költség - gyorsan reagál, rugalmas - külföldön is jól érvényesül 	<ul style="list-style-type: none"> - egyszerre túl sok megzavarhatja a használat - adat titok biztosítása, személyes adatokkal való visszaélés, kereskedés - gyorsan változik - spam, levélszemét zavaróvá válik, olvasás nélkül törlik

6.c Magyar startupok hírneve

A magyar startupok híre már külföldre is eljutott, de idehaza még mindig igen kevesen tudnak ezekről a vállalkozásokról. Például:

- *Ki hallott arról, hogy a **LogMeIn** részvényeit 2009-ben bevezették a NASDAQ-ra?*
- *Vagy, hogy a **Prezi** 2014-ben megnyerte a The Europas Awards 'Best Founders/ Co-founders' díjat?*
- *Illetve, hogy a Dalai Láma az **Ustream**-et használja gyakran?*

Ez csak néhány volt a sok tény közül, hogy ezek a magyar vállalatok olyat hoztak létre, ami még sok amerikai cégnek sem sikerült.

Jó ötletnek tűnik az is, amit a Prezi csinált, vagyis a *jótekonkodás, adományozás*. A prezentációkészítő több száz amerikai kisiskolásnak segíti a tanulmányait. Mindezt úgy, hogy 100 millió dollár (22 milliárd Ft) értékben oktatási előfizetést biztosít a programjukhoz, az Edu Pro licenchez. A Fehér Házi Program a ConnectEd keretében nélkülöző diákokat, rossz infrastruktúrával rendelkező oktatási intézményeket támogat olyan cégek felajánlásaival, mint a magyar Prezi, illetve nagy informatikai vállalatok Apple, Microsoft, Autodesk, Abode és más vállalatokkal közösen több, mint 1 milliárd dollár értékben.

Ez azért előnyös, mert ha a diákok általános és középiskolai tanulmányaik alatt ezt tanulják, használják napi szinten, akkor valószínű, hogy a felsőoktatásban és később a munkájukban is ezt fogják használni a Microsoft Office helyett, peresze ekkor már előfizetési díj ellenében.

6.d Munkakörnyezet, mint motiváló tényező

A marketinghez kapcsolódó a vállalati arculat megtervezése, de ide tartozik a munkakörnyezet meghatározása is. Általánosságban elmondható, hogy a külföldi és a hazai startupok is nagy hangsúlyt fektetnek arra, hogy dolgozóik milyen munkahelyi adottságok mellett tevékenykednek, hiszen egy szép és modern munkahely jobban ösztönzi a munkavállalók teljesítményét. Valójában itt egy manapság oly sok hirdetésben megjelenő kifejezésről az *ergonómiáról* van szó. Az ergonómia az embert és a munka környezetet, helyezi a hangsúlyba.

Az ismertebb startup vállalkozások jellemzője, hogy az ergonómiai szabályok figyelembe vétele mellett újszerű, fiatalos, „menő” munkafeltételeket biztosítanak dolgozóiknak, ezzel is motiválva őket, hogy nap, mint nap lelkesedve és örömmel végezzék munkájukat a kollégákkal együtt dolgozva, ne pedig csupán kényszerből tegyék azt. Ilyenek például

- ételek és italok, gyümölcs, kávé biztosítása egész nap ingyen
- kutya, kisállat engedéllyel bevihető a munkahelyre
- színes graffitik a falakon és fiatalos külső, ezzel is mintegy „kollégium feeling” érzetét kelti
- ping-pong asztal, darts, csocsó és egyéb sportolási lehetőségek szabadterén
- Üzenő tábla, melyre bárki felírhatja, amit gondol (kreativitás fejlesztése)
- Minden pénteken céges bulit tartanak.

- Az elfoglalt dolgozók részére ingyenes háztartási munka ellátására személyzetet biztosítanak (pl. bevásárlás, tisztítóból ruhát elhozni, vagy halloweeni jelmez kölcsönzése a gyerekeknek)

A startup világ szereplői Magyarországon 2022-ben

A technológiai fejlődés Magyarországon is megállíthatatlan, és az ország technológia úttörőjévé szeretne válni. Ennek megfelelően szinte egymás után nőnek ki a földből a legújabb startupok. Magyarország kormánya mellett különböző cégek is támogatják ezt a fejlődést: a Robert Bosch Venture Capital (RBVC) például egy összesen 250 millió euró összegű támogatási alapot hozott létre. **Ezt a 250 millió eurót elnyerhetik olyan magyar és európai startupok, amelyek az energiahatékonyság és az elektromobilitás körében hoznak létre innovációt.** A csoport ugyanis már évek óta küzd a klímasemlegességért is, és egy új startupba akár 25 millió eurót is hajlandóak fektetni a saját tudásukon és kapcsolatrendszerükön kívül. Nem titkolt szándék, hogy a **tőzsdére is kijussanak ezek a felkarolt startupok**, úgyhogy érdemes megpályázni a lehetőséget!

A startupok esetén minden a befektetőtől függ: ha van befektető, aki valódi üzletet lát az ötletben, és hajlandó a pénzét is kockáztatni, akkor a startup létrejön. Általában nagyon kicsi vállalkozások a startupok, a létszám sok esetben a 10 főt sem éri el. Mindazonáltal rugalmas, innovatív, és a cég hierarchia is jelentősen laposabb, mint a multinacionális cégek esetében.

Nézzük az első 5 helyezettet!

Az első öt helyezett olyan vállalkozás, amelyről már lehetett hallani az elmúlt években, még nagyobb potenciális növekedésük várható idén. Van köztük olyan, amely már nem csak Magyarországon rendelkezik székhellyel, és sikeresen meglovagolta a 2020-2021-es technológiai innovációs hullámot.

- Bitrise
- Barion Payment
- SHAPR3D
- Cherrisk
- Munch

A Bitrise

A Birmacher Barnabás, Benei Viktor, and Balla Dániel által alapított Bitrise 2014-ben indult világhódító útjára, amely sikerült is. Jelenleg is van irodájuk Budapesten, Londonban és San

Franciscoban is, és olyan befektetői neveket tudhatnak maguk mögött, mint a színész Ashton Kutcher. A Bitrise a **mobilappfejlesztők munkáját megkönnyítői automatizáló szolgáltatást fejleszt**. Az ügyfelei között találjuk a Mozilla-t, a Wise-t vagy a Careem-t, összesen több, mint 6000 ügyféllel dolgoztak már együtt. Nemcsak Magyarországon, hanem az egész világon ismertek lettek, és már Japánban is van munkatársuk. Az Accel szerint a Top 100 Európai és Izraeli felhő technológia alapú cég közé is bekerült 2020-ban, vagyis igazán fényes jövő előtt áll a cég.

Miért éri meg náluk dolgozni?

A cég **teljes home office-t biztosít**, tehát egyáltalán nem szükséges bejárni az irodába. Emellett a Glassdoor-on 4.7-es értékelést kaptak összesítve a munkavállalóktól, amely kimagasló eredmény. Jelenleg is van felvétel minden területre, legyen szó pénzügyről, HR-ről, marketingről, sales-ről, szoftverfejlesztésről vagy ügyfélszolgálatról. A cégnek napjainkban 200+ dolgozója van, így igazán színes csapatba kerülhetsz!

Barion Payment

A Barion Payment-tel már biztosan találkoztál, ha szoktál online vásárolni vagy számlákat befizetni. Többek között Ausztriában, Csehországban, Németországban is elérhető online fizetési mód, 2021-ben pedig már több, mint 10.000 boltban volt elérhető. A Yettel, Extreme Digital, Don Pepe vagy az A38 Hajó is ezt a felületet használja, ha online vásárolnál vagy rendeznéd számláidat. Emellett integrálható tárcaként is vagy Apple Pay-be és Google Pay-be, a cégek pedig pontos és adatvezérelt kimutatást kapnak az óránkénti bevételről.

Miért éri meg náluk dolgozni?

Bár még mindig kisebb vállalkozás, **valódi startup, amelyet 2015-ben alapított Kiss Sándor**. Székhelyük az Irinyi János utcán található Budán, a **Glassdoor oldalon pedig 4.8-as összesített értékelést kapnak**. A fintech cég csapata túlnyomórészt magyar, de gyakoriak a szlovák és cseh kollégák is.

SHAPR3D

A nevéből kikövetkeztethető, hogy 3D megoldásokkal foglalkozik a startup, pontosabban 3D tervezőszoftvert fejlesztenek. Legfőképp iPad Pro-ra készülő 3D modellező szoftver

segítségével térbeli modelleket lehet készíteni akár internet kapcsolat nélkül is. Annyira népszerű, hogy az **IPad reklámjaiban is megjelenik, valamint kiemelt helyet kapott az Apple Keynote-on is.** Emellett a 2015-ben alapított SHAPR3D már Mac-re és Windows-ra is megjelent, valamint kompatibilis a Magic Mouse-szal is.

Miért éri meg náluk dolgozni?

Az iroda 2021-ben a harmadik helyezést érte el az Év Irodája kategóriában, és főképp fejlesztőket, Data Engineer szakembereket keresnek. Medcover egészségbiztosítást, pszichológust, jogászt, coachingot is biztosítanak, valamint a nem magyar munkavállalókat segítik a Budapestre költözésben. Annyira támogatják a fejlődést, hogy anyagilag segítik a munkavállalókat, ha képzésen szeretnének részt venni, így óriási a fejlődési lehetőség. Glassdooron 4.7-es értékelést kaptak, úgyhogy biztos, hogy szuper hely!

Cherrisk

A Cherrisk egy biztosító társaság, de nem akármilyen. **2018-ban jött létre és a szerződéskötéstől a panaszkezelésig minden elérhető a felületen.** Lakás, utazás vagy baleset biztosítás is köthető és az UNIQA csoport tagja. A biztosítás bármikor felmondható és több mint 200.000 felhasználója vagy Magyarországon és Németországban összesen.

Miért éri meg náluk dolgozni?

Az oldalukon számtalan nyitott pozíció található, így biztos, hogy találsz olyat, ami ideális a szakmai tapasztalatod számára. **Stabil anyagi háttérrel rendelkező cég,** hiszen egy hatalmas cégcsoport tagja, így biztos, hogy nem lesz okod a panaszra a fizetést illetően.

Munch – az ételek megmentője

A Munch egy olyan felület, amelyre az éttermek, pékségek, vendéglátó egységek, de akár hotelek is feltölthetik azokat az ételeket, amelyeknek közeli a szavatossági ideje. Ennek megfelelően tehát a **fenntarthatóságot segíti elő, és hogy a lehető legtöbb ember jusson hozzá a minőségi ételekhez alacsony áron.** A Munch egy applikáció a telefonodon, amelyet böngészve megtalálhatod a legjobb ételeket, ezzel megakadályozva a pazarlást.

Miért éri meg náluk dolgozni?

Sales, projektmenedzser és ügyfélszolgálat pozíciókra keresnek legfőképp kollégát, és már **diákként is jelentkezhetsz**. Emellett biztos, hogy jó ügy mellé állsz, amelyet megéri támogatni.

Összefoglalás – startup világ Magyarországon

A startup korszakot Magyarországon a Prezi indította el 2008-ban és világhírű céggé nőtte ki magát. Éppen ezért **érdemes minden évben szétnézni a magyar piacon**, hiszen bármikor létrejöhet egy olyan hazai üzleti modell és startup, amely képes lesz akár a nemzetközi piac meghódítására is. Ha az a vágyad, hogy egy kialakulóban lévő csapat tagja legyél, akkor az imént felsorolt 5 startup biztosan szuper választás lesz.

7. Jogi szabályozás

7.a A feketegazdaság

Mivel a startupok kis és középvállalkozások (kkv), ezért meg kell nézni, hogy pontosan milyen cégek tartoznak is ebbe a kategóriába. *A kkv-król a 2004. évi XXXIV. törvény rendelkezik.*

Név	Alkalmazott fő kevesebb, mint	Éves nettó árbevétel, és mérlegfőösszeg maximum
<i>Mikro vállalkozás</i>	10	2 millió €
<i>Kisvállalkozás</i>	50	10 millió €
<i>Középvállalkozás</i>	250	árbevétel 50 millió € mérlegfőösszeg 43 millió €

Nem tartozik a kkv kategóriába az a vállalkozás, mely állami/önkormányzati tulajdonosi közvetlen, vagy közvetett részesedése meghaladja a 25%-ot.

A startupokra is ugyanúgy vonatkoznak a törvényi előírások, mint a többi vállalkozásformára. Itt is kissé nehézkesnek tűnhet a bürokratikus tennivalókat végigjárni, de mindenképpen legálisan kell eljárni. Sajnos hazánkban a szigorú szabályozások miatt is van fekete gazdálkodás, és az emberek mentalitásában is fellelhető, hogy nem szívesen fizetnek adót, és igyekeznek a törvényi előírásokat kijátszani, megkeresni a kikapukat, vagy néha akár az adócsalásra is vetemednek. Ez a tendencia a kkv-kra kifejezetten jellemző, pedig azzal, hogy a vállalat az alkalmazottainak „zsebbe fizet”, nem csupán a munkavállaló későbbi nyugdíjának

összegét csökkenti, de sajnos a legálisan működő cégeket is nehéz helyzetbe hozza, amelyek így sokszor kénytelenek dolgozóik számát csökkenteni vagy akár az üzletet is bezárni.

A vállalkozás a tevékenysége után megfizeti a 27%-os áfát, a 9%-os társasági adót, a helyi iparüzési adót, és ha még ezután marad a nyereségből, akkor a 16%-os osztalékadót is.

A munkaadó a munkavállaló után fizet 13% szociális hozzájárulási adót és 25 fő foglalkoztatotti létszám felett rehabilitációs hozzájárulást is, melynek összege 2.401.200 Ft/év/fő.

A munkavállaló bruttó jövedelméből levonásra kerül 18,5 %-os társadalombiztosítási járulék és a 15%-os személyi jövedelmi adót is. A feketegazdaságban működő vállalkozások ezeket az adókat megfizetik ugyan, de nem a tényleges összeg után, hanem általában a minimálbér után, vagy sokszor a munkavállaló csak napi 4 órára van bejelentve, de valójában 8-9 órát dolgozik.

7.b Az anya-, és leányvállalat adózása

A legtöbb startup cég rendelkezik leányvállalatokkal, mint például a *Fehér Gyula* által alapított *USTREAM*, amelynek az amerikai anyacége mellett ázsiai leánycége is van, tehát itt felvetődik a kérdés, hogy akkor hol is adózik a cég, hol kedvezőbb neki, hiszen itt több millió forintos összegekről van szó! A kiskapuk kijátszása, vagyis a törvény alóli kibújás már nem új keletű dolog, de a mai modern világban, mikor egy cég több országban is jelen van, bizony felvet további kérdéseket.

Leányvállalatot a gazdálkodó szervezetek, illetőleg gazdasági tevékenységet is folytató más jogi személyek hozhatnak létre. A leányvállalat jogi személy. Gazdaságilag a létesítő vállalathoz tartozik, az anyavállalat pénzzel támogathatja, anyagi eszközöket vonhat el tőle, a szoros gazdasági függés nem kétséges. Általában tőkeerős gazdasági társaságok alapítanak leányvállalatot, leggyakrabban akkor, amikor termelésüket, szolgáltatásnyújtásukat más, idegen országba helyezik át. Az **anyavállalattal** való szoros függőség minden szinten kimutatható, így a leányvállalat vezetőit az anyavállalat nevezi ki, az üzletmenetet, üzletszabályzatot is az anyavállalat határozza meg, azonban garanciális, munkajogi szabály, hogy a leányvállalat dolgozói a leányvállalattal állnak munkaviszonyban.

2014-ben az Európai Unió a közösségen belüli ilyen jellegű vállalatformára újabb irányelveket hagyott jóvá. Ez az anya-, és leányvállalatok közötti osztalékfizetést érinti és célja, hogy a leányvállalat az osztalék után fizetendő adója a kettős adóztatást elkerülje. Korábban számos vállalt úgynevezett „hibrid kölcsönök” segítségével elérte azt, hogy sem az anyavállalat sem

pedig leányvállalata nem fizetett adót a nyereség után. A tagországoknak ezt a jogszabály 2015. december 31.-ig át kellett ültetniük a saját nemzeti jogszabályukba. Ennek az intézkedésnek két következménye lett, egyfelől az adótervezés nehezebbé és bonyolultabbá vált, másfelől a vállalkozások megfontoltabban döntenek majd arról, hogy uniós vagy azon kívüli területen tevékenykednek-e majd, ami további gazdasági változásokat idéz elő.

7.c Fogyasztóvédelem a startupoknál

A fogyasztóvédelem a kereskedelemmel egy időben alakul ki. Fő célja, hogy megvédje a fogyasztó egészségét / biztonságát, pénzügyi / gazdasági érdekét, tájékoztassa / oktassa a fogyasztót, jogait érvényesítse és képviselje. Fontos tudni, hogy ez nem csupán a termékre vonatkozik, de ugyanúgy a szolgáltatásokra is. A kötelezően garanciális jótállású termékekre 10.000-250.000 Ft közötti fogyasztói ár esetén két év jótállást kell vállalnia az eladónak hibás teljesítés esetén. Magyarországon sajnos eléggé jellemző, hogy a fogyasztók nincsenek tisztában a jogaikkal, vagy ha tudják is azokat nem merik alkalmazni, mert bizonytalanok a tudásukat illetően, vagy fölösleges idő és pénz kidobásnak tartják a cégekkel szemben az igazuk bebizonyítását.

A fogyasztóvédelmi törvény többek között rendelkezett a **fogyasztóvédelmi bírság** kiszabásának lehetőségekről is, illetve lehetővé tette a **békéltető testületek létrehozását**, amelyek révén a bírósági út kihagyásával intézhetőek a fogyasztói jogviták. 2011. január 01-jétől a jelenlegi fogyasztóvédelmi hatóság a kormányhivatalok szervezetén belül működő területi felügyelőségekből valamint a szakmai irányítást gyakorló, másodfokú hatóságként eljáró Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóságból áll. Továbbá ezen időponttól a **Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság** keretein belül fejtí ki tevékenységét az **Európai Fogyasztói Központ** is, amely más uniós államban vásárolt árukkal kapcsolatos problémák megoldásában nyújt segítséget.

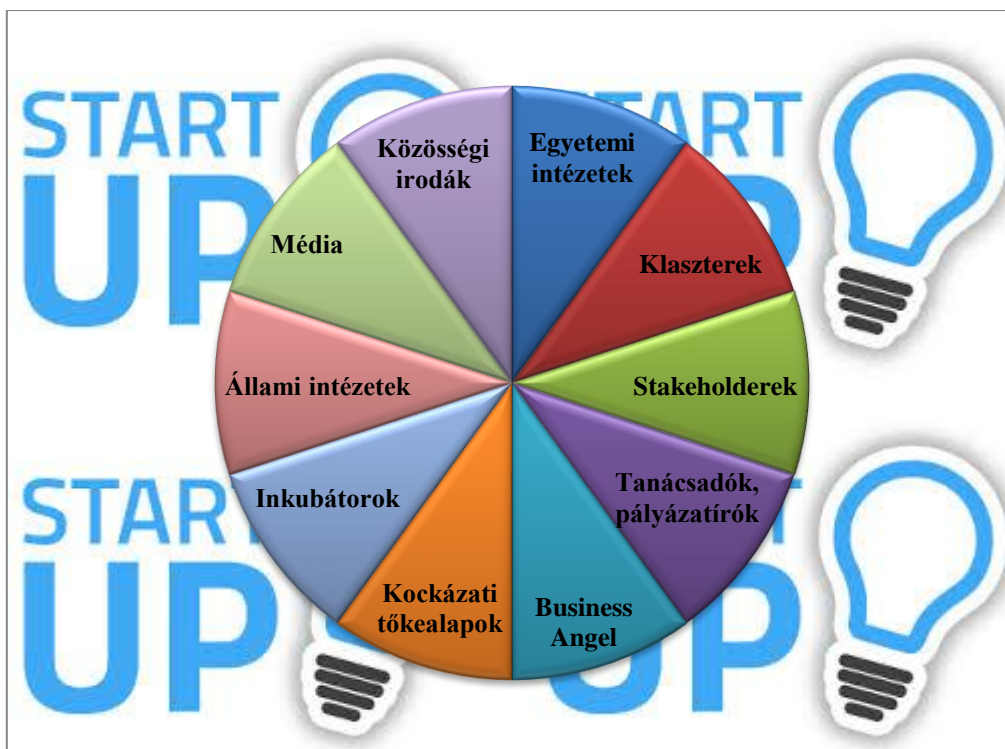
A fogyasztóvédelmi hatóság ellenőrzi a fogyasztói szerződések megkötésénél alkalmazott általános szerződési feltételeket, hogy azok nem tartalmaznak-e a fogyasztók számára egyoldalúan és indokolatlanul hátrányos feltételeket. Emellett - többek között - hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok, valamint a gazdasági reklámtevékenységre vonatkozó rendelkezések vizsgálata terén is.

Fontos megjegyezni, hogy közigazgatási hatósági ügyekben első fokon a megyei/fővárosi fogyasztóvédelmi felügyelőségek, míg a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság másodfokon jár el.

A startup cégek számára a fogyasztó prioritást élvez, hiszen tőlük származik a legnagyobb bevételi forrásuk, akik használják az ő termékeiket, szolgáltatásaikat. Éppen ezért tartják kiemelkedően fontosnak a fogyasztóvédelmet és igyekeznek minél felhasználó barátabbá válni nem csupán a vevőknek, de a munkavállalóiknak is. A panaszokra is igyekeznek a lehető leghamarabb válaszolni, kivizsgálni és megoldást találni, hiszen ezek az észrevételek még jobba tehetik a szervezet működését. A startupok számára problémát jelenthet, hogy valójában nincsenek fizikailag jelen az adott országban (pl. Facebook és Google esetén), de igyekeznek a szolgáltatási területükön érvényes fogyasztóvédelmi előírásokat is betartani.

8. Startup Networking- Szervezetek

Startuppal foglalkozó szervezetek bizony igen szép számmal vannak (0. kép), mind hazánkban, mind pedig nemzetközi tekintetben. Az ilyen jellegű cégek megalapításának elősegítésével és fejlesztésével a felsőoktatási intézmények szintén foglalkoznak úgy, mint az állami intézetek, inkubátorok, tanácsadók, klaszterek és még tovább folytatható a sor.



6.kép: A startuppal foglalkozó szervezetek (saját szerkesztés)

A sikeres startupperek többsége a későbbiekben szívesen lesz mentor, tanácsadó, üzleti angyal vagy befektető. ***Egy saját startuppal ennek az igen komplex rendszernek Te is részese lehetsz, és hogy meddig jutsz a történetben, csupán Rajtad múlik!***

8.a Kik is a startup szervezetek legfőbb tagjai?

- ***Maga a startup vállalkozás:*** Ők a nagy növekedési potenciállal rendelkező kezdő vállalkozások.

***A sikeres startup receptje= egy jó ötlet+ egy jó csapat+ némi kezdőtőke (pénz)+
NAGY ADAG KITARTÁS.***

- ***Egyetemi intézmények (Technológia és transzfer irodák):*** Támogatják a tehetséges fiatalok elképzeléseit, különböző rendezvényeket és oktatást szerveznek a témával kapcsolatban.
- ***Klaszterek/ innovációs klaszterek:*** A klaszter társult tagok gazdasági együttműködését jelenti, akiknek azonosak a céljai, egy regionális szinten működő szerv.
- ***Stakeholderek:*** Azok, akik érintettek a konkrét vállalkozással kapcsolatban, többek között bloggerek, újságírók, tanácsadók, politikusok, kockázati tőkések, üzleti angyalok stb.
- ***Tanácsadók/ pályázat írók:*** Ők szakmai tudásukkal biztosítják a startup létrehozását és nagy ütemű növekedését, ide tartoznak a mentorok*, jogászok, coachok,* befektetési szakemberek, marketingesek, PR-tanácsadók stb.
- ***Üzleti angyalok:*** Ők csak magánszemélyek lehetnek, akik a startup kezdeti fázisában saját (kis megtakarított) pénzükkel járulnak hozzá a vállalkozáshoz. Ha segítenek a projektben, akkor személyenként 10 millió forint körüli összeget fektetnek be.
- ***Kockázati tőkealapok:*** Nem csupán magánszemélyek, mint a business angel esetében, hanem állami társaságok is. (Főként a Jeremie programoknál volt jellemző).²
- ***Inkubátorok, közösségi laborok:*** Az oktatást felvállaló szervezetek, a projektek fejlődését, versenyképességét erősítő, szakmai mentorokkal dolgozó szervezetek.
- ***Állami intézmények:*** Az innovációs stratégiáért, pályázatokért, támogatások kiosztásáért felelős szervezetek. Érdemes a Kutatás és Fejlesztés (K+F) szektorban kiírt pályázatokat is megpályázni, mert a startupok többsége beletartozik ebbe a kategóriába!

² Lásd: 15. oldalon

- **Média:** A már korábban említett blogok, elektronikus újságok, akik szívesen írnak az adott terület aktuális híreiről, pályázatairól és készítenek interjúkat az adott cég vezetőivel.
- **Közösségi irodák (co-working):** Ez egy remek hely, ha csupán napi pár órára irodát lehet bérelni, és nagy eséllyel lehet itt találkozni tanácsadókkal és mentorokkal is.

*Egy startupnak tehát számos szereplője van, de nézzük meg, hogy manapság az olyan sokszor emlegetett **mentor, és coach** valójában mit is tesz egy ilyen vállalkozásnál.

A **coach** kifejezés angol eredetű és szó szerinti fordításban edzőt jelent, de a startupok esetében nincs rá egységesen elfogadott definíció, mert nem igazán tréning, vagy terápia, de nem is tanácsadás, vagy baráti beszélgetés. Inkább egy fejlesztő, nevelő, edző tevékenység, ahol az ügyfelet egy definiált cél elérése érdekében segíti. Tim Gallway volt az első, aki 1975-ben a tenispályán tapasztalt coachingról írt. Véleménye szerint a játékos fejében az ellenfél, akit elképzelt, az sokkal félelmetesebb, mint ahogyan az a valóságban van. Az „edző” abban segítheti a játékost, hogy az játékos elé kerülő akadályokat megszüntesse, vagy legalábbis csökkentse. Az üzleti életben az 1980-as években jelent meg ez a kifejezés először, és azóta egyre terjed.

A mai értelemben 3 féle coaching-ot különböztetünk meg az alapján, hogy kinek szól. A *life coaching* mindenki számára használható, hiszen fő célja az **érték és jövőkép tisztázása**. A két másik a *business és az executive coaching*, míg az előbbi a vállalati tulajdonos és menedzsment hosszú távon is kimutatható intézkedések (munkatársak fejlesztése, ügyfeleknek magasabb színvonalú szolgáltatás nyújtása egyensúly munka és magánélet között), míg az utóbbi a vállalati vezető munkahelyi életére koncentrál.

Business coaching témakörébe tartozik:

- ✓ Asszertivitás (önérvényesítés, határozott öntudatosság)
- ✓ Burnout (kiégés, csalódás, reményvesztettség)
- ✓ Delegálás
- ✓ Döntés
- ✓ Időgazdálkodás
- ✓ Karrier
- ✓ Konfliktuskezelés
- ✓ Motiválás
- ✓ Networking (közösségi, ismertségi háló)
- ✓ Önbizalom és önismeret

- ✓ Personal brand (személyes márka)
- ✓ Stressz

A coaching témakörében több modell is létezik, de Magyarországon ezt a 4-et ismerik szélesebb körben (ONTOLOGICAL, DIADAL BRIEF, ÉS GROW-MODELL), melyből az első 3-at magyar ember fejlesztett ki.

DIADAL MODEL

Melyek a mentor tulajdonságai?

- ✿ Élettapasztalatok felhasználása, más szóval a bölcsesség.
- ✿ A tudás átadásának és akarásának képessége (pedagógia az egy életen át tartó tanulásra).
- ✿ A közösség tagjai előtt evidens szakmai megbecsüléssel rendelkezik.
- ✿ Szélesen és aktívan alkalmazott, hatékony kapcsolati rendszere van.
- ✿ **LEGFONTOSABB A KOMFLIKTUSKEZELÉS.** (Többek között ide sorolható a generációs problémák, vagyis a különböző korcsoportú személyek akaratának egységre jutása).



8.b A startup szervezetek:

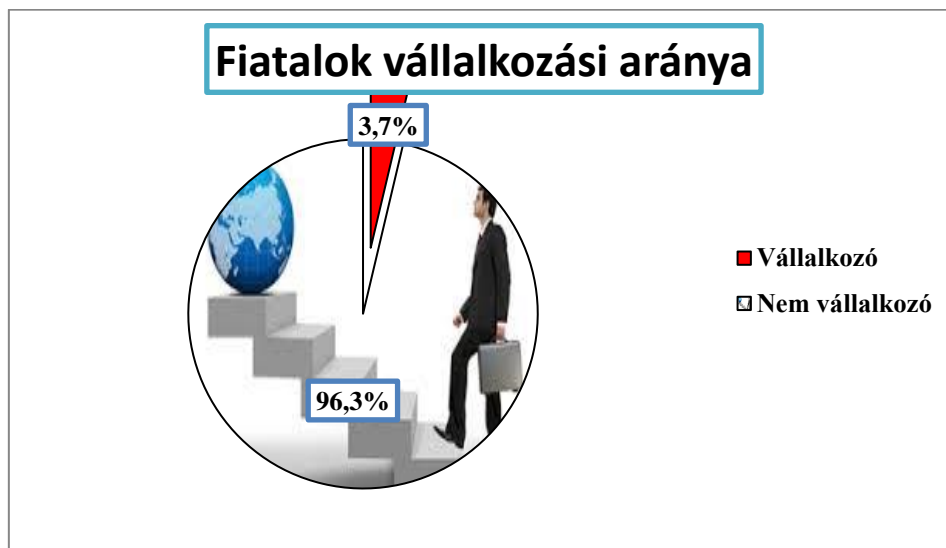
Magyarországon több mint 50 olyan szervezet tevékenykedik, aki a startup vállalkozásokat (mikro illetve kkv.) támogat illetve támogatásukra tőkealapot hozott létre. Az más csoport, aki az innovációt, illetve akik a pályakezdő fiatalokat támogatják. Az alábbi táblázat néhány különböző szervezetet ismertet:

Név	Működési kör	Cím	Telefon és weboldal
3TS Capital Partners	Tőkealap ill. alapkezelő, HVCA* teljes jogú tag	H-1126 Budapest, Brassai Sámuel u. 16.	www.3tscapital.com info@3tscapital.com
Argus Capital	Kockázati tőketársaság, ill. tőkealap alapkezelő, HVCA* teljes jogú tag.	1126 Budapest Nagy Jenő utca 12.	+36 1 309 0090; www.arguscapitalgroup.com/
ARX Equity Partners	Magántőke társaság, amely a közepes méretű befektetések piacára fókuszál, s likviditási megoldást ajánl közép-kelet-európai cégtulajdonosok számára.	1051 Budapest, Bajcsy-Zsilinszki út 16.	+36 30 399 7397 https://www.arxequity.com/ budapest@arxequity.com
BME-Infokom Innovátor Nonprofit Kft.	INNOVÁCIÓ (egyetemnek, gyártónak, szolgáltatóknak)	1117 Budapest, Magyar tudósok krt. 2. (BME Informatikai épület)	+36 1 463 2098; https://www.bme.hu/tudaskozpontok info@bme.hu
Central Fund	BEFEKTETÉS KKV-K NAK	1061 Budapest, Székely Mihály u. 16.	+36 1 688-0390; www.central-invest.hu/hun/
Colabs Budapest	1-5 millió forint induló tőkét, mentorokat és inspiráló munkatereket kínál	H-1056 Budapest, Irányi utca 3.	+36 20 405 3145; colabs.hu/
Compleo	Innováció, Regionális Innováció, Tanácsadás	1117 Budapest, Gábor Dénes u. 2. Infopark D. épület	+36 1 464 9590; www.compleo-consulting.hu/
Concilium	Gyakorlati képzés hallgatóknak az online szektorról	1062 Budapest, Bajza u. 20.	+36 1 322 2490; www.concilium.hu

Hiventures Kockázati Tőkealapkezelő Zrt. korábban Corvinus Kockázati Tőkealap-kezelő Zrt.	Tőkealap ill. alapkezelő, HVCA* teljes jogú tag.	H-1027 Budapest, Kapás u. 6-12, Víziváros Office Center A/2. emelet	www.hiventures.hu info@hiventures.hu
Észak-Magyarországi Informatikai Management Nonprofit Kft.	Fejlesztések az egészségügyi informatika, közigazgatási informatika, környezetinformatika, a gazdasági környezet működését segítő innovatív szolgáltatások, illetve technológiaalapú megközelítésben a mobil informatika és a térinformatika.	H-3515 Miskolc, Egyetemváros C/2. ép. földszint 1.	hello@infoklaszter.hu
FIVOSZ, Fial Vállalkozók Országos Szövetsége	A fiatal vállalkozók kapcsolatépítésének segítése, érdekképviselő	H-1042 Budapest, Árpád út 91.	+36 1 785 7977; www.fivosz.hu titkarsag@fivosz.hu
Kairos Society Hungary	Innováció (egyetemista+ mentor) Bill Gates is támogatja.	Nincs adat.	(30) 498 3308) www.kairoshq.com
M27 absolvo	Vissza nem térítendő támogatások projektek menedzselése vagy stratégiaalkotás kkv-nak, önkormányzatnak, civil szervezetnek.	1124 Budapest, Csörsz utca 45.	+36 1 279 1979; www.m27absolvo.hu
Magyar Innovációs Szövetség (MISZ)	Innováció kutatóintézetnek, egyetemnek, nonprofit szervezetnek.	H-1116 Budapest, Fehérvári út 108-112. 2.em.	tel.: (061) 200 0731 mobil: +3630 955 0420 innovacio@innovacio.hu www.innovacio.hu
Magyar Vállalkozásfejlesztési Alapítvány (MVA)	Mikro vállalkozások, kkv-k piaci erősítése.	H-1037 Budapest, Szépvölgyi út 135.	+3618830800; www.mva.hu
Magyar Vállalkozásfinanszírozási Zrt.	Mikro illetve kkv-k finanszírozásnak támogatása.	1074 Budapest, Dohány u. 12., V. emelet	+36 1 354-3000; www.mvzrt.hu info@mvzrt.hu

* A HVCA, a Magyar Kockázati és Magántőke Egyesülete.

Idehaza igen sok tehetséges fiatal van jó üzleti ötletekkel, de a megvalósítani már igen kevesen merik az álmaikat. A 18-35 év közötti 2,3 millió közül csupán 3,7%-nak van vállalkozása.



7.kép: A fiatalok közötti vállalkozási hajlandóság

8.c Bridge Budapest

Ezen szeretne a **Bridge Budapest** nevű szervezet változtatni és mind anyagi mind szakmai segítséggel támogatják a fiatal vállalkozókat. Ez egy hazai alapítású és nemzetközileg gyors sikereket elért vállalkozások együttműködése. Fő célkitűzéseik, hogy olyan terméket /szolgáltatást nyújtsanak, mellyel új munkahelyeket hozhatnak létre, és egyben pozitív példaképeket is állítsanak a fiatalok elé. **A cég nonprofit jellegű és az alapító tagok (LogMeIn, Prezi, Ustream valamint a később csatlakozó NNG) finanszírozzák.**

Valamennyi cég arra ösztönzi az ifjúságot, hogy egy jó ötletből is lehet terméket/ szolgáltatást létrehozni, melyre az embereknek szükségük van, de ehhez sok munka szükséges és persze némi szerencsének is kell társulnia. Sokszor nem is gondoljuk, hogy hány lehetőség mellett megyünk el, amivel érdemes lenne élni. A szervezet is kínál egy lehetőséget, ugyanis **a frissen végzett egyetemisták, főiskolásoknak ösztöndíjat hozott létre, amelyet az alapító cégeknél lehet teljesíteni**, a világ számos pontjáról érkeznek ide fiatalok, hogy munkatapasztalatot szerezhessenek. A 6-8 sikerrel pályázó nem csupán Budapesten, hanem San Franciscóban, Bostonban, Izraelben vagy akár a Távols-Keleten is folytathatja „tanulmányait”, tapasztalat gyűjtését.

A korábban említett magyar triumvirátushoz 2014-ben csatlakozott egy másik magyar világsikerű cég az NNG akinek a nevéhez köthető az iGO navigációs rendszer kifejlesztése, de 100%-ig illeszkedik a startup ökoszisztémához és az azt képviselő Bridge Budapesthez.

„Fontos számunkra, hogy itthon tartsuk a vállalat fejlesztési központját és székhelyét, mert hiszünk a magyar fejlesztők képességeiben. Példát szeretnénk mutatni mindazoknak, akik lesöprik a hazai vállalkozásindítás ötletét az asztalról. Merjenek gondolkodni, alkotni és az eredmények nem maradnak el.” – mondta Balogh Péter az NNG vezérigazgatója, társalapítója.

„Büszkék vagyunk az NNG csatlakozására. Olyan Magyarországon szeretnénk élni, ahol az önbizalom alapja a tudás és a teljesítmény, és úgy látjuk, az NNG is erre jó példa. Magyarországról indulva értek el világsikert egy olyan probléma megoldásával, ami hatékonyabbá tette a világban való tájékozódást” – tette hozzá Árvai Péter, a Bridge Budapest elnöke, a Prezi társalapítója.³

9. Példatár- Esettanulmányok

Itt néhány példát nézünk meg mind hazai mind pedig nemzetközi viszonylatban azokra a cégekre, melyek igen rövid idő alatt valós gazdasági sikereket értek el, remélhetőleg ez ösztönzőleg hat a Ti vállalkozási kedvetekre is.

9.a Nemzetközi esettanulmányok

Mivel a hazai és a nemzetközi nézetek különböznek a startupokról, így például a Google, Facebook Groupon és a Twitter a Szilícium völgyben startupnak minősül, míg nálunk ez már nagyvállalat kategóriába tartozik. A cégekről már szinte mindenki hallott, de arról kevesebbet tudunk, hogy hogyan is indult kezdetben a vállalkozás és miként tudott világhírré szert tenni.

Név	Facebook	Google	Groupon	Twitter
<i>Árbevétel</i>	8 milliárd \$	50,18 milliárd \$	2.573 milliárd	664millió
<i>Profit</i>	1,3 milliárd \$	10,74 milliárd \$	Nincs adat	Nincs adat
<i>Alkalmazottak száma</i>	6500 fő	52.069 fő	10.000 fő	3.300 fő
<i>Használók</i>	1320 millió fő	1 milliárd fő	140 millió fő	274 millió fő

³ Forrás: <http://hu.bridgebudapest.org/kik-vagyunk>

Facebook

Ez egy amerikai közösségi háló, mely 20 éve kezdte meg működését. 2009-ben jelentették be a tőzsdére vitelét, de csak 2012 óta jegyzik a *NASDAQ* –on (*National Association of Securities Dealers Automated Quotations*) amely az Értékpapír Kereskedők Országos Szövetségének Automatikus Adás- Vételi Rendszere, mintegy 3800 cég papírját forgalmazzák, itt a legnagyobb az értékpapírokkal való kereskedem aránya az egész világon. Az *Európai kontinentális* és az *Angol-amerikai* típusú tőzsde között jelentős különbségek vannak. Míg az előbbinél a felügyeltet az állam gyakorolja, a vezetőséget is ők válasszák meg, míg az utóbbi inkább Rt. jellegű, működési feltételeit maguk alakítják ki, csupán más gazdasági szervezetre is vonatkozó előírások korlátozzák. A közösségi háló felhasználóinak száma 2-3 milliárd fő.

Az oldal létrehozása Mark Zuckerberg nevéhez köthető, és az elképzelése a régen használt évkönyvhöz hasonlatos, ahol a diákok és a tanárok „bemutató profilja” olvasható. Ő és Eduardo Saverin akkor alapította a Facebookot, amikor még a Harvard Egyetemre jártak, társaik voltak még a fejlesztésben Dustin Moskovitz és Chris Hughes. Kezdetben csak ennek az egyetemnek a hallgatói csatlakozhattak, majd a többi egyetem is és végül a 13 évnél idősebb személyek is. Peter Thiel volt az első olyan személy, aki anyagi forrást adott a vállalkozásnak méghozzá fél millió dollárral, ami forintban átszámítva megközelítőleg 125 millió.



8.kép: A Facebook kitalálója Mark Zuckerberg ⁴

A Facebook-nak természetesen vannak társadalmi, politika és kulturális hatásai is. Továbbá felvetődnek az oldal használásával kapcsolatban, hogy nem élnek-e vissza a felhasználók

⁴ Forrás: <http://www.anna.hu/hirek/a-facebook-alapito-lett-az-ev-embere-3286.html>

adataival és nem használják-e fel reklámcélra. Tehát megállapítható, hogy az oldalnak vannak pozitív hatásai, de sajnos negatív is, így mindenki saját maga döntsön a használatáról, vagy készítsen egy hasonlót további előnyökkel.

Google

A Google-nek, akárcsak a Facebook-nak szintén a NASDAQ-on jegyzik a részvényeit. Ez egy keresőmotoros szolgáltatás, melynek a célja, hogy *a világ valamennyi információját rendszerezze, univerzálisan elérhetővé és hasznosíthatóvá tegye*. A cég történetében elég sokszor találhatók szerzői vitás kérdések, többek között a könyvdigitalizálási szolgáltatásuk miatt, és több országban pl. Franciaország, Németország és Kínában cenzúrázva vannak a találatok.

A Google, egy keresőprogram a honlapok között és eredetileg a Stanfordi egyetemen tanulók használták, két PhD-s diák Larry Page és Sergey Brin elméletén alapul. A cég (Google Inc.) eredetileg egy Kalifornia garázsba lett bejegyezve, a név pedig 1997. szeptember 15.-én került levédésre. A kezdőtőkéje 1,1 millió dollár (kb. 250 millió Ft) volt. A rendszer az egyszerűsége és a releváns eredményelérés (hirdetések is) révén hamar sok felhasználót tudott meggyőzni a program használatáról, jelenleg több mint 1 milliárd felhasználója van. Ez persze felvet egy kis problémát az adózással kapcsolatban, mert 2011-ben az Európából származó bevétele után összesen 3,2% adót fizetett, ami igen csekélynek mondható az átlagos 25-35%-hoz képest. Ez az „adóoptimalizálás” abból ered, hogy fizikailag egyik országban sincs jelen a cég, vagy ha meg is jelenik, akkor a legalacsonyabb társasági adókulcsú országot választja, ami Európában Írország, ahol ez az arány 12,5%. Az ír központ akkora technológia licenccíjra készít számlát minden országba, amekkora ott a bevétel volt. Mellékesen az ír cég egy bermudai adóparadicsomba van bejegyezve, így a karibi adófizetést veszi figyelembe. A cég az adózatlan nyereségének 80%-ka megfordul a Bermudákon, így fizetendő adójának megközelítőleg felétől mentesül.



9.kép: A Google alapítói (balról jobbra) Sergey Brin és Larry Page ⁵

A Google néhány webes alkalmazása:

- ✓ Calendar (naptár)
- ✓ Drive (tárhely, és lehet vele kérdőívet is készíteni)
- ✓ Fordító
- ✓ Google+
- ✓ Maps (Utcakép, Föld)

A Google támogatja a startup vállalatokat is ingyenes felhő-szolgáltatással nem csak Amerikában azzal a feltétellel, hogy a vállalat kezdeti fázisban legyen maximum 5 millió dolláros bevont tőkével és a bevétel is legfeljebb évi félmillió dollár lehet.

A konkurens Microsoft már évek óta kínálja ezt a szolgáltatást és a magyar alapítású Tresorit is ennek a 600 ezer dolláros támogatásnak a segítségével tudott elindulni. A cégeknek ez azért fontos, mert amelyik szolgáltatóval kezdi meg a világhálón való elérést biztosító együttműködést a startup cég, nagy valószínűséggel annál fogja a szolgáltatást a továbbiakban is igényelni, hiszen egy technikai infrastruktúra-váltás igen nagy anyagi kiadást jelentene.

Groupon

A Groupon nem annyira ismert, mint az előzőleg említett Facebook, vagy éppen Google, de a cég részvényeit szintén a NASDAQ-on jegyzik 2011 novembere óta. A 2008 novemberében született közösségi vásárlási oldal kitalálója, Andrew Mason az elmúlt évek legsikeresebb üzletét építette fel. Úgy működik ez, hogy a cég egy akciós vásárlási lehetőséget kínál, amennyiben magadott számú felhasználó él a lehetőséggel. A Groupon ezért nem kér a cégektől

⁵ Forrás: <http://www.hotdog.hu/kaleidoszkop/életmod/google-a-nagy-sikersztori>

külön díjat, hanem bevételei a cég többletbevételéből származik, melyet a kupon generál, ennek az aránya nagyjából 40%.

A szolgáltatás 45 országban és 500 városban érhető el. Sajnos a tőzsdén nem sokkal a bevezetés után (kissé túlbecsült volt a kezdő ár) hamar mélyrepülésbe kezdett, akárcsak a Facebook. Ez éppen a miatt történt, mert mindenki ezektől a cégektől várta a gyors árfolyam növekedést, és a gazdaságot és éppen ezért csökkenet le a részvények értéke. Megkérdőjeleződik a marketing módszer alkalmazása, hiszen az egyszeri óriási kedvezményt igénybe vevő ügyfél nem biztos, hogy visszatérő vásárlóvá válik (Magyarországon kifejezetten ár érzékenyek a fogyasztók).



10.kép: A Groupon alapítója Andrew Mason⁶

A cég, mint startup vállalkozás nem számolt azzal, hogy egyszer 10.000 főt kell alkalmaznia, hiszen a rendszer nem automatizált és rengeteg ember munkája kell ahhoz, hogy a hálózat az egész világon fenntartható legyen. A bevételek növelésének kényszere és az üzletszerzésre fordított kiadások folyamatos növekedése pedig láthatóan nem képes lépést tartani egymással.

Twitter

Ez is egy ismertségi hálózat és mikro blog is valamin 140 karakter erejéig a felhasználók rövid szöveges üzeneteket is küldhetnek akár SMS-ben is. A céget 2006-ben Noah Glass és Jack Dorsey hozta létre. A szolgáltatás legfőképpen az elfoglalt embereknek hozták létre, hogy tudják egymással a kapcsolatot tartani, de az SMS szolgáltatás miatt sok embernek megnőtt a telefon számlája, mert ismerősei olyan híreket közöltek melyek nem voltak igazán relevánsak,

⁶ <http://www.business2community.com/expert-interviews/phantom-interview-with-groupon-ceo-andrew-mason-on-his-resignation-letter-0426569>

többek között a vacsora összetevőit, vagy receptjét. A rövid szöveges üzenetek miatt sajnos volt egy rés a szolgáltatásban, de ezt ma már sikerült orvosolni a fejlesztőknek.

Ezek a cégek híresek lettek és igen nagy profitot termelnek, szerencsére a piacon még van hely további belépőknek, ilyen lehet pl. az Ali baba, mely egy kínai aukciós, árucserélő oldal, amelynek részvényei iránt legalább akkor a kereslet mutatkozik rá, mint korábban a Facebook esetében.

9.b Hazai startup cégek esettanulmányai

Sajnálatos az a tény, hogy külföldiek még mindig nem igazán tudják, hogy hol is van Magyarország, sokszor tévesen Ázsiában helyezik el országunkat földrajzilag. Igen persze vannak olyan jellegzetes dolgok, melyek csupán minket-magyarokat jellemez, azaz *hungarikum* a gulyás, halászlé, szaloncukor, téliszalámi, tokaji aszú, Túró Rudi, Unicum, kalocsai hímzés, a Zsolnai porcelán, Rubik kocka és ez csak egy pár a sok közül mert a sor még tovább folytatható. Ha azt mondjuk, hogy Puskás Ferenc, már jobban fog menni a besorolás, de ő már egy ötven évvel ezelőtti legenda, akinek mindig kiemelkedő helye lesz a történelemben. Ugyanakkor jó lenne a mai fiatalok nevét is ide sorolni, mint például a **LogMeIn, az NNG, a Prezi, Ustream, vagy éppen a Tresorit**, a már korábban említett cégek megalapítóit és vezetőit.

„Ez olyan világ, ahol nem számít, honnan jöttél, milyen a bőrszíned, milyen nemhez vonzódasz, milyen ruhát hordasz, vagy, hogy mennyire befolyásos az apád. Ahol csak az számít, hogy te magad mit tudsz letenni az asztalra. Ebben a világban nem leszel kevésbé érdekes vagy kevesebb, ha Magyarországról jöttél, sőt!”⁷

Ezt **Kovács Péter** mondta, aki az első Central European Startup Awards (CESA) egyik szervezője és nem mellesleg az **IseeQ** nevű fejadász startup társalapítója és egyik vezetője. A cég nem egy hagyományos fejadász cég, hanem sokkal több annál, összehozza a startup vállalatot a befektetővel, illetőleg azzal, aki hasonló profilu cégnél tevékenykedik, nincs még egy ilyen típusú fejadász cég Európában. A vezető fontosnak tartja a már korábban említett munkakörnyezetet is, mert tudja, hogy ha a dolgozók elégedettek, akkor jobb teljesítményre lesznek képesek, ezért működtet egy kávézót, melynek neve *HQ, the Social Coffeeshop*. Itt a dolgozók nem csupán kávé és szendvicset vehetnek, hanem egymással is szóba elegyedhetnek,

⁷ Forrás: http://hvg.hu/enesacegem/20140907_Otven_eve_volt_Puskas_most_hol_vagytok

ismerkedhetnek. Missziójuk, hogy a magyarokat külföldre, míg a külföldieket Magyarországra közvetítsék, mindezt a nemzetköziesítés nevében.

Most pedig tekintsük át a hazai startupok születését és sikeressé válásnak folyamatát.

Név	Termék/ szolgáltatás	Alapítás éve	Alapító	Felhasználók száma	Ár- bevétel	Alkalmazot- tak száma
LogMeIn	távéleri szolgáltatás	2003	Anka Márton, Michael Simon	nincs adat	140 millió USD	575
Ustream	video-streaming	2007	John Ham, Brad Hunstable, Fehér Gyula	50 millió fő felett	évente 5,8 millió USD	120 felett
Prezi	prezentáció- készítő	2008	Árvai Péter, Somlai- Fischer Szabolcs, Halácsy Péter	40 millió fő felett	nincs adat	40
Tresorit	biztonságos felhő- szolgáltatás	2011	Lám István	125 millió fő felett	nincs adat	40

LogMeIn

A felhasználók világszerte a LogMeIn megoldásait használják PC-khez, Macintosh számítógépekhez, szerverekhez, okos telefonokhoz és más, hálózatba kapcsolt eszközökhöz távvezérlésre, fájlmegosztásra, rendszerfelügyeletre, adatok biztonsági mentésére, üzleti csoportmunkára, valamint igény szerinti ügyféltámogatásra. Világszerte több mint 125 millió ember használja ezt a szolgáltatást. A 2003-ban megalapított LogMeIn internacionális főhadiszállása Bostonban (Massachusetts állam, USA), délkelet-ázsiai, ausztráliai és óceániai regionális központja Sydney-ben, európai főhadiszállása Dublinban, fejlesztőközpontja pedig Budapesten és Szegeden található.

A szolgáltatás sokat utazó embereknek, de vállalkozóknak egyaránt érdeme használni, hiszen több ezer km távolságból is elérhetővé válik számukra az otthoni PC gépük, zsebszámítógépről vagy éppen az autó fedélzeti számítógépéről.



11.kép: A LogMeIn működése⁸

A céget a dot.com lufi kidurranása (lásd bővebben 7. oldalon) után 2003-ban alapította Michael Simon és Anka Márton. Az éves árbevétele 140 millió dollár (35 milliárd Ft), az alkalmazottak száma pedig 500 fő felett van.

Prezi

Ez egy Flash-alapú, internetes prezentációkészítő szoftver. A Prezi mottója, „*Ideas matter*” – középpontban az ötletek, középpontban a gondolatok. A felhasználók előtt a rendszer 2009. április 5-től áll nyitva, magyarul 2014. április óta érhető el. A céget 2009-ben alapította Árvai Péter, Somlai-Fischer Szabolcs és Halácsy Péter.



12.kép: A Prezi alapítói (balról jobbra Halácsy Péter, Árvai Péter, Somlai-Fischer Szabolcs)⁹

⁸ Forrás: <https://secure.logmein.com/HU/about/aboutus.aspx>

⁹ Forrás: http://www.lafemme.hu/emberek/636_gyerekkent_nem_felunk_almodni

A program azért jó, mert nagyon felhasználóbarát és a használó teljes mértékig kiélheti benne a kreativitását, hiszen az elemeket úgy és olyan formában szerkeszti, ahogyan neki tetszik.

Alapvetően három verzió közül választhatnak a felhasználók:

- Public: ingyenes, 100 MB tárhellyel rendelkezik, az így készített prezentációk nyilvánosak.
- Enjoy: éves díj ellenében a tárhely 500 MB-ra nő, a prezentációk privát mentésének lehetőségével.
- Pro: emelt éves díj ellenében 2 GB-ra bővül a tárhely, titkosított csatornán érhető el a szerkesztő, és jogosultságot biztosít az offline szerkesztő (Prezi Desktop) használatára.

Tanárok és diákok számára elérhetőek az Edu Enjoy és Edu Pro verziók, amelyek a hasonló nevű csomag szolgáltatását kínálják csökkentett áron.

2014 júniusában a cég elnyerte a The Europas Awardsnak az egyik kategóriáját, egészen pontosan a legjobb alapítónak járó díjat, hiszen nagyon rövid idő alatt több mint 40 millió felhasználót tudhat magáénak.

Ustream

A céget 2007-ben hozta létre John Ham, Brad Hunstable, Fehér Gyula. Az elmúlt években olyan eszközzé fejlődött, amely a társadalom bármely szegmensének lehetővé teszi, hogy élményeit élőben ossza meg világszerte. Legyen az sajtótájékoztató, termékbemutató, oktatási program, vagy civil újságírás, az Ustream felhőalapú platformja elsőrangú minőségű streaminget nyújt több millió néző egyidejű eléréséhez. Küldetésük az, hogy megteremtsék a lehetőségét az üzleti vállalkozásoknak és a civil szférának arra, hogy minél hatékonyabbak lehessenek, és mélyebb kapcsolatokat alakíthassanak ki a videó erejével.



13. kép: Az Ustream magyar alapítója Fehér Gyula.¹⁰

A fejlesztő központja Budapesten, az Andrásy úton található, és már több mint 50 millió felhasználóval büszkélkedhet a startup vállalat. 2008-ban 11 millió dollárral, majd 2010-ben 20 millió dollárral növekedett a cég tőkéje.

Tresorit

2011-ben a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem (BME) három hallgatója, Eisenberger András, Lám István és Szebeni Szilveszter – Buttyán Levente oktatói támogatásával – odáig jutott egy fejlesztéssel, hogy felvetődött a gondolat: az ötlet továbbfejlesztésére, megvalósítására és értékesítésére céget kellene alapítani. Bevett gyakorlat, hogy a felhőalapú tároló rendszerekben az adatokat a szerver oldalán titkosítják. Ha tehát egy arra jogosult felhasználó le akarja tölteni az adatokat a felhőből, a titkosítást a szerveroldalon fel kell oldani. Szakértői vélemények szerint ez a megoldás nagy kockázatot rejt magában, hiszen illetéktelenek is hozzáférhetnek ezen információkhoz és visszaélhetnek vele. A fiataloknak az egyetem segítséget adott, de a vállalkozást nem az intézménnyel közösen kezdték, hanem mint „magánszemélyek”.

SmartVineyard™

Ez is egy új alkalmazás, mely főként a szőlészeteknek és a borászoknak hasznos és világszerte egyedülálló. A szőlőföldekre helyezett készülékek precíziós szenzorok révén mérik azokat az időjárási, mikro klimatikus mutatókat, melyek szerepet játszanak bizonyos szőlőbetegségek

¹⁰ Forrás: http://www.lafemme.hu/emberek/636_gyerekkent_nem_felunk_almodni

keletkezésében és terjedésében. A készülékben lévő GSM kártya feltölti a mért adatokat a szerverre, ahol bonyolult matematikai modellek (algoritmusok) útján a rendszer kiszámítja a fertőzés adott területen való kialakulásának valószínűségét. A szőlész pedig egy internetes felületen tudja figyelemmel kísérni a szőlőjében lévő fertőzéseket. A technológia népszerűségét mi sem jelzi jobban, minthogy olyan neves használói vannak, mint például a Gere Tamás és Zsolt Pincészet, Bock Pincészet, Dula Szőlőbirtok, Szent Gaál Pincészet, Pannonhalmi Apátság Pincészet, Varsányi Pincészet vagy a Tringa Borpince.

10. Kapcsolatfelvétel lehetőség startup cégekkel, startup információk 2024-ben - néhány elérhetőség a teljesség igénye nélkül

A PADME Alapítvány könyvkiadója a Pallas Athene Kiadó.

Kiadványaik megtalálhatóak: www.pallasathenekiado.hu

<https://startupguide.hu/>

<https://forbes.hu/lists/a-legforrobb-magyar-startupok-2023/>

<https://magyar-startup-kozossege.hu/>

<https://www.innonic.com/blog/10-felkapott-magyar-startup/>

A Tiszaroffi Ösztöndíjpályázat hallgatóit képző Felsőoktatási intézmények kutatási – innovációs tevékenységeit bemutató honlapok:

<https://unideb.hu/tudos-egyetem>

<https://unideb.hu/innotop>

<https://u-szeged.hu/tudomany-innovacio/kutatas-fejlesztes>

<https://uni-eszterhazy.hu/innovacio>

<https://palyazatok.uni-mate.hu/innov%C3%A1ci%C3%B3s-k%C3%B6zpont>

<https://agrargazdasag.uni-mate.hu/p%C3%A1ly%C3%A1zat/-/content-viewer/eit-startup-programok-2024/20123>

<https://www.ludovika.hu/magazin/konyvtar/2024/06/20/segithet-a-kozszfera-az-elfojtott-innovacion/>

11. Szó-, fogalomtár

Mivel a startup világában sok minden angolul van megadva, így néhol kissé nehézkes a fordítás vagy szinte elképzelhetetlen, így vannak olyan kifejezések, melyek nem kerülnek lefordításra, ez is azt a célt szolgálja, hogy a nemzetek között a startup nyelvezet egységes és mindenki számára közérthető legyen.

A/B Testing

Egy marketing módszer annak tesztelésre, hogy termék/szolgáltatás 2 (kis mértékben) különböző típus közül melyik lenne a népszerűbb a fogyasztók körében.

Accelerator

Ezek azok a vállalatok, akik a startupot támogatják néhány tízezer dollárral, többek között oktatással, co-working (közösségi) irodával és kapcsolati hálóval.

Angel investors

Az üzleti angyalok, aki magántőkéjüket fektetik az induló vállalatba kezdeti fázisban. Ez általában néhány ezer és 1-2 millió dollár között mozog.

Board

Igazgatótanács, legtöbbször Board of Directors vagy Board of Advisors.

Bootstrapping

Ez a startup első fázisa, mikor még nincs külső tőke a vállalatban, csupán az alapítók finanszírozzák.

Branding

Kereskedelmi márka létrehozását jelenti, beletartozik az arculati építés is.

Business model

Üzleti modell, mely alapján a befektető tőkéhez juttatja a startup vállalkozást.

CEO (Chief Executive Officer)

Ő az első számú operatív vezető, vagyis a „Nagyfőnök”.

CFO (Chief Financia Officer)

Ő a cégnél a pénzügyi igazgató.

Common stock

Az a részvényosztály, melyet az alapítók, birtokolnak, és ezzel vétójog is társul szemben a befektetői (Preferred Stock) szemben.

Conversion

A term sheet (együttműködési dokumentum) egyik lényeges pontja, tartalmazza, hogy a befektetői részvények hogyan válhatnak alapítói (vétó előjogi) részvényekké.

Competitive edge

Versenylőnyök.

Crowdfunding

Egy projekt (internetes) közösségi finanszírozása.

Deck (vagy pitch deck)

Ez a befektetőknek összeállított prezentációt jelenti, melyben megmutatja a startup az ötleteit.

Dilution

Az alapítók és a befektetők százalékos aránya, mely nagyban és hosszú távon meghatározza a cég működését = tőkefeszültségből adódó problémák

Disruptive startup

Ezek a legsikeresebb, leginnovatívabb startupok, melyek képesek egy egész iparág megváltoztatására.

Early adopter

Ők a korai befogadók, melyek a legnagyobb hajlandóságot mutatják az adott termék/szolgáltatás iránt, ez egy fontos visszajelzés a korábban említett márkaépítés miatt.

Elevator pitch

Ez egy 30-40 másodperces rövid összefoglalása a startup vállalatnak. Olyan, mintha egy üzleti befektetőt annyi idő alatt kellene a sikeres ötletről meggyőzni, míg a lift a 30. emeletre ér.

Equity

Vagyonban tulajdonrész, a kötelezettségek levonása után, tulajdonképp részvényt, részesedést jelent.

Exit

A cég tőzsdére vitele, részleges értékesítése. E minden startup cég alapvető célja.

Found

Ez a befektetési alap, olyan 200-300 millió dollár magán forrás, melyet egy vélhetőleg sikeresen működő vállalkozásba investálnak a befektetők.

Gamification

A termék/szolgáltatás játék elemekkel való színesítése, ezt főként a dot.com cégek esetében alkalmazzák előszeretettel.

Growth hacking

A startup vállalkozás nem tradicionális növekedése kreatív és újszerű megoldásokkal.

Hockey-stick növekedés

Vagyis hokiütőszerű növekedési ütemet produkáló cég, vagyis az elején kis mértékben nő, majd meredeken emelkedni kezd a cég értéke.

Hustler

Az üzletfejlesztésért felelős személy. A jelentése kissé kétértelmű, de startup világban leginkább beleváló, ravasz és kreatív felhangot kap és nem negatív értelmű.

JEREMIE (Joint European Resources for Micro to Medium Enterprises)

A név szószerinti értelmezésben „Isten emel fel”. A startup világában ez annyit tesz, hogy Közös Európai Források Mikro és Közepes Vállalkozásokért, de szokták nagy kockázati tőkés cégformaként is emlegetni.

Liquidation preference

Egy befektető előre megadott megtérülési indexe. Két formája a participating és a non-participating liquidation preference. *Nem azonos az IRR-rel*, ami egy %-os megtérülési elvárás mutatószáma. A belső megtérülési ráta egy olyan mutató mely mellett a nettó jelenérték (NPV) nullával egyenlő. A befektetés akkor kifizetődő, ha az IRR nagyobb, mint a piaci kamatláb.

<i>LIQUIDATION PREFERENCE</i>	<i>IRR (Belső megtérülési ráta)</i>
befektetett összeg*meghatározott megtérülési százalék	$NPV=C_0+\frac{C_1}{1+IRR}+\frac{C_2}{(1+IRR)^2}+\frac{C_n}{(1+IRR)^n}=0$

Monetizáció

Pénzzé tételt jelent. A startupok esetében ez az üzleti modell meghatározásra használjuk.

Monthly burn rate

Azt a pénzmennyiséget jelöli, amit a vállalat egy hónap alatt felél. A befektetők ez alapján konklúziót tudnak a befektette összegük megtérüléséről levonni.

MVP (Minimum Viable Product)

A legrövidebb idő alatt elkészülő első működő képes prototípus.

NDA (Non-Disclosure Agreement)

Ez a titoktartási megegyezés, hiszen itt több millió dollár értékű üzleti titkok birtokában vannak a fejlesztők, alkalmazottak, legalább olyan titokban kell kezelni, mint a kólának, vagy egy lilatehenes csokoládé összetevőinek pontos receptjét.

One-pager

Egy oldalas vezetői rezümé, mely szigorúan egy startup konkrét tényszerű adataira vonatkozik. A cég mögött állóknak kiadott szakmai dokumentum – azaz nem marketing anyag.

Option pool

Az alkalmazottaknak, tanácsadóknak és egyéb – nem Alapítói státuszú - szereplőknek autonóm részvényopció a cég teljes részvény-pakettjéből.

Pay-to play

A term sheet-ek egy alapvető gazdasági jellegű pontja, ami megfogalmazza, hogy egy elkövetkező befektetés esetén a régebbi befektetők csak akkor tarthatják meg előjogaikat, ha részt vesznek a következő investálási körben is. Tőkeerős és határozott befektetők maguk szokták kérni.

Preferred stock

Ellentétben a common stock-al (52. oldal) ez az elsőbbségi részvényeseket jelöli, akik vétőjoggal rendelkeznek.

Premoney

A cég befektetés előtti értéke, kockázati tőke jellegű befektetésnél.

$$\text{Postmoney} = \text{premoney} + \text{befektetés}$$

Pre-seed fázis

A startup legkorábbi fázisa (12. oldal). Ez az a szakasz, ahol az az ötlet, a célcsoport, a megoldás és a termék piaci életképességének igazolásáról szól.

Reverse vesting

Ezok a személyek azonnal megkapják részesedésüket a vállalkozásban, azonban idő előtti (általában 4 évnél korábbi) távozásuk esetén kötelező érvénnyel el KELL adni e részesedés időarányos részét annak a gazdasági társaságnak, melyben részesedést szereztek.

Seed fázis

A startup második fázisa a pre-seed után (12. oldal), itt kerül megépítésre a prototípus valamint az ötletet a célcsoporthoz kezdjük el igazítani, ha az ötlet még továbbfejlesztéseket igényel. Az ekkor történő befektetés általában 250 ezer és 2 millió dollár közötti összeget jelent.

Startup

Olyan induló innovatív vállalkozás, mely rövid idő alatt jelentős üzleti sikerekre tesz szert. Vagyis olyan cég, mely gyors és globálisan skálázható növekedésre alkalmas és tartós versenyelőnyét valamilyen technológiai vagy üzleti innovációra építi.

Startup ökoszisztéma

Vállalkozók, befektetők, blogok, szaksajtó, inkubátorok, accelerator-ok, illetve egyéb szakemberek és szervezetek által alkotott közösség, mely az induló vállalkozások körül létezik.

Irodalomjegyzék:

- 1) Chris Guillebeau: The \$ 100 Startup, Crown Business Published, 2012
- 2) Eric Ries: Learn Startup- Hogyan tegyük ötleteinket sikeressé és fenntarthatóvá? HVG Kiadó Zrt., Budapest, 2013
- 3) Klein, S: Munkapszichológia, Budapest, EDGE, 2004, p. 78
- 4) Galántai Gergely: 21 nélkülözhetetlen lépés mielőtt vállalkozást indítasz, Plain Consult Kft, 2014
- 5) Ken Blanchard, Don Huston, Ethan Willis: Az egyperces vállalkozó- A sikeres vállalkozás létrehozásnak és fenntartásának titka, Pongor Publishing Üzleti Kiadó, 2011 ISBN 963-893-845-9
- 6) Szerkesztette: Juhász József, Szőke István, O. Nagy Gábor, Kovalovszky Miklós: Magyar Értelmező Kéziszótár A-K, Akadémiai Kiadó, Budapest, 1992, p. 100
- 7) Tóth Mihály: Facebook marketing- Útmutató a közösségi marketinghez, Marketing Kiadó, 2013, ISBN 963-086-541-8
- 8) Veisz Alinda: Bridge Generáció- Álmodból üzlet: Prezi, Ustream, LogMeIn, Kossuth kiadó, Budapest, 2013
- 9) Záboji B. Péter: Startup, felnőtteknek!, Underground Kiadó, Budapest, 2014, ISBN 978-963-08-9448-7,

Internetes forrás:

- 1) http://www.piacprofit.hu/kkv_cegblog/ceghirek/nincs-lekuzdhetetlen-akadaly-az-amerikaban-siker-es-magyar-uzletember-szerint/
- 2) <http://www.strike-jobs.co.uk/articles/top-5-amazing-offices-12.htm>
- 3) http://hvg.hu/enesacegem/20140907_Otven_eve_volt_Puskas_most_hol_vagytok
- 4) <https://secure.logmein.com/HU/about/aboutus.aspx>
- 5) http://www.lafemme.hu/emberek/636_gyerekkent_nem_felunk_almodni
- 6) <http://www.hotdog.hu/kaleidoszkop/eletmod/google-a-nagy-sikersztori>
- 7) <http://www.anna.hu/hirek/a-facebook-alapito-lett-az-ev-embere-3286.html>
- 8) <http://startupdate.hu/startup-szotar/>