

Budapesti Gazdasági Egyetem  
Pénzügyi és Számviteli Kar

Zsigri Nikolett

Gazdálkodás és Menedzsment FOSZK/ Kis- és  
középvállalkozások

A vállalkozás hosszabbtávú tervekészítési  
módszere, időtávja

2023

## NYILATKOZAT

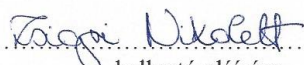
Alulírott **Zsigri Nikolett** büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom, hogy a záró dolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját, önálló munkám eredményei.

A szakdolgozatban felhasznált adatokat a szerzői jogvédelem figyelembevételével alkalmaztam.

Ezen záró dolgozat semmilyen része nem került felhasználásra korábban oktatási intézmény más képzésén diplomaszerezés, vagy záró dolgozat során.

Tudomásul veszem, hogy a záró dolgozatomat az intézmény plágiumellenőrzésnek veti alá.

Budapest, 2023. év 05 hónap 01 nap

  
.....  
hallgató aláírása

Zsigri Nikolett  
Gazdálkodás és Menedzsment FOSZK / Kis- és  
középvállalkozások

Beszámoló a szakmai gyakorlatról

2023

## Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	3
Vállalat bemutatása .....	3
1. Regin egyenlegközlő .....	6
2. Kimenő számlák és bejövő számlák kezelése .....	9
Összefoglaló .....	13
Linkek.....	14

## **Bevezetés**

A BGE Pénzügyi és Számviteli Karon tanulok Gazdálkodás és Menedzsment szakon. A félév során első szakmai gyakorlatomat kezdtem meg. Pénzügyi osztályon tudtam elhelyezkedni a HCS Center Kft-nél, ahol minden feladat új volt számomra, amikhez nyitottan álltam.

## **Vállalat bemutatása**

2023 január elsejével jött létre a cég, amely üzemelteti a Next Stage Brands Kft., MFCCH Kft., NSF Régió Kft., és a BNI Select Kft. cégek által birtokolt brand-eket. A HCS Center Kft. cégcsoportként együtt dolgozik multinacionális céggént további 7 céggel. Korlátolt felelősségű társaságként lett bejegyezve. Ebből a cégből megy az összes utalás, ki- és befizetés. A cég felépítése autokratikus növekvő cég, kezdés óta legalább egy emberrel növekszik a csapat havonta, munkakörtől függetlenül. Tevékenységi köre 8299 M. n. s. egyéb kiegészítő üzleti szolgáltatás. Üzleti szolgáltatásokat kínál. Ebbe tartoznak az üzleti találkozók, társasági események, mesterelmék, tartalomgyártás, táborok, női és férfikör, Networking események, Gálák, Ipari összefogás napok, Origók, SELECT üzleti találkozók, ami az egyik prémium szolgáltatásuk. A különböző találkozókra nem mindenki jelentkezhet. Az első rosta az adott cég árbevételének és kapcsolati tőkéjének mértéke. A fentiekben említettek alapján van több fajta találkozó, ami más célcsoportot céloz meg, mint például vannak a kis- és középvállalkozások jellemzően a 400 MFt. alatti árbevétellel rendelkező vállalkozások. Ők a BNI brand alatt működhetnek. A 400 MFt. feletti árbevétellel rendelkező cégek számára a legmegfelelőbb brand a PSC. A már prémiumként említett SELECT-en 1-10 Mrd Ft. közötti vállalkozások vehetnek csak részt. A 10 Mrd Ft. feletti cégek esetében pedig a PSC10+ brand a megfelelő választás. A BNI üzleti találkozókat egyéni vállalkozók is látogathatják, még ha nem is ők a célcsoportjuk, és ezek mellett tagságot is kaphatnak, ha befizetik a tagdíjat, amivel világszerte 80 ország több mint 300.000 cégvezető közvetlen kapcsolati tőkéjéhez férhetnek hozzá. Ez a BNI korlátlan erőforrásának lehetősége! Dobedu platformon hozzáférést kapnak, hogy fejlesszék magukat és a vállalkozásukat videó segítségével, ahol elismert vállalkozók adnak tanácsot a sikeresebb vállalkozásért. Még 2023-ban bevezetésre kerül a BNI tagság előtti „pre” tagság is, ami azt jelenti, hogy akinek nincsen elegendő networking tapasztalata lehetőséget kapnak a networking tudásuk fejlesztésére annak érdekében, hogy egy év után már tagként tudjanak részt venni a BNI üzleti reggeliken, így is csökkentve annak az esélyét a Magyarországon történő nem tiszta üzleteléseknek. A szervezeti struktúra rugalmas. A szervezeti forma kialakításánál figyelemmel voltak a munkamegosztásra. Gyakran van olyan feladat, ami nem tartozik az egyik munkatárs

pozícióleírásába, mégis foglalkozik vele ezzel erősítve azt az állítást, hogy egy kis cégnél mindenki mindenhez is kell, hogy értsen. A hatáskörök nagyon szépen ki vannak rajzolódva a cég életében, amit a későbbiekben ki fogok fejteni. Koordinációnál figyelembe veszi mindenki, hogy ki kivel dolgozik és mivel tudják a vendégek elérni a dolgozókat. Vendégek megkeresése után, ha nem az adott munkatárshoz tartozik a feladat azonnal tudja delegálni a megfelelő kollégának és a vendéget is. Lineáris szervezeti egységből tevődik össze. Az egész cégre hatásos döntéseket jelenpillanatban a HCS Center Kft tulajdonosa hozza meg, de pár év múlva át szeretné adni az ügyintézési feladatokat az operatív vezetőnek, aki az irodai kérdésekben hoz döntést naponta és még a tagi kérdésekben is segítkezik. Egyre több értékesítő dolgozik nálunk, akik között fel vannak osztva a partnerek ügyfélmegtartás szempontból, illetve rendelkezünk olyan értékesítőkkal, akik vállalkozások tulajdonosaival, vezetőségeikkel veszik fel a kapcsolatot termékeink eladása érdekében. Döntési mechanizmusa a cégnek olyan sorrendben épül fel, amit az ügyvezető dönt olyan formátumban, ami sérthetetlen. Marketing döntésekről csak a marketing vezető dönthet, ha ad jogosultságot az asszisztensnek akkor ő is eldöntheti mit szeretne posztolni vagy, hogy szeretné a projektet folytatni. Pénzügyi részlegen a pénzügyi koordinátor dönt mindenről, ha valamiben bizonytalan az operatív vezető véleményét kéri és megfogadja. Problémás tagok jövőjéről az operatív vezetőnk dönt. Jogi kérdéseket a HR generalista határozza meg. A gazdálkodó szervezet tetején a tulajdonos és egyben az ügyvezető áll, utána az operatív vezető és a HR generalista. Az operatív vezető alá tartozik a pénzügyi koordinátor és a marketing vezető. Alattuk pedig a többi beosztásban lévő munkatársak. A marketing osztály ide kapcsolódik, ami már inkább irodai munkához tartozik, de még így is vannak olyan alkalmak, amikor eseményeknél fotóznak, posztolnak az eseményről, ezenfelül segítenek az előkészületekben. Rendezvényszervező kollégáink egész évben körülbelül 900 rendezvényt rendeznek meg és bonyolítanak le, ők minden rendezvényen ott vannak és berendezik a termeket, regisztrálnak. Egy HR generalistával rendelkezik a Center, ő felel az új dolgozók felvételéről, Onboardingról, teljesítési igazolások ellenőrzéséről, szerződésekről és arról, hogy mindenki elégedett legyen a munkakörnyezetében. Operatív vezetőnk nem csak delegál minket, de BNI tagságok kezelésévek is foglalkozik, a meetingek alappillére, akire mindenki számíthat. Support munkatársunk az összes IT rendszer kontaktjaival tartja a kapcsolatot, segít a rendszerhibákat megkeresni és kijavítani, ezek mellett képzési koordinátor. Ügyfélszolgálatunk minden olyan kérdésre válaszol, ami a tagságok kezelésével kapcsolatos a pénzügyi és egyéb kérdéseket továbbítja a különböző osztályok felé, ezentúl találkozók lezárásával is foglalkozik. A pénzügyesek, aminek én is a részese vagyok megosztja a

feladatokat van, aki csak a kijövő számlákat és van, aki csak a bejövő számlákat kezeli, utalásokat, riportokat, emailek kezelése mindenkinél fontos. IT rendszereket minden nap folyamán használunk. A brandeknél az alábbi online eszközöket használjuk. MiniCRM, amit a feladatok kezelésére és a partnerek kapcsolattartására, marketing céljából használunk. Regin rendszerben található az összes rendezvényünk napra, csoportra és helyszínekre lebontva. Itt látjuk ki vett részt a rendezvényen, azon a rendezvényen, statisztikákat és azt is, hogy mennyibe került a részvétel.

Elemzéseket többféleképpen tudunk megkapni a vállalatról. Ebben segítségünkre van a MiniCRM, amit arra tudunk használni, hogy vezessük, melyik munkatárs milyen statisztikával rendelkezik az adott hónapra vagy hétre, hány feladatot oldott meg, mennyiszer használta a felületet. De olyan szempontból is tudunk elemzéseket készíteni, ami abban segít, hogy egy főre mennyi kiadásunk volt egy adott rendezvényen. Az egész évet megvizsgálva elismerik a legsikeresebb BNI tagokat, Régiókat és csoportokat is az Országos Networking Gálán. Számunkra ez a legfontosabb elemzés, de persze beszámíthatjuk ide azt is, mennyivel növekedtek a rendezvényhelyszín árak előző évhez képest, melyik helyszín a leggazdaságosabb számunkra. Nemcsak a környezetet szoktuk megvizsgálni, de nagy hangsúlyt fektetünk a belső ellenőrzésekre is ilyen a kintlévőség kezelése, partnerek megfelelő beiktatása tagságmegújításnál. Számlázási rendszerünk a Számlázz.hu oldala, itt követjük a bejövő és kimenő számlákat. Könyvelési programunkként az Adamo rendszerét használjuk, ami az összes kimenő számlánkat tárolja, ebbe beletartoznak azok az egyéb számlák, amik előleg vagy helyesbítő számlák. A cég alapvető értékei az ajánlás útján terjedő üzletkötés és az élethosszig tartó tanulás, mert „Aki ad, az nyer”.

## 1. Regin egyenlegközlő

Fentiek alapján sok weboldalt használunk, amiben a legtöbbet kell dolgoznom az a Regin a másik pedig a MiniCRM. Feladatomból volt ezt a két felületet általában egyszerre használni. MiniCRM felületen, hogyha kapok egy feladatot, ami azt mondja, hogy kizártuk a tagot és esetleg Reginben van tartozása vagy befizetése akkor ezt vissza kell utalni vagy be kell kérni tőle a tartozását. Különböző folyamaton keresztül jöhet létre, ilyen például, amikor számlát kell kiállítani a tagnak, hogyha tartozása van. Többszöri befizetés esetén helyesbítő számlát állítunk ki és visszautaljuk. A visszautalás lehet SimplePay-es és utalásos visszautalás.

Új szabályokat fektettünk le, amik arról szólnak, hogy nem mehetsz az üzleti találkozóra hogyha előtte nem fizetted ki vagy nem töltöd fel az egyenlegedet. Tehát minden esetben pluszba kell lenni a Regin egyenlegének. Esetleg, ha pluszban van Regin egyenlege részt vehet, ilyen esetben nem kell többet fizetnie a helyszínen, de hogyha nem rendelkezik egy adott összeggel, ami most hatezeröttszáz forint a minimum. Körülbelül egy üzleti találkozó az átlagára. Akkor megkérhetnek arra, hogy töltsd fel az egyenlegedet vagy arra, hogy távozz. Ebben az esetben jött létre az autokassa. Automatikusan kiállít egy számlát a rendszer hatezeröttszáz forint alatt lévő egyenleg esetén. A számla két meeting díjának az átlaga, amit azért fejlesztettünk, hogy legalább egy rendezvényre elegendő bérletegyenleggel rendelkezzen a tagunk.

Ez a rendszer azért alakult ki, mert nagyon sokan nem fizették be az üzleti találkozó árát még akkor is hogyha rengeteg összeget nyertek az alábbi üzleti találkozó megbeszélésen. A találkozók összegét minden találkozó után szoktuk levonni a tag egyenlegéből. Ezzel arra kényszerítve a tagokat, hogy befizessék rendszeresen a reggeli díját.

Hogyha valaki már nem akar tag lenni akkor ki kérheti a certit. A certi a tagság megszüntetését jelentő kifejezés. Bármikor kikérhetik a tagok. Oka lehet a gazdasági körülmény, magánéleti problémák vagy egyéb okok. Lehetőségük van azzal az alternatívával élni, hogy a bent maradt hónapokat két éven belül felhasználhatja a regisztrációs díj befizetésének ellenében. Ilyenkor megszűnik a tagsága és kizárjuk és minden BNI weboldali hozzáférése megszűnik, amit használhatott eddig (Scout, Dovedu, BNI Connect). Ilyen például a Regin oldal is. Nagyon ritkán fordul elő, hogy az egyenlege nulla, ami azt jelenti, hogy a felhasználása és a feltöltése ugyanannyi volt. Ebben az esetben nem kell vele semmit sem csinálni. Mínes egyenleg esetén Regin egyenlegközlőt készítünk, ami tartalmazza az



összes felhasználását eseményre lebontva és az összes egyenleg feltöltését időpontokra és számla sorszámokra bontva. Ezt a Reginből tudjuk lekérdezni.

A Regin platformon fent található a menüsor. Itt kiválasztjuk a tagságok kezelését rámegyünk a tagokra rákattintunk az aktív és az inaktív tagokat keresőbe beírjuk a tag nevét, vagy a cég nevét, de akár email alapján is tudunk keresni akár székhely alapján. Ha megtaláltuk a keresett tagot jobb oldalt a kalapácsra kattintunk. Jobb oldalon látjuk a tag felhasználásánál a levonás dátumát, az esemény dátumát helyszínét és csoportját megjegyzésben, hogyha volt vendége vagy látogató volt, vagy helyettesítője volt és az összeget. Baloldalon az egyenleg feltöltés összegét látjuk dátummal azt hiszem a sorszámával és azt, hogy mikor automatizálta a rendszer. Nem mindig automatizálja a rendszer ezeket a befizetéseket, mert vannak olyan esetek, amikor a számlákat nekünk kell kiállítani és a tagok nem a Regin felületén állítanak ki saját maguknak számlát, ilyen esetben ezt nekünk kell felvinni manuálisan. Ezek után ellenőrizzük a számlázz.hu-ban az összes számláját, hogy fizetett vagy, hogy van e kintlévősége, ha van kintlévősége helyesbítjük az egyik számláját. Tartozás esetén a tartozás összegére elküldjük emailben a számlát és a Regin egyenlegközlőt. A számlát arról az összegről állítjuk ki, ami a Regin felületén tartozásként szerepel.

Az egyenlegközlő Excelben szoktuk megjeleníteni, amit a Regin oldalról másolunk ki felhasználások és egyenleg feltöltések menüpontból a tag nevével együtt. Ezen a felületen látszik, hogy összesen mennyi befizetése és felhasználása volt a különbséget megjeleníti és pirossal kijelöli. Továbbá látható, aki rögzítette, a részvétel, esemény és megjegyzés a befizetés/felhasználás dátumok és összegek mellett. Az Excelt lementjük a kizárt tag nevével és a számlával együtt emailben elküldjük. Netalántán befizetése maradt a Reginben akkor ismételten helyesbítő számlát készítünk az utolsó számláról vagy ha régen fizetett már be, mert lehetséges, hogy online találkozókra járt és akkor nem kell fizetnie reggeli díját akkor pedig egy mínuszos számlát állítunk ki arról az összegről, ami a Regin egyenlegében bent maradt. Ezt az összeget visszautaljuk számára. Ami kétféleképpen lehetséges. Hogyha az utolsó számláját átutalással egyenlítette ki, akkor a befizetett bankszámlájára utaljuk vissza az összeget. Másik esetben SimplePay rendszeren keresztül utaljuk vissza. Ez a művelet sokkal egyszerűbb, mint az átutalás mert itt, ha belemegyünk a SimplePay felületére rámegyünk a tranzakciókra kiválasztjuk az adott időszakot, amikor befizetted ezt onnan látjuk, hogy a számlázz.hu-ban a befizetések fülön kiírja, hogy mikor lett össze párosítva a számla a befizetése OTP SimplePay tranzakciót követően. A vevő nevére is rákereshetünk vagy akár az email címére utána a keresésre kattintunk. Megkapjuk azokat a befizetéseket vagy visszafizetéseket, amelyet az adott cég fizetett be. Kiválasztjuk a legfőbb befizetést, ami

megegyezik a kiegyenlített számla számmal ezt visszatérítjük, amire 2 opció van a teljes visszatérítés vagy a részleges. Általában a részleges visszatérítést használjuk. Beírjuk azt az összeget, amelyet vissza kívánunk küldeni és a mentés gombbal végrehajtjuk az utalást. A kizárt tagot emailben értesítjük a visszafizetéséről és az okáról. Miután minden lépéssel végeztünk, ami a tag kizárásához köthető a MiniCRM-ben a feladatunknál lezárjuk. Ezt úgy tudjuk lezárni, hogy a feladat alsó rubrikában lezártra állítjuk. Lehet sikeres vagy sikertelen ebben az esetben sikeresként zárjuk le a feladatot és megyünk tovább a következő feladatra. Sikertelennek azokat a feladatokat jelöljük, ahol nem fizették be a díjbekérőt, ők az elvesztett partnerek. A másik esetben pedig akkor zárjuk le sikertelenként, amikor megrendel egy terméket, de azt hosszú ideig nem fizeti ki és egy idő után megkér minket arra, hogy töröljük a rendelését és sztornózzuk le a számláját. Minden kolléga szívesen használja ezt a felületet, mert megkönnyebbíti a feladataink elvégzésének folyamatát. A CRM egy olyan felülettel rendelkezik admin jogosultságuként, amivel én is rendelkezek, amiben minden felhasználónál többet látunk. Ebben a nézőpontban bal oldalt a keresési rubrikát és a menüsört látjuk felsorakoztatva, ezek a frissített verziók utáni állapotok, mert előtte a felső sávban voltak a menüpontok. Itt megtalálható az értékesítés, fejlesztés, képzések, rendezvények, számlázó, szállítólevél, beszállítók, vezetőség, belső projekt, projektmenedzsment, megrendelés, webshop, kontaktok és a rendszer pontok, ami ez esetben a beállítások, profil és a kilépés. Ezek a pontok több részre bonthatók. Mindegyik rendelkezik riportokkal, sablonokkal, automatizmusokkal, űrlapokkal, kiterjesztésekkel, időpontfoglalókkal, betöltés fájlokkal, mezők testre szabásokkal, folyamat testre szabásokkal és termék beállításokkal. Ezekben a modulokban szűrési lehetőségek vannak, amiket név szerint, esemény szerint, termék szerint vagy bármilyen más feltétel szerint tudunk szűrni. Nekem a legfontosabb modul a számlázó és a webshop volt. A számlázó, ha valamelyik értékesítő érdeklődött, hogy befizetett a partner a webshop pedig ellenőrzés céljából, akik terméket vettek, mikor vették és készült-e róla számla. Az értékesítő modulban annyi feladatom volt, hogyha megérkezett egy évfordulás tagsági fizetés akkor be kellett tennem egy feladatot az ügyfélszolgálatnak, aki ezt a BNI Connect rendszerben meghosszabbítja. Általában mindenki hónap végén fizette be ezt az összeget. Ha volt olyan tagunk, aki félreértelmezte a szolgáltatásaink leírását, ezt telefonon egyeztetünk vagy emailen keresztül. Emailen keresztül egyértelműbb volt a visszakövetés, mert minden megtalálható volt, ha írtam róla emailt. Több esetben is valamilyen alátámasztást kellett küldenünk a vevő felé, mielőtt tudomásul vette miért is küldjük a Regin egyenlegközlőt. Olyan képekkel és csoport elnökökkel támasztottuk alá, akik biztosra tudták, hogy ott voltak azon a találkozón, amiről küldjük a felszólítást, de ami inkább előfordult az,

hogy több üzleti találkozón nem vett részt és azt követeltük. Vendég számláknál is használjuk a Regin felületét, amiben napra pontosan meg tudjuk mondani melyik eseményen vett részt a résztvevő. Segítségünkre van az alábbi funkció, mivel reklamációt követően vissza tudjuk keresni mikor vett részt a találkozónkon és pontosan ki is hívta meg a rendezvényre a látogatót.

Mivel egy cégcsoportnál dolgoztam, ezért nem egy MiniCRM-et kezeltem. Hozzáférésem volt 2 CRM felülethez is. Az egyik a BNI Center Kft. a másik pedig a Next Stage Brands Kft. Mind a két weboldal hasonlóan néz ki a különbség a modulokban van, míg a BNI-nál inkább a termékekre fókuszál és az új tagokra, addig a NSB-nél (Next Stage Brands) a rendezvényekre, projektekre és a szerződésekre.

A közeljövőben terveznek egy új CRM rendszert bevezetni, ami az egész cégcsoportra rálátással lesz. Mindenkinek szeretnének jogosultságot adni a dolgozók között, mert ezen a platformon fogják tudni a feladataikat egységesíteni, átláthatóbbá tenni és sokkal egyszerűbbé. Ennek az lenne a lényege, hogy a felesleges időpazarlást elkerüljék és minden egy helyen megtalálható legyen. Ha minden a tervek szerint megy nyárra az egész adatbázis bekerül az új platformra és mindenki innen látja majd a feladatait. Persze ez még egy hosszabb lélegzetvételű projekt, amit alaposan meg kell tervezni és felépíteni.

## **2. Kimenő számlák és bejövő számlák kezelése**

Mindennap találkozunk számlázási feladatokkal. Mivel a hét 4 napján üzleti találkozók kerülnek megrendezésre, ezért minden nap állítódik ki számla a Regin rendszer alapján. A Regin rendszerben a tagok, akik meghívják embereket a reggelikre kapnak 2 lehetőséget az egyik, hogy a bérletükből vonják le az összeget vagy a Regin rendszeréből a megadott meghívott adatainak kitöltésével generál egy számlát az adott és üzleti találkozóról. Általában nekünk ezzel nincsen sok dolgunk csak olyan esetekben amikor nem fizetik be a kintlévőségeiket vagy egy másik országból érkezik a vendég. Ha a vendég külföldi céggel jelenik meg akkor olyan számlát kell kiállítani neki, ami az ország áfa követelményének megfelel általában EUT áfát használunk. Reginben nincs olyan opció, hogy külföldi adószámra állítson ki számát, ezért nekünk ezt manuálisan kell kiállítani. Számlákat a számlazz.hu rendszerből állítjuk ki, ez a központi számlázási rendszerünk. Vannak olyan esetek amikor a Reginben a tag kiállítja magának az egyenleg feltöltésről a számlát azokkal az adatokkal, amire kéri a számlát ennek végeztével tud választani, hogy az OTP SimplePay alkalmazáson keresztül bankkártya segítségével fogja kiegyenlíteni az összeget vagy átutalással fogja rendezni. Ezeket a rendszer leautomatizálja és jóvá írja az egyenlegén.

November óta bevezettek egy autokassza rendszert, ami abban segíti a tagokat, hogyha az egyenlegük hatezeröttszáz forint alá süllyed ez a rendszer tizenháromezer forintról legenerál egy számlát. Az a tizenháromezer forint körülbelül 2 üzleti találkozó átlagára és így talán fedezni fogja a következő üzleti találkozót. Ez az opció azért jött létre, hogy az olyan tagok, akiknek mínuszban van az egyenlege tudja fedezni a következő reggeli díját. Decemberben ez az autokassza ki lett kapcsolva, mert nem volt olyan hatékony, mint amire számítottunk. Januárban rendszerfejlesztés után újra bekapcsoltuk az autokasszát. Akik eddig mínuszos egyenlegben voltak kaptak felszólítást ennek azonnali befizetéséről és mostanra már olyan jól működik a rendszer, hogyha nem szeretnének élni az autokassza előnyeivel, ezt a saját tagi fiókjaikból is ki tudják kapcsolni.

Manuálisan olyan számlákat állítunk ki, amelyek az elszámolások után keletkeznek ilyen lehet a ONE díj, Royalty, K + F, tagdíj stb. Tagdíjnál előre kell utalniuk a pénzt és csak azután állítjuk ki a számlát azzal a teljesítési dátummal, amivel a tranzakció dátuma megtörtént. Van olyan szolgáltatásunk, amikor előfizetést kell fizetniük vagy licence díjat a tagoknak, ebben az esetben a keltezés és a teljesítés dátuma megegyezik míg a fizetési határidő 8 napos ezt általában akkor válasszuk amikor előre számlázzuk ki a havi díjat. Ha utólag számlázunk valamit, de ugyanígy havidíj akkor a teljesítés dátuma és a fizetési határidő megegyezik. Ha a gazdasági esemény teljesítésének időszakában állítjuk ki, akkor a számla kelte és teljesítési ideje egyezik meg. Különleges üzleti eseményeknél, ami lehet ipari összefogás napja vagy mesterelme vagy társasági esemény az értékesítők MiniCRM-ben feladatot adnak az adott eseményen résztvevő partner számlájának kiszámlázásra. A kis számlázás az alábbi úton történik. A számlázz.hu oldalon belépünk a fiókunkba azután rámegyünk a számla kiállításra választjuk azt az alosztályt, amire ezeket a bevételeket számoljuk a számlázz.hu esetében az előtag nevét választjuk ki. Beírjuk a partner nevét ilyenkor felszokott adni néhány lehetőséget, ami közül tudunk választani, de hogyha itt nem találjuk meg akkor a cégjegyzék oldalra felmegyünk, kikeressük a pontos adatait a cégnek és beillesztjük a vevő adataihoz. Megadjuk az email címét, amit a MiniCRM-ben már megadott nekünk az értékesítő. Kiválasztjuk a teljesítés és fizetési határidő idejét ez akkor szokott változni akkor nem 8 napos, hanem kevesebb hogyha mondjuk az esemény pár napon belül megrendezésre kerül ilyenkor az a fizetési határideje, ami az esemény napja. A tétel általában az esemény a neve, időpontja. Legtöbbször huszonhét százalékos áfát használunk, de vannak kivételek ilyen például, ha valaki külföldi címre és cégre szeretne számlát kérni. Mivel említettem, hogy könyvet is árulunk, ezért a könyvet ötszázalékos áfa kulcson szoktuk kiszámlázni. Ha évfordulós tagságnál a tagság időlejártánál nem fizet be 30 nappal előbb

pótdíjat számolunk fel, ami tárgyi adómentes áfakulcson jelenik meg. 2 lehetőségünk van a weboldal alján az egyik az előnézet a másik pedig a számla kiállítása hogyha az előző nézetre megyünk akkor látjuk, hogy hogy fog kiállítani a számlánk itt még sorszám nélkül látjuk a számlát, ha pedig a számla kiállítására megyünk megkérdezi, hogy biztos ki szeretnénk állítani a számlát hogyha talál valamilyen problémát például a teljesítési ideje nem megfelelő akkor ezt jelzi nekünk. Megjegyzésben sokszor csak a „közvetített szolgáltatást tartalmaz” mondatot jelenítjük meg. Ha sztornó számlát készítünk csak rontott megjegyzéssel egészítjük ki. Tagságbefizetésnél már azt is megjelenítjük, hogy a számla pénzügyi teljesítést nem igényel. Van arra is lehetőség, hogy kifizetettre állítjuk a számlát, ezzel a funkcióval nem nagyon szoktunk élni, mert a bankunk és a számlázz.hu össze van kötve, ezért a rendszer összepárosítja az utalást a számlával. Kiadási pénztárbizonylatot nem szoktunk kiállítani régebben volt rá példa, de az még a cégcsoport előtti időszakban volt. Ebben az esetben feltüntettük az összeget, keltét a kiállítót, pénztárost és a tétel megnevezését, mellékletet. Átvevő aláírta és a személyi igazolvány számát is megadta. Ez akkor fordult elő, ha valaki saját keresetéből egyenlítette ki valamelyik céges számlát, ezen az okiraton ezt az összeget vissza tudtuk adni. Marketing csapattal szervezett eseményeket a Salesform weboldal segítségével állítatjuk ki és választási lehetőségük van a vendégeknek, hogy utalással vagy bankkártyás tranzakcióval szeretnék kiegyenlíteni ezt az összeget. Ez a rendszer úgy épül fel, hogy a vásárló a BNI oldalunkon előzetes email alapján rákattint például a konferencia jegy vásárlásra, de lehet akár vitorlázás vagy gála is. Itt kiválasztja azt a jegyet, ami neki a megfelelő lehet ilyen az economy jegy. Salesformos felület nyílik meg, ahol tudnak választania fizetési lehetőségekből, ha ez megtörtént számla állítódik ki a Számlázz.hu oldalon. Ha kifizették a rendszer leautomatizálja és sikeresként jeleníti meg a Salesform weboldal. Nem minden esetben ilyen egyszerű. Időarányosan nézve sok ideig nem volt erre módunk, mert a SimplePay rendszer nem volt összekötve a Salesformmal, így mindent manuálisan kellett rögzíteni. Ez a rögzítés rengeteg időt elvett a munkaidőből a több száz megrendelést egyesével ellenőrizni, hogy befizettek e. Megoldásként olyan rendszert használtunk, ahol a MiniCRM-ben kaptam egy feladatot arról a cégről, akik megrendelték az egyik terméket. Ezt nekem a számlatörténetben ellenőrizni kellett, hogy megérkezett-e a befizetés, mert a bankkártyás fizetés nem működött. Ha befizetett nem csak a CRM-ben kellett átállítani, hogy le lett zárva a feladat, hanem a Salesformban meg kellett keresni azt a rendelést, amiről kaptam a feladatot és sikeresre át kellett állítani a jóváírást. Volt arra is példa, hogy valaki egyszerre több számlát generált le, amikor rányomott többször a fizetésre, ezeket le kellett sztornózni. Az utolsó résszel is végezve egy záró összesítőt kellett készítenem

azokról a cégekről és vásárlókról, akik igénybe vették ezt a szolgáltatást. Ezt olyan módon tudtam elkészíteni, hogy a Számlázz.hu oldaláról az alosztályt kiválasztva (előtag) az összes kiállított számlát és díjbekérőt kipipáltam, a csoportos műveletek gombot kijelöltem és a kis nyílra kattintva letöltöttem a pénzforgalmat. Ezt az elszámolást a marketing vezetőnek kellett továbbítanom. Számlaverzum csomagban rengeteg olyan funkcióval színesíti a Számlázz.hu a felhasználók mindennapját, hogy nem kell máshol kezelniük a számlákat, mert mindent megtalálnak egy helyen. Mi is rendelkezünk ezzel a csomaggal, ami segít abban, hogy lássuk milyen számlák vannak fent a NAV oldalán, amit a mi cégünkre állítottak ki. Ez több szempontból is megkönnyebbíti életünket, mert innen tudjuk akár keresni azokat a számlákat, amiket még nem küldtünk el a könyvelőnek. Ha nem találjuk meg a levelezésünkben akkor be szoktuk kérni a partnertől a hiányzó számlákat. Utalásnál ritkán kiegyenlíti a bejövő számlákat, de ez csak olyan esetben, ha a szállítónknak is Számlázz.hu számlázója van. Ezért nagyon sokszor kell ön ellenőrizni magunkat, hogy azok a számlák, amiket látunk a Számlázz.hu oldalán azok már ki lettek fizetve vagy még nem utaltuk el. Ha már kiegyenlítettük a számlákat a tétel sorban rámegyünk a befizetések opcióra, kiválasztjuk az átutalás dátumát, az összeget, a befizetés módját és elmentve kiegyenlítettre állítjuk. Más esetben például, ha van olyan befizetés, ami régi számlára ment és nem automatizálta le a rendszer automatikusan akkor a számla kiegyenlítésnél beírjuk az összeget és a dátumot és kiegyenlítettre állítjuk. Bejövő számlák iktatása kétféleképpen történik. Jöhet a számla elektronikus és postai úton. Ha a számla postai úton érkezik az első dolog a számlával, hogy nyilvántartásunkba felvigyük. Olyan módon történik ez, hogy a postafiókból elhozzuk a leveleket. Kibontjuk és minden számlának adunk egy sorszámot, amivel látjuk, hogy tényleg bekerült hozzánk a számla. Ezt excelben vezetjük, minden cégnek van egy munkafüzete, amiben írjuk a beérkezés évét, a cég nevét, be vagy kimenő a számla és a sorszámát. Ellenőrizzük mi lett kifizetve és mi vár még kiegyenlítésre ezt a dashboardunkból tudjuk megkeresni.

## **Összefoglaló**

Mindezek mellett más feladatokat is csináltam, amelyek során kamatoztatni tudtam tudásomat. Nagy benyomással volt rám a cég, hiszen az alapértékeivel teljesen egyetértek és ezek szerint is tudtam minden vevővel és kollegával alkalmazni.

Kapcsolatépítésre, kihívások teljesítésére és új dolgok kipróbálására kiváló feladatokat kaptam, ezeket a jövőben is hasznosítani tudom. Ide tudom sorolni azokat a dolgokat, amiket itt tanultam meg például hivatalosan megírni emaileket, szerződéseket, hiszen a bejövő számlák elengedhetetlen dokumentuma volt a szerződések kezelése is. Ezek mellett azt is megtanultam, hogyan tudok telefonon lényegre törő, rövid és üzleti beszélgetés lebonyolítani.

## **Linkek**

<https://regin-bp.gtsa.hu/web/index.php/index/login>

<https://www.szamlazz.hu/szamlal/login>

<https://r3.minicrm.hu>

<https://www.bniconnectglobal.com/login/?message>

<https://sf.bni-hungary.com/admin/login>

[https://www.szamlazz.hu/blog/2015/07/jogszabaly-valtozas-szamla-teljesites/?gclid=CjwKCAiAl9efBhAkEiwA4TorisUa30T2\\_-2\\_XLFVw43Amrc2ey-8VeFV1Q91VMPU3GMPwJibHsVcIRoC9dEQAvD\\_BwE](https://www.szamlazz.hu/blog/2015/07/jogszabaly-valtozas-szamla-teljesites/?gclid=CjwKCAiAl9efBhAkEiwA4TorisUa30T2_-2_XLFVw43Amrc2ey-8VeFV1Q91VMPU3GMPwJibHsVcIRoC9dEQAvD_BwE)



Zsigri Nikolett

Gazdálkodás és Menedzsment FOSZK/ Kis-  
és középvállalkozások

A vállalkozás hosszabbtávú tervekészítési  
módszere, időtávja

2023

# Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	3
Az üzleti tervezése fogalma és célja .....	3
Az üzleti tervezés felépítése.....	3
Címlap.....	4
Vezetői összefoglaló .....	4
A vállalkozás bemutatása .....	4
Az iparág, a piac és a versenytársak elemzése .....	4
Termékek és szolgáltatások.....	5
Működési és üzemeltetési terv .....	5
Marketing terv .....	6
Emberek és szervezet .....	13
Kockázatokértékelése és megoldási javaslatok.....	14
Pénzügyi terv.....	15
Mellékletek.....	19
Összefoglaló .....	19

## **Bevezetés**

Egy cég életét nagyban befolyásolja az üzleti tervezés. A vállalat céljait az üzleti tervezés alkalmával határozzák meg, az ezek elérésére megfelelő az alkalmazásra taktikákkal, továbbá a következő alkalommal szükséges erőforrásokkal, ezen kívül feladatokkal együtt. Az üzleti tervezés nélkülözhetetlen egy vállalat mindennapi működéséhez, ezen kívül távlati stabilitásához, továbbá sikeréhez. Az azonnali döntések kezeléséhez is döntő jelentőségű. A dolgozat célkitűzése, hogy elmagyarázza az üzleti tervezés folyamatát, ezen kívül segítse az olvasókat megérteni annak fontosságát, továbbá szerepét az üzleti működésben a HCS Center bemutatásával együtt.

## **Az üzleti tervezése fogalma és célja**

A vállalkozás jövőbeni elképzeléseit foglalja össze írásban és a megvalósítási lehetőségeket elemzi.

Célja: a fő üzleti irányok kijelölése, fontos információkkal rendelkezik a jelenlegi és következő tulajdonosnak, dolgozók átlátják a cég felépítését és ezek alapján dolgoznak, a kockázatvállalás mértékét meg tudjuk találni és segít a hibás döntések megtalálásában és kiszűrésében. Lehet rövid távú, középtávú és hosszú távú. A rövid távú 1 év vagy rövidebb idejű. A középtávú 1-5 évig tervez. A hosszú távú pedig 5 évnél hosszabb időre készül.

„Mielőtt megalapítanánk egy céget több mindenre kell odafigyelni. A vállalkozás indítása jogi eljárásokat igényel. Ki kell választani a megfelelő jogi formát, be kell jelentkezni a különböző hatóságokhoz, esetenként be kell szerezni a hatósági engedélyeket, bankszámlát kell nyitni. Miután hivatalosan is létrejött a vállalkozás, a vállalkozó hozzáfoghat a szervezet felépítéséhez. Az indítás része a munkatársak kiválasztása, felvétele, betanítása, a működés feltételeinek megteremtése, a szükséges eszközök beszerzése.” (János V., 2009)

Ezek az alappillérek alapján készül a vállalkozás felépítése.

## **Az üzleti tervezés felépítése**

Az alábbi részekből áll össze az üzleti terv: Címlap, Összefoglaló, A vállalkozás általános bemutatása, Az iparág, a piac és a versenytársak elemzése, Termékek és szolgáltatások, Működési és üzemeltetési terv, Marketing terv, Emberek és szervezet, Kockázatok és kockázatkezelésbecslése, Pénzügyi és finanszírozási terv, Mellékletek.

## Címlap

A vállalkozással kapcsolatos alapinformációk találhatóak meg ebben a részben. Ilyen a cég neve, jogi formája, székhelye, elérhetőségei, alapítás éve, a működési köre, képviselők, neve elérhetősége, cégjegyzékszám, adószám. A HCS Center Kft. esetében korlátolt felelősségű társaság. Székhelye 1145 Budapest Szugló utca 9-15 8. emelet 809 ajtó. Elérhetőségei az ügyfélszolgálat és az iroda email címe. Tevékenységi köre 8299 M. n. s. egyéb kiegészítő üzleti szolgáltatás. Cégjegyzékszám: 01-09-409638 és adószáma: 32159811-2-42.

## Vezetői összefoglaló

Ezt a részt az üzleti terv elkészítése után lehetséges megírni. Bemutatja a cég vezetője a célokat és a finanszírozási formákat. Tevékenységi köröket ismerteti meg, mindezek mellett a szolgáltatások és a termékek jellemzőit írja le. A piaci helyzet és a piacra jutási stratégiát foglalja össze. A gazdasági terv lényegét, az üzleti terv célját, üzleti modellt, működtetés kulcsszereplőit és a tulajdonosokról is ír. Az összegzés kb. 6 oldalas terjedelmű lehet, amiben választ kell adnia arra a kérdésekre, hogy miért érdemes befektetni a vállalkozásba és mi az a dolog, ami miatt képes lesz fennmaradni a vállalkozás több évig. Az adott cégnél a befektetés legfontosabb része a kapcsolatépítés. Más cégek is foglalkoznak ilyen találkozókval, de itt kifejezetten a kapcsolatépítés és a segítség a cél.

## A vállalkozás bemutatása

Meg kell becsülni körülbelül milyen forgalma lesz a cégnek, ennek az alakulását. A vállalkozás célját itt bővebben be lehet mutatni. Ezenfelül a történetét és a profilját tisztázni tudjuk. Meg kell említeni az erőforrásainkat, ami lehet pénzügyi, anyagi és humán. Továbbá a szolgáltatásokról és a termékekről kapunk egy részletesebb leírást. A HCS által összefogott cégek szinte mindegyike az üzleti találkozók, meetingek, rendezvények megrendezéséről és lebonyolításáról szól. A vendégek ebből csak a találkozó minőségét élhetik át, ami reggelente barátságos és könnyedebb, mint egy egész napos konferencia, ahol csak szakmai előadások és tevékenységek találhatóak meg. Erőforrások lehetnek a rendelkezésre álló gépek, berendezések (pl. laptop, asztal), munkavállalók (pénzügyes, marketinges).

## Az iparág, a piac és a versenytársak elemzése

Ennél a pontnál a legfőbb feladat az elemzés. Ilyen lehet a piaci trendek elemzése, célpiac megtalálása, lehetőségek az üzletágban, versenyhelyzet elemzése, piacszegmentálás, pozicionálás és mikro- makrokörnyezet elemzése. Tudni kell, hogy van-e igény a

tevékenységre a piacon, vajon ki tudjuk elégíteni a szükségleteket és képes is nyereséget elérni a vállalkozás. A cég tevékenységeit tekintve több százan veszik igénybe, ami minden évben növekszik. Célpiac a vállalkozással rendelkező személyek, képviselők. Az elemzések fajtáiról a későbbiekben lesz szó.

## Termékek és szolgáltatások

Ez a rész bemutatja, hogy mivel is foglalkozik a vállalkozás, mit is adnak a résztvevőknek, tagoknak. Életciklusát is megismerjük a terméknek vagy a szolgáltatásnak. Írhatunk a vevő szemszögéből, hogy mit tud megtapasztalni, ha minket választ. Ha rendelkezik a cég szabadalommal vagy védjeggyel, K + F tevékenységekkel akkor azt is fel tudjuk tüntetni itt.

## Működési és üzemeltetési terv

5 részre bontható ez a szakasz. Az alapanyag beszerzésre, gépek berendezésére, üzemeltetés és termelési folyamatra és a főbb vevőkre, forgalmazókra.

1. Alapanyag beszerzésnél, arra kell figyelni, hogy mik a legfontosabb alapanyagok, ezt honnan tudjuk beszerezni, készletgazdálkodás tervezése, raktározás és logisztikai kérdések.
2. Gépeknél, berendezéseknél fontos pont a kapacitás, mennyi a produktív időtartama. Kapacitás bővítési lehetőségek, karbantartás és javítás idejét belevetve.
3. Az üzemeltetés/termelési folyamatnál figyelembe kell venni milyen technológiát használunk, milyen tapasztalattal rendelkezünk. Tekintettel legyünk a gazdaságos üzem nagyságra. Mennyire tudjuk költségeinket leminimalizálni/ csökkenteni. Telephely találása. Mennyire megközelíthető vagy esetleg más üzletekhez is kapcsolódik a cég?
4. Tudni kell, hogy kik a legfontosabb szállítók. Milyen fizetési feltételeket akarunk szabni?
5. Meg kell ismerni a főbb vevőket, szokásait. Forgalmazók keresése, ha szükséges.

Alapanyagbeszerzése a HCS Centernek annyival, könnyebb, hogy csak nyomtatványokat kell rendelni, ezzel a szállítóit is kisebb körre szűkíti. Ezek a rendelések lehetnek havonta vagy kéthavonta, amit külföldről szereznek be. Gépek tekintetében laptopokat vehetjük, amiket használunk.

Berendezések közé tartozik az összes olyan irodai bútor, amivel a cég rendelkezik pl. székek, asztalok, szekrények. Amortizáció során tudjuk, hogy a laptopok két év alatt leamortizálódnak. Nyomtatók karbantartása eltarthat akár órákig, amit az informatikus kezel. Üzemeltetés során a telephely megfelelő kiválasztása is egy nagyon fontos tényező, hogy földrajzilag hol helyezkedik el a cég, mivel a 14. kerületben található, ezért közel van a repülőtérhez, gyorsabban elérhetőek a nyomtatványok. Cégcsoport tagja a HCS Center, ezért több cég kapcsolódik hozzá. Költségek csökkentésére alkalmazzuk a dashboardból vett kimutatásokat, amik segítségével tudjuk szegmentálni a költségeinket alosztályokra bontva. Legfontosabb szállítói a vállalkozásnak a rendezvényhelyszínek. Szerződés alapján jön létre a megbízás, amit mind a két fél jogász által ellenőriz és beleegyez a feltételekbe.

A megfelelő vevők keresésénél értékesítők segítségével juttatjuk el a szolgáltatásainkat a vevők részére. Egyik célcsoportunk a vállalkozások vezetői, képviselői, akik kapcsolati rendszerrel rendelkeznek. Szponzorok megkeresése is elengedhetetlen számunkra, hiszen így is tudjuk reklámozni a cégeket, ami új kapcsolatok eléréséhez tökéletes.

## Marketing terv

A marketingterv egy írásos dokumentum, amely meghatároz egy konkrét célt, és felvázolja a cél eléréséhez szükséges cselekvési irányt. Ez vonatkozhat egy adott ajánlatra, egy termékcsaládra vagy az egész vállalatra. (Robert W., 2020)

A vállalkozás értékesítési céljainak megvalósítását magyarázza meg. A marketing tervet 4 részre tudjuk felosztani az átfogó marketing stratégiára, az ár stratégiára és ár képzésre, értékesítési stratégiára és a kommunikációs politikára, piacbefolyásolásra.

Ezek tudatában, ha az átfogó marketing stratégiát vesszük, piaci pozíció megszerzését, megtartását és bővítését segítő stratégiát kell kialakítani.

Ár stratégia megtervezése során realizálni kell az összes költségeket. Versenytársakat elemezni kell, hogy ők mit ajánlanak, mi mivel különbözünk, mennyiért adják azokat a szolgáltatásokat, amiket mi. Meg kell érteni a vásárlói keresletet. Mennyire érzékenyek a vásárlók? Meg vennék-e a szolgáltatásunkat, ha növekedne az ára? Ki kell tűzni egy Ár képzési célt. Attól függhet ez, hogy mi is a célja a vállalkozásnak. A HCS például több céllal rendelkezik, brandenként különbözik pl. a Premium Social Club és a SELECT luxus szolgáltatás, ami azt jelenti, hogy a piaci ár fölött fogják adni. Az ár képzési stratégiát rendszeresen meg kell fontolni. Tesztelés és figyelés szakasz a stratégia elkészítése utána kihagyhatatlan, mert tesztelni kell az adott stratégiát, hogy működik-e, van rá kereslet és

ellenőrizni szükséges a hatékonyságát. Ezek a lépések nagyon fontos részt képeznek a marketing mixben. A továbbiakban az elemzések fajtáit fogom kifejteni.

A BCG (Boston Consulting Group) mátrix egy olyan stratégiai eszköz, amelyet a vállalatok termékeinek és üzleti egységeinek portfólióanalízisére használnak. Az eszköz a termékek vagy üzleti egységek piaci növekedési és piaci részesedése alapján kategorizálja őket. Négy fő kategóriája: Sztár, Fejőstehén, Kérdőjel és Döglött kutya.

1. ábra



BCG mátrix (saját készítés a vállalkozásról)

## Marketing mix

A marketing mix célja a vállalat marketingstratégiájának összehangolása, hogy megfeleljen a piaci igényeknek, növelje a termék értékét, hatékonyan célozza meg a vásárlókat és elérje a vállalati célkitűzéseket. A marketing stratégia részei a marketing mix 4P koncepciója.

2. ábra



4P koncepció (saját készítés 4P modellről)

1. Product/ termék
2. Price/ Ár
3. Place/ Hely
4. Promotion/ Promóció

Ezen felül egy tágabb/ nagyobb verzióját is hallhattuk már a 7P-t, ami kiegészíti a 4P-t a processes/folyamatok, physical evidence/fizikai bizonyíték és People/emberekkel. Ez nem annyira híres, mint a 4P, de alaposabb képet ad a vállalkozásnak.

A tagság a Center terméke, ami összefogja a weboldalakhoz járó jogosultságot. Az árat a franchise szerződés alapján a Globállal egyeztetve szabályák meg. Helye ennek azok a régiók, ahol rendelkeznek BNI igazgatósággal (pl. Déli régió, Északkelet, Pest megye). Promóció Facebook, Instagram, weboldalon és az értékesítők segítségével történik.

7P alapján: Elégé összetett a folyamata a tagságnak, ahogy már említettem több online eszközzel gazdagodnak az ügyfelek, amit több helyről igénylünk. Ezek a rendszerek kulcsfontosságúak a tagok részére és a zökkenőmentes rendszerhasználat elengedhetetlen. Több ellenőrzésen esett már át a folyamat, ami a vásárlók élményeiről, tapasztalatairól szólt és az egyik fontos szempont az értékesítés során kapott információk, meg vannak-e elégedve a kapcsolattartással. Lehetetlen, hogy minden tökéletesen menjen egy vállalkozás életében, mert mindig vannak olyan kis pontok, amiken el tud csúszni a folyamat. Például a számlák nem lettek időbe befizetve. Mivel kapcsolatok útján terjeszkedik a cég, ezért a tagok tapasztalatai és ajánlásai nagy segítséggel van a fizikai bizonyíték elem során. Az emberek pedig a vállalat munkaerői, akik segítik a folyamatok hatékonyságát és gördülékenységét a mindennapok során. A pozitív és támogató magatartás alapelvünkkel élve a kommunikáció és az együttműködés zökkenőmentes emailés és telefonos beszélgetéseink során.

### **STP modell**

Ez a marketingstratégia segít a vállalkozásnak felosztani a piacot, pozicionálni és kiválasztani a megfelelő célcsoportot.

3. ábra



STP modell (Forrás: Kiszervezett Marketing)



Részei:

- Segmentation/ Piaci szegmentálás
- Targeting/ Célcsoport kiválasztása
- Positioning/ Pozícionálás

**Piaci szegmentálás:** Csoportokra osztja a piac egészét. Olyan részre, akik nekünk potenciális vásárlók lehetnek. Vállalkozó vagy képviselő legyen. Brandenként különböző dolgokat vizsgálunk meg. Árbevétele meghaladja-e a 400 millió Ft-ot, 1 milliárdot vagy a 10 milliárdot. Milyen jogi formával rendelkezik a cég.

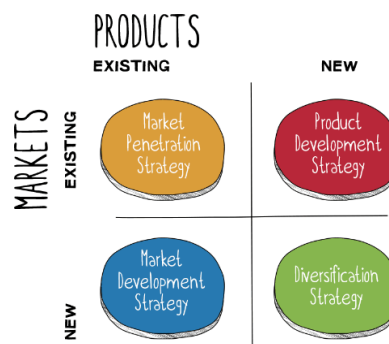
**Célcsoport kiválasztása:** Méret alapján a 400 millió Ft alatti árbevételű cégek többségben vannak, ezért a célcsoport a BNI-nak ez. A Next Stage Brandsnak a 400 millió fölötti cégek a célcsoportjai, míg a SELECT-nek 1 milliárd Ft feletti.

**Pozícionálás:** A vállalat a célcsoport életét úgy könnyíti meg, hogy ajánlás útján jön létre az üzlet. Szegmentált közösségekhez biztosítunk kapcsolatokat nekik és ezen a kapcsolódáson keresztül bizalmi alapon, jutalékmentesen jönnek létre az ajánlási folyamatok, amiből neki köszönőként rögzített üzleti bruttó bevétele származik.

### Ansoff mátrix

Növekedési stratégiai elemzés segít abban, hogy megtervezze az üzleti növekedést és irányítsa és az új termékek és piacok kiválasztásában.

4. ábra



Ansoff mátrix (Forrás: Smart Insights)

**Piaci behatolás:** A vállalat a meglévő termékekkel a meglévő piacokon marad. Cél lehet az új vásárlók megszerzése. Mint a HCS Centernél is, az új tagok érdeklődők keresése, megszerzése és megtartása fontos tényező a vállalat növekedésében. A meglévő ügyfeleinket motiváljuk arra, akik már kipróbálták a termékeinket és szolgáltatásainkat és elégedettek velem, tehát pozitív élményük van ezzel kapcsolatban, hogy az általuk elért sikerekre alapozva hívjanak meg az üzleti környezetükből más érdeklődőket/ vendégeket. Ezen a kapcsolaton

keresztül válik hitelesen bemutatottá a szolgáltatás, amivel a HCS Center rendelkezik. Azaz a meglévő sikeres tagokat motiváljuk, hogy bemutassák a brandeket sikereik alapján.

**Termékfejlesztés:** A vállalat új termékek bevezetésével próbálja bővíteni portfólióját a új piacokon. Új piacon hozunk létre új termékeket. Két részre bonthatjuk a termékfejlesztést a meglévő termékek átvilágítása a termék fejlesztésre, a másik pedig az új termékek befizetése, ami szintén két részre bontható. A meglévő piac alapján vezetünk be új termékeket csak szegmentáltan más ügyfélkörnek vagy pedig teljesen új piaci körnek teljesen új terméket fogunk szolgáltatni. A HCS esetében a 10Milliárd+ tagság, aminek célja az új piacra lépés. Azaz a meglévő piacon vezeti be az új terméket a HCS egy másik piaci körnek/szegmensenk.

**Piacfejlesztés:** Az adott termékekkel új piacra lép be. Ez lehet például új földrajzi területek bevezetése a BNI nem csak Magyarországon, de Szlovákiában is megtalálható, ahol a tulajdonos megegyezik a magyarországiival, így kapcsolódik össze a két BNI. Új vevőszegmensek meghódítása vagy új piaci szegmensek felfedezése, ami ebben az esetben az új régió kialakítása, ahol még eddig nem volt tagság befizetés.

**Diverzifikáció:** Ebben az esetben a vállalat új termékkel új piacokon terjeszkedik. De akár olyan is lehet, hogy az új termékek és piacok nem kapcsolódnak az aktuális tevékenységi területekhez. Ha az összes céget számításba veszem, még ezzel a stratégiával nem foglalkoznak. Például a „pre” BNI tagság, ami nem szegmentált online felületen elérhető networking rendszer, amely segíti az újonnan induló vállalkozásokat a BNI-os csatlakozáshoz.

### **Primer és szekunder kutatás**

A primer kutatás, egy olyan módszer, ahol az adatok összegyűjtésére először kerül sor. Ez akkor lehet, ha most indul a vállalkozás és még nem készítettünk kutatást róla. Két részre bontható ez a módszer kvalitatívra és kvantitatívra. A kvalitatív kutatással nagy mennyiségű adatot kapunk ilyen lehet a szóban kérdésekre válaszoló. A kvantitatív kutatás által pontosabb adatokat kapunk sokkal strukturált formában, amit lehet kérdőíves kutatással készíteni. Ennek azonban van egy másik módszere is a szekunder kutatás. Szekunder kutatás az, amikor már készült róla felmérés, ilyenkor az adatokat frissítjük az aktuális tényekkel.

Vegyünk egy példát: a HCS Center egy Országos Networking hetet tartott, aminek a fénypontja az egy napos konferencia volt. Azért, hogy megtudják mennyire tetszett a résztvevőknek az esemény a primer kutatásra esett a választásuk kvantitatív formában. De ezt, hogy is valósították meg? Szórólapokra nyomtatott kérdőíveket tettek az utolsó előadás előtt minden székre, ahol csak be kellett x-ni, hogy mennyire tetszett nekik a különböző előadások.

## **STEEL/PEST/PESTEL elemzés**

A vállalat makrokörnyezetét elemzi. A különbség a többi megnevezés között, hogy az L betű a Legal, azaz jogi környezettel bővíti ki az elemzést.

- S: Social – Társadalmi környezet
- T: Technological: Technológiai környezet
- E: Economic – Gazdasági környezet
- E: Environmental – Természeti környezet
- P: Political – Politikai és jogi környezet

**Társadalmi környezet:** A legfontosabb kérdés, hogy mekkora a vállalkozások száma Magyarországon. Összes mutatók vizsgálata, a munkavállalók száma, a vállalkozás működési időintervalluma (kezdő vagy stabil vállalkozás), éves árbevétel, vállalkozás minősége, amiket az Opten oldalon tudunk akár ellenőrizni. Az iskolázottsági szintet annyira nem tartjuk fontosnak, mert nem összeköthető az egyetem a vállalkozás indításával. A demográfiai környezetet is meg kell vizsgálni.

**Technológiai környezet:** A kutatás és fejlesztés arányát keressük. Mivel Franchise jogokkal rendelkezik, ezért Kutatás és Fejlesztés díjat kötelező megfizetni. A gépesítés fokát is ellenőrizni kell. Milyen rendszerekkel dolgoznak a piacon? Esetleg még mit lehet fejleszteni.

**Gazdasági környezet:** Beruházás kérdése. A háború miatt, ha lehet a cégek 2x átgondolják, hogy szükség van új beruházásra vagy ráér. Energia árak növekedtek, ezért a Home Office is szóba jöhetett. A bérek mértékeire is tekintettel kell lenni az inflációval összeköttetésben.

**Természeti környezet:** Környezetvédelmi előírásoknak meg kell felelni. A trendeket követni ilyen például a karbonsemlegesség 2025-re. Még mindig használ a HCS papír alapú szerződéseket, amiket scannelve elektronikus úton is tárol. Ez az elkövetkezendő időkben megkönnyebbíti a keresés módját és sokkal praktikusabb.

**Politikai és jogi környezet:** A versenytörvényeket betartja a vállalkozás. Igazságszolgáltatás jogász segítségével valósul meg. Munkajogtörvények szerint jár el, ha kell kártérítést fizetni akkor úgy cselekszik. Adójogi törvények betartásáról a könyvelőkkel heti rendszerességgel történik egyeztetés.

## **PORTER elemzés**

A PORTER 5 erő modellnek is emlegetik. Az egész iparágat és jellemzőit ellenőrző elemzés.

- Új belépők fenyegetése
- A helyettesítő termékek fenyegetése

- A vásárlók alkupozíciója
- A szállítók alkuereje
- A versenytársak, illetve a velük folytatott verseny

**Új belépők fenyegetése:** fontos tisztázni, hogy mennyire márkahűek a tagjaink. Brand ígéret megfogalmazása vállalatonként, a BNI-nál hozzáférést biztosítunk egy üzleti siker közösséghez, ami korlátlan erőforrásokkal rendelkezik, mint az egyéni, mint a céges érdekek eléréséhez. Akkor nem valósul meg, ha a tagbizottság ütközési szakterület révén nem megfelelő képesítés miatt, vagy nem megfelelő referencia miatt a tagságot visszautasítja, akkor visszafizetjük a tagdíjat. Garancia megléte és feltételek elfogadása.

**A helyettesítő termékek fenyegetése:** Ilyen lehet akár az online platformokon történő kapcsolatépítés. Ennek korlátozása vagy megakadályozása a termékfejlesztésre visszakövetkeztethető, mert mindig próbál a vállalat fejleszteni a termékén, hogy piacvezető maradjon és ne tudjanak más cégek helyettesíteni.

**A vásárlók alkupozíciója:** Ha valaki úgy dönt, hogy egy év helyett kétéves tagságot fog váltani akkor kedvezményt kap az árból. De megbeszélés alapján akár részletfizetés is lehetséges. Ez még csak a Premium Social Club-nál van alkalmazva, de tervben van, hogy a BNI tagság részletfizetés esetén egy megnövelt összeget kell kifizetni a részletfizetés ellenében. Vagy bemutatjuk a többi brand termékeit, ami közül tud választani és ha valamelyik tetszik és a kritériumoknak megfelel az ügyfél megegyezés során egy vagy három hónapig élhet annak a másik brand termékeivel. Árukapcsolással történő alkupozíció fenntartása, ami azért ideális számunkra, mert így a másik termék megvásárlására nagyobb esély van, tehát nem egy, hanem kettő terméket is el tudunk adni rövid időn belül egy ügyfélnek.

**A szállítók alkuereje:** A kedvezmények hozzájutásához segít a rendezvények helyszíneivel kapcsolattartás és a kapcsolatok ápolása. Egy szállító alkudozhat az általa szolgáltatott és a nekünk szolgáltatott minőségi színvonalával, annak az árával és a fizetési kötelezettség idejével.

**A versenytársak, illetve a velük folytatott verseny:** A piacon a legrugalmasabb cégnek tekinthetjük a HCS-t, mert a legtöbb kérés, ami az új és meglévő tagoktól jön megbeszélés után támogató magatartással engedi. A vízió, misszió, cél, mottó meghatározása, de élesen elhatárolható legyen a versenytársainkétól. Ha ez létre jött teljesen elhatároltad a céget a többi versenytárstól és le tudod redukálni ezzel a számukat. Versenyhelyzet így nem tud kibontakozni.

## SWOT/GYELV elemzés

A SWOT (magyarul GYELV elemzés) egy olyan elemzési technika, amivel egy cég, termék, ötlet vagy projekt életképességét vizsgáljuk meg. A mikrokörnyezetet vizsgálja meg. A stratégiaalkotás egyik lépése.

- Strengths – erősségek
- Weaknesses – gyengeségek
- Opportunities – lehetőségek
- Threats – veszélyek

Két kategóriába a belső és külső tényezőkbe rendezzük be a területeket. Belső tényezőkhöz tartozik a gyengeségek, erősségek. Külső tényezőkhöz tartozik a lehetőségek és a veszélyek.

5. ábra



SWOT elemzés (Forrás: ProMan Consulting)

**Erősségek** a vállalkozásra tekintve az alapértékek (7 alapelv: Aki ad, az nyer kultúra minden szinten, Pozitív hozzáállás, Állandó minőségi kapcsolatteremtés, Tradíció és Innováció, Képzetek, tanulás, Elismerés, Számon kérhetőség), jó pozíció a piacon, a márka hírneve, mivel a BNI világszerte megtalálható, stratégiai partnerek.

**Gyengeségek** lehetnek a differencia hiánya kapcsolatteremtő cégek között, számon kérhetőség, limitált erőforrások, mert Magyarországon a tiszta vállalkozások száma elenyésző.

**Lehetőségek** során számíthatunk arra, hogy nagy a kereslet kapcsolatteremtésre és új piacra is lehetőség van behatolni, ilyen lehet a 10 Milliárd fölötti cégek.

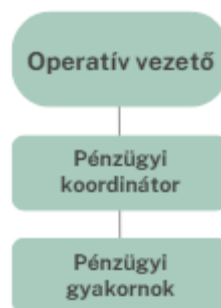
**Veszély** pedig lehet, ha nincs elég értékesítő akkor kevesebb profit származik, gazdasági változások, új törvény és a gyorsan fejlődő technológia.

## Emberek és szervezet

A vállalat létre jötte után tudni kell milyen emberekre, pozíciókra van szükség, hogy a társaság zökkenőmentesen működjön. Ennél a pontnál át kell gondolni milyen szervezeti formát szeretnénk, ki kivel lesz összekötötésben a hatékony munka végezés érdekében. A

dolgozók száma a HCS Centernél 15 fő, ide beletartozik az összes irodai dolgozó és a csoportokért működő fejlesztési tanácsadók. Lineáris szervezeti egységű. Ha van olyan döntés, amiben nem biztos a munkavállaló azt általában a felettesétől tudja kérdezni. A pozícióban lévő dolgozók munkakörökre bontva: marketing vezető, marketing asszisztens, rendezvényszervező, pénzügyes, pénzügyi koordinátor, ügyfélszolgálat, technikai support, HR, operatív vezető és tulajdonos. Mindenki tisztában van a feladataikkal és felelősségeivel, amit a pozícióleírásaikban találnak a munkavállalók. A szervezeti ábrája a Centernek hierarchikus.

6. ábra



saját készítés a vállalat pénzügyi szervezeti ábrájáról

## **Kockázatokértékelése és megoldási javaslatok**

A SWOT elemzés során néhány példát felsoroltam, ami kockázatot jelenthet. Vajon milyen kockázata lehet még? A vállalkozás gyengeségei a fejlesztés területén a gyors technológiai fejlődés, amivel nem tudnak lépést tartani. Az egyik példa rá a Regin, sajnos telefonon nem lehet használni a felületet, nem engedi, hogy feltöltsd az egyenleget. Az automatizáció néha nem működik és manuálisan kell ezeket ellenőrizni és összepárosítani. Az értékesítők kevesen vannak így rengeteg munkájuk van a kapcsolattartás szempontjából. Nincsen elég irodai alkalmazott, ami az adminisztratív feladatok elvégzésére lenne szükséges. Azután is, hogy kintlévőségkezelő céget alkalmaz, még mindig rengeteg a kintlévősége. Adózási szabályoknak meg kell felelnie. Néhány esetben a számlák kiegyenlítése nem történik meg fizetési határidő előtt. Ezeket, hogy lehet kiküszöbölni? A Regin rendszere nagyon praktikus weboldal, de ilyen esetben programfejlesztők segítségét kell kérni, hogy fejleszteni tudják a Regint. Automatizációra kicsit nagyobb energiát kell fektetni, mert itt a számlák befizetésével is vannak problémák. Ezt úgy tudjuk korrigálni, ha nem állítanánk ki számlákat tagoknak csak vendégeknek a találkozóról és a vendégek saját maguknak generálnának számlát Reginből, amit bankkártyás fizetéssel tudnának kiegyenlíteni és nem beutalással, de ha így is döntenek akkor a számla sorszámát pontosan be kell kérni, mert enélkül rengeteg plusz munkát

végeznek a pénzügyes munkavállalók. Értékesítő gondra több értékesítő felvétele segítene több tagot hozni. Az adminisztratív munkák elvégzésére végezni kell egy targeting elemzést, hogy kire is számíthatnának, megtalálni a közösségi csatornát, ellenőrizni a jelöltek tudását és a megfelelő jelentkezőket felvenni. Esetleges új kintlévőségkezelő cég megbízása, hogy segítse a meglévő munkáját. A könyvelőkkel heti rendszerességgel kapcsolattartás van az adózási feltételek betartása érdekében. A kifizetetlen szállítói számlák naponta kezelése és ellenőrzése a NAV rekordokból.

## **Pénzügyi terv**

A vállalkozás tervezés egyik legfontosabb eleme a pénzügyi terv. A cég költségvetését, bevételét, biztosítását, cash flow és befektetéseit mutatja be. A pénzügyi terv megírása után tudni fogjuk, hogy működni fog-e az a terv, amit készítettünk vagy sem. A pénzügyi tervnek az alábbi feltételeknek meg kell felelni reális legyen, teljeskörű, mérhető, átlátható és könnyen módosítható.

A 3 Cash Flow minta a Rich Dad's Guide to Financial Freedom könyvben 3 csoportra osztja az emberek Cash flowját. Van a szegények Cash Flowja, akik csak a fizetésből és a költségekből élnek (adó, hitel stb.), a középosztály Cash Flowja, ahol nem csak fizetésből élnek, hanem vannak más forrásaik is, míg a gazdag réteg eszközökből gazdálkodik.

Azok az emberek, akik sikeresek akarnak lenni az információs korszakban, minél gyorsabban kell fejleszteni pénzügyi intelligenciájukat és érzelmi intelligenciájukat, hogyha ebben a mintában gondolkodnak, annál gyorsabban érzik magukat anyagilag biztonságban, és annál gyorsabban találnak pénzügyi szabadságot. Ennek a mintának az eléréséhez az embernek a Vállalkozás tulajdonosa és a Befektető szemszögéből kell látnia a világot, nem csak az Alkalmazott és az Egyéni vállalkozó szemszögéből. (Robert K., 1998)

## **Előzetes jövedelemterv/ Bevételi terv**

Az összes várható árbevételeket tartalmazza. Tehát ide fog tartozni az összes tagsági díj, licence díj, előfizetés havi és éves díja, Gonetwork, Gonetwork+, bérletek feltöltése, vendég díjak, Üzleti találkozó díjak, Mesterelme, Társasági esemény, ONE díj (Online Networking Eszköztár), ONG, NNH, Beszélj szépen program, NSC, tartalomgyártás, Vitorlázás, szponzoráció, nyomtatványok bevételei régióktól, avatócsomag és könyvek. Az alábbi adatok nem a valóságnak megfelelő összegeket tartalmaznak havi bontásban. Tegyük fel Gonetworkból csak egy befizetés érkezik, ami 20.000Ft, bérletek feltöltéséből 800.000Ft, vendég díj 40.000Ft, Üzleti találkozó 300.000Ft, ONE díj 1.500.000Ft, tartalomgyártás

200.000Ft, szponzoráció 500.000Ft, nyomtatványok 190.000Ft, könyvek 15.000Ft, licence díj 1.000.000Ft, előfizetés díja 1.200.000Ft és a tagsági befizetések 35.000.000Ft. Tehát egy hónapra a HCS Center bevétele összesen 40.765.000Ft.

### **Költségterv**

Az összes lehetséges költség előrejelzése közvetlen és közvetett költségekre bontva.

Közvetlen költség lehet a, Scout, Royalty fee, K+F díj, Reporting2you (DeepEye), jogdíjak, bérek, járulékok, kamat, tűz és munkavédelmi díj, üzemorvos.

Közvetett költség pedig a rendezvényhelyszínek terembérlete, étel, ital fogyasztás, taxi, munkavállalók megtartása (pizza nap), üzemanyag költség, IT költségek, karbantartás, fotós, videós, hirdetések, nyomdai költségek, NSC tábor, takarítás, telefon számlák, képzési költség, banki költség, postai költség, könyvelő, jogász, irodabérlés, irodaszerek, nyomtatványok. Egy hónapban a HCS Center fiktív kiadásai az alábbiakként alakultak. Rendezvény helyszínek 6.000.000Ft, autó bérleti díja 300.000Ft, fotós 40.000Ft, taxi 36.000Ft, bérek 7.000.000Ft, jutalékok 3.000.000Ft, könyvelő 830.000Ft, jogász 635.000Ft, takarítás és irodabérlés 600.000Ft, üzleti találkozó szervezése 2.000.000Ft, nyomtatványok rendelése 50.000Ft, diákszövetkezet, hostess 430.000Ft, orvos 7.000Ft, telefon számla 50.000Ft, IT költség 150.000Ft. Összesen a HCS Center költsége 16.013.000Ft. Viszont ezen kívül még fizetni kell jogdíjakat, ami kb. 5.000.000Ft.

### **Pénzforgalmi/ likviditási terv, Cash flow**

A tényleges pénzmozgással járó bevételeket és kiadásokat szemlélteti, pénzforgalmi becslésekre épül.

### **Pénzforgalmi terv**

„A számvitel és a pénzügy nem valóság csak a valóságot tükrözik, és ennek a tükröződésnek a pontossága attól függ, hogy a könyvvizsgálók, könyvelők és pénzügyi szakemberek képesek-e ésszerű feltételezéseket tenni és ésszerű becsléseket kiszámítani.

Ez egy kemény munka. Néha a könyvelőknek és a pénzügyeseknek meg kell számszerűsíteniük azt, amit nem lehet könnyen számszerűsíteni.” (Karen B. and Joe K, 2008)

A pénzforgalmi terv olyan tervezési eszköz, amely lehetővé teszi a vállalkozás számára, hogy előre jelezze jövőbeli pénzügyi helyzetét. A pénzforgalmi terv egy adott időszakra, általában egy évre előre dokumentálja a vállalkozás bevételeit és kiadásait. A tervezési időszak végén a pénzforgalmi tervek és az aktuális adatok összehasonlítása lehetővé teszi a vállalkozások



számára, hogy felmérjék pénzügyi helyzetüket és meghatározzák a jövőbeni lépéseket. A pénzforgalmi terv általában a várható bevételek, kiadások, adók és egyéb költségek havi bontását tartalmazza. A terv egy adott időszakra mutatja be a cég pénzügyi helyzetét, így segít a költségvetés tervezésében, a likviditáskezelésben, a befektetési döntésekben és a szükséges finanszírozás azonosításában. A pénzforgalmi tervezés fontos eszköz a vállalkozások számára a likviditás és a pénzügyi stabilitás biztosítására.

### **Likviditási terv**

A likviditási terv olyan pénzügyi terv, amely megmutatja, hogy egy üzleti vállalkozás hogyan tervezi finanszírozni rövid távú (általában egy évnél rövidebb) likviditási szükségleteit. A forgóeszköz-terv tartalmazza a jelenlegi és a tervezett bevételeket és kiadásokat, valamint a vállalat következő kiadási időszakának finanszírozási forrásait. A forgótőke-terv fontos eszköz az üzleti tervezésben, mert segít a vállalkozásoknak előre tervezni, és felkészülni olyan rövid távú pénzügyi kötelezettségekre, mint a vásárlási kifizetések, a bérek, a béren kívüli juttatások és a kötelezettségek. A likviditási terv segítségével a vállalkozás azonosíthatja a lehetséges likviditási problémákat, és megteheti a szükséges lépéseket a vállalkozás folyamatos pénzáramlásának biztosítására.

### **Cash Flow**

A cash flow egy pénzügyi mérőszám, amely megmutatja, hogy egy adott időszakban mennyi pénz áramlik be egy vállalkozásba vagy onnan ki. A cash flow meghatározásakor figyelembe veszik a vállalat összes bevételét és kiadását, valamint a befektetett tőkét és a finanszírozást.

A pozitív cash flow azt jelenti, hogy egy vállalkozás több pénzt kap, mint amennyit elkölt egy adott időszakban, ami jó hír egy vállalkozás számára, mivel növeli a likviditást, javítja a fizetőképességet, és tőkét biztosít új befektetésekhez vagy üzletbővítéshez. Lehetőség biztosított. A negatív cash flow viszont azt jelzi, hogy egy vállalkozás több pénzt fizetett ki, mint amennyit kapott egy adott időszakban, ami gyengítheti a vállalkozás likviditását és korlátozhatja a további befektetéseket vagy növekedést.

Ha a HCS Centerre nézzük a cash flow-t:

$$+40.765.000\text{Ft} - 16.013.000\text{Ft} - 5.000.000\text{Ft} = 19.752.000\text{Ft}$$

Összesen kb. 19.752.000Ft, ami azt jelenti, hogy a pénzügyi kötelezettségeit tudja fedezni és még profitot is tud termelni. Persze ez az összeg a váratlan kiadások nélkül csak előrelátható költségekből lett kiszámítva.

## **Előzetes mérleg és eredménykimutatás**

„Annak a folyamatnak, amelynek során megtaláljuk a módját, hogy az ötleteket lehetőségekké alakítsuk, strukturáltnak és fegyelmezettnak kell lennie. Ahelyett, hogy új ötletek vagy tudás után kutakodnánk, összpontosítsunk a meglévő problémák megoldására.” (Ken C., 2015)

Mint a fentiek alapján idézett szöveg is említi, ha kitaláltunk valamit ne keressünk új ötletet, ha az első problémamegoldás is hatásos lehet. Minél lehet ez nagyon fontos szempont? A mérleg és az eredménykimutatás kiszámításánál, amit, ha egyszer elrontottunk a tervezés alatt újra ki tudunk számolni és rá tudunk jönni a probléma forrására. A vállalkozás vagyoni helyzetét mutatja meg. Az eredményterv mérlegszerinti eredmény szerepel benne. Megmutatja a saját és idegen források arányát. Az előzetes mérleg és eredménykimutatás olyan pénzügyi kimutatások, amelyek az üzleti tervezési folyamat során felhasználhatók a várható bevételek, költségek és nyereségek meghatározására. Ezek a jelentések segítenek az üzleti döntések meghozatalában és a vállalkozás pénzügyi állapotának nyomon követésében. Az előzetes mérleg egy olyan kimutatás, amely egy adott időpontban egy vállalkozás eszközeit és erőforrásait mutatja. A mérleg két oldalra osztható: az aktív oldalon a vállalat vagyont, a passzív oldalon pedig a vállalat erőforrásait. Az előzetes mérleg készítésénél előre jelzett mérleg adatokat használunk. Az eredménykimutatás egy olyan kimutatás, amely felsorolja a vállalat pénzügyi teljesítményét, tükrözve a vállalat által egy bizonyos időszak alatt realizált bevételeket és kiadásokat. Az eredménykimutatásban egy adott időszakra előre jelzett bevételi és kiadási adatokat használunk. Az eredménykimutatás az időszaki nyereség vagy veszteség meghatározásához a bevételből levonja a ráfordításokat. Az eredménykimutatás a vállalatadózás előtti eredményét mutatja. Az előzetes mérleg és eredménykimutatás fontos pénzügyitervezési eszköz, amelyek segítenek a vállalatoknak pénzügyi helyzetük értékelésében és üzleti döntéseik meghozatalában.

## **Fedezet számítás**

A fedezeti pontnál számítjuk ki, hogy mekkora forgalom mellett térül meg az összes költsége a vállalkozásnak. Ez azért fontos, mert a számítások segítségével megtudjuk mondani, hogy pontosan mennyi eladásra van szüksége és ha szükség van költségek csökkentésére. Ha már egy eladással több lesz a fedezeti pontnál akkor a társaság profitot realizál. Ez lehetővé teszi a vállalkozás számára, hogy hatékonyabban tervezze meg az értékesítési stratégiáját, árazási

stratégiáját és a költségvetését. Fontos eszköze a pénzügyi és az üzleti tervnek. A következő számítás fiktív összegekkel készült.

Fix költség/ (1- (Eladási ár/ Változó költség) = Fedezeti Pont

2.109.000Ft/ (1- (500.000-16.013.000) = 0,1359, ami kb. 14 eladott szolgáltatás

Összesen 14 szolgáltatást kell eladni, hogy a vállalat a fedezeti pontját elérje egy hónapban.

## **Mellékletek**

A mellékletekbe olyan adatok kerülnek, ami a termékről vagy szolgáltatásról készült piackutatási adatok, vagy egyéb számítások, a marketing és a pénzügyi terv során készített elemzések számítások adatai. Ezenfelül a szerződéseket, hatósági engedélyeket is itt találjuk a hivatalos levelekkel és ajánlatokkal. Illetve olyan dokumentumok és számításokat, amik alátámasztják a tervek megalapozottságát. Nézzük a HCS Centert például lehet az alapító okiratot, hatósági engedély a szolgáltatás forgalmazásáról, szerződések a brandekkel a jogdíjak és az elszámolások alapján, az egész éves pénzügyi terv.

## **Összefoglaló**

Vízió, misszió és cél meglétével a céget meg tudjuk különböztetni a többi cégtől, ami azért fontos, hogy a vevők tisztában legyenek a céljainkkal és a víziónk által tudjuk meggyőzni az ügyfelet, hogy minket válasszon. Az üzleti tervezés az egyik legfontosabb eszköz a vállalkozások életében, amely segít előre tervezni a vállalkozás céljait, stratégiáit, pénzügyeit, erőforrásait és feladatait. Az üzleti tervezés olyan döntések meghozatalának folyamata, amelyek biztosítják a vállalkozás hosszú távú stabilitását és sikerét, miközben a rövid távú műveletek hatékony irányításának módjait is megtaláljuk. A különböző vállalkozásoknak különböző céljaik és stratégiáik vannak, így a megfelelő üzleti tervezési módszerek és eszközök is eltérőek lesznek. Az üzleti tervezés fontosságát nem lehet alábecsülni. Egy jól kidolgozott üzleti terv elengedhetetlen a sikerhez a piaci versenykörnyezetben. Egy megbízható terv jelentheti a különbséget a fenntartható és a sikertelen vállalkozás között. Az üzleti terv nem csak a vállalatnak jó, hanem a befektetőnek, akik be szeretnék fektetni a vállalkozásba, hogy tudják mennyire kockázatos a vállalat. Az alábbi adatok és kutatások alapján a HCS Center stabil bevételekre számíthat, hiszen van kereslet a szolgáltatásuk iránt.

## Irodalomjegyzék

Karen B. and Joe K. (2008). Financial Intelligence for Entrepreneurs 6. oldal

Robert W. B. (2020). The Marketing Plan Handbook 6. kiadás 21. oldal

János V. (2009). Kisvállalkozások indítása és működtetése mersz.hu-ról:  
[https://mersz.hu/hivatkozas/dj296kiem\\_11\\_p14#dj296kiem\\_11\\_p14](https://mersz.hu/hivatkozas/dj296kiem_11_p14#dj296kiem_11_p14)

Robert K. (1998). Cashflow Quadrant: Rich Dad's Guide to Financial Freedom 192. oldal

Ken C. ClydeBank Business (2015). A Business Plan: QuickStart Guide - The Simplified  
Beginner's Guide to Writing a Business Plan 7. oldal