



HAJDÚ-BIHAR MEGYEI
KERESKEDELMI ÉS
IPARKAMARA

ÚTMUTATÓ A NEMZETKÖZI PIACRA LÉPÉSHEZ



Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	3
I. Nemzetközi piacra lépés előkészületei	5
1.2. Milyen erősségeket és fejlesztendő területeket vizsgáljunk?	6
1.2.1. Szervezeti felkészülés exportra	6
1.2.2. Marketing és értékesítés	7
1.2.3. Innováció és szellemi tulajdonvédelem	9
1.2.4. Termelés és szolgáltatás	11
1.2.5. Pénzügyi kapacitás.....	11
1.2.6. Kockázatkezelés.....	12
II. Tesztek, gyakorlati útmutatók	13
III. Külföldi partnerkeresés az Enterprise Europe Network segítségével	15
3.2. Tanácsadás.....	16
3.3. Szakvásárok, kiállítások, nemzetközi üzletember találkozók	17
3.3.1. A gyakorlatban:.....	17
3.3.2. Virtuális üzletember találkozó	18
3.3.3. Üzleti ajánlatok	19
3.3.4. A gyakorlatban:.....	20
3.3.5. Innováció.....	20
3.4. InfoPontok.....	21
3.4.1. Olasz InfoPont.....	21
3.4.2. Német InfoPont	22
IV. Adatbázisok, képzések	23
4.1. Export Directory	23
4.2. Nemzetközi piacelemzési eszköztár	24
4.3. Care & Industry together against CORONA – virtuális egészségügyi.....	24
4.4. Integrált Képzési Rendszer	25
4.5. Google Digitális Workshop.....	26

Bevezetés

A hazai gazdasági környezetben való minél jobb eligazodás ösztönzése mellett a Hajdú-Bihar Megyei Kereskedelmi és Iparkamara deklarált célja a magyar vállalkozások külföldi piacra juttatásának az elősegítése is. Egyre inkább feladatunknak tartjuk – összhangban a kormányzat törekvéseivel – azt, hogy amit eredmény oldalon kivisznek az országból a multinacionális cégek, azt a pénzt a kkv-szektor képes legyen egyre nagyobb mértékben az exportból visszahozni.

Amikor egy magyar vállalkozás más földrészre lép, nemcsak az ottani jogszabályi környezettel, de a munka- és a vállalalkozási kultúrák különbözőségével is számolnia kell. Ebben a felkészítő szakaszban is igyekszik a Kamara hazai cégeknek segítséget nyújtani: információkkal, kiadványokkal, tréningekkel, szakmai konferenciák, üzleti utak, kétoldalú tárgyalások szervezésével.

A Hajdú-Bihar Megyei Kereskedelmi és Iparkamara színvonalas szolgáltatásaival – magasan képzett munkatársaival – támogatja a helyi vállalkozások működését, versenyképességük, innovációs tevékenységük növelését, piacra jutásukat, külföldi kapcsolataik szélesítését. A Kamara egyik stratégiai feladata a **külföldi kapcsolatok erősítése**, melynek révén lehetőséget teremt a helyi vállalkozások külföldi piacokon való megjelenésére, illetve a külföldi üzleti partnerek, befektetők megyében való letelepedésére, közös vállalkozások alapítására.



Ehhez nyújt segítséget az **Enterprise Europe Network** is, amely a Kamarán keresztül, 63 országban több mint 600 szervezettel köti össze a helyi vállalkozásokat.

A koronavírus okozta bizonytalan gazdasági helyzetben Kamaránk még fontosabb feladatának érzi, hogy amennyire csak lehet, levegye a vállalkozások válláról a terhet oly módon is, hogy napi szinten biztosít naprakész, könnyen hasznosítható információkat a vállalkozók számára.

Az **„Útmutató a nemzetközi piacra lépéshez”** című kiadvánnyal Kamaránk elsődlegesen a hazai mikro- és kisvállalkozásoknak kíván segítséget nyújtani, hogy a jelen gazdasági körülmények között megkönnyítse a külpiacra lépés folyamatát.



A vállalkozások kényszerhelyzetben vannak, valamilyen módon reagálniuk kell a válságra. Közép- és hosszútávon szükség van a **gazdaság újraindulására való felkészülésre**, és a fellendülés adta **lehetőségek** hatékony **kihasználására**.

Ezért minden vállalkozás számára fontos feladat, hogy:

- mérlegelje a külpiacra lépés lehetőségét
- alaposan mérje fel a cég felkészültségét
- készítsen tervet a nemzetközi terjeszkedés megvalósításához
- utána járjon, hogy milyen pályázati lehetőségek, támogatások, képzések lehetnek segítségükre a céljuk elérésében, valamint, hogy miként kerülhet kapcsolatba potenciális külföldi üzleti partnerekkel a lehető legegyszerűbb és legmegbízhatóbb módon.

Ennek érdekében kiadványunkban igyekeztünk összefoglalni a leglényegesebb információkat, a fentebb említett témák érintésével.

I. Nemzetközi piacra lépés előkészületei

Annak, aki exportpiacra készül, tisztában kell lennie azzal, hogy a vállalkozása versenyképes-e az exportpiacokon, azaz exportképes-e egyáltalán. Ennek eldöntéséhez elemeznie kell a cég működésének teljes spektrumát, majd azt is meg kell vizsgálnia, hogy a megvalósításra váró exportprojekt tekintetében mennyire tekinthető felkészültnek a vállalkozás.

Mára Magyarország már egy **globális piactér** részévé vált, melyet egyre több vállalkozás ismer fel, és aknázza ki a lehetőségeket a nemzetközi piacok által nyújtott lehetőségekből.

Miért is érdemes exportálni?

A vállalkozás számára egy kiváló **lehetőség a fejlődésre**, az online térben, digitális eszközök segítségével könnyedén elérhetőek és feltérképezhetőek a piacok és a piaci igények.



Azonban az exportra törekvés nem elegendő, tudatos és alapos felkészülést igényel. **Kiadványunkban útmutatót, iránytűt kap az exportra való felkészülés legfontosabb elemeihez.**

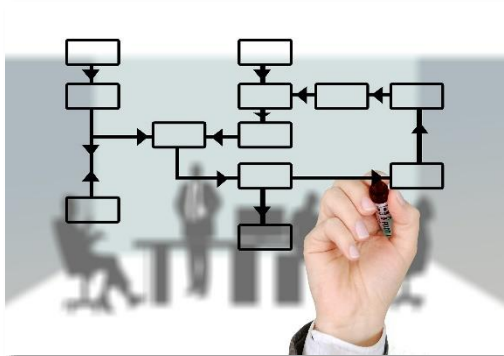
1.2. Milyen erősségeket és fejlesztendő területeket vizsgáljunk?

A fejezetben bemutatjuk, hogy melyek azok a funkcionális területek, melyeket fejlesztve gördülékenyebben tud Ön is felkészülni a külpiacra lépés kihívásaira, az exportképességtől az exportálásig.

1.2.1. Szervezeti felkészülés exportra

Menedzsment és HR

➤ *Mennyire felkészült a vezetőség arra, hogy sikeresen az exportpiacra vigye a céget?*



A vállalkozás szervezeti felépítése meghatározza, hogy kit vagy kiket tekintünk felelős döntéshozóknak, azaz ki irányítja egyedül vagy néhány vezetőtársával együtt a cég működését. Az egyszerűség kedvéért most egy olyan szervezeti modellt választottunk, amelyet egyetlen ember irányít – ha többen tartoznak a

döntéshozók közé, akkor a következő kérdések mindegyikükre vonatkoznak. Válaszoljon őszintén, akkor is, ha Ön a cég egyedüli vezetője!

Vezetés

Valóban jól ért-e a csapat irányításához? Mennyire erőssége a csapatmunka? Hogyan tudja motiválni a munkatársait? Mennyire példamutató a munkához való hozzáállása? Bátorítja-e, vagy inkább akadályozza az újító törekvéseket?

Tervezés

Mennyire ért a tervezéshez? Képes-e egyedül a hosszú távú, stratégiai döntések meghozatalára? Tudja-e, hogyan kell az exportstratégiából a rövid távú akcióterveket levezetni? Összhangba tudja-e hozni a vállalkozás hazai stratégiáját a külpiaci stratégiával?

Menedzsment

Képes-e egyidejűleg több projektet is kézben tartani? Megosztja-e a fontosabb feladatokat is, vagy mindent egymaga szeret kézben tartani és ellenőrizni? Milyen munkamódszerrel oldja meg a felmerülő problémákat? Igénybe vesz-e valamilyen

segítséget (pl. döntés-előkészítést) a döntései meghozatalához? Mennyire fókuszál az ügyfelek igényeire?

Kommunikáció

Tisztán és egyértelműen kommunikál-e a munkatársai és a piac felé? Egyértelmű elvárásokat támaszt-e a kollégái felé? Képes-e rugalmasan változtatni a döntéseken, módszereken, munkafolyamatokon, stb. ha változnak a feltételek? Beszél-e idegen nyelveket? Hogyan fog tárgyalni a külföldi partnerekkel?



(Saját maga az adott idegen nyelven, vagy tolmács segítségével?)

➤ ***Mennyire felkészültek a munkatársai arra, hogy hatékonyan járuljanak hozzá a cég exportpiacra lépéséhez?***

- Beszélnek-e idegen nyelveket?
- Felkészültek-e a nemzetközi folyamatok kezelésére?
- Képesek-e a külpiac minőségi elvárásainak megfelelően dolgozni?
- Rendelkeznek-e a megfelelő kompetenciákkal és nyelvtudással azok a szakemberek, akik a külföldi projektekkel foglalkoznak majd? (Ez különösen a marketing és az értékesítés területén kardinális kérdés, de másféle speciális szakismeretre is szükség lehet egy-egy ágazatban.)

1.2.2. Marketing és értékesítés



Mennyire versenyképes a cég a **nemzetközi marketing** vonatkozásában? Az exportprojekt legelején még nem jött el az ideje annak, hogy kidolgozzuk az exportstratégiát, ami majd meghatározza a nemzetközi piacokra tervezett

marketingtevékenységünket. A belső feltételek vizsgálatakor azonban fontos felmérni, mennyire készült fel a vállalkozás arra, hogy színvonalas exportmarketinget folytasson. A marketing sokféle értelmezése miatt külön kiemeljük az **értékesítést**, ami egyes definíciók szerint a marketing részét képezi.

Stratégia:

Rendelkezik-e a vállalkozása olyan **értékesítési stratégiával**, ami az újításokat közvetlenül a nemzetközi piacon hasznosítja? / Van-e elképzelése arról, hogyan fogja kialakítani az **exportstratégiáját**?

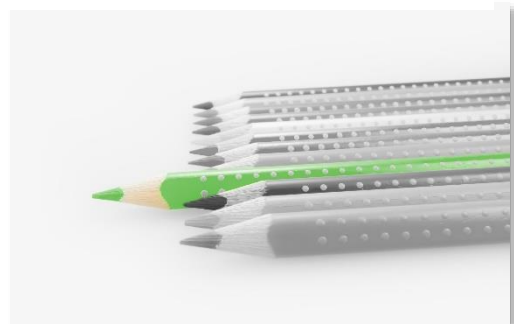
i *A részletes válaszban segít a fejezethez kapcsolódó munkalap!*

Stratégia alkotás szempontjából nagyon fontos, hogy konkrét és reális legyen, valamint összhangban legyen a vállalkozás működésével. A **SMART**, azaz „okos” módszertan segítségével célozottabban készítheti stratégiáját.

- S** (*specific*) konkrét, pontosan behatárolt célok meghatározása
- M** (*measurable*) mérhető, az eredményeket folyamatosan mérje a kiinduló helyzetből
- A** (*achievable*) megvalósítható, elérhető!
- R** (*relevant*) releváns
- T** (*time-bound*) időben lehatárolt, idő és projektmenedzsment

Megkülönböztetés

Kidolgozták-e már a cég **küldetését** és **USP¹**-jét?
Felismerhető-e a vállalat, azaz foglalkoztak-e az egységes **vállalati arculat** kialakításával?
Rendelkeznek-e a hazai piacon bevezetett termék- vagy szolgáltatás**márkák**kal? Ha igen, mennyire ismerik a vevők ezeket a márkákat?



Árképzés és pozicionálás

A termékek vagy szolgáltatások árait tekintve melyik **piaci szegmens**be tartozik a vállalkozás? Összhangban vannak-e az **árak** a **minőséggel**? Belekényszerül-e a cég az **árverseny**be? Hogyan pozícionálták a piacon a termékeiket/szolgáltatásaikat?

¹ USP: Az USP az angol „unique selling proposition” kifejezés rövidítése, ami magyarul egyedi terméktulajdonságot jelent. Az USP az, ami segíti kiténni a tömegből, és ami bemutatja ügyfeleinek, hogy mi is olyan különleges a termékében, szolgáltatásában.

Forrás: <https://matebalazs.hu/usp.html>

Termék/Szolgáltatás

Tudják-e, hogy mely terméküket vagy szolgáltatásukat lenne érdemes **külföldön értékesíteni**? Vannak-e olyan termékeik, amelyekről úgy gondolják, hogy külföldön nem piacképesek? Képesek-e rövid idő alatt megújítani a **termék/szolgáltatási portfóliót**, hogy reagálni tudjanak a piaci igényekre?

Értékesítés

Végfelhasználók vagy más cégek felé terveznek-e értékesíteni az **exportpiacon**? Kidolgozták-e, vagy átgondolták-e már az **értékesítési folyamatot**? Megfelel-e a tervezett értékesítési folyamat a nemzetközi elvárásoknak? Használják-e **CRM-rendszert**, amelyben nyilvántartják az ügyfél- és partneradatokat, valamint a folyamatokat? Miképpen tervezik kialakítani a **vevőszolgálatot**, a termékeik garanciális és garancia időn túli **szervizelését** (amennyiben releváns)? Végeztek-e már a célszámra fókuszáló **piackutatásokat**, s ha igen, milyen módszereket alkalmaztak? Mennyire tartja fontosnak azt, hogy **elégedettségi felméréseket** végezzenek a vevők körében?

Promóció

Hogyan kívánja elérni a piacot **B2C stratégia** esetén? (B2C: közvetlen értékesítés a végfelhasználók felé.) Hogyan kívánja elérni a piacot **B2B stratégia** esetén? (B2B: vállalatközi piac.) Hogyan fogják kidolgozni a nemzetközi piacra szánt **marketingkommunikációs** anyagaikat? Meg tudják-e oldani ezt házon belül, vagy külső segítségre szorulnak?



1.2.3. Innováció és szellemi tulajdonvédelem

Mennyire tekinthető innovatívnak a cégük? Elég figyelmet fordítanak-e a szellemi tulajdonvédelemre?

Az innovációval a vállalat alapvető célja, hogy **versenyelőnyt** szerezzen. A kkv-k sikeres exportjának feltétele, hogy egyedi termékekkel próbáljanak külpiacon szeregni. Az **innováció folyamata**: ötletek gyűjtése, előzetes kiválasztás, gazdaságosság elemzése, műszaki fejlesztés, termék- és piactesztek, a termék bevezetése a piacra.

Innovatív termékek és szolgáltatások esetében óriási kockázatot vállal az, aki nem foglalkozik a **szellemi tulajdon védelmével**. Szakértők segítségével minden termékre/szolgáltatásra/eljárásra stb. meg lehet találni a megfelelő oltalmi formát, legyen szó akár szabadalmakról, használati mintaoltalomról, védjegy- vagy márkaoltalomról.



Hogyan vélekednek a következő kérdésekről?

- Érdemes-e **újításokkal** előállniuk, vagy inkább a jól **bevált termékeket**, módszereket, folyamatokat kell megtartaniuk?
- Mennyire jellemző a vállalkozására az, hogy **folyamatosan megújítják** a termékeiket/szolgáltatásaikat?
- Tudnak-e **egymástól tanulni** munkatársai a cégen belül?
- Mennyire **innovatívak** a kollégái – kezdeményeznek-e újításokat a saját munkaterületükön? Fontos-e számukra, hogy megfeleljenek a piaci igényeknek (van-e egyáltalán rálátásuk a piaci igényekre), vagy egyszerűen csak teszik a dolgukat?
- Összegyűjtik-e és dokumentálják-e a cégnél az **innovációs ötleteket**? Ha igen, ezt strukturáltan teszik-e?
- Foglalkoztak-e már a **szellemi tulajdonvédelemmel**? Rendelkeznek-e valamilyen szabadalommal, oltalommal?

1.2.4. Termelés és szolgáltatás

Megfelel-e a cég termelési és szolgáltatási tevékenysége a nemzetközi elvárásoknak?

Termelési és szolgáltatási tevékenységével a cég különböző erőforrások felhasználásával új javakat hoz létre. A termék-előállítás tárgyiasult formájával szemben szolgáltatásaival (vagy a kiegészítő szolgáltatásokkal) olyan „végterméket”

vagy előnyt kínál a vásárlóknak, amely nem tárgyiasult, így nem eredményez tulajdonjogot semmi fölött. Bármilyen tevékenységgel foglalkozzon is a cég, ahhoz, hogy a külpiacokon sikeres lehessen, elengedhetetlen a rugalmasság és a gyors alkalmazkodás képessége.



- Rendelkezik-e a cég tartalék kapacitással, vagy képes-e igény esetén bármikor kapacitást bővíteni?
- Megfelelően strukturálták-e a különböző célcsoportok számára a termelést/ szolgáltatást?
- Okozhat-e bármilyen problémát a cég számára az, ha a termelési folyamatokat hirtelen módosítani kell?
- A termelés és szolgáltatás minősége megfelel-e a nemzetközi igényeknek?
- Képesek-e rugalmasan alakítani a logisztikai folyamatokat?
- Ki tudják-e építeni a szükséges vevőszolgálati rendszert?

1.2.5. Pénzügyi kapacitás

Mekkora pénzügyi kapacitással (jövedelemtermelő képességgel) rendelkezik a vállalkozás?

Az exportprojekt megvalósításához szükséges pénzügyi fedezet saját erőforrásból, vagy részben külső források bevonásával is előteremthető. A cégnek bármikor be kell tudni mutatnia pénzügyi gazdálkodásának eredményeit. Ez különösen fontos lehet pl. pályázatok vagy hitelkérelem benyújtásakor, üzleti terv készítéséhez, stb.



- Milyen a cég előfinanszírozási képessége, rendelkeznek-e tartalék cash-flow-val?
- Mennyire stabil a helyzetük a hazai piacon, képesek-e pozitív cash-flow-t termelni a következő években az export finanszírozásához?
- Hitelképes-e a cég?
- Utánanéztek-e annak, milyen előfinanszírozási rendszer/háttér támogathatná az exportpiacra lépésüket?
- Elő tudnak-e teremteni pénzügyi forrásokat új piaci igények lefedésére, vagy új üzletágak kialakítására?

1.2.6. Kockázatkezelés

Végiggondoltuk-e a különböző kockázatokat és veszélyeket?

Nincs olyan cég, amelynek ne lennének gyenge pontjai. Kérdés, felismerjük-e ezeket, és képesek vagyunk-e kezelni a felmerülő kockázatokat, vagy a véletlenre bízunk a dolgok alakulását? Gondoljuk végig azokat a tényezőket, amelyek akadályozhatják a cég belföldi tevékenységét, ill. az exportra való felkészülést! Milyen kockázatokra számíthatunk, és melyek lehetnek az előre nem látható veszélyek?

Forrás: <https://mkikexport.uzletahalon.hu/>

II. Tesztek, gyakorlati útmutatók

Exportkészség tesztek

Ha szeretné megvizsgálni, hogy vállalkozása mennyire készült fel a nemzetközi piacra lépésre, illetve, hogy mely területeken lenne még szüksége fejlesztésekre, változtatásokra, akkor **figyelmébe ajánljuk az alábbi linkeken elérhető tesztek**et:



<https://www.austrade.gov.au/Australian/Export/Guide-to-exporting/Getting-ready-for-export/Getting-ready-for-export>

<https://calgaryeconomicdevelopment.com/ready-to-export/grow-globally/are-you-export-ready/>

Hogyan vállalkozunk Európában? Gyakorlati útmutató

Az Európai Bizottság által létrehozott oldal a vállalkozói tevékenység segítése érdekében.

- vállalkozás működtetése
- adózás
- értékesítés az EU-ban
- humánerőforrás
- termékkövetelmények
- pénzügyek, forráshoz jutás
- ügyfélkapcsolatok



A honlap elérhetősége: https://europa.eu/youreurope/business/index_hu.htm



Export/Import tevékenységet érintő technikai kérdések a COVID-19 világjárvány kapcsán

A COVID-19 járvány okozta megváltozott gazdasági helyzetben egy nemzetközi piacra készülő cégnek tisztában kell lennie a legfontosabb gyakorlati információkkal, mint például a külföldi áruforgalmi korlátozások illetve a határátkelőhelyeket érintő szabályozások. Ezért a HBKIK arra törekszik, hogy hiteles híreket, naprakész információkat biztosítson a kamarai weboldalon (www.hbkik.hu) a vállalkozóknak az alábbi témákban:

- **Rendőrség** határinformációs adatai
- **Személy és teherforgalmat** érintő intézkedések a **határátkelőhelyeken**
- **Külföldön érvényben lévő áruforgalmi korlátozások** (nagykövetségi információk alapján)

III. Külföldi partnerkeresés az Enterprise Europe Network segítségével

Az Enterprise Europe Network az Európai Unió egyetlen és a világ legnagyobb vállalkozásfejlesztéssel foglalkozó hálózata, melynek elsődleges célja, hogy elősegítse a kis- és középvállalkozások **nemzetközi kapcsolatainak bővítését**, valamint a közös piac kínálta lehetőségek megismerését. A hálózat közel 600 üzletfejlesztéssel foglalkozó szervezetet fog össze, **több mint 60 országban**.



Az EEN konzorcium elkötelezett a hazai vállalkozások támogatása iránt, ezért szolgáltatásaiban a járvány gazdasági kárainak enyhítésére helyezi a hangsúlyt.

- A működő vállalkozásoknak szükség esetén **felkutatja a lehetséges beszállítókat**, annak érdekében, hogy ügyfélkörében minél több vállalkozás aktív maradjon.
- A vállalkozókat **személyre szabott távtanácsadással** segíti, hogy meglévő kapacitásaikat esetlegesen egy új üzleti modell köré csoportosítva kamatoztassák.
- Hírt ad az EU-s és hazai **támogatási csomagokról**, eszközökről, valamint alternatív (online) B2B eseményekről.

3.2. Tanácsadás



- Cégre szabott **tanácsadás** személyesen, e-mailben vagy telefonon az Enterprise Europe Network tanácsadóinak segítségével.
- Külpiaci tevékenységet támogató általános gazdasági, kulturális **tájékoztatás**, **piaci információk** beszerzése, szakmai kérdésekben illetékes **intézmények megkeresése**, ajánlása.
- A felmért igények, tervek alapján a külpiacra jutást segítő vagy a külpiaci jelenlétet erősítő **egyedi cselekvési terv** meghatározásában való segítségnyújtás.
- **Exportpiaci** információk nyújtása.
- Nemzetközi **tenderfigyelés**.
- **Exportösztönzési** programok, pályázatok.
- **Klaszterek** és konzorciális együttműködések.

A gyakorlatban:

i *Szeretne nemzetközileg terjeszkedni? Exportálna, de nem tudja, hogy kezdjen hozzá?*

- Személyes tanácsadás alkalmával meghallgatjuk, miben szeretné segítségünket kérni, valamint megismerkedünk cége történetével, tevékenységével.
- Felmérjük a vállalkozása felkészültségét a külpiacon való megjelenéshez. Amennyiben szükséges, javaslatokat teszünk, hogy milyen fejlesztésekre, előkészületekre van még szükség a sikeres külpiaci megjelenés előtt.

3.3. Szakvásárok, kiállítások, nemzetközi üzletember találkozók

Üzleti találkozók, kiállítások, vásárok és konferenciák szervezése Magyarországon, külföldön és online:



- belföldi és külföldi vállalkozások közötti üzleti találkozók szervezése, céges bemutatók, üzleti megbeszélések szervezése belföldön.
- megyei cégek, vállalkozások részére üzleti találkozók szervezése külföldön, vásár-, kiállítás-, vagy üzemlátogatással egybekötve.
- nemzetközi vásárokon, kiállításokon kiállítóként való megjelenés elősegítése (helyi és országos kamarai, valamint társszervezeti szervezésben).

Rendezvény adatbázis: <https://een.ec.europa.eu/events>

3.3.1. A gyakorlatban:

i *Kipróbálná magát kiállítóként? Szívesen részt venne nemzetközi üzletember találkozón?*

- Megkeressük az Ön vállalkozásának legmegfelelőbb nemzetközi kiállítást/B2B találkozót (ágazat, célpiac, erre szánt költségvetés alapján).
- Regisztrációs díjaknak, határidőknek és egyéb feltételeknek utánanézőnk.
- Amennyiben a kiállításnak otthont adó országba való termékek kiviteléhez speciális dokumentumokra lenne szüksége, mi segítünk Önnek ezek beszerzésében (pl. Kamaránk [ATA Carnet](#) igazolványok kiállításával is foglalkozik)
- Megfelelő számú jelentkező esetén megszervezzük a kiutazást, és a helyszínen személyesen is segítséget nyújtunk a sikeres üzletkötéshez.

3.3.2. Virtuális üzletember találkozó

A koronavírus-járvány miatt számos rendezvény került törlésre vagy elhalasztásra. A helyzet áthidalására sok esemény a virtuális térbe költözött át. Manapság a rendezvényszervezők és a rendezvények látogatói egyaránt az internet közelében és okostelefonok társaságában élik mindennapjaikat, így viszonylag könnyen át lehet tenni ezeket a találkozókat a virtuális térbe.



Az EEN sikeresen eddig is sikeresen alkalmazta a **B2match** szoftvert, melynek segítségével az online térben tudta megszervezni az üzletember találkozókat, konferenciákat és workshopokat.

Miért érdemes részt venni a találkozókon?

- a virtuális találkozók segítségével **nemzetközi üzleti partnereket találhat**
- fejlesztheti **üzleti hálózatát**
- nemzetközi **üzleti kapcsolatok** által cserélhet tapasztalatokat
- megismerheti, és követheti a **piaci trendeket**, és technológiai újításokat

Melyek a virtuális találkozók előnyei?

- **könnyű regisztrációs** folyamat
- **nem szükséges szoftvert** telepíteni, elegendő az internetkapcsolat, egy webkamera és egy mikrofon
- **rugalmas időpontfoglalás** a meetingek tekintetében
- a foglalásairól azonnali **visszaigazolást** kap
- **biztonságos**, mivel a profilok ellenőrzési folyamaton mennek keresztül
- a tárgyalópartnerek **profiljai** a találkozót követően is aktívak maradnak, így **visszakereshetőek**

Regisztráció 4 egyszerű lépésben:



A meetingek foglalásához az alábbi videó ad további útmutatást:

https://www.youtube.com/watch?v=D3_hCCct888

3.3.3. Üzleti ajánlatok

Önnek is lehetősége van vállalkozására szabottan keresni az Enterprise Europe Network vállalkozás-fejlesztési hálózat üzleti adatbázisában megtalálható több mint 60 ország üzleti ajánlatai között. A vállalkozások díjmentesen regisztrálhatnak a **Partnership Opportunities Database** (POD) rendszerbe, melynek segítségével lehetőség nyílik az alábbi funkciók elérésére:



- **keresés** az üzleti, technológiai és K+F pályázati profilok és rendezvények között
- **bejelentkezés** a saját fiókba a hírlevél beállításainak szerkesztéséhez
- regisztráció **hírlevélre**.

Amennyiben megfelelő üzleti ajánlatot talál, egy gombnyomással elküldheti számunkra érdeklődését, és már **küldjük is Önnek az üzleti partner elérhetőségeit**. Ehhez nem kell mást tennie, mint regisztrálni és bejelentkezni az alábbi weboldalon:

<https://een.ec.europa.eu/partners>

3.3.4. A gyakorlatban:

i Külföldi beszállítókat keres pl. Ausztriából?

- Készítünk Önnek egy **cégprofil**t, melyben meghatározhatja milyen országokból, milyen partnert és milyen jellegű együttműködést keres (pl. fajtákokat és kishűtőket gyártó cégeként osztrák üzleti partnerekkel forgalmazási és kereskedelmi ügynöki megállapodást kötne).
- Az elkészült cégprofil feltöltjük a **POD rendszerbe**, valamint elküldjük az osztrák Enterprise Europe Network irodák munkatársainak, hogy az általuk képviselt helyi cégeknek személyesen is tudják **ajánlani az Önök profilját**.
- Ha az Önök számára megfelelő partneri ajánlat kerül az adatbázisba, vagy az osztrák Enterprise Europe Network kollégáin keresztül érkezik hozzánk ilyen megkeresés, akkor **összekötjük Önöket a külföldi partnerrel**.

3.3.5. Innováció



Az innováció elengedhetetlen az üzleti növekedéshez. Új termékek és eljárások vagy üzleti modellek bevezetése olyan **piaci előnyökhöz** juttatják a vállalkozásokat, amelyek az **árbevételt** és a **hatékonyságot** is növelik. Az innováció a **versenyképesség** egyik legfontosabb tényezője.

Innovációs tanácsadás:

Az Enterprise Europe Network keretében a Kamara a vállalkozások innovációs tevékenységének, szervezetének felmérését az **IMP³rove** nemzetközi innováció menedzsment tanácsadási módszertan segítségével végezi. Az eszköz segítségével megvizsgálhatók a vállalkozás **innovációs kapacitás növelésének** és tevékenységének hatékonyabbá és eredményesebbé tételének lehetőségei. A módszertan alkalmazásával a vállalkozás jelentősen növelheti hatékonyságát és csökkentheti a piaci bevezetéshez szükséges időt. Az IMP³rove felmérés segít meghatározni az innovációs folyamatok erős és gyenge pontjait, beazonosíthatók a cégen belül azok a területek, ahol változtatásra lehet szükség, amit tovább kell fejleszteni annak érdekében, hogy az innováció pozitív gazdasági hatása minél jobban érvényesüljön.

Ezek mellett részletes, objektív összehasonlítást is biztosít a nemzetközi versenytársak vonatkozásában. Az IMP³rove rendszer olyan iránymutatást ad, melynek segítségével a vállalkozás rátalálhat arra az útra, melyen keresztül sikeresen valósíthatja meg ötleteit.

KAM szolgáltatás:

A KKV Eszköz pályázatok kedvezményezettjeként a vállalkozás jogosult egy **regionális kapcsolattartó** segítségével, speciális innovációs szolgáltatás igénybevételére. A kapcsolattartó, a projekt célkitűzései ismeretében, segíti a vállalkozást az elnyert támogatás optimális felhasználásában, valamint a program keretein belül elérhető szolgáltatások kiválasztásában, igénybevételében. Az Európai Bizottság felkérésére, hazánkban, az Enterprise Europe Network munkatársai töltik be az innovációs tanácsadói szerepet.

Kérje **ingyenes felmérés**ünket és **tanácsadási szolgáltatás**unkat vállalkozása innovációs kapacitásainak kiértékelése és fejlesztési javaslatok nyújtása céljából!

3.4. InfoPontok

3.4.1. Olasz InfoPont

A Hajdú-Bihar Megyei Kereskedelmi és Iparkamarában működő **Olasz InfoPont** közvetlen kapcsolatot biztosít a Magyarországon jelenlevő olasz intézmények egységével, a **"Sistema Italia"**-val, melyet az Olasz Nagykövetség, az Italian Trade Agency (Olasz Kereskedelmi Ügynökség) és az Olasz Kultúrintézet alkot, a Magyarországi Olasz Kereskedelmi és Iparkamarával együtt.



Az Olasz InfoPonton keresztül a régió vállalatai naprakész információkat kaphatnak az **olasz piaccal** kapcsolatban, valamint az InfoPont az **üzletkötés**hez is hozzájárul operatív támogatással. Különböző **olasz vásárokon** való részvétel és **logisztikai segítségnyújtás** is elérhetővé válik általa a régió vállalkozásai számára.

A HBKIK Olasz InfoPontja az alábbi szolgáltatásokat nyújtja:

- **Adatszolgáltatás** és általános tájékoztatás nyújtása az olasz piacról;
- Meghívás minden **Sistema Italia** által szervezett **eseményre**;
- Részletes **tájékoztatás olasz vállalkozásokról** kérelem alapján;
- Tájékoztatás **olasz vásárokról** és hasonló olaszországi **rendezvényekről**;
- Kérelem alapján **segítségnyújtás** olasz vásárokon való **részvételhez**;
- Kérelem alapján **üzleti partnerek felkutatása**;
- Kérelem alapján **kényelvű munkavállalók/személyzet felkutatása**;
- Kérelem alapján **segítségnyújtás** peren kívüli **megegyezésekhez**, valamint elismert **szakemberek és tanácsadók ajánlása**;
- **Logisztikai segítség** nyújtása Budapesten (ügyintézés, termék, irodák bérlése, stb.);
- Közös **rendezvények** szervezése és bemutatása.

3.4.2. Német InfoPont



A Hajdú-Bihar Megyei Kereskedelmi és Ipar-kamara 2019. végén indította el egyeztetését a Német-Magyar Ipari és Kereskedelmi Kamarával az eddigieknél is szorosabb, intenzívebb együttműködésről. Az egyeztetések eredményeként **Német InfoPont** jött létre a Kamarában a 2020. február 27-én megrendezett Magyar-Német Üzleti Fórum alkalmával.

A Német InfoPont hasznos információkat nyújthat a **külpiacra jutásról**, **szakvásárokon** való részvételről, valamint a **németországi üzleti partnerkeresésről**.

A HBKIK Német InfoPontja az alábbi szolgáltatásokat nyújtja:

- Hasznos **tanácsok, információk**: Melyik németországi **szakvásár** a legmegfelelőbb az Ön számára? Kiállítóként vagy látogatóként vegyen részt? Mire ügyeljen a felkészülés során? Hogyan tudja a legtöbbet kihozni a vásári jelenlétből?
- Részletes **tájékoztatás**: Gazdasági jelenlét **jogi formái** Németországban, jogi keretfeltételek (telephely-keresés, cégalapítás, munkaerő kiküldetés, adózási kérdések)

- **Üzletipartner-keresés:** Hogyan találja meg az ideális üzleti partnert Németországban? (Kereskedelmi képviselő, nagykereskedő, gyártó partner keresése).

A gyakorlatban:

i *Építőipari céggént Németországban építőipari munkákat kivitelezne?*

- Utánanézzünk és tájékoztatjuk a szükséges bejelentési és regisztrációs kötelezettségekről (szükséges-e az adóügyi regisztráció, kiküldetési törvény előírásainak ismertetése)

IV. Adatbázisok, képzések

4.1. Export Directory

A Magyar Kereskedelmi és Iparkamara (MKIK) egyik alapvető feladatának tekinti a magyar vállalkozások **külpiaci tevékenységének támogatását**.



E törekvés jegyében az MKIK lehetőséget kíván biztosítani a kamarai regisztrációt teljesítő vállalkozások számára, hogy térítésmentesen bekerülhessenek az **online működő magyar exportőr adatbázisba** (Export Directory). Az Export Directory külföldi cégek számára ad angol nyelven tájékoztatást **exportra szánt magyar termékekről és szolgáltatásokról**.

Az Export Directory-ba a magyarországi vállalkozások regisztrációt követően tölthetik fel adataikat. A vállalkozás kontaktadatait és tevékenységének jellemzőit tartalmazó adatlapot a regisztrációt követően tölthetik ki partnereink. Ha vállalkozása exporttevékenységet nem folytat, de érdekelt az importban, lehetőség nyílik az adatok közzétételére oly módon, hogy azok az Export Directory-ban ne jelenjenek meg, viszont a Kamara munkatársai ezeket felhasználhassák arra, hogy vállalkozása számára testreszabott külgazdasági szolgáltatásokat nyújtsanak.

A honlap a következő linken érhető el: <https://www.exporthub.hu/hu/>

4.2. Nemzetközi piacelemzési eszköztár



A genfi székhelyű Nemzetközi Kereskedelmi Központ (ITC) három hónapig ingyenes hozzáférést biztosít **online nemzetközi piacelemzési eszköztárhoz** (Market Analysis Tools) a COVID-19 járványra való tekintettel.

Az adatbázisok a következő internetes honlapon férhetők hozzá: <https://www.trademap.org>

Az ingyenes használathoz a honlapon regisztrálni szükséges.

4.3. Care & Industry together against CORONA – virtuális egészségügyi platform



A jelenlegi COVID-19 válság során számos kezdeményezés indult világszerte a rászorulókat támogatására, leginkább regionális szinten. Mivel mindannyian azonos kihívásokkal nézünk szembe, megoldásokat kell keresnünk az egész egészségügyi ágazat támogatása érdekében.

A Flanders' Care és a flamand Innovációs és Vállalkozási Központ – Enterprise Europe Network kezdeményezésére, és számos nemzetközi Enterprise Europe Network iroda támogatásával európai platform nyílt **Care & Industry together against CORONA** címmel.

A platform célja a **tudásmegosztás**, az **ajánlatok/keresések megjelenítése**, valamint a regionális célzott **támogatások, eljárások megosztása**. Az oldal lehetőséget kínál célzott **kapcsolatok** kialakítására az egészségügyi, ipari, tudományos élet és a kormányzat

minden szereplőjével. Az érdekelt felek online platformon keresztül bemutatják profiljukat, mely a regionális kapcsolattartók validációja után lesznek nyilvánosak.

Az Enterprise Europe Network is támogatója a kezdeményezésnek, melyre 2020. december 31-ig lehet jelentkezni az alábbi honlapon: <https://care-industry-together-against-corona.b2match.io/>

Fő területek:

- Fogyasztási cikkek (megelőzés / diagnosztika / kezelés / rehabilitáció)
- Diagnosztika (orvosbiológiai / orvosi technológia)
- Sürgősségi orvoslás / mentőberendezés
- Kórházi és ápolási berendezések
- Higiénia, sterilizálás, fertőtlenítés
- Informatikai, kommunikációs technológia, képzőtechnológia
- Intenzív orvoslás, érzéstelenítés, légzés
- Laboratóriumi technológia
- Fizioterápia
- Terápia és fizikai gyógyászat
- Gaming technológia
- Szabadidő
- Korona vírus elleni intézkedések és támogatás
- Egyéb

4.4. Integrált Képzési Rendszer

A HEPA Magyar Exportfejlesztési Ügynökség képzései széles körű, export fókuszú felkészítést nyújtanak a magyar vállalkozások számára. A gyakorlati és naprakész ismeretek átadásával hozzájárulnak a vállalkozások versenyképességéhez és üzleti sikeréhez.



HEPA

Magyar Exportfejlesztési
Ügynökség



INTEGRÁLT KÉPZÉSI RENDSZER

Az Integrált Képzési Rendszer tértől és időtől függetlenül segíti ügyfelek külföldre lépését valamint az ahhoz szükséges tudás megszerzését. A kurzusokon keresztül megismerheti a külgazdasági intézményrendszer szolgáltatásait, a külföldi marketing trükkjeit, a

legfontosabb külkereskedelmi szabályozási, adásvételi folyamatokat, és fejlesztheti kommunikációs, prezentációs képességeit.

Regisztrációhoz kattintson ide: <https://elearning.hepa.hu>

4.5. Google Digitális Workshop



A Google Magyarország társadalmi szerepvállalása jegyében 2017-ben elindította a Digital Workshop országos programot. Ahogy eddig, 2020-ban is, a workshopok mellett új gyakorlati kurzusokat is indítanak. A program elsődleges célja a magyarországi kis- és közepes vállalkozások digitális felzárkóztatása annak érdekében, hogy piacukat és bevételeiket az online területen is növelhessék.

A Google a **Digitális Workshop** keretében egyszerű és érthető **online tananyagokkal** segíti azokat a kkv-kat, akik szeretnék jobban megismerni az internet adta lehetőségeket, így növelve forgalmukat.

További információ és jelentkezés: <https://hbkik.hu/esemenyek/google-webinarium-online-kepzesek-kkv-k-szamara/>



HAJDÚ-BIHAR MEGYEI
KERESKEDELMI ÉS
IPARKAMARA

Kiadja: Hajdú-Bihar Megyei Kereskedelmi és Iparkamara
4025 Debrecen, Vörösmarty utca 13-15.

Telefon: +36 52 500 710

E-mail: [hbik@hbik.hu](mailto:hbkik@hbik.hu)

Web: www.hbik.hu

Készítette: HBKIK Válságkezelési Munkacsoport
Kovács Zsolt
Dr. Kiss András
Kőrösi Vanda
Lipcsey Ágnes
Iván Gábor

Felelős kiadó: Miklóssy Ferenc elnök és Dr. Skultéti Éva főtitkár

Fotók: pixabay.com

2020.