



HAJDÚ-BIHAR MEGYEI  
KERESKEDELMI ÉS  
IPARKAMARA

# ÚTMUTATÓ A NEMZETKÖZI PIACRA LÉPÉSHEZ



## Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	3
<b>I. Nemzetközi piacra lépés előkészületei .....</b>	<b>5</b>
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
<b>II. Tesztek, gyakorlati útmutatók .....</b>	<b>13</b>
<b>III. Külföldi partnerkeresés az Enterprise Europe Network segítségével .....</b>	<b>15</b>
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
<b>IV. Adatbázisok, képzések .....</b>	<b>23</b>
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.**

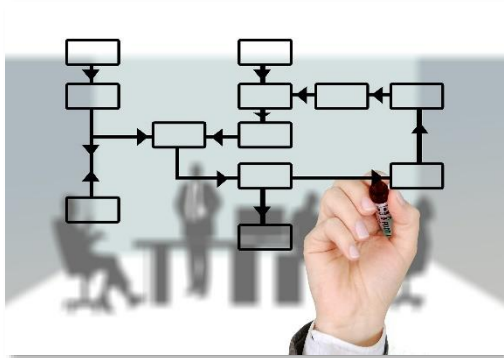
## 1.2. Milyen erősségeket és fejlesztendő területeket vizsgáljunk?

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 külpiacon 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 **USP<sup>1</sup>**-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?

<sup>1</sup> 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 célországra fókuszáló **piackutatásokat**, s ha igen, milyen módszereket alkalmaztak? Mennyire tartja fontosnak azt, hogy **elégedettségi felméréseket** végezzenek a vevőik 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 szerezni. 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 márkaoztalomról.



### *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**? Rendelkezik-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 strukturáltak-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**:



<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](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](http://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](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 **IMP<sup>3</sup>rove** 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 IMP<sup>3</sup>rove 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 IMP<sup>3</sup>rove 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.m kik.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.hbkik.hu](http://www.hbkik.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](http://pixabay.com)

2020.