

VÁLLALKOZÁSVEZETÉSI ISMERETEK

**MESTERVIZSGÁRA FELKÉSZÍTŐ
OKTATÁSI JEGYZET ÁTDOLGOZOTT KIADÁSA**

Átdolgozást végző szakértők:

Dr. Birher Nándor
Hendrik Krisztina

2022

KIADÓ:

Magyar Kereskedelmi és Iparkamara
Budapest

Tartalom

I. A VÁLLALKOZÁSOKRÓL	8
1. A vállalkozások jellemzői.....	8
1.1. A vállalkozások személyi feltételei	9
1.2. Az egyéni vállalkozásra vonatkozó fontosabb szabályok.....	10
1.3. A társas vállalkozásokra vonatkozó fogalmak és a társas vállalkozások fajtái	13
1.3.1. A gazdasági társaságok létrehozásával kapcsolatos alapfogalmak.....	13
1.3.2. A gazdasági társaságok működtetésével kapcsolatos alapfogalmak	15
1.3.3. A gazdasági kamara szerepe	20
1.4. A Közkereseti társaság (Kkt.).....	23
1.5. A Betéti Társaság (Bt.)	23
1.6. A Korlátolt Felelősségű Társaság (Kft.).....	24
1.7. A Részvénytársaság (Rt.).....	25
II. PIACI ISMERETEK, PIACI INFORMÁCIÓK	27
2. A vállalkozások környezete és a piac	27
2.1. Piaci szintek.....	28
2.2. A piac fajtái.....	29
2.3. A piac szerkezete	31
2.4. A piac szegmentálása.....	32
2.4.1. A szegmentációval választható stratégiai utak	33
2.4.2. A pozicionálás.....	34
2.5. A szükséglet, az igény és a kereslet.....	34
2.6. Minőségbiztosítás	36
2.7. A marketingkutatásról és piackutatásról röviden.....	37
III. MARKETING ISMERETEK	42
3.1. A marketing- mix elemei	42

3.1.1. Termékpolitika.....	44
3.1.1.1. A márkázás és a védjegyoltalom jelentősége.....	45
3.1.1.2. A termék- életgörbe	46
3.1.1.3. A szolgáltatások típusai és sajátosságai.....	47
3.1.2. Árpolitika	49
3.1.3. Értékesítéspolitiká.....	52
3.1.4 Piacbefolyásolás.....	55
3.2. A reklámok, az adatvédelem és a tisztességes magatartás.....	59
3.3. A fogyasztói magatartás.....	60
3.4. A vásárlói személyiség és a személyiség típusok	60
3.5. A vásárlás folyamata.....	61
3.5.1. A vásárlás 0+5 szakaszának jellemzői.....	62
3.5.2. Az impulzusvásárlás	63
3.5.3. A percepció (észlelés)	64
3.6. Az üzleti terv felépítése	65
3.7. A marketingstratégia.....	69
IV. A VÁLLALKOZÁSOK VAGYONA, KÉSZLETGAZDÁLKODÁS.....	71
4.1. A vállalkozások eszközei.....	72
4.2. A vállalkozások forrásai	73
4.3. Példa a vállalkozói hitel fajtákra.....	73
4.4. A vállalkozások finanszírozása, pénzforgalma.....	75
4.4.1. A pénzforgalom	75
4.4.2. Bankszámlanyitás	76
4.4.3. A bankbetétek	77
4.4.4. Értékpapírok.....	78
V. AZ ÁLLAMHÁZTARTÁS FELÉPÍTÉSE ÉS MŰKÖDÉSE.....	80
5. Az államháztartásról	80

5.1. A központi állami költségvetés	81
5.2. A helyi adók	85
5.2.1. Az önkormányzati adónemekről röviden	85
VI. AZ ADÓZÁSSAL KAPCSOLATOS ALAPVETŐ ISMERETEK	86
6.1. Fogalmi meghatározások	86
6.2. Általános forgalmi adó (ÁFA)	88
6.3. A személyi jövedelemadó (SZJA) magánszemélyek esetében	92
6.4. Az egyéni vállalkozókra vonatkozó adózási szabályok	95
6.4.1. Az egyéni vállalkozó jövedelem szerinti adózása	95
6.4.2. Az egyéni vállalkozó átalányadózása	96
6.4.3. Az egyéni vállalkozó tételes átalányadózás	97
6.4.4. Az osztalék	98
6.5 A társasági adóról és az osztalékadóról	98
6.6. A Kisvállalati adó (KIVA)	100
6.7.A Kisadózó vállalkozások tételes adója (KATA)	101
6.8. A számlaadási kötelezettség és a bizonylat fogalma	102
6.8.1. A bizonylatról	102
6.8.2. Szigorú számadásra kötelezett nyomtatványok kezelése, nyilvántartása	103
6.8.3. A számla és a nyugta kötelező elemei	104
6.8.4. A számla sztornózása	108
VII. JOGI ISMERETEK	110
7. Jogi alapismeretek	110
7.1. Alapvető fogalmak	110
7.2. A szerződés megkötésének alapvető szabályai	113
7.2.1. A polgári jogi szerződés fogalma	113
7.2.2. A szerződéskötés lehetséges módjai	114
7.2.3. Az előszerződésről	115

7.2.4. A szerződés teljesítése	115
7.2.5. A szerződések érvénytelenségéről	116
7.2.6. A szerződés megszűnése.....	116
7.2.7. A szerződésszegés.....	116
7.2.8. A foglalóról, mint a szerződés egyik biztosítékáról.....	117
7.3. A munka világát szabályozó jogforrások.....	119
7.3.1. A Munka törvénykönyve szerint a munkajog alanya	119
7.3.2. A munkaszerződés, a munkaköri leírás és a próbaidő	120
7.3.3. A munkáltató írásbeli tájékoztatási kötelezettsége	121
7.3.4 A munka díjazása	121
7.3.5. A munkavégzés előírásai munkavállalói jogok és kötelezettségek	124
7.3.6. A munkaidő, a munkarend, a pihenőidő és a szabadság.....	126
7.3.7. A munkaviszony megszűnése és megszüntetése	127
7.3.8. A kártérítési felelősség.....	128
7.4. A szakszervezetek.....	129
7.5. Kollektív szerződés.....	129

ELŐSZÓ AZ OLVASÓHÓZ

Tisztelt Mesterjelölt!

A kötet Dr. Kozma Réka által korábban összeállított kiváló szakmai anyag alapjaira építve, aktualizált formában mutatja be azokat az ismereteket, amelyek nem egyszerűen ahhoz szükségesek, hogy eredményes mestervizsgát tehessen a jelölt, hanem egyúttal hasznos gyakorlati információkat adnak ahhoz, hogy az olvasók sikeres vállalkozásokat indíthassanak, vagy ilyen vállalkozások tevékenységében vehessenek részt.

Természetesen ennek a könyvnek az elolvasása önmagában még nagyon kevés ahhoz, hogy a vállalkozások területén sikereket érhessünk el. Ahhoz viszont bőven elegendő ismeretet ad, hogy felismerjük: a vállalkozás kockázatos kihívás, de a kockázatok kezelhetők, jórészt kézben tarthatók, és akár a javunkra is fordíthatók.

Pontosan a kockázatok hatékony kezelése érdekében kell megismerkednie minden mesterjelöltnek azzal, hogy mit is jelent a vállalkozás a jog szempontjából, miért fontos a jól megválasztott könyvelő, vagy éppen hogyan tudjuk a termékünket a piacon megfelelő árazás mellett nyereséggel eladni.

Mindezek mellett azonban azt is látni kell, hogy a hangsúly valójában azokon a szakembereken van, akik munkájukkal értéket hoznak létre. Értéket, amellyel képesek lesznek eltartani saját magukat, a családjukat, és amely értékkel örömet szereznek a vásárlóiknak is.

A minőség igénye és a minőség létrehozása minden mester igazi titka a vállalkozási sikerhez. Jelen kötet azért készült, hogy a minőség eléréséhez vezető úton segítséget nyújtson az olvasónak, legalábbis az első lépéseket illetően, hogy ezt követően a mesterek már önállóan találják meg a számukra leghatékonyabb módszereket. Sőt képesek legyenek majd arra is, hogy ezeket a módszereket ők adják tovább a következő generációknak.

A szerzők

I. A VÁLLALKOZÁSOKRÓL

1. A vállalkozások jellemzői

Néhány jelentősebb jogszabály a vállalkozások létrehozása és működtetése kapcsán: 2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről (Ptk.), 2009. évi CXV. törvény az egyéni vállalkozóról és az egyéni cégről, 1991. évi XLIX. törvény a csődeljárásról és a felszámolási eljárásról, 2006. évi V. törvény a cégnyilvánosságról, a bírósági cégeljárásról és a végelszámolásról.

A szükségletek kielégítésére irányuló szervezett tevékenység, ami egyben az erőforrások ésszerű, optimális hasznosítását is jelenti a vállalkozói tevékenység. A hétköznapi életben a gazdálkodó szervezet, a vállalat és a vállalkozás azonos tartalmú fogalmak. Jelentésük: a gazdaság olyan alapegységei, melyek a rendelkezésükre álló eszközökkel a gazdasági élet többi szereplőjétől részben elkülönülten gazdálkodnak, nyereségre törekszenek, s eközben kockázatot vállalnak.

A vállalkozások működésének vannak olyan általános jellemzői, amelyek a tevékenység jellegétől és a vállalkozási formától függetlenül minden gazdálkodó szervezetre jellemzőek. Ilyenek például, hogy a gazdálkodó szervezetek önállóan gazdálkodnak, tevékenységük során kockázatot vállalnak, tevékenységük eredményességében anyagilag érdekeltek, döntéseikért anyagi, jogi, és erkölcsi felelősséggel tartoznak.

Egyszerűen megfogalmazva:

Vállalkozás minden olyan emberi tevékenység, amely a fogyasztók igényeinek kielégítésére folytatnak profit elérése céljából, vállalva az ezzel járó felelősséget.

A vállalkozások lehetnek egyéni vállalkozások és társas vállalkozások. A vállalkozás olyan önállóan gazdálkodó szervezeti alapegység, mely kockázatot vállal, rendszeresen, bevétel elérése céljából, nyereségnövekedésre és vagyongyarapításra törekszik.

Az új Ptk. értelmében vállalkozás a szakmája, önálló foglalkozása vagy üzleti tevékenysége körében eljáró személy.

Fennmaradásuknak alapvető feltétele, hogy bevételeik meghaladják a költségeiket és ráfordításaikat és így hosszú távon nyereségesek, sikeresek lehessenek.

Választás a vállalkozási formák között

Piaci tevékenységünkhöz többféle vállalkozási formából választhatunk. Azt, hogy melyik típust részesítjük előnyben sok minden befolyásolja. Befolyásoló tényező lehet például, hogy

egyedül, vagy csapatban szeretnénk majd tevékenykedni. Döntő továbbá a rendelkezésünkre álló kezdőtőke mennyisége, a vállalkozás elhelyezkedése, de elsősorban az, hogy mit és milyen fajta (termelés, szolgáltatás) tevékenységet- tevékenységeket kívánunk majd végezni. Kiemelkedő jelentősége van annak is, hogy teljes vagyonunkkal akarunk-e felelősséget vállalni a cég működéséért.

Természetesen, ha szükséges egyik vállalkozási formáról át lehet térni (átalakulással) másik vállalkozási formára is.

A Céghelyi rendszerről röviden

A céghelyi rendszer lényege, hogy gyorsabb, olcsóbb, átláthatóbb a papír alapú ügyintézésnél, idő- és költségmegtakarítás a cégeknek amellet, hogy bevezetésével és használatával nagyban csökkenthető a bürokrácia is.

A cégjegyzéknek valamennyi gazdálkodó szervezet esetében többek között tartalmaznia kell a cég hivatalos elérhetőségét, egyben lehetővé téve a cégek és hatóságok közötti e-ügyintézés lehetőségét. Ennek nyilvántartása **2018. január elsejétől kötelező**. Az újonnan alakuló gazdálkodó szervezetek a nyilvántartásba vételüket követő **8 napon belül** kötelesek regisztrálni. Céghelyi regisztrációra kötelezettek (a teljesség igénye nélkül): a betéti társaságok, korlátolt felelősségű társaságok, részvénytársaságok, alapítványok, egyesületek, szövetkezetek, helyi önkormányzatok, költségvetési szervek, köztisztviselők, az állami vállalat, végrehajtói iroda, közjegyzői iroda, ügyvédi iroda, szabadalmi ügyvivői iroda, külföldi vállalat fióktelepe, egyéni cég. Ugyanakkor az egyéni vállalkozók továbbra is az ügyfélkapu-szolgáltatással jogosultak az elektronikus kapcsolattartásra.

A bejelentkezést végző cégképviselőre jogosult személy saját maga is lehet céghelyi megbízott, ám a vállalkozáson belül mást is megbízhat az adminisztrációs feladattal, a levelezés kötelezettségével. A több jogosult a központi e-mail címen egy ingyenes tárhelyet kezel majd, melyet a Nemzeti Infokommunikációs Zrt. biztosít a gazdálkodószervezetek számára. Ez a tárhely biztonságos, hiteles, igazolja a hivatalos levelezés megtörténtét, az ide érkező dokumentumokat kézbesítettnek tekintik.

1.1. A vállalkozások személyi feltételei

Egy vállalkozás létrehozása összetett feladat. Elsődlegesen piaci igényt és fogadóképességet kell találni ahhoz, hogy esélyekkel induljon vállalkozói pályafutásunk. Alapelvnek tekinthető, hogy nem azt kell csinálni, amit mi akarunk és elképzeltünk magunknak, hanem azt, amire piac fogékony. Ha a két elképzelés találkozik, vagy azonosulni tud, az annál jobb. A piaci rés felismerését követően az ötlet kidolgozása, majd ehhez a pénzügyi és technikai eszközök hozzárendelése, üzleti terv készítése szükséges. Azonban egyértelmű, hogy maga az ember és szakmai tudása nélkül egy vállalkozás sem lehet életképes. Ez az emberi erőforrás a vállalkozások létrehozása és működtetése esetén egyszerre jelenti a kimagasló szakmai

tudást, vagy annak a megfelelő helyről történő merítését (alkalmazottak kiválasztása) és a vezetői kompetenciákat, a korszerű menedzseri képességek meglétét. Érdemes szem előtt tartani, attól hogy valaki kiváló szakember, még nem biztos, hogy hatékony vezető is egyben. A két dolog nem következik automatikusan egymásból. Továbbá alapelveként érdemes végiggondolni, hogy a vezetői készségek mindig fejleszthetők és azt is, bármilyen magas szintű valaki tudása, az hamar elévül, korszerűtlenné válik akkor, ha folyamatos képzésekkel, továbbképzésekkel, tréninggel nem tartjuk azt karban. Már rögtön a vállalkozás alapításától kezdve nagy jelentősége van a megfelelő könyvelő kiválasztásának.

A cégek működésének érintettjei azok, akik a vállalkozással lényeges és kölcsönös, tartós kapcsolatban állnak.

Belső érintettek: tulajdonosok, menedzsment, alkalmazottak, ügyvezető.

Külső érintettek: fogyasztók, szállítók, versenytársak, állam, önkormányzat stb.

A vállalkozáshoz szükséges készségek többek között: nagyfokú szakmai tudás, tények és vélemények (feltételezések) megkülönböztetése, realitásérzék, kreativitás, lehetőség felismerése, önállóság és lényeglátás, stratégiai készség, realitáselemző készség, környezet értékelése, etikai elvek, jó kommunikációs és tárgyalási képesség, kapcsolatháló kialakítása, egészséges kockázatvállalási készség, hatékony döntési képesség stb.

1.2. Az egyéni vállalkozásra vonatkozó fontosabb szabályok

A magánszemélyek a saját nevük alatt négyféle formában végezhetnek gazdasági tevékenységet:

- adószám nélküli magánszemélyként (pl. gyerekfelügyelő, takarítónő stb.);
- adószámos magánszemélyként (munkaviszonyon kívüli önálló tevékenység);
- szellemi szabadfoglalkozásúként; és
- egyéni vállalkozóként.

A törvény szerint **egyéni vállalkozónak nevezzük azt a természetes személyt**, aki üzletszerű gazdasági tevékenységet saját neve alatt folytat.

Üzletszerűnek minősül a rendszeresen, nyereség- és vagyonszerzés céljából, saját gazdasági kockázatvállalás mellett folytatott gazdasági tevékenység.

Az egyéni vállalkozó esetében a saját vagyon a felelősség szempontjából nem különül el a vállalkozás vagyonától, a vállalkozásnak nincs az alapító természetes személytől elkülönülő önálló személyisége, (jogképessége), önálló szervezete. **az egyéni vállalkozó felelősége korlátlan és egyetemleges. Ami azt jelenti, hogy adott esetben a teljes, személyes vagyonával felel a tevékenysége következményeiért.**

Egyéni vállalkozó lehet:

A nagykorú jogképes, cselekvőképes magyar állampolgár.

Az Európai Unió tagállamának vagy az Európai Gazdasági Térség államnak az állampolgára.

Az Európai Gazdasági Térségről szóló megállapodásban részes más állam állampolgárával azonos jogállást élvező személy.

A szabad mozgás és tartózkodás jogával rendelkező olyan személy, aki a szabad mozgás és tartózkodás jogát Magyarország területén gyakorolja.

Nem lehet egyéni vállalkozó:

Aki kiskorú, korlátozottan cselekvőképes vagy cselekvőképtelen.

Akit a közélet tisztasága elleni, a nemzetközi közélet tisztasága elleni, gazdasági, vagyon elleni bűncselekmény miatt jogerősen végrehajtandó szabadságvesztésre ítélték, amíg az elítéléséhez fűződő hátrányos jogkövetkezmények alól nem mentesül.

Akit szándékos bűncselekmény miatt jogerősen egy évet meghaladó, végrehajtandó szabadságvesztésre ítélték, amíg az elítéléséhez fűződő hátrányos jogkövetkezmények alól nem mentesül.

Aki egyéni cég tagja vagy gazdasági társaság korlátlanul felelős tagja. (pl. betéti társaság beltagja)

Akinek adó és vámtartozása van, vagy korábban vállalkozói igazolványát visszavonták. Foglalkozáskörétől eltiltották.

Egy természetes személynek egyidejűleg egyetlen egyéni vállalkozói jogviszonya állhat fenn.

Nem lehet egyéni vállalkozás keretében folytatni:

Az Szja törvény szerinti mezőgazdasági őstermelői tevékenységet,

A magán-állatorvosi tevékenységet,

Az ügyvédi tevékenységet,

Az egyéni szabadalmi ügyvivői tevékenységet,

A közjegyzői tevékenységet,

Az önálló bírósági végrehajtói tevékenységet.

Az egyéni vállalkozói tevékenység megkezdésének bejelentése:

Az egyéni vállalkozói tevékenység megkezdésének feltétele, hogy az erre irányuló szándékot a hatóságnak elektronikus úton (ügyfélkapu hozzáféréssel), vagy személyesen bejelentjük. (NAV bármelyik ügyfélszolgálatán)

A bejelentést az e célra rendszeresített elektronikus űrlapon kell megtenni.

Ha a kérelmező az űrlapot megfelelően töltötte ki, a hatóság automatikusan beszerzi az egyéni vállalkozó:

Adószámát

Statisztikai számjelét

Nyilvántartási számát

Az egyéni vállalkozói tevékenység megkezdésének bejelentése díj- és illetékmentes.

Az egyéni vállalkozói tevékenység folytatásához **nincs szükség egyéni vállalkozói igazolványra**. Az igazolvány az egyéni vállalkozói tevékenység megkezdésének és folytatásának nem feltétele, azonban, ha az egyéni vállalkozó kéri, a hatóság kiállítja számára az igazolványt. Az igazolvány kiállítása díj és illetékköteles.

A változások bejelentése:

Az egyéni vállalkozó a nyilvántartásban szereplő adatainak megváltozását a változástól számított 15 napon belül köteles az e célra rendszeresített elektronikus űrlapon a nyilvántartást vezető szervnek bejelenteni. **A változás-bejelentés díj- és illetékmentes.**

Az egyéni vállalkozói tevékenység folytatásának főbb szabályai:

Az egyéni vállalkozó több tevékenységet folytathat, tevékenységét több telephelyen, fióktelepen végezheti.

Hatósági engedélyhez kötött gazdasági tevékenység csak az engedély birtokában kezdhető meg, illetve végezhető.

Az egyéni vállalkozó közreműködőként alkalmazottat, segítő családtagot, és szakiskolai, szakközépiskolai tanulót is foglalkoztathat.

Képesítéshez kötött tevékenységet az egyéni vállalkozó csak akkor folytathat, ha a jogszabályokban meghatározott képesítési követelményeknek megfelel, illetve főszabályként akkor is, ha a képesítési követelményeknek ő maga ugyan nem felel meg, de az adott tevékenység folytatásában személyesen közreműködő, általa határozatlan időre foglalkoztatott személyek között van olyan, aki rendelkezik az előírt képesítéssel.

Ha az egyéni vállalkozónak több telephelye (fióktelepe) van, a képesítési követelményekre vonatkozó előírásokat valamennyi telephelyen (fióktelepen) érvényesíteni kell.

Az egyéni vállalkozó gazdasági tevékenysége során az „egyéni vállalkozó” megjelölést (vagy annak e.v. rövidítését) és nyilvántartási számát neve (aláírása) mellett minden esetben köteles feltüntetni.

Egyéni vállalkozás szüneteltetése:

A vállalkozói tevékenység szüneteltetésének bejelentése kizárólag saját ügyfélkapun keresztül, elektronikus űrlap kitöltésével lehetséges. A szüneteltetés illetékmentes.

Abban az esetben, ha kiváltásra került az egyéni vállalkozói igazolvány, akkor az igazolvány leadása kötelező (személyesen, vagy postai úton).

Szüneteltetés időtartama: **minimum 30 nap, maximum 5 év.**

Az egyéni vállalkozás megszüntetése:

Saját ügyfélkapun keresztül, elektronikus űrlap kitöltésével.

Az igazolvány leadása kötelező (személyesen, vagy postai úton), amennyiben azt korábban kiállították.

Az egyéni vállalkozó halála esetén az egyéni vállalkozó özvegye, özvegy hiányában vagy annak egyetértésével örököse az egyéni vállalkozói tevékenységet folytathatja, ha az egyéni vállalkozói tevékenység folytatását bejelenti.

Az egyéni vállalkozó felelőssége:

Az egyéni vállalkozó egyéni vállalkozói tevékenységéből eredő kötelezettségeiért teljes vagyonával felel. Felelőssége korlátlan és egyetemleges.

1.3. A társas vállalkozásokra vonatkozó fogalmak és a társas vállalkozások fajtái

1.3.1. A gazdasági társaságok létrehozásával kapcsolatos alapfogalmak

A gazdasági társaság a tagok szerződéses kapcsolata, ezért a gazdasági társaság alapításához **társasági szerződés**, illetve egyszemélyes társaság esetén **alapító okirat** szükséges. Az alapításhoz szükséges okiratot **részvénytársaság esetén alapszabálynak** nevezzük.

A társasági szerződés hosszú időn keresztül meghatározza a tagok egymáshoz való viszonyát. A társaság külső kapcsolataiban, úgynevezett harmadik személy vonatkozásában szintén lényeges, illetve az lehet a felek megállapodása, ezért a törvény kötelezően előírja, és ez által érvényességi kellékké teszi a társasági szerződés írásba foglalását (közjegyző, ügyvéd vagy jogtanácsos előtt). A tagok a társasági szerződés tartalmát – a törvény keretei

között – szabadon állapítják meg.

Ne feledjük azonban sohasem, hogy egy gazdasági társaság alapítása mindig olcsóbb és egyszerűbb, mint a megszüntetése. Éppen ezért az alapításkor mérlegeljük, valóban tudunk-e hosszú távra tervezni a „cégünkkel”. Ha ez bizonytalan, válasszuk inkább az egyéni vállalkozói kereteket.

A társasági szerződésnek tartalmaznia kell:

A gazdasági társaság cégnevét, rövid nevét és székhelyét;

A gazdasági társaság tagjait, cégnevük és székhelyük feltüntetését, a gazdasági társaság tevékenységi körét; (A tevékenységi kört a TEÁOR számok alapján lehet meghatározni, amelyet a teaorszamok.hu oldalon is elérünk. A társaság alapításához elég a főtevékenységet meghatározni.)

A társaság jegyzett tőkéjét, a jegyzett tőkerendelkezésre bocsátásának módját és idejét;

A cégjegyzés módját;

A vezető tisztségviselők nevét, lakóhelyét azonosító adatait;

A gazdasági társaság időtartamát, ha a társaságot meghatározott időre alapítják.

Ezekon kívül mindazokat a lényeges adatokat, amit a törvény az egyes gazdasági társasági formáknál kötelezően előírt. A törzstőke és az egyes tagok törzsbetéteinek mértékét; a teljes egészében be nem fizetett pénzbetétek befizetésének módját és esedékességét; az első ügyvezetőt, több ügyvezető esetén a képviselőt módját; a cégjegyzés módját stb. Ezek azok a szempontok, amelyekkel érdemes felkészülni akkor, amikor a gazdasági társaság leendő tagjai felkeresik az ügyvédet vagy közjegyzőt.

Szükség esetén rendelkezik a társasági szerződés a következőkről is:

A nem pénzbeli betétekről és azok értékéről; a tagokat terhelő egyéb vagyoni értékű szolgáltatásokról, azok feltételeiről; a taggyűlés feljogosításáról pótbefizetés előírására és feltételeinek meghatározásáról;

Továbbá az eltérő tagsági jogokat biztosító üzletrészekről; az üzletrész átruházhatóságának kizárásáról vagy korlátozásáról; jogutódlás esetén az üzletrész átszállásának kizárásáról; az üzletrész bevonásának megengedéséről; a dolgozói üzletrészeiről, az azokhoz fűződő elsőbbségi jogokról; a határozatképességről, a határozathozatal módjáról; az adózott eredmény felosztásáról; az ügyvezetők képviselői jogának korlátozásáról; törzstőke emelés esetén az elsőbbségi jog gyakorlásának módjáról.

1.3.2. A gazdasági társaságok működtetésével kapcsolatos alapfogalmak

A gazdasági társaságok legfőbb döntéshozó szervei:

A gazdasági társaságok legfőbb szerve az a fórum, amely a társaság létezését, működését érintő legfontosabb kérdésekben dönt.

Kkt. és Bt. esetén ezt taggyűlésnek;

Kft. esetén taggyűlésnek;

Rt. esetén közgyűlésnek nevezzük.

Ügyvezetés:

A gazdasági társaságnak azt a szervét, amely a társaság operatív vezetését látja el ügyvezetésnek nevezzük. Ez a szerv felel a napi ügyek viteléért. Vezető tisztségviselők elnevezése:

Kkt. Bt, és Kft : ügyvezető

Rt esetében vezérigazgató és igazgatótanács látja el az ügyvezetést.

A hatályos szabályozás értelmében az ügyvezető kárfelelőssége kétirányú. Egyrészt felel az általa vezetett társaság felé, az ügyvezetői tevékenységével a társaságnak okozott károkért. Másrészt meghatározott feltételek esetén felel a társaságon kívüli harmadik személyek irányába, az olyan károkért, amelyet ügyvezetőként eljárva okozott. A harmadik személyek körébe tartozhatnak olyan személyek, akikkel a társaság nincsen szerződéses kapcsolatban, valamint olyan személyek is, akikkel szerződéses kapcsolat áll fenn (például a társaság hitelezői).

Ügyvezetői felelősség a társasággal szemben

A Ptk. szerint a szerződés megszegésével a másik félnek okozott kárt a károkozó köteles megtéríteni. Az ügyvezető és a társaság között minden esetben valamilyen szerződéses viszony van, mert a vezető tisztségviselői megbízatást szerződés alapján lehet ellátni. Éppen ezért, ha az ügyvezető a szerződéses kötelezettségét nem teljesíti, és ezzel a társaságnak kárt okoz, köteles azt megtéríteni. Az ügyvezetői kötelezettségek sokrétűek lehetnek. Például az ügyvezető egyik legalapvetőbb kötelezettsége, hogy tevékenységét a társaság érdekeinek elsődlegessége alapján lássa el, képviselje mindenben a tőle elvárható gondossággal és tudása legjavával az általa vezetett gazdálkodó szervezetet.

Az ügyvezetőnek lehetősége van arra, hogy kimentse magát a felelősség alól. A Ptk. értelmében a szerződésszegéssel okozott kárért való felelősség alól csak akkor lehet mentesülni, ha az érintett bizonyítja, hogy a szerződésszegést ellenőrzési körén kívül eső, a szerződéskötés időpontjában előre nem látható körülmény okozta, és nem volt elvárható, hogy a körülményt elkerülje, vagy a kárt elhárítsa.

Bűncselekmény elkövetése esetén az ügyvezető teljes vagyonával felel.

Az ügyvezető felelőssége harmadik személyekkel szemben

A vezető tisztségviselő által e jogkörében eljárva harmadik személynek okozott károkért a társaság felel. Elsődlegesen a társaság felel a külső személyeknek az ügyvezető e tevékenységével okozott károkért. Az ügyvezető csak akkor felel a társasággal egyetemlegesen, ha a kárt szándékosan okozta. Így a gondatlanság következtében előállt kárért az ügyvezető a külső személy irányában közvetlenül nem vonható felelősségre. Viszont a harmadik személyeknek szándékosan okozott kár esetén az ügyvezető egyetemleges felelőssége fennáll a szerződésen kívül okozott és a szerződésszegéssel okozott károk tekintetében egyaránt.

A vezető tisztségviselők és felügyelőbizottsági tagok felelősségbiztosítása

A hatályos jogszabályi rendelkezés szerint egy kisebb létszámú és kisebb vagyonú cég ugyanakkora felelősséggel tartozik károkozás esetén, mint egy nagyvállalat, vagyis a felelősségvállalás nagysága nem függ a cég méretétől.

Éppen ezért az ügyben érintetteknek célszerű körülnézni a biztosítások tekintetében, amellyel lehetőségük nyílik arra, hogy hibás döntés esetén mérsékeljék anyagi helyzetük kockázatát, illetve elkerülhessék magánvagyonuk bevonását a felelősség vállalása kapcsán.

Felügyelőbizottság:

A tagok vagy az alapítók a létesítő okiratban három, vagy több tagból álló felügyelőbizottság létrehozását rendelhetik el (néhány, a jogszabályok által meghatározott esetekben kötelező érvénnyel) azzal a feladattal, hogy **az ügyvezetést a jogi személy érdekeinek megóvása céljából ellenőrizze.**

A felügyelőbizottság tagja az a nagykorú személy lehet, akinek cselekvőképességét a tevékenysége ellátásához szükséges körben nem korlátozták.

Nem lehet a felügyelőbizottság tagja, akivel szemben a vezető tisztségviselőkre vonatkozó kizáró ok áll fenn, továbbá aki, vagy akinek a hozzátartozója a jogi személy vezető tisztségviselője.

A felügyelőbizottság tagjai a felügyelőbizottság munkájában **személyesen kötelesek részt venni.** A felügyelőbizottság tagjai a jogi személy ügyvezetésétől függetlenek, tevékenységük során nem utasíthatóak. Az első felügyelőbizottság tagjait a létesítő okiratban kell kijelölni, ezt követően a döntéshozó szerv választja a felügyelőbizottsági tagokat. A felügyelőbizottsági tagsági jogviszony az elfogadással jön létre.

A felügyelőbizottsági tagság megszűnésére a vezető tisztségviselői megbízási megnevezésére vonatkozó szabályokat kell alkalmazni, azzal, hogy a felügyelőbizottsági tag lemondó nyilatkozatát a jogi személy vezető tisztségviselőjéhez intézi.

A felügyelőbizottság köteles a tagok, vagy az alapítók döntéshozó szerve elé kerülő előterjesztéseket megvizsgálni, és ezekkel kapcsolatos álláspontját a döntéshozó szerv ülésén

ismertetni. A felügyelőbizottság a jogi személy irataiba, számviteli nyilvántartásaiba, könyveibe betekinhet, a vezető tisztségviselőktől és a jogi személy munkavállalóitól felvilágosítást kérhet, a jogi személy fizetési számláját, pénztárát, értékpapír- és áruállományát, valamint szerződéseit megvizsgálhatja és szakértővel megvizsgáltathatja. A felügyelőbizottság határozatait a jelenlévők szótöbbségével hozza. A létesítő okirat ennél alacsonyabb határozathozatali arányt előíró rendelkezése semmis. **A felügyelőbizottság tagjainak felelőssége:**

A felügyelőbizottsági tagok az ellenőrzési kötelezettségük elmulasztásával vagy nem megfelelő teljesítésével a jogi személynek okozott károkért a szerződésszegéssel okozott kárért való felelősség szabályai szerint felelnek a jogi személlyel szemben.

Apport (nem pénzbenei vagyoni hozzájárulás)

A Ptk. értelmében az apport, vagy más néven nem pénzbenei vagyoni hozzájárulás a jogi személyek, illetve gazdasági társaságok tőkeellátásának egyik módja. Gazdasági társaságok esetében az apportálás során a társaság tagjai, részvényesei nem pénzt (például a cég alapításánál a törzstőkét nem teljes egészében pénzbenei fizetik be), hanem például eszközöket (dolgokat), vagyoni értékű jogokat (például szellemi alkotásokat), vagy az adós által elismert, vagy bíróság által jogerősen megítélt követeléseket ruháznak át a társaságra, és ezzel növelik a társaság vagyonát (tőkéjét). Az apportálás a részvényes és a társaság közötti átruházási jogcímnek minősül, és gyakran apportálási, vagyonjuttatási szerződés kötésével történik. Nem pénzbenei hozzájárulás gazdasági társaság alapításánál is felmerülhet. Apport lehet például szellemi termék, gép, berendezés, ingatlan, bármilyen termelőeszköz, találmány, kapcsolati tőke, ötlet stb.

Fentiekből kiindulva az apport tárgya ingó és ingatlan dolgokon kívül vagyoni értékű jog is lehet. Vagyoni értékű jognak minősül például egy más tulajdonában álló földön lévő földhasználati jog vagy bérleti jog, de ebbe a körbe tartozik a szellemi alkotásokon fennálló vagyoni jogok átengedése is, továbbá például ide tartozhat egy domain használati jogosultság átruházása, átengedése, védjegy jogok átruházása vagy átengedése, üzleti titokhoz fűződő vagyoni értékű jogok átengedése vagy átruházása, szabadalmi jog átruházása, átengedése stb.

A vagyoni értékű jogok apportja esetén a vagyoni jog értékének meghatározása jelenthet nehézséget az apportáló tagoknak. A vagyoni jog értékét a szolgáltatáskori értéken kell meghatározni, vagyis a vagyoni értékű jognak akkori értéke vehető figyelembe, amikor az apportálás megtörtént, azaz amikor a cég átvette a vagyoni értékű jog feletti rendelkezési jogot. **Fontos szabály az apport értékének meghatározásához, hogy a vagyoni értékű jogot nem lehet az apportáláskor többre értékelni, mint amennyi annak a piaci, forgalmi értéke,** ugyanis ha a társasági szerződésben (alapító okiratban) megjelölt apport értéknél kevesebbet ér a vagyoni értékű jog, akkor a kettő közötti különbözetért az apportot szolgáltató tag 5 évig felel a céggel szemben és a cég felhívására köteles azt a cégnek megfizetni.

Könyvvizsgáló:

A könyvvizsgálati kötelezettséget elsősorban a számviteli törvény írja elő. Egyik oldalról a könyvvizsgálati kötelezettséget **értékhatar túllépéshez köti**, vagyis, ha egy vállalkozás nettó árbevétele az adott üzleti évet megelőző két üzleti év átlagában nem haladja meg a 300 millió forintot, és a megelőző két évben az átlagosan foglalkoztatottak létszáma nem haladta meg az 50 főt, akkor a könyvvizsgálat nem kötelező.

Másik oldalról a **vállalkozás formája, tevékenysége és további szempontok** határozzák meg a kötelező könyvvizsgálat kritériumait, függetlenül attól, hogy a vállalkozás eléri a fenti határértékeket vagy sem. Ezek alapján könyvvizsgálatra kötelezettek a teljesség igénye nélkül például az alábbi vállalkozások: részvénytársaságok, takarékszövetkezetek, 10 millió forintot meghaladó, több mint 60 napja lejárt köztartozású vállalkozások, külföldi székhelyű vállalkozások magyarországi fióktelepei, kivéve, ha a külföldi vállalkozás székhelye az EU valamely tagállamában található stb.

Vannak **speciális esetek**, amikor kötelező a könyvvizsgálat még abban az esetben is, ha egyébként a társaság könyvvizsgálatra nem kötelezett. Ha kötelező könyvvizsgálat vonatkozik a társaságra, akkor a lent felsorolt esetek elszámolásának szabályszerűségét a megválasztott könyvvizsgáló ellenőrizheti. Amennyiben a könyvvizsgálat nem kötelező, független könyvvizsgálót kell megbízni. Ilyen speciális esetek például a következők: tag nem pénzügyi vagyoni hozzájárulásának értékelése, közbenső mérleg vizsgálata, az értékhelyesbítések megállapításának, elszámolásának ellenőrzése, valós értéken történő értékelés, és az azzal kapcsolatos elszámolások szabályszerűségének vizsgálata, könyvvezetés pénznemének módosítása esetén a forintról devizára vagy devizáról más devizára átszámítás alapján készült áttérési mérleg ellenőrzése.

Gazdasági társaságok átalakulása, egyesülése, szétválása esetén a vagyonmérleget (mind a vagyonmérleg-tervezetet, mind a végleges vagyonmérleget) és az azt alátámasztó vagyonleltárt (mind a vagyonleltár-tervezetet, mind a végleges vagyonleltárt) a bejegyzett könyvvizsgálótól független könyvvizsgálóval kell ellenőriztetni, abban az esetben, ha az átalakuló jogi személy a számviteli törvény előírása alapján könyvvizsgálatra kötelezett. Ha az átalakuló jogi személy könyvvizsgálatra nem kötelezett, akkor az átalakulási törvény szerinti végleges vagyonmérleget könyvvizsgálóval kell ellenőriztetni. **Fontos szabály**, hogy a könyvvizsgálói jelentést mindenképpen Magyarországon regisztrált kamarai tag könyvvizsgálónak kell kiadnia.

Az üzletrész fogalmáról:

A társaság tagjainak a társaság közös vagyonából őket megillető hányadot, illetve a tagokat a társasággal szemben megillető jogokat az üzletrész testesíti meg. Az üzletrész mértéke általában a tagok törzsbetétjéhez igazodik, azonos mértékű üzletrészhez azonos tagsági jogok

fűződnek. Minden tagnak csak egy üzletrésze van, így, ha egy tag egy másik üzletrészt is megszerez, akkor eredeti üzletrésze a másik üzletrésszel megnövekszik. Egy üzletrésznek több tulajdonosa is lehet, akik a társasággal szemben egy tagnak számítanak, jogaikat közös képviselőjük útján gyakorolhatják, a tagot terhelő kötelezettségekért egyetemlegesen felelnek.

Üzletrész átruházása esetén vevőként szerepelhet a társaság másik tagja, maga a társaság vagy kívülálló személy. Az üzletrész a társaság tagjaira - a társaság saját üzletrészt kivéve - szabadon átruházható. A társasági szerződésben a tagok egymásnak elővásárlási jogot biztosíthatnak, illetve az üzletrész harmadik személyre történő átruházását egyéb módon korlátozhatják vagy feltételhez köthetik. A tagot, a társaságot vagy a taggyűlés által kijelölt személyt - ebben a sorrendben - az adásvételi szerződés útján átruházni kívánt üzletrészre - ha azt a társasági szerződés nem zárja ki vagy nem korlátozza - elővásárlási jog illeti meg. Ha a tag a vele közölt vételi ajánlat bejelentésétől számított 15 napon belül nem nyilatkozik, úgy kell tekinteni, hogy az elővásárlási jogával nem kívánt élni.

Saját üzletrész:

A társaság a saját üzletrészt a törzstőkén felüli vagyonából vásárolhatja meg. Csak azok az üzletrészek vásárolhatók meg, amelyekre a törzsbetétek teljes összegét befizették, illetőleg teljesítették. Elviekben nem kizárt, hogy a Kft. saját üzletrészeit teljes egészében megvásárolja.

Tilos a saját üzletrész megvásárlása, ha a társaság osztalék fizetéséről sem határozhatja. A saját üzletrész megvásárlása fedezetének megállapításával összefüggésben a számviteli törvény szerinti beszámolóban és a közbenső mérlegben foglaltakat a mérleg fordulónapját követő hat hónapon belül lehet figyelembe venni. A társaság tulajdonába került saját üzletrész után a társaság szavazati jogot nem gyakorolhat, ezen üzletrészt a határozatképesség megállapításánál figyelmen kívül kell hagyni.

A saját üzletrészre eső osztalékot az osztalékra jogosult tagokat megillető juttatásként kell - ha a társasági szerződés eltérően nem rendelkezik - törzsbetétek arányában számításba venni. Az osztalékra való jogosultság szabályai megfelelően alkalmazandók a társaság megszűnése esetén a társasági vagyon felosztása során is.

A saját üzletrészt - ha a társasági szerződés eltérően nem rendelkezik - a vásárlástól számított egy éven belül a társaság köteles elidegeníteni vagy azt a tagoknak - törzsbetétek arányában - térítés nélkül átadni, illetve a törzstőke-leszállítás szabályainak alkalmazásával bevonni.

A gazdasági társaság megszűnésének lehetséges esetei:

Ha az alapítás határozott időre, vagy bizonyos cél megvalósulásáig történt.

Csődeljárás esetén: a fizetési nehézségekkel küszködő gazdálkodó szervezet kezdeményezhet azzal a céllal, hogy hitelezőitől fizetési haladékokat kapjon.
Végelszámolással: jogutód nélküli megszűnést jelent, amely eldöntéséről a Gazdasági társaság dönt, feltéve, ha cég fizetőképes.
Felszámolással: ha fizetőképtelen állapotba került cég. A csődeljárással ellentétben a felszámolást kérheti az adóson kívül a hitelező és végelszámoló is.
A cégbíróóság a törvényben meghatározott esetekben megszünteti a társaságot.

1.3.3. A gazdasági kamara szerepe

A Magyar Kereskedelmi és Iparkamara (továbbiakban: MKIK) köztestületként működő gazdasági érdekképviselő, amelynek fő feladata a gazdaság általános érdekeinek érvényesítése, a gazdaságfejlesztésben és gazdaságszervezésben való szerepvállalás. Ezzel párhuzamosan véleményezi a gazdasági tárgyú előterjesztések és jogszabályok tervezeteit. Az MKIK összehangolt stratégia mentén együtt végzi feladatát a 23 területi kamarával. Az MKIK kidolgozza továbbá a tisztességes piaci magatartásra vonatkozó etikai szabályokat és az etikai szabályzatot. Ugyancsak feladata a magyar gazdasági kamarai érdekképviselői rendszer koordinációja, az egyes országok nemzeti kamaráival való kapcsolattartás, valamint a nemzetközi kamarai szervezetekben való részvétel, továbbá a választott bíraskodás nemzetközi ügyekben. Kiemelkedő jelentőségű a gazdasági kamarák mellett működő békéltető testület szerepe, amely arra hivatott, hogy a vállalkozások működése során előforduló esetleges konfliktusok, jogi helyzetek megoldásában közvetítő szerepet vállaljon, elkerülve ezzel az esetleges hosszadalmas bírósági eljárásokat.

A kamara általános közfadatai:

A működő vállalkozások közhiteles nyilvántartása.

Kereskedelmi Bíróság: Kamarai állandó Választott bíróság.

Fogyasztóvédelmi Békéltető testület.

Országos és helyi gazdasági jogalkotásban a gazdaság képviselője.

Országos és helyi gazdasági elemzések készítése.

A gazdasági és szakmai Etikai Kódexek kidolgozása és betartatása.

A gazdaság képviselője valamennyi kormányzati szakmai testületben.

Közreműködik az elkülönített állami pénzalapok és költségvetési előirányzatok felhasználására vonatkozó döntésekben.

A kereskedelmi és iparkamara kiemelt szerepet vállal a szakképzés területén is. Fontosabb közfadatai a területen:

Mesterképzés, mestervizsgáztatás.

Gyakorlati képzőhelyek akkreditálása, ellenőrzése.

A Szakma Kiváló Tanulója verseny (Szakma Sztár, WorldSkills és az EuroSkills) szervezése.

Pályaorientáció.

Fontos feladatokat lát el továbbá:

A kereskedelemfejlesztés.

A nemzetközi kereskedelmi kapcsolatok kiépítése.

Az kereskedelmi okmányhitelesítés.

A vállalkozói tanácsadás és partnerközvetítés, valamint a

Területfejlesztés területén is.

A gazdasági kamarákról szóló 1999. évi CXXI. törvény módosítása előírja, hogy 2012. január 1-től hatályba lépett rendelkezések alapján a gazdálkodó szervezetek kötelesek:

A kamarai nyilvántartásba vételüket kezdeményezni,

A kamarai közfeladatok ellátásához évente 5 000 forint kamarai hozzájárulást fizetni. A megfizetett hozzájárulás összege önkéntes kamarai tagok esetén levonásra kerül a tagdíjból.

A Kamara köteles részükre a törvényben meghatározott szolgáltatásokat (tanácsadás gazdasági, pénzügyi, adózási, hitelhez jutási kérdésekben; üzleti partnerkeresés és pályázatfigyelés) térítésmentesen nyújtani.

A vállalkozások egy új lehetősége és feladata: duális képzés

A mestervizsgára felkészülő szakemberek talán már maguk is ismerik valamennyire, – akár saját tapasztalatból is – a duális képzést. Ennek a képzésformának a lényege, hogy az oktatás is, és a gyakorlat is ott történik, ahol ahhoz a feltételek a legjobban adottak. Az oktatás helyszíne így jellemzően a szakiskola, a gyakorlaté pedig az a vállalkozás, üzem, ahol az elméletben megtanultakat, valós szakmai környezetben lehet gyakorolni.

A módszert Németországban dolgozták ki, és mára már hazánkban a 2019. évi LXXX. törvény a szakképzésről részletesen szabályozza a duális képzést. A jogszabály úgy fogalmaz, hogy a szakképzési alapfeladat-ellátás a szakmai önállósággal rendelkező szakképző intézmény és a duális képzőhely között az állam és a magánszféra konstruktív együttműködésével és érdekeik kölcsönös elismerésével megosztva folyik. A szakképzés megszervezésének minőségét, demokratikus és jogszerű működését e törvény és az állam általi ellenőrzés biztosítja.

Az állam jórészt a minőségbiztosítás elemeinek meglétén keresztül tudja vizsgálni, hogy a duális képzőhely valóban kiváló, a munkaerőpiacon jól érvényesülni tudó tanulókat képez-

e. Már ezen a ponton is látható a minőségbiztosítás, mint folyamatszabályozás fontossága. A szakképzésről szóló törvény 82. § szerint a duális képzőhelynek (ami lehet képzőközpont vagy gazdálkodó szervezet – vállalkozás) a nyilvántartásba vételhez az alábbi feltételeket kell teljesítenie:

a szakirányú oktatás folytatásának feltételei biztosítottak,

a Kormány rendeletében meghatározott végzettséggel és szakképesítéssel vagy szakképzettséggel és gyakorlattal rendelkező személyt foglalkoztatnak,

a duális képzőhely által vállalt szakirányú oktatáshoz szükséges eszközzel és felszereléssel rendelkezik és

meghatározott minőségirányítási rendszert működtet vagy legalább a gazdasági kamara által kidolgozott szempontrendszerben meghatározott minőségi követelményeknek megfelelően.

A duális képzőhelyek nyilvántartását a gazdasági kamara vezeti.

A duális képzés lehetővé teszi, hogy ne csak a szakiskolák, hanem a vállalkozások is felelősen bekapcsolódhassanak a következő generációk képzésébe. Ezen a területen is kiemelt fontossága van azoknak a mestereknek, akik a képzésben résztvevőkkel foglalkoznak. Annak érdekében, hogy a duális képzés minél magasabb színvonalú legyen, a szakmai gyakorlati helyeknek meg kell felelniük legalább a kamara által előírt minőségi szempontrendszernek. A szempontrendszer az alábbi egymáshoz szorosan kapcsolódó elemekből áll

össze a következők szerint:

1, A teljes képzési rendszerhez kapcsolódó folyamatszemplélet, (azaz átlátni a képzés teljes folyamatát, amelyben a beérkező tanulókból a szakmájában jártas képzett személy lesz).

2, Képzési tevékenység leírása és céljának meghatározása, (azaz annak a meghatározása, hogy miért fontos számunkra, mint vállalkozás számára a képzési tevékenység végzése).

3, Minőségcél meghatározása és kapcsolata a tevékenység céljával, (azaz annak meghatározása, hogy hogyan akarjuk még jobban csinálni azt, amit elkezdtünk).

4, Mérés és ellenőrzés, (azaz annak meghatározása, hogy hogyan tudjuk egyértelműen meghatározni, hogy valóban jobbak vagyunk-e).

5, Vevői elégedettség, (azaz annak vizsgálata, hogy a tanulóink, partnereink elégedettek-e a képzési tevékenységünkkel, annak eredményével).

6, Vezetői felelősség meghatározása és felelősök kijelölése, (azaz annak meghatározása, hogy a vállalkozásnál ki felel a tényleges minőségért).

7, Helyesbítő tevékenységek tervezése, (azaz annak meghatározása, hogy ha valami nem a tervek szerint halad, hogyan tudunk javítani, korrigálni).

8, Dokumentum és feljegyzéskezelés (azaz hogyan tudjuk bizonyítani, hogy a szükséges tevékenységeket megfelelően elvégeztük).

A duális képzés szervesen kapcsolja össze tehát a képzési és a vállalkozási tevékenységet. Éppen ezért a jövőben egyre nagyobb szerepe lehet a vállalkozások működtetésében is a megfelelő oktatási ismeretekkel és tapasztalatokkal rendelkező mestereknek.

A következőkben megvizsgáljuk az egyes vállalkozási formákat, gazdasági társaságokat.

1.4. A Közkereseti társaság (Kkt.)

Jellemzően mikro- és kisvállalkozási forma. **A tagok egymással egyenrangúak.** Az alapításhoz a törvény nem ír elő kötelező nagyságú tőzstőkét.

A társaság vagyonaért elsősorban a társaság felel, de a vagyon elégtelensége esetén a tagok a saját vagyonukkal korlátlanul és egyetemlegesen felelnek. (Emiatt a tagok egyéni vállalkozói tevékenységet nem folytathatnak.) Az egyetemleges felelősség azt jelenti, hogy több kötelezett esetén a jogosult bármely kötelezettől követelheti és behajthatja a teljes követelést.

Az ügyvezető felelős a napi ügyek viteléért, közreműködése egyben képviseleti és aláírási jogosultságot is jelent.

A legfőbb szerv a **tagok gyűlése**, melynek határozathozatala során valamennyi tag szavazattal rendelkezik.

A nyereség és veszteség megosztása általában a vagyoni hozzájárulás arányában történik.

A társaság akkor szűnik meg, ha a tagok száma 3 hónapnál hosszabb időre egy főre csökken, vagy a törvény által előírt esetekben.

1.5. A Betéti Társaság (Bt.)

Alapvetően működésére a Kkt. szabályai érvényesek, kivétel, hogy a tagok **NEM** egyenrangúak. **Kültagot és beltagot különböztetünk meg**, ami a felelősség és az ügyek vitele szempontjából nagyon fontos.

Az alapításhoz a törvény nem ír elő kötelező nagyságú tőzstőkét. A Bt. alapításához **minimálisan 2 fő** szükséges (bel és kültag). A beltag felelőssége minden esetben korlátlan és

egyetemleges, a kültag csak a vagyoni betétje erejéig felel. (Emiatt a beltág egyéni vállalkozói tevékenységet nem folytathat.)

Fenti szabály alól azonban létezik egy **kivétel**, amit érdemes megjegyezni: abban az esetben, ha a kültag neve bármilyen formában, vagy akár csak ráutalással (például: társa/ társai) megjelenik a cég nevében, akkor a beltág felelőssége is korlátlan és egyetemlegessé változik, de továbbra sem tölthet be cégvezetői, üzletvezetői pozíciót.

A Bt. tevékenységében a kültag is részt vesz/ vehet, de nem jogosult jogokat szerezni és kötelezettségeket vállalni.

A Bt. megszűnésének sajátossága a törvényben foglalt eseteken túl, hogy a kültag és beltág differenciáltság alapján megszűnik a társaság, ha társaság létszáma 1 főre csökken, vagy ha a beltág távozik. Ilyen esetben 3 hónapon belül vagy a kültagok közül kell beltágot választani és kijelölni, vagy külsős beltágot kell a Cégbírósághoz bejelenteni. A cégben üzlet-rész nincs csak vagyoni betét.

1.6. A Korlátolt Felelősségű Társaság (Kft.)

A korlátolt felelősségű társaság (Kft.) olyan gazdasági társaság, amely előre meghatározott összegű törzsbetétekből álló törzstőkével alakul, és amelynél a tag kötelezettsége a társasággal szemben törzsbetéteinek szolgáltatására és a társasági szerződésben megállapított egyéb vagyoni értékű szolgáltatásra terjed ki. A társaság kötelezettségeiért - ha e törvény eltérően nem rendelkezik - a tag nem köteles helytállni.

A törzsbetét a tag vagyoni hozzájárulása. A tagok törzsbetétei különböző mértékűek lehetnek. Az egyes törzsbetétek mértéke nem lehet kevesebb százezer forintnál. Minden tagnak egy törzsbetéte lehet. Ha egy törzsbetét szolgáltatására több személy közösen vállal kötelezettséget, a kötelezettséget vállaló személyeket a törzsbetét szolgáltatásának kötelezettsége egyetemlegesen terheli. **A törzsbetétek összege a törzstőke, amely nem lehet kevesebb hárommillió forintnál.**

A Kft több alapító tag esetében társasági szerződéssel, egyszemélyes Kft. esetén alapító okirattal jön létre.

A bejegyzési kérelem benyújtásáig az alapításhoz szükséges törzstőkét, vagy a törzstőke legalább 50%- át és apportot (nem pénzbeli vagyoni hozzájárulást) hiánytalanul rendelkezésre kell bocsátani. A fennmaradó másik 50%- ot 1 éven belül be kell fizetni. Egyszemélyes Kft. esetén a késleltetett befizetés nem megengedett.

A Kft. legfőbb szerve a **taggyűlés**, amiben a tagot meghatalmazott is képviselheti. **Egyszemélyes társaságnál** a legfőbb szerv hatáskörét az alapító vagy az egyedüli tag gyakorolja. A legfőbb szerv hatáskörébe tartozó kérdésekben az alapító vagy az egyedüli tag írásban határoz és a döntés az ügyvezetéssel való közléssel válik hatályossá. A taggyűlést évente legalább egyszer, vagy a társasági szerződésben meghatározott egyéb esetekben össze kell

hívni és a döntéseket taggyűlési jegyzőkönyvbe kell foglalni. Tagok szavazati joga a vagyoni hozzájárulásuk, üzletrészüik mértékéhez igazodik.

A taggyűlés kizárólagos hatáskörébe tartozik:

- A számviteli törvény szerinti beszámoló elfogadása
- Pótbefizetés elrendelése és visszatérítése
- Osztalékelőleg fizetésének elhatározása
- Üzletrész felosztásához való hozzájárulás és az üzletrész bevonásának elrendelése
- A tag kizárásának kezdeményezéséről való határozat
- Az ügyvezető megválasztása, visszahívása és díjazásának megállapítása
- A felügyelőbizottság tagjainak megválasztása, visszahívása és díjazásának megállapítása
- A könyvvizsgáló megválasztása, visszahívása és díjazásának megállapítása

A **taggyűlés dönt továbbá** olyan kérdésekben, mint a társaság jogutód nélküli megszűnésének, átalakulásának elhatározása; a társasági szerződés módosítása; a törzstőke felemelésének és leszállításának elhatározása;

Törzstőke emelés esetén a tagok elsőbbségi jogának kizárása; a törzstőke emelés során az elsőbbségi jog gyakorlására jogosultak kijelölése; törzstőke felemelésekor, illetve az elsőbbségi jog gyakorlása esetén a törzsbetétek arányától való eltérés megállapítása; leszállításkor a törzsbetétek arányától való eltérés megállapítása, valamint mindazon ügyek, amelyeket törvény vagy társasági szerződés a taggyűlés hatáskörébe utal.

A Kft. napi ügyeinek viteléért az ügyvezető felel, aki nem feltétlenül kell, hogy tulajdonosi pozícióban legyen a gazdasági társaságnál.

1.7. A Részvénytársaság (Rt.)

A részvénytársaság olyan gazdasági társaság, amely előre meghatározott számú és névértékű részvényekből álló alaptőkével jön létre és amelynél a tag (részvényes) kötelezettsége a részvénytársasággal szemben csak a részvény névértékének és kibocsátási értékének mértékéig terjed ki. **A részvénytársaság kötelezettségeiért a részvényes - ha a törvény eltérően nem rendelkezik - nem köteles helytállni.**

A részvény olyan **értékpapír**, amelynek tulajdonosát vagyoni és tagsági jogok illetik meg. A részvény átruházásával a tagsági viszony adható- vehető, örökölhető. Az Rt. alapítható nyílt (Nyrt), vagy zárt (Zrt) formában, egy, vagy többszemélyes formában is. Az Rt. alapításánál létesítő okiratot, az úgynevezett **alapszabályt** kell elkészíteni és a cégbíróság részére benyújtani. Nyilvánosan működik az a részvénytársaság, amelynek részvényei részben vagy egészben nyilvánosan kerülnek forgalomba, vagyis tőzsdén adhatók- vehetők. Zárt-

körűen működik az a részvénytársaság, amelynek részvényei nem kerülnek nyilvános forgalomba hozatalra, nem forgatják őket a tőzsdén. Az Rt létrehozásához szükséges alaptőke összege nyilvánosan működő részvénytársaság esetében nem lehet kevesebb, mint **20 millió** forint, zártkörűen működő részvénytársaságnál nem lehet kevesebb, mint **5 millió** forint. A pénzbeli hozzájárulás összege alapításkor nem lehet kevesebb az alaptőke harminc százalékánál. Fontos szabály, hogy tilos a részvénytársaság alapítása során a részvénytársaság részvényeseit és alaptőkéjét nyilvános felhívás útján gyűjteni. A részvénytársaság nyilvántartásba vételére azt követően kerülhet sor, ha a nyilvántartásbavételi kérelem benyújtásáig:

- a) a pénzbeli hozzájárulás teljesítését vállaló alapítók az alapszabályban átvenni vállalt részvény névértékének, illetve kibocsátási értékének legalább huszonöt százalékát befizették;
- b) a nem pénzbeli vagyoni hozzájárulást - kivéve, ha a nem pénzbeli vagyoni hozzájárulás értéke az alaptőke huszonöt százalékát nem éri el - a részvénytársaság rendelkezésére bocsátották.

A részvényes legkésőbb a részvénytársaság nyilvántartásba vételétől számított egy éven belül köteles a részvények teljes névértékét, illetve kibocsátási értékét a részvénytársaság részére befizetni és a nyilvántartásba vételtől számított három éven belül köteles a nem pénzbeli vagyoni hozzájárulást teljes egészében a részvénytársaság rendelkezésére bocsátani.

Az alaptőke valójában az összes részvény névértékének összege. A részvénytársaság pénzbeli hozzájárulás nélkül, nem pénzbeli hozzájárulással, apporttal is alapítható.

Az Rt. legfőbb szerve a részvényesek közgyűlése. A részvényes részvényesi jogait képviselő útján is gyakorolhatja. Nem láthatja el azonban a részvényes képviselőt a vezető tisztségviselő, a felügyelőbizottsági tag és a könyvvizsgáló. Ha a részvényest több képviselő képviseli, és ezek egymástól eltérően szavaznak vagy nyilatkoznak, valamennyiük által leadott szavazat, illetve megtett nyilatkozat semmis.

A részvénytársaság legfőbb szerve a **közgyűlés**.

Nyilvánosan működő részvénytársaság esetén a közgyűlés kizárólagos hatáskörébe tartozik a vezető tisztségviselők, felügyelőbizottsági tagok, valamint vezető állású munkavállalók hosszú távú díjazása és ösztönzési rendszere irányelveinek meghatározása és a közgyűlés hatáskörébe tartozó kérdésekről nem lehet közgyűlés tartása nélkül határozatot hozni.

A részvénytársaság ügyvezetését az igazgatóság látja el. Az igazgatóság három természetes személy tagból kell, hogy álljon. Semmis az olyan alapszabály, amely háromnál kevesebb tagú igazgatóság felállítását írja elő. Az igazgatóság elnökét maga választja tagjai közül. Az igazgatóság jogait és feladatait testületként gyakorolja. Az igazgatóság határozatait a jelenlévők szótöbbségével hozza.

Zártkörűen működő részvénytársaság alapszabályának rendelkezése esetén az igazgatóság jogait vezető tisztségviselőként **vezérigazgató** gyakorolja.

Nyilvánosan működő részvénytársaság alapszabályának rendelkezése esetén igazgatóság és felügyelőbizottság helyett egységes irányítási rendszert megvalósító **igazgatótanács** működhet. Az igazgatótanács látja el az igazgatóság és a felügyelőbizottság törvényben meghatározott feladatait. Az igazgatótanács öt természetes személy tagból áll. Elnökét maga választja tagjai közül.

Részvénytípusok, részvény fajták:

A részvény a kibocsátó részvénytársaságban gyakorolható tagsági jogokat megtestesítő, névre szóló, névértékkel rendelkező, forgalomképes értékpapír. A részvény a névértékével arányos mértékű szavazati jogot biztosít tulajdonosának, vagyis a részvényesnek. Ha a részvénynek több tulajdonosa van, a részvénytársasággal szemben egy részvényesnek számítanak, jogaikat közös képviselőjük útján gyakorolhatják, és a részvényest terhelő kötelezettségekért egyetemlegesen kötelesek helytállni. A részvény lehet nyomdai úton előállított és úgynevezett dematerializált részvény is. A részvénytársaság által kibocsátható részvényfajták:

- a) törzsrészvény;
- b) elsőbbségi részvény;
- c) dolgozói részvény;
- d) kamatozó részvény;
- e) visszaváltható részvény.

A részvénytársaság a Ptk.-ban meghatározottakon kívül más részvényfajta vagy részvényosztály kibocsátását akkor határozhatja el, ha az alapszabályban meghatározza a kibocsátandó részvények által megtestesített tagsági jogok tartalmát és mértékét. Ilyen részvény lehetnek például a részvényutalvány és az ideiglenes részvény.

A részvénytársaság megszűnése, megszüntetése a jogszabályban előírtak szerint történhet.

II. PIACI ISMERETEK, PIACI INFORMÁCIÓK

Mielőtt elkezdjük vizsgálni a vállalkozások piaci pozícióját, lehetőségeit és a működésüket befolyásoló tényezőket, ismerkedjünk meg az alapvető meghatározásokkal.

2. A vállalkozások környezete és a piac

A versenykörnyezet, valamint a makro-és mikro-környezet fogalma

A **versenykörnyezet** kiemelten fontos tényező a vállalkozások piaci működése tekintetében. A versenykörnyezet a következőket foglalja magába:

1. A piac méretét és növekedési ütemét (Size),
2. A piaci szerkezetet és a részesedési viszonyokat (Structure),
3. A vevői és beszállítói alkupozíciókat (Bargaining power),
4. Az adott ágazat jellemző költségviszonyait (Cost).

A vállalkozások környezetét két nagy területre a **makro-és a mikrokörnyezetre** osztjuk. A mikrokörnyezethez tartozik a vállalkozások szűkebb, belső környezete, mint például a vevők, versenytársak, szállítók, közvélemény stb.

A makrokörnyezet egy oda-vissza ható, kölcsönös folyamatban hat a vállalkozások működésére, hiszen minden vállalkozás egy meghatározott környezetben végzi tevékenységét, vagyis állandó kapcsolatban van azzal. Ez a környezet meglehetősen összetett és komplex, az egyszerűség és a könnyebb elemzés végett mégis alrendszerre bontható

A piac fogalma

Közgazdasági szempontból a piac a kereslet és a kínálat találkozási pontja, az ár kialakulásának helye.

Marketing szempontból a piac folyamatosan változó értékesítési lehetőséget jelent. A piaci szereplőket (eladók- vevők- fogyasztók) és a közöttük fennálló kapcsolatokat, valamint működési elveket foglalja magában.

2.1. Piaci szintek

A piac közgazdasági és marketing szempontból megfogalmazott definíciója után nézzük a piaci szintek meghatározását és annak jelentőségét.

Általános piac

Az eladók, egymást helyettesíthető termékeket kínálnak a piacon, amely termékek azonban mind fizikai jellegüket, mind megfogalmazott céljaikat illetően eltérő karakterűek. (például: szabadidő eltöltésére adott kínálat: vehetünk mozijegyet, elmehetünk korcsolyázni, utazgathatunk, cukrászdába mehetünk stb.).

Termékpia

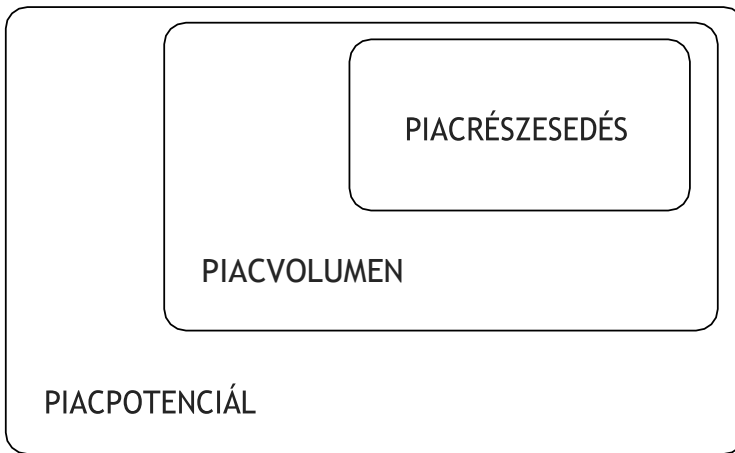
Az eladók olyan, egymást helyettesítő termékeket kínálnak, amelyek azonban mind fizikai jellegüket, mind megfogalmazott céljaikat tekintve hasonló karakterűek. (Cipők, ruhák, nyelvtanfolyamok stb.)

A termékpiac felvevőképességének, méretének jelzőszámai:

Piacpotenciál: Egy adott termékből az elméletileg lehetséges eladások összességét piacpotenciálnak nevezzük. Tartós fogyasztási cikk esetén: a termékkel még nem rendelkezők száma (új szükséglet), illetve a terméket cserélni akarók, vagy erre kényszerültek (pótszükséglet) száma határozza meg a piacpotenciált.

Piacvolumen: A megvalósuló eladások összege.

Piaci részesedés: Az adott piacon az összes értékesített mennyiségből egy vállalat terméke, szolgáltatása által elért hányad. Részesedése lehet egy vállalatnak a termék piacán, egy termékcsoport piacán, egy fogyasztói csoportban.



Ábra-1(saját ábra alapján)

Nevezetes piac

Nevezetes piacról akkor beszélünk, ha a vállalat számára elérhető. Azonosítása a piaci lehetőségek és a vállalati erőforrások szembesítésével történik. A helyes nagyságrendben meghatározott nevezetes piac a cég sikerének egyik alapfeltétele.

2.2. A piac fajtái

Fogyasztói piac

A fogyasztói piac a végső felhasználói piac. A vásárlói döntést többnyire egy, esetenként néhány személy határozza meg. A fogyasztók elsősorban félkész és kész termékeket vásárolnak az alapanyagok, nyersanyagok felhasználása speciális (Pl.főzéssel készétel létrehozása). A vásárlásokat a nettó jövedelem, illetve a diszkrecionális jövedelemhányad (a jövedelemnek az a része, amelyről a létfenntartási kiadásokon túl, az egyén szabadon dönthet.) nagysága határozza meg. A fogyasztói döntésekben racionális és emocionális(érzelmi) tényezők egyaránt szerepet játszanak.

Termelői piac

Jellemzően gazdálkodó szervezetek alkotják. A vásárlói döntéseket csoportos döntés előzi meg, melyben a résztvevők a vállalkozás céljainak figyelembevételével jutnak el a döntésükig. A termelői piac beszerzéseiben a racionalitás dominál, de személyes egyéni hatások is érvényesülhetnek. Résztvevőinek száma kisebb, de a vevők nagyobb, jelentősebb, úgynevezett ipari tételekben vásárolnak. A vásárlásaikat a befolyt bevételből, illetve adott esetben pályázati támogatásokból, hitelből realizálhatják. A beszerzéseiket megelőzően sok esetben árajánlatokat kérnek be, pályáztatnak, versenytárgyalást tartanak. A gazdálkodó szervezetek elsősorban nyersanyagokat, alapanyagokat szereznek be annak érdekében, hogy minél több hozzáadott értékkel (például: szakmai tudás, modern technológia stb.) minél magasabb profithányaddal új értéket teremtsenek és ezzel a piacon versenyképesek legyenek. Természetesen kész és félkész termékeket is vásárolnak, amelynek egy részét saját cégük működtetésére is felhasználják. (Például: papír- írószer, irodai gépek, berendezések, mobiltelefon és internet szolgáltatás stb.)

Állami (kormányzati) piac

Résztvevői a hivatalok, költségvetési szervek, intézmények stb. a termékek, szolgáltatások széles skáláját vásárolják meg az állampolgárok közösségi szükségleteinek kielégítése, valamint a központi és a helyi irányítási, kormányzati feladatok ellátása céljából. Szinte mindig csoportosan döntenek, a többnyire nagy tételek beszerzéséről. Jellemző a költségvetés-orientált magatartás, hiszen vásárlásaikat a befolyt állami bevételekből (főképpen adókból) teljesítik. Beszerzéseikhez versenytárgyalásokat, pályázatokat, közbeszerzési eljárást, tendert írnak ki. Akkor jó az állam gazdálkodása, ha a gazdálkodására rendelkezésre álló pénzmennyiség nagyobb részét visszaforgatja a társadalom hasznára, például infrastruktúrát fejleszt, munkahelyeket teremt, államszerkezetet és működést racionalizál, óvodákat, iskolákat fejleszt, egészségügyet modernizál stb. kisebb hányadából pedig önmagát tartja fenn és finanszírozza.

Output piac és input piac

A piacokat feloszthatjuk az alapján is, hogy a vállalat hol jelentkezik eladóként és hol vásárlóként. A fogyasztási cikkek piacán (output piac) a vállalat az előállított termékének eladójaként jelenik meg. A termelési tényezők piacán (input piac) szerzi be a vállalkozás a termeléshez, a termék előállításához szükséges erőforrásokat.

Az inputpiacokat további kategóriákra lehet osztani:

munkaerő-piacra, ahol a vállalat munkaerőt vásárol (munkabérért) és toboroz;

tőke-és pénzpiacra, ahol a működéshez szükséges tőkét és pénzt szerzi be (Pl. hitelfelvétel, részvény-, kötvény-kibocsátás); valamint a

föld piacára, ahol a gazdasági tevékenységhez szükséges földterületet lehet megszerezni.

2.3. A piac szerkezete

A különböző termékek, erőforrások piacát eltérő struktúra jellemzi. Minden piacon más és más a verseny mértéke, az eladók és vevők aránya, különbözőek az erőfeltételek. Ezek alapján a piac szerkezetének négy formájáról beszélünk általában.

Tökéletes verseny

Sok eladó és számos vevő van jelen a piacon, de egyik eladó sincs abban a helyzetben, hogy uralhatná a piacot, vagy jelentősen befolyásolhatná az árakat. Az árakat a kereslet és kínálat erőviszonya határozza meg. A termékek homogének, s így a vásárlók egyikesem részesíti előnyben egyik eladót sem. A vásárlók ismerik a termék és a piac tulajdonságait és gyorsan képesek reagálni a kereslet és kínálat alakulására. A tökéletes verseny a szabad versenyes kapitalizmus jellegzetessége volt. A mai időkben nehéz ehhez hasonló piacot találni. Általában a mezőgazdasági és a bányászati termékek esetén figyelhetjük meg e piac működését (például: murva, homok, zöldségek, tojás stb.).

Monopolisztikus verseny

Számos vevő és viszonylag sok eladó jellemzi. Az eladók megkülönböztetik termékeiket egymástól, ennek megfelelően különböző árakkal dolgoznak. A konkurencia harc erős. Az adott piac alacsony belépési gáttal rendelkezik, a piac erősen 4P/ 7P jellegű. A fő cél a jellegzetes, a marketing-mix- ből származó előnyök fokozása. E piaci szerkezet gyakran figyelhető meg a közepes és kiváló minőségű tartós fogyasztási cikkek piacán például: cipő, ruha, élelmiszerek, bútorok, éttermek stb.

Monopólium

Az a piaci szituáció, ahol **egy eladó van jelen.** Az eladó uralja a piacot, és ő határozza meg az árakat. Olyan vállalat kerülhet a monopólium helyzetébe, amely koncesszióval rendelkezik, vagy esetleg természetes, illetve technológiai monopólium egyeduralkodója.

A monopolhelyzet feltételezi a termékhelyettesítők teljes hiányát, illetve azt, hogy az egész termékkínálatot kizárólag csak egy vállalat ellenőrizze. (Pl.: BKV, MOL, Magyar Posta, Szerencsejáték Zrt. stb.)

Oligopólium

Csupán néhány eladó van a piacon, mert a piacra lépésének magas korlátai vannak. A korlát lehet gazdasági, technológiai, illetve jogi természetű egyaránt. Óvatos piaci magatartás és gyakran ármegegyezés jellemzi ezt a piaci szituációt. Sok esetben a termékek megkülönböztetése szolgál a verseny alapjául. Ezen a piacon található például az autógyártók, élelmiszeripar szereplői, mobiltelefon gyártók stb.

A marketingnek elsősorban az oligopólium és a monopolisztikus verseny esetén van igazán szerepe.

2.4. A piac szegmentálása

Minden vállalkozás pontosan meghatározott csoport vagy szegmentum igényeinek kielégítésére, piaci elérésére törekszik. Ennek meghatározása a szegmentáció, vagyis célcsoport-képzés során történik. **Nagyon egyszerűen a célcsoport képzés lényegéről:** ha mindenkinek akarunk eladni, senkinek sem fogunk. Akkor azonban, ha jól meg tudjuk határozni a piacon azokat, akik fizetőképesek és egyben fogyasztásra is hajlandóak, akkor nyert ügyünk lesz.

Szegmentum: A piac egyedi keresleti sajátosságokat mutató csoportjai.

Szegmentáció: A piac egyedi keresleti sajátosságokat mutató csoportjainak meghatározása, különválasztása annak érdekében, hogy a csoportok jellegének legmegfelelőbb marketingjársásokat tudjuk alkalmazni. **Cél:** olyan homogén fogyasztói csoportok létrehozása, amelyek hasonlóan reagálnak egy bizonyos marketing akcióra.

A szegmentáció menete:

1. A piac meghatározása

Versenyhelyzet elemzés, ki kell jelölni, hogy a verseny milyen szintjén kívánunk mozogni és melyik az a piac, amelyet szegmentálni kívánunk.

2. A szegmentáció alapjául szolgáló ismérvek meghatározása.

A hatékony szegmentációhoz meg kell találni azokat az ismérveket, jellemzőket, amelyek alapján keresleti különbség mutatható ki egy- egy piac fogyasztói között, és amely alkalmas homogén csoportok kialakítására.

3. A szegmentumok kiválasztása

Célcsoport-képzés, vagyis a szegmentumok meghatározása, azonosítása.

4. A szegmentumok elemzése, célcsoport-képzés

A célcsoport-képzés lényege a vállalat kiválasztja a saját maga számára legfontosabb szegmentumokat, és tevékenységének középpontjába állítja, mint a potenciálisan szóba jöhető vevők csoportját. Ezután készíthető el a hatékony reklámkampány.

A szegmentációval kapcsolatos alapvető követelmények

Mérhetőség: a csoportazonosításra felhasznált jellemzőknek mérhetőnek, hozzáférhetőnek kell lenniük.

Elérhetőség: marketing eszközök meghatározása.

Időbeli stabilitás: a szegmentumok viszonylagos állandósága.

Minél nagyobb homogenitásra törekvés.

A fogyasztói piac szegmentálásának alapváltozói

A fogyasztói piac szegmentálásának alapváltozói a kereslettel való oksági kapcsolat alapján azonosítják, kijelölik az egyes szegmentumokat, különbséget téve az egyes csoportok között.

	Területi csoport	Demográfiai csoport	Társadalmi-gazdasági csoport	Magatartási csoport
Változók	Lakóhely típusa Tájegység Település mérete	Életkor Nem Család Nemzetiség Vallás	Foglalkozás Iskolai végzettség Jövedelem Életmód	Termékhasználat Márkahűség Személyiségjegyek

A területi változók során az egyes országok, régiók, lakóhelytípusok közötti kulturális, fogyasztási, fejlettségi eltérésekre alapozva végezhetjük el a piac részekre osztását.

A demográfiai változók között az életkor a nem és a komplexebb családi életgörbe egyaránt gyakran alkalmazott változó. A családi élethelyzetek elérésének szegmentáló hatását, már korábban feltárták (középkorú elvált, gyerek nélkül, fiatal elvált gyerekekkel, fiatal házaspár gyerekekkel, idős házaspár, idős nem házas, fiatal egyedülálló stb.)

A társadalmi- gazdasági változók között kiemelkedő jelentősége van a foglalkozásnak, hiszen egyes termékek fogyasztása összefügghet a fogyasztó foglalkozásával. A képzettség és a jövedelem is jelentős szegmentációs ismérv, de utóbbi mérése gyakran nehézségekbe ütközik. Sokszor a tényleges vagyoni helyzet felméréseivel váltják ki, például: lakástulajdon birtoklása, gépkocsi, tartós fogyasztási cikkek birtoklása stb.

A magatartási változók, személyiségjegyek elemzésével elsősorban a pszichológia, reklámpszichológia és a marketingkutató foglalkozik. Itt kerül elemzésre az extrovertált (nyitott) és introvertált (zárkózott) személyiség és a márkához fűződő vásárlói viszony (márkahű, márkaváltó, márkaelhagyó, csapongó magatartás).

2.4.1. A szegmentációval választható stratégiai utak

Alapvetően három stratégiai út áll a vállalat előtt, amely közül választhat, amikor meg akarja feleltetni a marketing-mixet a célcsoport-képzésnek.

A koncentrált marketinget választó vállalat erőfeszítéseit a piac egy nagyobb szegmentumára összpontosítja. Ekkor a vállalat képes arra, hogy a piacot szegmentálja, felismeri ennek jelentőségét, de általában képtelen arra, hogy valamennyi szegmentum igényeinek megfeleljen. Így, tudatosan egy célcsoport érdekében koordinálja marketing tevékenységét. Következménye, hogy az alkalmazott marketing-mix egységes abban az értelemben, hogy a vállalat nem alkalmaz más marketing-mixet, de célcsoportra irányuló is, mert egyetlen gazdaságos szegmentumot céloz meg.

A differenciált marketinget folytató vállalat a piacot alkotó főbb szegmentumok mindegyikét kiszolgálja, és ehhez különböző marketing-mixet alakít ki. Az egyes vevőcsoportokat így különböző marketing eszközökkel (termékértékesítés, ár, hirdetések) közelíti meg. Ezt a stratégiai utat az a vállalat választhatja, amely elég nagy ahhoz, hogy az egész piacot, vagy annak egy igen jelentős részét megcélozza, és rendelkezik is elegendő marketingforrással ahhoz, hogy speciális mixet alkalmazzon minden célcsoporthoz.

A differenciálatlan marketing során a vállalat ugyanazt a terméket kínálja, ugyanolyan módon, valamennyi potenciális vevőjének. Gyakran alkalmazzák bizonytalan piaci helyzetekben (például: radikálisan új termék bevezetése), vagy homogén tömegárú (például: élelmiszer- ipari nyersanyagok) esetén. A lényege az, hogy a vállalatnak a vevő bizonytalanságát kell legyőznie, és ebből a szempontból háttérbe szorul minden más szegmentum képző ismérv, indokolt lehet a piac egészének megcélzása.

A helyes célcsoport választásnál összhangba kell hozni a vállalat stratégiáját, erőforrásait a gazdaságosan kiaknázzható piaci szegmentumokkal, ahol a vállalat versenyelőnyökre tud szert tenni. Ezeket a versenyelőnyöket meg kell mutatni a fogyasztóknak is, ami elsősorban a versenytársaktól, versenytermékektől való megkülönböztetésen, a pozicionáláson keresztül lehetséges.

2.4.2. A pozicionálás

A pozicionálás egy adott piacon, egy adott termék versenytársaihoz való viszonyának meghatározását és ennek a vevőkben való tudatosítását jelenti. A pozicionálás a vevőre hat, a vevő gondolatvilágában és preferenciái között kívánja elhelyezni a terméket. A pozicionálásnál az ár- minőség- ígéret hármasa a termék üzenete. Például: Audi A8: magas minőségi kategória, magas árkategória, a termék ígérete pedig a kényelem, a biztonságos vezetés, a stílus és luxus.

2.5. A szükséglet, az igény és a kereslet

Mivel a marketing emberközpontú, lényegre törő, az embert megismerni, befolyásolni, cselekvési és döntési motívumait feltárni akaró tudomány és gyakorlat, így, könnyen megérthető a definíció alapján a szükséglet- kereslet- igény, mint alapvető összefüggés lényege.

A piacon az emberek szükségletei, igényei (igényesség- igénytelenség) és egy termék, vagy szolgáltatás iránti kereslet tevékenységei határozzák meg egy adott termék sorsát.

Szükséglet

Az emberi szükségletek bizonyos alapvető kielégítetlenség esetén hiányérzetként jelentkeznek és cselekvésre ösztönöznek (**SZÜKSÉGLET = HIÁNYÉRZET**). Olyan indítékok, melyek felébresztik a szervezet energiáját és irányt adnak, felszabadítják azokat.

A szükségletek nem a társadalom, vagy a piac hatására jönnek létre, hanem eleve benne vannak az ember biológiai felépítésében, magában az emberi létben.

Maslow elmélete szerint az emberi szükségletek hierarchiába rendezhetők, amelyet a Maslow-féle piramisrendszer szemléltet.



Ábra-2(saját ábra alapján)

A Maslow-féle szükséglet hierarchia csoportok jelentése

Fiziológiai szükséglet: például:éhség, szomjúság, alvás,

Biztonsági szükséglet: személyes biztonság, mások biztonsága, a karrier, vagy pozíció biztonsága, állandóság megszerzése.

Szeretet és hovatartozás: valamilyen kisebb közösséghez, csoporthoz tartozás (például: család, iskola, párt, egyház), érzelmi kötődés.

Elismerés, siker: presztízs, eredmények bemutatása, öngazolás, igény arra, hogy a társadalom elismerje munkánkat, személyiségünket.

Önmegevalósítás: teljes életcélunk beteljesítése.

Az igény

A szükséglet természettől, társadalomtól, kultúrától, embertől függő konkrét megjelenési formája. Az igények a szükségletek konkrét kielégítésére irányulnak. (Igény= a szükséglet konkrét megjelenési formája.)

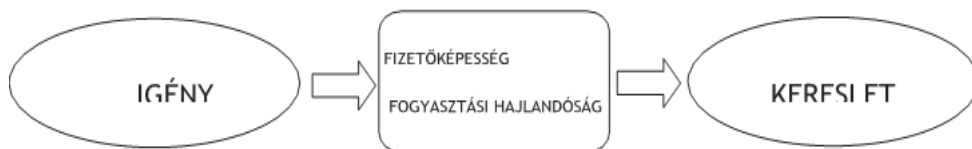
Nem minden igényből lesz kereslet. Ahhoz, hogy egy termék esetén igényből kereslet

legyen, szükség van többek között fizetőképességre és fogyasztási hajlandóságra. A két alapvető kategória közül a fogyasztási hajlandóság természetesen erősebb.

Kereslet

A kereslet fizetőképes fogyasztói igény. Mozgatórugója a szükséglet és szoros kapcsolatban áll a kínálattal. A keresletnek számos típusa létezik:

- Állandó kereslet: pl.: kenyér, liszt
- Ingadozó kereslet: pl.: turizmus, szezonális, valamint divattermékek
- Hiányzó kereslet: pl.: turbóciere, pattantyús ketyere (nincs ilyen!!!!)
- Túlkereslet: pl.: élelmiszer, gyógyszer
- Negatív kereslet: pl.: az oltás, vagy a fogorvosi szolgáltatás
- Nem kívánt kereslet: pl.: kábítószer



Ábra-3. (saját ábra alapján)

A marketing eszközrendszeréből adódóan képes a szükséglet- igény- kereslet hármass minden tagját befolyásolni. Ezzel együtt kijelenthető, hogy a marketing nem a szükségletet formálja a kereslet befolyásolásakor, hanem az igényeket.

Itt kell megjegyezni, hogy **egy termék értékesítésénél nagy jelentősége van a termék minőségének is**, amelyet alapvetően a termék előállítás során alkalmazott minőségbiztosítási magatartás, elkötelezettség határoz meg. A minőséget a különböző minőségbiztosítási rendszerek bevezetésével lehet leghatékonyabban garantálni.

2.6 Minőségbiztosítás

A piacon tartósan eladható termék csak minőségi termék lehet. Az igénykielégítési folyamat lényege, hogy a piacon megjelenik a fogyasztó, aki a fogyasztási folyamatához értékrendje szerint terméket igényel. A piacon megjelenik a termelő, aki a termelési folyamat során az értékrendje szerint terméket állít elő. Ha a termelő terméke kielégíti a fogyasztó igényét, akkor a termék a fogyasztó számára érték, és a termékért a fogyasztó csereértéket ad a termelőnek.

A sikeres gazdasági tevékenység alapja az, hogy pontosan lássuk, mit vár el a fogyasztó, és ténylegesen képesek legyünk az elvárásainak eleget tenni a termékünkkel, szolgáltatásunkkal. Fontos hangsúlyozni, hogy ez nem egy egyszeri alkalom, hanem folyamat, amiben benne van a teljes személyiségünk alakulása, a beszerzett munkaeszközeink ugyanúgy, mint

a céges marketing vagy kapcsolatrendszer – csak hogy néhányat említsünk. Ezeknek a szempontoknak a tartós összehangolása alapozza meg a minőség-előállítás folyamatát.

A minőség szempontjából nagy szerepe van annak is, hogy képesek vagyunk-e a szakmánkhoz tartozó legfrissebb tudást folyamatosan elsajátítani, figyelemmel lenni akár az Ipar 4.0 kihívásaira is.

2.7. A marketingkutatóról és piackutatóról röviden

A marketingkutató olyan adatok összegyűjtését, feldolgozását és elemzését jelenti, amelyek információt szolgáltatnak és segítenek valamely marketingdöntés meghozatalában, marketingprobléma megoldásában.

A marketingkutató lehetséges céljai	
Stratégiafejlesztés	Hatékonyság javítása
Versenyképesség javítás	Teljesítménymérés
Imázs-kockázatok csökkentése	Reklámhatékonyság mérés
A környezet ellenőrzése	Döntéstámogatás
Vevői elégedettség mérések	Intuíciók, megérzések igazolása

A marketingkutató egyik fő területe a piackutató

A piackutató általános áttekintést igyekszik szerezni egy konkrét termék, termékcsoporthoz tartozó piacról történő értékesítési lehetőségéről. Nemcsak a piac helyzetéről, hanem várható alakulásáról is tájékoztat. Pl. fogyasztói igények felmérése, piac szegmentációs elemzések, piaci méret és potenciálemelés, versenyelemzés stb. Az eredményes kutatáshoz természetesen információra van szükségünk.

A primer információgyűjtés

A primer (elsődleges) információk **korábban még össze nem gyűjtött adatok** és információk összességét jelentik. Igénybevételükre általában akkor kerül sor, ha a szekunder információk elégtelennek bizonyulnak

A primer információk előnyei
Az adatfelvétel a speciális, egyedi céloknak megfelelően történik
Az információ minden tekintetben időszerű
Az adatgyűjtés módja ismert és ellenőrizhető
Az adatoknak, információknak a különböző forrásokból eredő ellentmondása kiküszöbölhető
Az adatok, információk megbízhatósági szintje ismert
A primer információk hátrányai
Az adatgyűjtés időigényes és drága lehet
Bizonyos adatok ezzel a módszerrel nem gyűjthetők be (például: népszámlálás)
A vizsgálat sokszor az emberi erőforrás hiánya miatt kivitelezhetetlen

A primer információgyűjtés módszerei

A megkérdezéses kutatásnak három csoportjáról beszélhetünk:

1. Telefonos megkérdezés
2. Kérdőíves postai és webes online megkérdezés
3. Személyes megkérdezés vagy interjú (egyéni, csoportos)

A telefonos megkérdezés az információszerzés leggyorsabb módja. Akadályai a telefonos megkérdezésnek: csak a telefontal rendelkezők közül választhatunk, ezen kívül nem lehet túl hosszú és túl személyes az interjú.

Az internet világában nélkülözhetetlen s az egyik legpontosabb, leghatékonyabb információszerzési módszer az online kérdőíves adatgyűjtés. Valamilyen játékkal, eseménnyel, nyereményígérettel kombinálva verhetetlen módszer.

A személyes megkérdezés a legrugalmasabb módszer, mert több kérdés tehető fel, valamint egyéb megfigyelések is végezhetők. Emellett gyors, költségkímélő is. Hátrányként jelölhető meg, a mintavétel esetleges kockázata, a válaszadók komolytalansága, vagy esetleg a valódi gondolatok elhallgatása.

A megfigyelés egy, vagy több személy viselkedésének nyomon követését és leírását jelenti természetes környezetben. Alanyai lehetnek:

- a fogyasztók,
- a nagy-és kiskereskedők,
- az eladásban résztvevők.

A módszer előnye, hogy a megfigyelt egyének nem tudnak a megfigyelés tényéről, így nem módosíthatják természetes viselkedésüket. Gyakorlott szakemberek esetén pontos eredményeket ad.

Hátrányként hozható fel, hogy drága, alkalmazhatósága korlátozott, illetve az elrejtett kamerákkal kapcsolatban komoly etikai problémák merülhetnek fel.

A kísérlet, egy bizonyos tényállapot mesterséges kialakítását a tényállapotra ható tényezők (egyszerre csak egy) megváltoztatását és az eredmények leírását jelenti. A kísérletet mesterséges környezetben lefolytatott megfigyelésnek is nevezhetjük. Legnagyobb előnye, hogy megfelelő szakemberekkel fontos következtetések vonhatók le. Hátránya, hogy drága, valamint mesterséges körülmények között a kísérlet szereplői gyakran a valóságtól eltérően viselkednek. Etikai problémákat is felvethet (például gyógyszerkísérletek).

Motivációkutatás általában pszichológus végzettségű szakember közreműködésével végzett egyéni interjú (mélyinterjú), vagy csoportinterjú (fókuszcsoport vizsgálat).

A fókuszcsoport elemzés lényege egy esetleges problémásor csoportos elemzése moderátor (a beszélgetést vezető, lebonyolító személy) részvételével. A moderátor feladata a fesztelen légkör és a folyamatos lényegi kommunikáció fenntartása, valamint a verbális jelek mellett a nonverbális megnyilvánulások figyelemmel kísérése. Előnye, hogy kiváló lehetőséget nyújt kényes problémák megoldására. Egyént, illetve fókuszcsoportot is vizsgálhat. Hátránya, hogy drága, riasztóan hathat a pszichológus bevonása.

A szekunder információk azok az adatok és információk, amelyeket már valakik korábban, valamely más kutatási célból összegyűjtöttek és most újra felhasználhatók.

Ilyen esetben fontos az eredeti adatfelvevő: pártatlansága, elfogulatlansága, az adatok lényegre törősege, megbízhatósága és mentessége az ellentmondástól.

A szekunder információk esetében általában forrás oldalról közelítünk, azaz megkíséreljük a létező adatforrásokat felderíteni, majd ezek után mérlegeljük a megszerzés pénzügyi és időbeni feltételeit. A pénzügyi nehézség általában a piackutató cégektől vásárolt, illetve vásárolható információk esetében merül föl. További lényegi szempont a hozzáférhetőség (pl.: ne álljon fenn esetleges jogszabályi akadály a hozzáférhetőséggel kapcsolatban). A szekunder kutatás akkor igazán hatékony, ha a beszerezhető adatok hitelessége ellenőrizhető, az információ aktualizálható.

A szekunder információk forrásai:

A közintézmények (Központi Statisztikai Hivatal, minisztériumok, MNB, könyvtárak, oktatási intézmények, államigazgatás stb.)

Iparági szövetségek, egyesületek (szakmai szövetségek, szervezetek adatbankjai, civil szervezetek, szakmai egyesületek adatai, kamarák)

Magánforrások, tanácsadó cégek. (Piackutatók, reklámügynökségek, szakfolyóirat szerkesztőségek, tanácsadó vállalatok, kutatócégek stb.)

A szekunder információk előnyei
Az adatkezelés megoldott
Az adatbeszerzés költsége alacsony
Az információk gyorsan megtalálhatók
Az információk gyakran más módon nem beszerezhetők
Több adatforrásra is lehet egyszerre támaszkodni
A független források hitelessége nagy
A szekunder információk hátrányai
Az információk gyakran túl általánosak
Az információk néha elavultak lehetnek
Az adatgyűjtés és feldolgozás módszerei általában ismeretlenek
A különböző források egymásnak is ellentmondó információkat szolgáltathatnak
Mivel sok kutatási program egyszeri aktust jelent, így az adatok megbízhatósága esetleg kérdéses lehet

III. MARKETING ISMERETEK

A marketing emberközpontú, lényegre törő, az embert megismerni, befolyásolni, cselekvési és döntési motívumait feltárni akaró elmélet és gyakorlat. Része a közgazdaságtannak és szoros kapcsolatban áll más tudományágakkal is, mint pl.: a szociológia, politológia, pszichológia, statisztika, jog stb.

Szűkebb értelemben a marketing olyan vállalati tevékenység, amely a vevők és felhasználók igényeinek kielégítése érdekében elemzi a piacot, meghatározza az eladni kívánt termékeket és szolgáltatásokat, megismerteti azokat a fogyasztókkal, kialakítja az árakat, megszervezi az értékesítést és befolyásolja a vásárlókat.

Tágabb értelemben a marketing a vállalat egészére kiterjedő, a vevőkkel való azonosulást hangsúlyozó filozófia, szemléletmód, amelynek megvalósítása a vállalati felső vezetés feladata, oly módon, hogy a vállalati résztevékenységek integrációjában a marketingszemponatok domináljanak.

A marketing mozgatórugója vállalati környezetben és azon túl is az igény, a kereslet és kínálat, illetve a szükséglet.

A marketing eszközrendszerével eredően képes befolyásolni a kereslet- igény- szükséglet hármásának mindegyik tagját. Ha kell, szükségletet indukál és generál, felerősíti azt, vagy befolyásolja a keresletet.

A marketing értelmezésének rendszerében megkülönböztethetünk mikro és makromarketinget.

A mikromarketing az összes olyan vállalati tevékenységet magába foglalja, amelynek célja a mai és a lehetséges ügyfelek igényeinek maradéktalan kielégítése.

A makromarketing olyan szervezeti rendszer és tevékenységsor, amely egy adott nemzetgazdaság erőforrásait osztja fel az állampolgárok között.

3.1. A marketing- mix elemei

A marketing-mix a vállalati marketingeszközök különböző piaci helyzetekben alkalmazott kombinációja. A marketing-mix elemeket úgynevezett 4P csoportosítás szerint emlegetjük. (Mc Carthy 1960).

A 4P elemek a következők:

<p>Termékpolitika (Product Policy)</p>	<p>Értékesítéspolitiká (Place – Distribution)</p>
<p>Terméktervezés Termékfejlesztés Pozicionálás Termékek bevezetése, kivonása Termékkutatás Csomagolás Formatervezés</p>	<p>Értékesítési út-tervezés Logisztika és fizikai elosztás Kereskedelmi formák Nagykereskedelem és kiskereskedelem Kereskedelmi partnerek kiválasztása és értékelése</p>
<p>Árpolitika (Price Policy)</p>	<p>Piacbefolyásolás (Promotion)</p>
<p>Költségvizsgálatok Fogyasztói árelfogadás Árpolitika és ármeghatározás Költségtérítések Hitelek Engedmények Árérzékenység-vizsgálatok</p>	<p>Kommunikációs elvek Reklám PR, hírnévgondozás Eladásösztönzés Reklámpiac háttére (ügynökségek, reklámhordozók) Reklámhatások és elemzések</p>

Az eszközök közötti koordináció célja az optimális marketing és cég működés elérése. A koordináció esetében felmerül a prioritások kérdése. Ezek szerint a termék/ szolgáltatáspolitiká, mint marketing eszköz meghatározó szerepű a marketing-mixen belül (a termék minősége nem helyettesíthető szép csomagolással, vagy jó reklámmal). A marketing-mix tervezésénél a termék a kiindulópont. Ezek után azonban az elemek mellérendeltségi viszonyban állnak egymással. A marketing mix elemei egymástól függetlenül nem alkalmazhatók eredményesen.

Tipikus marketingkombinációk:

Termék	Ár	Értékesítés	Reklám
Kiemelkedő minőségű termék	Magas ár	Exkluzív üzlettípus	Hangsúlyos, presztízsteremtő reklám
Tömegáru	Verseny ár (alacsony)	Sok üzlet	Vásárlásra ösztönző hirdetés

3.1.1. Termékpolitika

A marketingben **terméknek nevezünk** mindent, ami a piacon figyelemfelkeltés, megszerzés, felhasználás vagy fogyasztás céljából felkínálható, s amely valamilyen szükségletet vagy igényt elégíthet ki.

Az értelmezés alapján termék lehet minden, ami eladható, például:

Egy megfogható, fizikai tárgy (pl. könyv, konyhabútor alma),

Egy szolgáltatás (pl. koncert, hajvágás, masszázs, biztosítás),

Egy szellemi termék (pl. grafikai tervező program, találmány),

Esetenként emberek, személyekhez köthető termékek (pl. emberekhez, személyekhez köthető termékek, zenész vagy influencer),

Egy földrajzi terület, régió (pl. Párizs, Hawaii-szigetek, Balaton régió),

Valamilyen szervezet (pl. ENSZ, Erste Bank),

Valamilyen eszme vagy elképzelés (pl. emberi jogok tiszteletben tartása, környezetvédelem).

Összességében minden piacra vihető dolog besorolható a termékek közé. Nemcsak fizikai, kézzelfogható tulajdonságok halmaza, hanem megjelennek benne az elvont, nem tárgyiasuló elemek, mint például a termék ígérete is. Ilyen ígéret például, hogy egy kozmetikum széppé tesz, a farmertől kicsit hasonlítunk a terméket hirdető sztárhoz stb.

A termék fogalmába beletartoznak továbbá azok a kiegészítő szolgáltatások is, melyek a termék üzembe helyezéséhez, működtetéséhez, karbantartásához szükségesek. Ipari termékeknél ezek a szolgáltatások elválaszthatatlan egységet alkotnak a termékkel. Elmondható, hogy minél bonyolultabb technikailag egy termék, annál több kiegészítő szolgáltatás járul hozzá.

3.1.1.1. A márkázás és a védjegyoltalom jelentősége

A hasonló termékek esetében is elengedhetetlen a fogyasztó számára a megkülönböztetés. A fogyasztók legtöbbször márkákat választanak, például: nem egyszerűen leveskockát vásárolnak, hanem MAGGI, vagy KNORR tyúkhúsleves kockát keresnek, nem kólát kérnek, hanem COCA COLÁT, vagy PEPSI COLÁT stb. Bár, a termékek hasonló célt szolgálnak, és sokszor a funkció mellett az ízük is hasonlóságot mutat, a márkájukon való megkülönböztetés miatt eltérő megítélés alá esnek a fogyasztók számára.

A **márka (BRAND)** olyan szimbólumok összessége, amelynek feladata a termékek és szolgáltatások egy meghatározott gyártóval, forgalmazóval történő azonosítása és egyúttal azoknak más termékektől való megkülönböztetése.

Egy adott márkával szembeni tartós viszonyt, ahhoz való ragaszkodást **márkahűségnek** nevezzük.

Nem szabad elfelejteni azt sem, ha valamilyen speciális, bevezetett márkanévvel rendelkezünk, esetleg feltalálói tevékenységen alapuló terméket gyártunk, gondoskodjunk a szerzői jogokhoz kapcsolódó jogvédelemlről, keressük fel a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatalát. <http://www.sztnh.gov.hu>

A különböző márkák alaptípusai

A **termelői márka** olyan bejegyzett név vagy szimbólum, amellyel a terméket előállító vállalkozás rendelkezik. Amennyiben e szimbólumrendszer egy termékre terjed ki, egyedi márkáról, ha a termékek egy csoportjára terjed ki, márkacsalsádról, ha a termékek összességére terjed ki, vállalati, vagy holding márkáról beszélünk (például: Pick, NIKE, Délhús stb.)

A **kereskedői márka** a terméket előállító vállalkozás saját márkája helyett a kereskedő regisztrált márkáját helyezi el a terméken (ARO termékek- METRO lánc, TESCO- TESCO gazdaságos, SPAR-S Budget márkával ellátott termékek stb.). Ennek oka kettős. Egyrészt, az ismeretlen vállalkozásoknak lehetőséget ad a piaci betörésre, másrészt, nagyon ismert és elismert cégeknek anonimitást biztosít, lehetőséget nyújtva ezzel nagy tömegű áru piaci elhelyezésére.

A **generikus márka** ebben az esetben a termelő és/ vagy a kereskedő neve teljesen háttérbe szorul, és ezzel egyidőben a márkázás középpontjába a termék áll. A márka nevet ismerjük, de nem tudjuk, hogy ki a termék gyártója. (például: KNORR, Delikát, Colgate, OMO, NIVEA stb.).

A védjegy (Trade Mark)

A védjegy árukat, szolgáltatásokat megjelölő, azokat más hasonló áruktól/ szolgáltatásoktól megkülönböztető vizuális vagy auditív jelzés, amely kizárólagos jogot biztosít bejelentőjének egy meghatározott időre. A védjegy (trade mark) egy jogi kategória.

Védjegyoltalomban részesülhet minden olyan megjelölés, amely alkalmas áruknak és szolgáltatásoknak egymástól való megkülönböztetésére (szó, szóösszetétel, jelmondat, ábra,

kép, hang, fényjel stb.)

A védjegy funkciói:

- Megkülönböztetés: a cég a védjegye által képes elhatárolódni a versenytársak áruitól,
- Azonosíthatóság: a fogyasztó képes azonosítani a cég védjegyét és a hozzá tartozó minőséget,
- Garanciális funkció (minőséggarancia): a fogyasztók megszokják, hogy egy adott védjegy, adott minőséggel párosul,
- Gazdasági verseny eszköze: a védjegy önmagában is reklámhatású, a tulajdonost népszerűsíti.

Jele: ®, például: Coke®

Fontos megállapítás, hogy minden védjegy márka, de nem minden márka védjegy.

Copyright

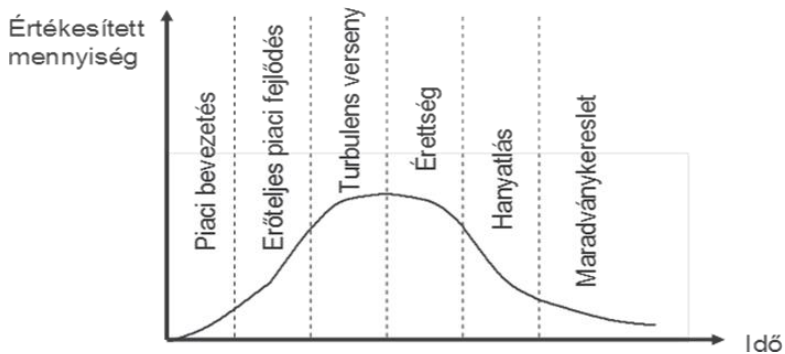
A copyright, vagyis a szerzői márka a különböző szellemi termékek tulajdonosainak, alkotóinak biztosítja a kizárólagos rendelkezési jogot.

Jele: ©, például: Harvey and Marilyn Diamond©

3.1.1.2. A termék- életgörbe

A termékek jelentős része csak korlátozott ideig van a piacon. A biológiából vett hasonlat alapján a termékek a piacon a születéstől (termékfejlesztés és bevezetés) az érettségig és a halálig (kivonás a piacról) meghatározott életpályát futnak be. Ebből származik a termék-életgörbe elmélet.

A termék-életgörbe az idő függvényében ábrázolja a termék értékesítésének alakulását:



Ábra-4 (saját ábra alapján)

3.1.1.3. A szolgáltatások típusai és sajátosságai

Szolgáltatás minden olyan cselekvés vagy teljesítmény, amelyet az egyik fél ajánlhat a másiknak, és ami lényegében nem tárgyiasult, és nem eredményez tulajdonjogot semmi fölért. Előállítás vagy kapcsolódik fizikai termékhez, vagy nem.

Napjainkban a szolgáltatások szerepe rohamosan növekszik. Ebben az ágazatban (tercier szektor) a foglalkoztatottak száma folyamatosan emelkedik, a fejlett országokban a lakosság 60–70%-a dolgozik a szolgáltató szektorban. A nemzeti jövedelem tekintélyes része is innen származik (például turizmus). A technikai fejlődéssel, a szabadidő, a jólét növekedésével egyre nagyobb az igény a szolgáltatások iránt.

A szolgáltató iparág meglehetősen összetett és sokszereplős. Három nagy csoportot alakíthatunk ki a szektoron belül:

A kormánysectort pl. bíróságokkal, munkaközvetítőkkal, kórházakkal, rendőrséggel, iskolákkal, tűzoltósággal;

A nem profitorientált magánszektort pl. múzeumokkal, templomokkal, főiskolákkal, alapítványokkal, jótékonyági szervezetekkel;

Az üzleti szektort pl. légitársaságokkal, bankokkal, tanácsadó cégekkel, ügyvédi irodákkal, biztosító társaságokkal, szállodákkal, éttermekkel stb.

Egy vállalat piaci kínálata általában valamilyen szolgáltatást is magában foglal. A szolgáltatási összetevő képezheti az áru kisebb vagy nagyobb részét. A kínálat a tiszta terméktől a tiszta szolgáltatásig terjedhet. A következő kategóriákat különböztetjük meg:

1./ Tiszta, tárgyiasult termék.

A kínálat elsősorban a tárgyiasult termék, amelyet nem kísér semmiféle szolgáltatás, pl. só, szappan, kenyér, farmer stb.

2./ Tárgyiasult termék, szolgáltatással

A kínálat egy termék, amelyhez szolgáltatás is párosul, pl. mosogatógép, bútor házhozszállítással stb.

3./ Tiszta szolgáltatás

A kínálat elsősorban szolgáltatás, pl. pénzügyi tanácsadás, biztosítás, masszázs, hajvágás stb.

A szolgáltatások sajátosságai

A szolgáltatások a termékek speciális csoportját jelentik. A hagyományos termékektől való eltérésüket a **HIPI- elv** fogalmazza meg. Eszerint a szolgáltatások fő jellemzői:

Ingadozás vagy heterogenitás (Heterogenity)

A szolgáltatások rendkívül ingadozóak, minőségük állandósítása nehéz, mert a szolgáltatást nyújtó személytől függenek és attól, hogy hol és mikor nyújtják őket. A szolgáltató le-

hetőségei a minőség-ellenőrzésre: megfelelő alkalmazottak kiválogatása és kiképzése (például: a bankok, légitársaságok, szállodák jelentős összegeket költenek arra, hogy dolgozóik megtanulják, miként kell jó szolgáltatást nyújtani), illetve a fogyasztó elégedettségének figyelemmel kísérése panaszkönyvekkel, közvélemény-kutatással, vevőelégedettségi mérésekkel és kutatásokkal.

Elválaszthatatlanság (Inseparability)

A tárgyiasult szolgáltatásokkal szemben, melyeket, a megtermelést követően készletezhetnek, később adhatnak, vagy fogyaszthatnak el a szolgáltatásokat gyakran keletkezésük pillanatában elfogyasztják. Ezért általában a szolgáltatás nem különíthető el termelőiktől, a terméket előállítóktól. Ez a korlátozottság csökkenthető: pl. a szolgáltató szervezet több szolgáltatást nyújtó személyt képez ki (például: a szórakoztatás, szellemi szolgáltatások esetében nagyon fontos, szinte személyhez kötött, hogy ki nyújtja a szolgáltatást).

Romlandóság (Perishability)

A szolgáltatások nem tárolhatók, vagyis, ha az ügyfél nem használja ki a szolgáltatást, akkor annak haszna gyakran elvész.

A probléma, hogy a szolgáltatásokat gyakran tömegek akarják igénybe venni, máskor a kereslet egyértelműen hiányzik. A kereslet (igénybe vevők) és kínálat (szolgáltatás) összehangolására több stratégia van. A kínálat oldalán: csúcsidő nehézségek esetén nagyobb személyzet, félállású dolgozók alkalmazása, (pl. tömegközlekedés – új járművek beállítása). A kereslet oldalán: differenciált árpolitikával a kereslet egy részének a csúcsidőszakról a csúcsidőn kívüli periódusra terelése (pl. délelőtt olcsóbb a mozijegy), vagy kiegészítő szolgáltatások nyújtása a csúcsidőszakokban, amelyek a várakozóknak kínálnak alternatívát (például: pénztár-automaták a bankoknál).

Megfoghatatlanság (Intangibility)

A szolgáltatások nem tárgyiasultak, nem tapinthatók, láthatók, ízlelhetők, hallhatók vagy szagolhatók, mielőtt megveszik őket. A szolgáltatásvásárlás nagy bizalmat feltételez az ügyfél részéről, ezért a felmerülő bizonytalanság csökkentése érdekében a vásárlók bizonyítékot akarnak a szolgáltatások minőségéről. Erre vonatkozóan a vásárlók abból vonnak le következtetést, amit látnak: a hely, az emberek, a felszerelések, a rendelkezésükre bocsátott kommunikációs anyag, szimbólumok és az ár. A PR szerepe a szolgáltatásoknál különösen felértékelődik, a bizalomépítésre nagy hangsúlyt kell fektetni. A megfoghatatlanság problémájára megoldás lehet: a szolgáltatást minél „megfoghatóbbá” tenni, fizikai tárgyakhoz, szimbólumokhoz kötni (például: a Generali oroszlánja, NIKE pipa).

Marketing- mix elemek a szolgáltatásban

A szolgáltatások különleges sajátosságai, problémái (HIPI) miatt **az eredeti 4P koncepció (termék, ár, elosztás, piacbefolyásolás) három új elemmel a 7P-re bővül. Az új P tagok:**

People (Emberi tényező)

A szolgáltatásokban az embernek, mint a szolgáltatás nyújtójának központi szerepe van. Fontos a megfelelő személyzet kiválasztása, melynek szempontjai: szaktudás, udvariasság, intelligencia, fellépés, empátia, korrektség, jó emlékezőtehetség, kapcsolatteremtő képesség, megbízhatóság, diszkréció, rugalmasság, önuralom, külső megjelenés stb.

Physical evidence (Tárgyi bizonyítékok)

Nagyon fontos a környezet, ahol a szolgáltatás hozzáférhető, illetve az azt kísérő fizikai tárgyak. Ezek az elemek ugyanis kommunikálnak, üzenetük van a szolgáltatást igénybevevő számára érdemes figyelni, amelyeknek harmonizálniuk kell a nyújtott szolgáltatás jellegével:

Külső környezeti elemek: épület és stílusa, tájékoztató jelzések, parkoló kialakítása;

Belső környezeti elemek: berendezés, belső kialakítás, levegő hőmérséklete, minősége, világítás (ergonómiai összetevők);

Egyéb kézzelfogható tényezők: névjegyek, céges papírok, jelentések, prospektusok, alkalmazottak öltözéke, számlák.

Process (Szolgáltatási folyamat)

Kiemelt jelentőségű a szolgáltatás nyújtás folyamata, ugyanis a vevő az értékesítési folyamatban többnyire részt vesz, annak sokszor alanya. Számára nem csak a végeredmény, hanem az odáig vezető út is fontos. A szolgáltatónak nagy hangsúlyt kell fektetnie a szolgáltatás állandó minőségének megtartására és minőségellenőrzésére.

3.1.2. Árpolitika

Az árpolitika (Price Policy) a marketing-mix eszközrendszerének második eleme. A következő kérdésekkel foglalkozik: költségvizsgálatok, fogyasztói árelfogadás, ármeghatározás, költségtérítések, hitelek, engedmények, árérzékenység-vizsgálatok. Minden vállalatnak tudatos árpolitikát kell kialakítania ahhoz, hogy nyereséget realizáljon és hosszú távon fennmaradjon.

Az ár egy termék vagy szolgáltatás tulajdonjogának megszerzéséért kért pénzmennyiség. Az árképzés módszerei lehetnek:

Költségelvű árképzés

A költségelvű vagy haszonkulcsos árképzésnél a vállalat a felmerülő költségeiből (termelés összes költsége) vezeti le az értékesítési árat. Eszerint általában egy előre meghatározott százalékot (haszonkulcsot, mint elvárt nyereséghezajom) rátesznek a költségekre, és ezzel megkapják a piaci árat. A módszernek az előnye, hogy könnyű alkalmazni, és mindenképpen biztosítja a vállalat számára a megtérülést. Hátránya, hogy nem igazán vesz tudomást a keresletről, a piaci versenyfeltételekről, és vagy túlságosan alacsony vagy túlságosan magas árakat eredményez. Pl.: egy konyhai eszköz legyártásának teljes költsége 1000 Ft, a gyártó elvárt haszna: 25%, a kereskedőnek 1250 Ft-ért adja el termékét.

Kereslettől függő (keresletorientált) árképzés

A módszer lényege, hogy a vállalat az aktuális keresletnek megfelelően határozza meg terméke árát. A keresletet tágan értelmezzük, nem egyszerűsítjük le csupán az eladható mennyiségre, hanem a keresletet kialakító, befolyásoló szempontokat is vizsgáljuk (a kereslet összetett, bonyolult tényező). A saját termékek iránti kereslet megismerésére számos módszer áll a vállalatok rendelkezésére: piackutatás, árugalmassági vizsgálatok, korábbi tapasztalatok értékelése. A termék életgörbéje az egyik legfontosabb befolyásoló tényező a vállalat szempontjából. Különböző árat érdemes használni a termék különböző életciklusai-ban. Például: egy termék bevezetésnél alacsony, figyelemfelhívó ár (behatolásos stratégia) alkalmazása érdemes a kereslet növelésére.

Versenyársakhoz (versenyárs-orientált) igazodó árképzés

A piaci árakat a kereslet és kínálat egyaránt meghatározza. Ha a vállalat új termékkel jelenik meg a piacon, akkor elsősorban nem a kereslet alapján tájékozódik, hanem megnézi, hogy a piacon már jelen levő forgalmazók milyen áron kínálják áruikat. A versenyársak áraihoz viszonyítva fogja kialakítani az árat. A vállalat alkalmazhat árkövető stratégiát, vagy megkísérelhet eltérni a konkurencia áraitól: alacsonyabb vagy magasabb árat szab meg. Az, hogy sikeres stratégiának bizonyul-e a versenyársaktól való eltérés, nagyban függ az adott célpiac, célcsoport jellemzőitől, a versenyhelyzettől, illetve a termék árérzékenységétől. Például: a benzin az árérzékeny kategóriába tartozik, ha a Shell 30-35 Ft-tal olcsóbban adná a benzint, mint a MOL, akkor nagyon sokan átvándorolnának hozzá.

Az árképzés speciális formái

Dömpingár

Nagyon alacsony, az előállítási költségek alatti ár alkalmazása. Használatával a versenyársak kiszoríthatók a piacról. Alkalmazása a jogszabályok szerint tilos.

Csúszóár

Az induláskor magas költségszint, és kevés eladott termék miatt magas ár, amely a termék sikeressége esetén rohamosan csökkenhet. Új termékek bevezetésénél alkalmazzák, a magas árat a fogyasztó általában magas minőséggel párosítja.

Bevezető ár

Abból a feltételezésből indul ki, hogy a termék eladásai nagyon gyorsan emelkednek alacsonyabb, a termék-életgörbe későbbi szakaszaiban érvényesülő és érvényesíthető árak esetén.

Bevető ár

A termék bevezetésének pillanatában nagyon alacsony ár, hogy a termék kipróbálását ösztönözze, és a vevő kockázatát csökkentse. A termék megkedvelése után az ár reálértékben is emelkedik.

Beható ár

A vállalat az eladásaiban stabilizálódott terméket egy alacsonyabb árral új növekedési pályára állítja. A termék-életgörbe érett szakaszában alkalmazzák.

Csomag ár

Több termék együttes értékesítése során alkalmazhatják. Lényege, hogy a termékek együttes megvásárlása esetén a kifizetett összeg alacsonyabb, mint a termékek eredeti, egyedi árainak összege.

Lefölöző ár

A vállalat a pillanatnyi kínálati hiányt kihasználva a lehető legmagasabb árat állapítja meg. Pl. a repülőtéri éttermekben az ételeket-italokat a szokásos árnál olykor háromszor-négyszer magasabb áron kínálják.

Lélektani ár

Ide tartozik például a **presztízsár és a 9-esre végződő ár**. Lényegük, hogy az áron keresztül kívánják a termékhez kapcsolódó érzéseket megjeleníteni, illetve a fogyasztó árképzését kívánják megváltoztatni. **A presztízsár olyan magas ár, amelynek célja a társadalmi státuszt magasra tartó fogyasztó elérése** (pl. Gucci termékek, szoba a Four Seasons hotelben, BMW). **A 9-es végű árak az árak kicsinyítésére hivatottak**. Nem feltétlenül 9-esre végződnek, fontosabb, hogy nagyságuk közel legyen valamilyen kerek értékhez (például: 95 Ft, 1990 Ft), és ezzel azt a képzetet keltik a fogyasztóban, hogy a termék olcsóbbra vártnál.

Röviden a hatósági árról

Jogszámból: 1990. évi LXXXVII. törvény az árak megállapításáról. A hatósági ár megállapítása az árhatóság hatáskörébe tartozik. A hatósági ármegállapítás körébe sorolt termékeket az ártörvény tételesen felsorolja. A hatósági ár megállapítója lehet:

a települési önkormányzat képviselő-testülete (például az önkormányzati lakások bére esetén), az ágazati miniszter általában a pénzügyminisztérium egyetértésével.

A hatósági árat az ár megállapítója, az alkalmazás feltételeivel egyetemben köteles nyilvánosságra hozni. A hatósági ár lehet:

Legmagasabb (maximált) ár, ahol az árhatóság az alkalmazható ár felső határát írja elő, védve a vásárlók (keresleti oldal) érdekeit. Ezt az ártípust elsősorban olyan monopóliumhelyzetben lévő területeken alkalmazzák, ahol sem belföldi versenytárs sincs. Az árat úgy alakítják ki, hogy fedezze a hatékonyan gazdálkodó vállalat ráfordításait és a szükséges nyereséget, a nem hatékony működésből adódó többletráfordítás elismertetésére azonban nem nyújt lehetőséget. (ebbe a körbe tartozik például a villamos energia, a hazai szén, a postai szolgáltatások többsége, a belföldi áru- és személyszállítás, egyes gyógyszerek stb.).

Legalacsonyabb (minimált) ár, ahol az árhatóság az alkalmazható ár minimumát határozza meg, az eladók, a termelők védelme érdekében. Az árnak minden körülmények között fedeznie kell (legalább) a hatékonyan termelők ráfordításait.

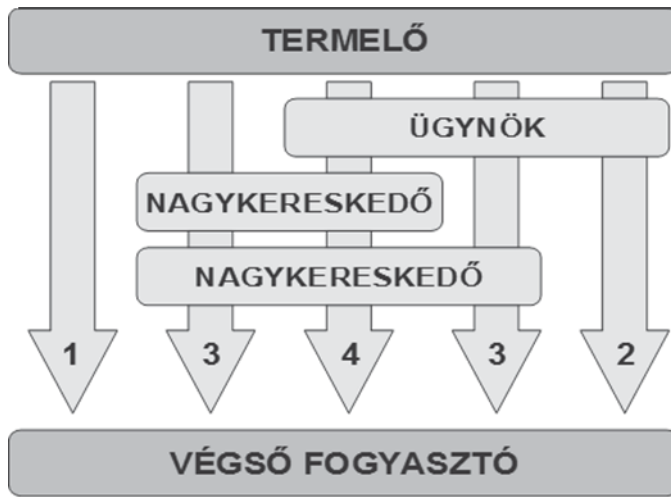
Az árban, díjban (a továbbiakban együtt: ár), valamint az ár alapjául szolgáló értékesítési feltételekben a szerződő felek - a tisztességtelen piaci magatartás tilalmáról szóló törvényben, valamint a fenti törvényben foglaltak megtartásával, egymás méltányos érdekeit tiszteletben tartva és kölcsönösen együttműködve állapodnak meg. A hatósági árhoz meghatározott előírások csatlakoznak a minőséggel, a rendelési tételekkel, a teljesítés körülményeivel stb. összefüggésben.

3.1.3. Értékesítéspolitikai

Az értékesítési politika (Place-Distribution Policy) a marketing-mix eszközrendszerének harmadik eleme. Az alábbi kérdésekkel foglalkozik: értékesítési út tervezése, logisztika és fizikai elosztás, kereskedelmi formák, nagykereskedelem és kiskereskedelem, kereskedelmi partnerek kiválasztása és értékelése.

Minden vállalatnak, amely hosszú távon fenn akar maradni megfelelő értékesítési rendszer kiépítésére és fenntartására kell törekednie. Értékesítési rendszeren a terméknek a termelőtől a fogyasztóig vagy felhasználóig történő eljuttatását biztosító vállalaton belüli és kívüli szervezeteket és az általuk ellátott funkciókat értjük.

A közvetítők száma alapján az értékesítési csatornákat az alábbi csoportokba sorolhatjuk:



Ábra-5 (saját ábra alapján)

Rövid vagy közvetlen értékesítési csatorna

A termelő közvetlenül a végső fogyasztónak adja el a terméket. Megvalósulhat ez saját márkabolt, hálózat útján, direkt marketing által vagy személyes kapcsolatokat ápoló ügynökei révén. E módszer előnye, hogy a termelő ellenőrzése alatt tarthatja a teljes értékesítési folyamatot, valamint közvetlen kapcsolatot fejleszthet ki a piaccal, így első kézből szerezhet információt a fogyasztókról. A „háztól-házig” módszer nagyon elterjedt a beruházási javak (pl. gépek, berendezések) esetén.

Értékesítési csatorna egy közvetítővel

A fogyasztási cikkek területén a gyártótól vásárol a kiskereskedő, beruházási javaknál általában az ügynök jelenti a termelő és felhasználó közötti lépcsőfokot.

Értékesítési csatorna két közvetítővel

Fogyasztási cikkeknel a nagy- és kiskereskedő (klasszikus értékesítés), vagy a termelő számlájára dolgozó ügynök és kiskereskedő, beruházási javaknál az ügynök és az elosztó kapcsolódik össze egy értékesítési láncot alkotva.

Értékesítési csatorna három közvetítővel

A fogyasztási cikkek piacán megtalálható értékesítési lánc két biztos eleme a nagy- és kiskereskedő. A harmadik láncszem az ügynök vagy bróker, aki a termelő és a nagykereskedő, vagy az utóbbi és a kiskereskedő között helyezkedik el.

A vállalkozások három elosztási stratégia közül választhatnak:

1./ Intenzív elosztás/értékesítés

A stratégia célja széleskörű piaci lefedés, a piac minél nagyobb hányadának meghódítása, a nagytömegű értékesítés, minél több viszonteladó bekapcsolása a forgalmazásba.

Példák intenzív értékesítésre: élelmiszerek, italok, csokoládé, újság stb.

Jellemzői:

Az áruk könnyen hozzáférhetők,

Az egységár viszonylag alacsony,

Nagy nyereség csak jelentős mennyiség eladásával érhető el,

A termékek szabványosítottak,

Az áruk az eladás után nem igényelnek utógondozást, vevőszolgálatot.

2./ Szelektív elosztás/értékesítés

Ezzel a taktikával a cég nem alkalmazza az összes lehetséges közvetítőt, hanem bizonyos szempontok alapján válogat közöttük. Számos értékesítési pont jellemző, de az intenzív értékesítésnél jóval több szakosodott eladóhelyet jelent. Az értékesítési helyek legtöbbszörben szakképzett, információ átadásra alkalmas személyzet dolgozik. A vállalkozás célja az eladás és a szolgáltatás összekapcsolása a piaci részesedés növelése érdekében.

Példák a szelektív értékesítésre: középkelet-ázsiai órák, elektromos háztartási eszközök, illatszerek, kozmetikumok.

Jellemzői:

Az igényelt márka ismerete,

Jelentős vásárlói előkutatás,

A szelektív elosztással forgalmazott fogyasztási cikk jellegű termékek ára minőségtől függően viszonylag magas,

Az áruk szabványosítottak,

A piaci verseny alapja a minőség,

Az ár másodlagos szerepet kap.

3./ Exkluzív elosztás/értékesítés

Ennek a stratégiának az alkalmazásával csak korlátozott számú kereskedő kap jogot a termék értékesítésére, szélsőséges esetben csak egy kereskedő. Különleges minőségű, egyedi, vagy éppen különlegesen magas árú termékek elosztási rendszere. A vállalat célja a piaci verseny márkanéven alapuló befolyásolása, esetleg irányítása.

Példák az exkluzív értékesítésre: különleges, illetve egyedi órák, ékszerek, ruhák, autók.

Jellemzői:

Az eladóhelyek száma kevés,

Minden exkluzív üzlet valamilyen termékre- márkára szakosodott,

A vásárlói döntés befolyásolója az adott márkanév elismertsége és a „pénztárca”,

A termékek ára magas, sokszor irreális,

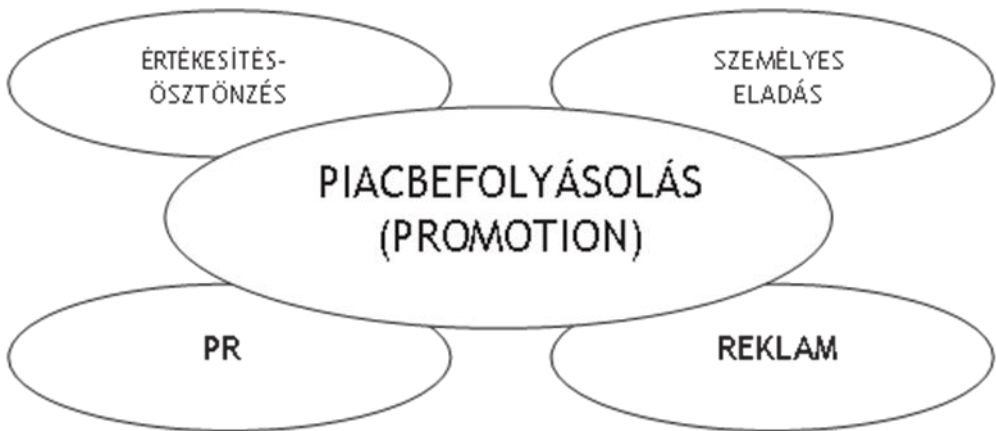
Az egyes termékeken realizálódó profit magas,

A termékek raktári forgási sebessége alacsony,

A termékek nem feltétlenül szabványosítottak, mint inkább egyedi piaci igényeket kielégítők.

3.1.4 Piacbefolyásolás

A marketing-mix negyedik P eleméhez (Promotion) tartozó területeket összefoglaló néven promóciós-mixnek, vagy marketingkommunikációs eszközöknek nevezzük.



Ábra-6 (saját ábra alapján)

A marketingkommunikáció a piacbefolyásolásnak az a területe, amelynek elsődleges feladata és célja, hogy a kommunikáció módszereivel juttassa el a vállalat információit a piacra, a piac reakcióit a vállalathoz, és tudatosan befolyásolja közléseivel a piaci magatartást.

A marketingkommunikáció eszközszerkezete	
Eredetében kommunikációs	Csak a kommunikációval együtt eredményes
Értékesítésösztönzés (SP)	Termék
Személyes eladás (PS)	Minőség
Public Relations (PR)	Ár
Reklám (AD)	Választék
	Csomagolás
	Forma – design
	Szerviz, garancia, vevőszolgálat
	Értékesítési hálózat
	Eladási kondíciók
	Védjegy stb.

A marketingkommunikáció speciális jegyei

A vállalat, illetve annak speciális részlege bocsátja ki;

A közlés tárgya mindig a vállalat, illetve tevékenysége (terméke vagy szolgáltatása stb.);

A közlés tárgyáról jót, hasznosat, közérdekűt mond;

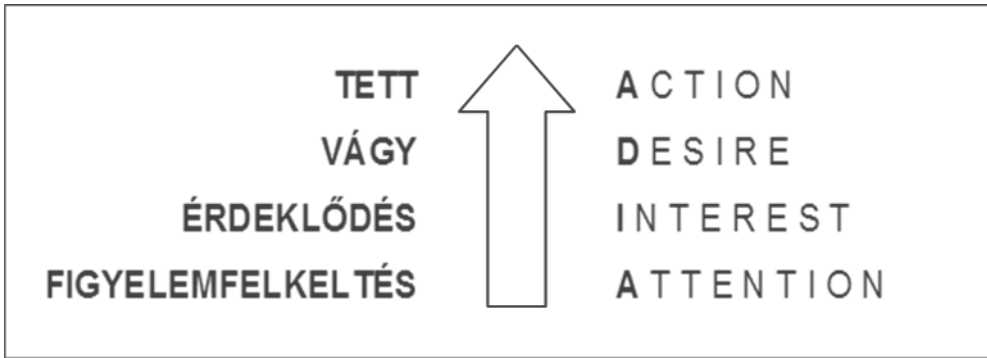
Az információ kibocsátás célja a termék (vállalat) forgalmának növelése;

Az információ közlés eszközei az általánosan ismert eszközök;

Nem elvontan a tömegekhez, hanem a potenciális vásárlóhoz szól;

Eredménye a célközönség viselkedésében bekövetkezett változás.

Az AIDA-modell



Ábra-7 (saját ábra alapján)

Az ábrán bemutatott modellel kapcsolatban fontos megjegyezni, hogy a modell alulról felfelé irányuló kommunikációs mechanizmust szimbolizál. A modell kifejezi azt, hogy a megfelelő tartalmú marketingkommunikáció hatására, az egyének egy része figyelemmel, érdeklődéssel fordul a kommunikáció tartalma iránt. Ennek következtében érdeklődés, majd megfelelő esetben a kommunikáció tárgya iránti vágy alakul ki. Abban az esetben, ha ez a vágy elég erős és szuggesztív, a kialakult vágyat tett követi, vagyis az üzenet eléri célját, vásárolunk.

Értékesítésösztönzés (Sales Promotion)

Olyan fizetett piacbefolyásolási tevékenységek sora, amelyek révén vagy a kereskedők hatékonyságát, vagy a potenciális fogyasztók vásárlási kedvét kívánjuk növelni.

Kereskedői és fogyasztói eszközeit különböztetjük meg. **Kereskedői eszközök:** kereskedelmi találkozók, hirdetéstámogatás, bónuszok, POP/POS, kiállítások, vásárok, szakmai utak, leértékelés, bizományosi szerződés, átadott tárgyak, szolgáltatások stb.

A fogyasztók irányába használt eszközök: versenyek, utazások, díjak, termékminta, kóstoltatás, akciók (1-et fizet 2-öt kap), kuponok, engedmény, pénzvisszatérítés, reklámtárgyak, törzsvásárlói program stb.

Személyes eladás (Personal Sales)

Fizetett képviselők, ügynökök és egy, vagy több potenciális vevő közötti beszélgetést jelent eladás céljából. Az eladás és a vétel minden esetben az üzletben résztvevők aktív közreműködésével jön létre.

Néhány jellegzetes személyes eladótípus:

Belső eladók (hagyományosan pult mögött állnak, kiszolgálják, tanácsot adnak).

Kreatív termékügynökök (nem alapvető tárgyasult termékeket értékesítenek, például: autó, porszívó, könyv stb.)

Kreatív szolgáltatás ügynökök (nem alapvető szolgáltatásokat értékesítenek, például: életbiztosítás, banki szolgáltatások, hirdetési szolgáltatások stb.)

Telemarketingesek (jó kommunikációs és empatikus képességű telefonos értékesítők, például: tanfolyamok stb.)

Műszaki ügynökök (fejlett műszaki termékeket, berendezéseket értékesítenek a felhasználóknak, például: termelőeszközök értékesítése.)

Public Relations (PR)

Imázsközpontú, elsősorban nem eladási célokat szolgáló vállalati marketingkommunikációs forma. Egy olyan tervszerű és folyamatos műveletsorozat, tevékenység együttes, amelynek az a célja, hogy a vállalat, illetve szűkebb és tágabb környezete között megértést, bizalmat építsen ki. A PR elsősorban arra irányul, hogy a vállalat belső és külső kapcsolatainál megértést, bizalmat szerezzen, ezzel üzleti tevékenységének eredményességét hosszú távra megalapozza, kialakítsa a cég hírnevét. A hírnév gondozás alapja az egységes vállalati arculat kialakítása (Corporate Identity).

A hírnév három fő összetevőn alapszik: Amit mi mondunk magunkról, amit mások mondanak rólunk (imázs) és amit teszünk. A három összetevő közül a tevőlegesség a legerősebb elem. Ha a cég működése ezekkel az alapelvekkel összhangban van és hosszútávon ezt képviseli, akkor tud hiteles és híres lenni, maradandót alkotni a piacon.

Reklám (Advertisement)

Fizetett, termékeket, szolgáltatásokat, ötleteket, szervezeteket és embereket széles hatókörű médián keresztül elérő meggyőzésre törekvő kommunikáció, ahol a közölt információk tartalmát, a reklámot fizető vállalkozás határozza meg.

Az eladótól a vevő felé irányuló információ kibocsátás annak érdekében, hogy a befogadó attitűdjét és magatartását befolyásolja. Az egyénekre a legnagyobb hatást gyakorolja.

Leegyszerűsítve a reklám két nagy területét különböztetjük meg. Az ATL (vonal feletti reklámeszközök), vagyis klasszikus reklámeszközöket és a BTL (vonal alatti eszközök), vagy nem klasszikus reklámeszközöket.

Klasszikus reklámeszközök (ATL eszközök)

Nyomtatott eszközök (például: napilapok, hetilapok, szakmai magazinok stb.)

Audio (rádió)

Audiovizuális (internet, televízió, mozi)

Közterületi reklámeszközök (például: óriás- mega- és gigaplakátok, falfestés, molinó, city- light, prizmatábla, utcabútorok stb.)

Közlekedési eszközökön elhelyezett reklámok (például: buszok, villamosok, trolik külső belső felületén megjelenített promóciók. Jellemzően a nagyvárosokban használatosak, főként helyi járatokon elhelyezve.)

Nem klasszikus reklámeszközök (BTL eszközök)

POP/ POS eszközök

Kiállítások, vásárok

PR

Értékesítésösztönzés

Reklámújságok

Direkt levél

Internetes reklámozás (nem keverendő az ATL- lel!)

Reklámajándékok

Katalógusok stb.

3.2. A reklámok, az adatvédelem és a tisztességes magatartás

Kiemelten fontos, hogy a birtokunkba kerülő adatokat célhoz kötötten, adott esetben a megfelelő hozzájárulás beszerzését követően, csak a megadott célra és terjedelemben használjuk fel. A GDPR rendelet szerint a személyes adatok kezelését az emberiség szolgálatába kell állítani. A személyes adatok védelméhez való jog nem abszolút jog, azt az arányosság elvével összhangban, a társadalomban betöltött szerepének függvényében kell figyelembe venni, egyensúlyban más alapvető jogokkal. A személyes adatok kezelésének jogszerűnek és tisztességesnek kell lennie. A természetes személyek számára átláthatónak kell lennie, hogy a rájuk vonatkozó személyes adataikat hogyan gyűjtik, használják fel, azokba hogy tekintenek bele vagy milyen egyéb módon kezelik, valamint azzal összefüggésben, hogy a személyes adatokat milyen mértékben kezelik vagy fogják kezelni. Az átláthatóság elve megköveteli, hogy a személyes adatok kezelésével összefüggő tájékoztatás, illetve kommunikáció könnyen hozzáférhető és közérthető legyen, valamint, hogy azt világosan és egyszerű nyelvezettel fogalmazzák meg. Azaz mások adatait csak a beleegyezésükkel, az adott célhoz kötötten használhatunk fel. Amennyiben nagyobb mennyiségű adatot kezelünk, feltétlenül érdemes GDPR szakértő véleményét kikérnünk.

Az üzletvitel során alapvető fontosságú a tisztesség elve is. Ez az elv jelenti azt, hogy nem folytatunk semmilyen olyan tevékenységet, ami akár csak a korrupció, megvesztegetés gyanúját is felvetné. Az integritásnak ezeket az elveit nagyobb szervezeteknél az integritás szabályzatok ill. etikai kódexek tartalmazzák.

3.3. A fogyasztói magatartás

A fogyasztói magatartás megértése elengedhetetlen a marketingszakemberek és a vállalkozások vezetői számára. Ismerni kell azokat az összetevőket, amelyek szerepet játszanak egy termék megvásárlásában és a vásárlási döntés meghozatalában. Ismereteinkkel sikerebb és hatékonyabb marketing akciókat alkalmazhatunk, ezáltal növelhetjük, megsokszorozhatjuk vállalkozásunk bevételeit úgy, hogy költségeinket optimalizáljuk, csökkentjük.

A fogyasztói magatartás egy rendkívül bonyolult és összetett kategória, számtalan körülmény van hatással rá. Ezeknek a befolyásoló elemeknek két nagy csoportjáról beszélhetünk:

A külső vagy társadalmi tényezőkről (demográfiai összetevők, mint például életkor, nem, jövedelem, foglalkozás, családi állapot, iskolai végzettség, lakóhely stb. és kulturális elemek, mint például kultúra, családi ciklus, társadalmi osztály, társadalmi szerepek és státuszok, referenciacsoportok, véleményformálók, vallás stb.), illetve

A belső vagy pszichológiai tényezőkről (például gondolkodásmód, attitűd, személyiség, motiváció, tanulás, észlelés stb.).

3.4. A vásárlói személyiség és a személyiség típusok

A vásárló személyisége nagyon fontos a fogyasztói döntésekben. Személyiség alatt általában egy tartós és konzisztens magatartásformát értünk, amely elemekre, személyiségjegyekre bontható. A személyiségjegyek, alkat, vérmérséklet és más tényezők alapján a pszichológusok az elmúlt évszázadokban sokféle csoportosítást dolgoztak ki.

Marketing szempontjából az **extrovertált és introvertált személyiségtípusok** ismerete alapvető fontosságú.

Az extrovertáltak keresik az izgalmakat, a külső ingereket, a többi emberrel való kapcsolatot, többnyire játékosak, kalandvágók, nyughatatlanok, hajlamosak a szerencsejátékra, a kockázatvállalásra.

Az introvertáltak éppen ellenkezőleg, erősen tartják magukat a szabályokhoz, kitartóak, hajlamosak a visszahúzódásra, a magukba zárkózásra, az izgalmak kerülésére.

Rogers, amerikai pszichológus egy másik csoportosítást dolgozott ki az innovativitás, az új ötletek, termékek fogyasztói elfogadása alapján.

Fogyasztói csoport	Leíró jellemzők	Sokaságon belüli arány
Innovátorok	Kalandvágyók, hajlamosak az új ötletek kipróbálására, elfogadják a kockázatot, kozmopoliták, gyakran kommunikálnak	2,5%
Korai elfogadók	Tiszteletreméltók, szerves részei a helyi társadalomnak, sok véleményvezető, olyan emberek, akiket érdemes egy új termék kipróbálása előtt megkérdezni	13,5%
Korai többség	Megfontoltak, átlagos mértékben reagálnak az újdonságokra, ritkán vezetők, megfontolják az új termék vásárlását.	34,0%
Kései többség	Szkeptikusak, az átlagosnál később fogadják el az új dolgokat, döntésükben a gazdasági tényezők erős szerepet játszanak.	34,0%
Lemaradók	Hagyományőrzők, utoljára fogadják el az új dolgokat, múltba tekintők, gyanakvók az új dolgokkal szemben.	16,0%

3.5. A vásárlás folyamata

A vásárlás folyamata egyszerűen definiálható rendszerbe illeszthető. A vásárlás 0+5 szakzra osztva könnyen átlátható, megértve azt a racionális és emocionális, néha morális tartalmat, amely segíthet abban, hogy a termékünk, szolgáltatásunk értékesítésének megtervezésénél birtokában legyünk mindazon tudományosan is igazolt elvnek, amely képes optimalizálni és hatékonyá tenni az értékesítéseinket.

3.5.1. A vásárlás 0+5 szakaszának jellemzői

0. szakasz: Ösztönzés

A vásárlás folyamata azzal kezdődik, hogy a vásárlót befolyásoló, ösztönző impulzusok érkeznek az egyén felé például az alábbi helyekről:

- Társadalom, család, barátok, munkatársak,
- Gyártók, kereskedők, tömegkommunikáció,
- Saját fiziológiai szükségleteink (éhség, szomjúság stb.)

Ilyen ösztönzés lehet például a megfelelő reklámtevékenység, árkedvezmények, akciók, jó árúelhelyezés stb.

1. szakasz:

A probléma felismerése

A következő szakasz, hogy az egyén a problémát vagy az igényt megállapítja a korábbi nyomások, ösztönzések, ingerek (pl. ő saját maga régóta szeretne már valamit venni, hirdetések, ismerősök véleménye stb.) hatására, megerősítse magát abban, hogy fogyasszon. A marketing feladata ebben a fázisban, hogy a problémákat felismertesse, felerősítse a fogyasztó számára. Abban az esetben, ha az egyénnek nincs problémája, tennie kell arról, hogy legyen. Ez szintén a marketing feladata (birtoklási, szerzési vagy felerősítése).

2. szakasz: Információgyűjtés

Az egyén elkezd érdeklődni a megvásárlandó termék vagy szolgáltatás iránt. Aktív információgyűjtésbe kezdhet, fogékonyabbá válik a releváns információk tekintetében.

Az információk az alábbi forrásokból származhatnak:

személyes források (pl. család, barátok, munkatársak, ismerősök),
kereskedelmi források (pl. reklám, eladók, csomagolás, kirakat, kereskedők),
tömegkommunikációs források, (pl. reklám, termékminősítő szervezetek, prospektus),
tapasztalati források (pl. a termék kipróbálása, vizsgálata és használata).

Általánosságban kijelenthetjük, hogy a fogyasztó a legtöbb információt a kereskedelmi forrásoktól kapja, de a személyes források a leghatásosabbak és a legerősebbek.

3. szakasz: Az alternatívák értékelése

A fogyasztó a kapott információkat rendszerezi és értékeli. Értékeli a termék tulajdonságait (szín, minőség, presztízs, tartósság, alak, összetétel, állag, garancia, stílus, biztonság stb.), a termék árát, a fizetési feltételeket, a vevőszolgálat színvonalát, a hazaszállítási lehetőségeket stb. Ha több változat vonzónak tűnik a számára, akkor felállítja a megvásárlandó termékek rangsorát. Ebben a fázisban nagy szerepe van olyan marketing elemeknek, mint például a márkanév, a presztízserték és adott esetben az ár.

4. szakasz: Vásárlási döntés

Ebben a szakaszban beléphetnek olyan közbenső hatások, amelyek elhalasztják, vagy módosítják a vásárlást. Ilyen hatások: más személyek eltérő attitűdje (pl. a férjnek nem tetszik a feleség által kiszemelt ruhadarab), váratlan események (pl. olyan információ jut a vásárló birtokába, amit eddig nem tudott a kiválasztott márkáról), visszariadás a vásárlással együtt járó kockázattól (pl. a vevő nem biztos abban, hogy a termék veszélytelen a környezet számára).

A vásárlási döntés végső soron egy többlépcsős folyamat, több, úgynevezett aldöntést igényel. A vevő határoz a márkáról, a kereskedőről, a darabszámról, a vétel időpontjáról és a fizetés módjáról.

A vásárlás nem minden esetben nyugszik racionalitáson, ésszerűsége. Weber szerint a fogyasztó korlátozott racionalitásának megfelelően képtelen a vásárlás előnyeinek és hátrányainak pontos felismerésére, de dönt, és döntéseiben a marketing eszközzrendszere lényegesen befolyásolja őt.

5. szakasz: Vásárlás utáni magatartás

A vétel után, a termék használata közben derül ki a vevő elégedettsége. Ha a fogyasztó elégedett, akkor számíthatunk az újravásárlásra, amely egyúttal lerövidítheti a következő vásárlási ciklust. Ilyenkor nem kell információt keresnie és azt értékelnie, hanem a problémafelismerés után közvetlenül vásárol.

A negatív tapasztalatok viszont ellentétes hatásúak. A döntés helyessége megkérdőjeleződik, disszonancia, feszültség ébred a fogyasztóban, amely új vásárlási helyzethez, aktív kereséshez vezethet.

3.5.2. Az impulzusvásárlás

A fogyasztó egyedi, nagyon gyors érzelmeken alapuló vásárlása a pillanat- vagy más néven az **impulzusvásárlás**. Ennek az a lényege, hogy a fogyasztó nem előkészítetten, hanem hirtelen dönt valamilyen külső és/vagy belső tényező alapján. Ezt a hirtelen impulzust sok minden kiválthatja (például egy tikkasztó meleg nyári estén sétálni visszük a kutyát, közben meglátjuk a fagyaltost és bár egyáltalán nem volt szándékunkban, de a pillanatnyi elhatározás alapján mégis vásárolunk). Az impulzusvásárlás bekövetkezését nagyban segíti a percepció.

3.5.3. A percepció (észlelés)

A percepciót (észlelést) már megismerhettük a fogyasztói magatartás belső tényezőinek vizsgálatánál. Egy olyan komplex folyamatról van szó, amelynek során az emberek szelektálják, rendezik, és értelmezik az érzékszervi ingereket, összefüggő, értelmes képbe rendezve azokat. A percepció alakulása elsődlegesen érzékszervi beállítottságunktól és rendszerünktől függ. A percepció rendszer összetevői:

A látás: a termék látványa, színek, szimbólumok, és azok esetleges kulturális jelentősége. (pl.: a magyaroknál a piros- fehér- zöld a nemzet, egy remekbeszabott torta, vagy pecsenyétál látványa, egy gyöngyöző pohár sör éhséget- szomjúságot ébreszt stb.)

A szaglás: egyes illatok, vágykeltőek, izgatók, mások megnyugtatók, vagy éppen undort kiváltók lehetnek. (pl.: a cukrászüzemből, vagy a pékségből kiáramló illatok étvágyat gerjesztők, egyes parfümök fűszeres illata, főleg, ha pézsmakivonatot is tartalmaz vágykeltő, izgató, a gumigyár, vagy állati hulladékot feldolgozó üzemből kiszűrődő szagok undorítók stb.)

A hallás: szintén erősen befolyásolhatja vásárlási döntéseinket. (pl.: az üzletekben szóló kellemes muzsika pozitív, míg az üvöltő zajszerű zene negatív hatást válthat ki vásárlási döntéseinknél stb.)

A tapintás: a vásárlás folyamatában a termék megérintése, szinte alapvetően meghatározó lehet a későbbi vásárlási döntésünkben. (pl.: egy bútor esetében az érdes, vagy simafelület befolyásoló, míg textíliáknál döntő tényező lehet. Műszál- pamut tartalom a komfortosság, egészség képzetét adhatja, a selyem tapintása, luxusérzést biztosít stb.)

Az ízelelés: az ízek, beállítottságunkhoz mérten alapvetően döntik el, hogy megvásároljuk, megkedveljük, vagy sem az adott terméket. (pl.: egyéni íz világtól függően kedveljük, vagy sem a mentolos krémmel töltött csokoládét, vagy kekszét, szeretjük a csípős ízt, vagy sem, kedveljük, vagy sem a kesernyés, kinin tartalmú üdítőt stb.)

Ahhoz, hogy az érzékszerveinket érintő inger tudatosuljon, kellően erősnek és intenzívnek kell lennie. Alapvető fontosságú az **abszolút ingerküszöb** fogalmának ismerete. Azt a legkisebb ingerhatást értjük alatta, amelynél, már létrejön az érzékelési tapasztalat. Érdekes, hogy a megszokás miatt, az ingerek erősségét, időről-időre változtatni kell annak érdekében, hogy az eredetinek megfelelő érzési tapasztalat jöjjön létre.

3.6. Az üzleti terv felépítése

A sikeres vállalkozás négy feltétele: Szaktudás, Kitartás (akarat), Kapcsolatok (környezet ismerete), Szerencse. Röviden: SZKKSZ-szabály.

Az üzleti tervet akkor készítjük el, ha új vállalkozásunk küldetését, filozófiáját, stratégiai lépéseit szakszerűen és pontosan szeretnénk megtervezni, vagy, ha már meglévő vállalkozásunk tevékenységét, szakmai lépéseit és profitorientációját a megváltozott piaci helyzetnek megfelelően optimalizálni, módosítani akarjuk, esetleg fő tevékenységünk megváltozott. Emellett gyakran készül üzleti terv, ha valamely gazdálkodó szervezet pályázatot kíván benyújtani, hitelt szeretne felvenni.

Az üzleti terv részei:

- I./ Vezetői összefoglaló
- II./ A vállalkozás általános bemutatása
- III./ Marketing terv
- IV./ Működési terv
- V./ Vezetőség és szervezeti felépítés
- VI./ Pénzügyi terv és kockázatelemzés
- VII./ Mellékletek

I. VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

A vállalkozás helyzete, pozíciója. Miért készült az üzleti terv. A cég hitvallása, filozófiája, küldetése, jövőképe. A közeljövőt érintő célkitűzések, intézkedések, amelyeket meg kell tenni.

II. A VÁLLALKOZÁS ÁLTALÁNOS BEMUTATÁSA

1./ A vállalkozás alapadatai

Működési forma: önálló cég, franchise stb.

Cégazonosítók: cégjegyzék szám, adószám

Tulajdonosok (név, cím, adóazonosító jel, személyigazolvány szám)

Céggépviselő(k) (név, cím, adóazonosító jel, személyigazolvány szám)

A vállalkozás pontos, teljes neve

A vállalkozás székhelye, telephelyei

Mikor lett bejegyezve a vállalkozás

Fő és melléktevékenységek

Elérhetőségi adatok (telefon, fax, internet cím, e-mail cím, postacím, web)

A vállalkozás könyvvizetését, jogi képviselését végző cég neve

2./ A vállalkozás története

Már működő vállalkozás esetén: a vállalkozás alapításának ideje és célja, cégfilozófia, a vállalat küldetése. A cég működésének története, áttörő sikerek, díjak, szakmai elismerések. Folyamatban lévő fejlesztések, jövőre vonatkozó célkitűzések, tervek.

Alakuló cégnél az üzleti terv elkészítésének indoka. Az üzleti terv megírását ösztönző tényezők bemutatása: hitelfelvételi kérelem, befektető keresése, pályázat elnyerése, egyéb. A cég küldetése, jövőbeni elképzelései.

III. MARKETING TERV

1./ Ágazati és piaci áttekintés, elemzés

A céget tevékenységét (termék, szolgáltatás) érintő piaci helyzet és trendek áttekintése

Az iparágat érintő társadalmi környezet és változások (demográfiai és kulturális)

Technológiai környezet és változások, újítások

Természeti környezet és adottságok

Politikai és jogi környezet, jogszabályi keretek

Gazdasági környezet és mutatószámok (bruttó, nettó és diszkrecionális jövedelem, fizetőképesség és fogyasztási hajlandóság)

2./ Termékek, szolgáltatások

A vállalkozás által kínált termékek és szolgáltatások fő jellemzői

Milyen értéktöbblettel bír a termék/ szolgáltatás a vásárló számára

Hová vannak a termékek/ szolgáltatások pozicionálva a versenytársak termékeihez képest

Miben különböznek a saját termékek/ szolgáltatások a már piacon lévő hasonló termékektől/ szolgáltatásoktól

Mennyire volt eddig sikeres a saját termék/ szolgáltatás vagy a piacon lévő hasonló termék/ szolgáltatás

3./ Piaci szegmentáció/ Alapváltozók vizsgálata:

a) Területi változók

Lakóhely típus, méret, országon belüli elhelyezkedés, országrész, globális elhelyezkedés stb.

b) Demográfiai jellemzők: életkor, nem, családi állapot, eltartottak száma, háztartások száma stb.

c) Társadalmi- gazdasági alapváltozók: munkahely, munkakör, iskolai végzettség, bér és diszkrecionális jövedelem, igényszint stb.

d) Személyiség jegyek: extrovertált, introvertált személyiség, márkához való viszony (márkahű, márkaváltó, márkaelhagyó, csapongó)

4./ Versenytársak vizsgálata

A legnagyobb versenytársak elemzése a következő szempontok szerint:

A versenytárs által kínált termékek/ szolgáltatások leírása

A versenytárs célcsoportjának körülírása, jellemzése

A versenytárs célcsoportjának vásárlási szokásai

A versenytárs árpolitikája

A versenytárs marketing és piacbefolyásolási tevékenysége

A versenytárs GYELV(gyengeségek-erősségek-lehetőségek-veszélyek elemzése (angol rövidítése: SWOT)

Versenytárs beszállítói

Értékesítési csatornák

5./ Marketing- mix-elemzés

Termékpolitika: termékfejlesztés, piaci bevezetés és piacon tartás, K+F, akvizíció, termék-életgörbe szakaszok menedzselése, csomagolás stb.

Árpolitika: ár kialakítás, árképzés, ártípus meghatározások, ármódosítások, akciós árak kialakítása, terméktipizálás (ár rugalmas, ár rugalmatlan, kereszt rugalmas)

Értékesítéspolitikai: értékesítési csatornák, közvetítők, szállítók, szállítási módok és utak, értékesítési módszerek és helyek termék és szolgáltatásfüggő kialakítása stb.

Piacbefolyásolás: Klasszikus eszközökkel (ATL) (nyomtatott, audio, audiovizuális, közterületi, közlekedési eszközökön elhelyezett) és Nem klasszikus eszközökkel (BTL)(katalógusok, reklámújságok, kiállítás és vásár, direktlevelek, ajándékok stb.) eszközökkel

IV. MŰKÖDÉSI TERV

1./ Fejlesztési elemzés

A termékek/ szolgáltatások fejlesztése milyen stádiumban van

Mikorra várható a fejlesztés befejezése

A befejezésig milyen akadályokat kell leküzdenie a vállalkozásnak, milyen feladatok várnak még elvégzésre

Kik vesznek részt a vállalkozáson kívül a fejlesztésben (alvállalkozók, partnercégek)

A szabadalmaztatás megoldása, a szabadalmi jogok levédése, márka és védjegypolitika

2./ Gyártási terv

A vállalkozás fő beszállítói, a beszállítók osztályozása (ár, szállítási feltételek, megbízhatóság)

Milyen gyártási eljárásokat alkalmaz a vállalkozás

A gyártási/ előállítási folyamat rövid bemutatása

A gyártási folyamathoz kapcsolódó költségek felsorolása

Kutatási és fejlesztési folyamatokhoz kötődő költségek és határidők

Milyen eszköz és helyigénnyel jár együtt a termékek/ szolgáltatások előállítása

Szervízhálózat működtetése

Terméktámogatás

V. VEZETŐSÉGI-ÉS SZERVEZETI FELÉPÍTÉS

1./ Vezetőség, tisztségviselők

A vállalkozás alapítói az aktív befektetők

Alkalmazottak, akik kulcsfontosságú szerepet játszanak a vállalkozás életében

Igazgató(k)

Tanácsadó testület

Külső/ belső tanácsadók, jogi képviselő, könyvvizelési tanácsadó

Szervezeti séma

2./ Humánpolitika és stratégia

Az alkalmazottak felvételének ütemezése, módja

Alkalmazottak kiválasztása

Javadalmazási és előmeneteli rendszer

Munkaerőképzés, továbbképzés

Munkaerő utógondozás

VI. PÉNZÜGYI TERV-ÉS KOCKÁZATELEMZÉS

Költségvetési terv (korábbi éveknél tervezett és tény adatok)

Cash-flow kimutatás (bevételek és kiadások, azaz a pénzáramok)

Eredmény-kimutatás és mérlegkimutatás

Állandó és változó költségek, fedezeti-pont számítás

Pénzügyi mutatók

Megtérülési kimutatások és tervek

Gazdaságossági számítások

VII. MELLÉKLETEK

A mellékletekben szerepeltethetünk grafikonokat, táblázatokat, fotókat a termékekről, technikai specifikációkat, a vezetőség életrajzát és minden olyan egyéb anyagot, ami kapcsolódik az üzleti terv anyagához, és azt illusztrálja.

3.7. A marketingstratégia

A marketingstratégia lényege a cég tervezett, szakmailag megalapozott hosszú távú célkitűzésének és ezt alapul véve taktikai tervének kialakítása a leoptimálisabb profitszerzés megvalósítása érdekében. Az üzleti stratégia kialakítása és megtervezése pontosabban kivitelezhető egy megfelelően elkészített üzleti terv birtokában.

Jellemzői:

A stratégia folyamatos tevékenység, mely mindig egy nagyobb időtávot fog át,

A stratégiai tervezés célja a tartós versenyelőny megszerzése, a vállalkozás nyerő helyzetbe hozása hosszú távon,

Irányt mutat a vállalkozás számára, választ ad arra hogyan reagáljon a környezeti kihívásokra,

A stratégiai tervek akciókból állnak,

A megfelelő stratégia a vállalkozásnál az üzleti kockázat csökkentésének és a veszélyek elhárításának fontos eszköze,

A stratégiának szintjei vannak.

A három stratégiai kérdés

Hogy állunk most – milyen a jelenlegi helyzetünk?

Hova akarunk eljutni?

Példák:

Milyen üzleti tevékenységet akarunk folytatni és milyen piaci részesedést akarunk kiharítani?

Milyen fogyasztói szükségleteket és csoportokat akarunk kiszolgálni?

Milyen eredményeket akarunk elérni?

Hogyan jutunk el odáig?

A marketingstratégia a vállalat általános terve arra vonatkozóan, hogy mit kíván tenni egy bizonyos célpiacért az általa befolyásolható marketing-mix eszközrendszerével.

Alapvető feladata és célja

A versenyképes, jó piaci pozíció kialakítása,

A versenytársak figyelése és az ő lépéseikre adott válaszok kidolgozása.

A marketingstratégia két alapeleme

A célpiac, vagyis azon lehetséges, homogén vásárlók együttese, akikre a vállalat odafigyel.

A marketing-mix (4P), azaz a vállalat által ellenőrzött azon változók (ár, termék, elosztás, piacbefolyásolás) együttese, amelyekkel a célpiac meghódítására törekszik.

A marketingstratégia a célok, az erőforrások és a piaci környezet közötti folyamatos összehangolás.

Marketingstratégia kialakításához szükséges alapvető lépések

1. Adatok begyűjtése a cég külső, belső környezetéből.
2. **GYELV** elemzés (**angol megfelelője SWOT analízis**) egy egyszerű, rugalmas, könnyen alkalmazható módszer a marketingstratégia készítésének folyamatában, annak megalapozásában.

A GYELV egy mozaikszó, a gyengeségek, erősségek, lehetőségek és veszélyek szavak kezdőbetűiből állítható össze.

Az elemzés eredményeként egy olyan táblázatot kapunk, amely segít a vállalat helyzetének objektív, kritikus értékelésében.

3. A begyűjtött adatok értékelése, súlyozása, visszakeresése, tárolása, elemzés, áramoltatás, feldolgozás, majd ezekből információnyerés.
4. Döntés előkészítés.
5. Tulajdonosok és a menedzsment stratégiai döntése, küldetés, hitvallás, credo kialakítása, stratégiai terv elkészítése.
6. A környezeti és a piaci változások figyelembe vételével a marketingstratégia megvalósítása a rugalmas taktikai tervek kialakításával.

Lehetséges stratégiai döntések:

Koncentrált

Differenciált

Differenciálatlan marketingstratégia kialakítása.

Fontosabb vállalati szintű stratégiák:

Piaci cél típusú stratégiák

Mit tekint célpiacának, mit akar meghódítani a vállalat?

A teljes piac meghódításának stratégiája, (pl. Coca Cola, General Motors, Nokia)

Egy piaci szegmens meghódításának stratégiája (pl. Playboy magazin, iPOD)

Néhány piaci szegmens elfoglalása (pl. Danubius Hotels, MOL)

Földrajzi alapú stratégiák

Hol kíván működni, tevékenykedni a vállalat?

1. Helyi piaci stratégia
2. Térségi (megyei) stratégia
3. Regionális stratégia
4. Országos szintű stratégia
5. Nemzetközi szintű stratégia

Piaci belépés időzítésén alapuló stratégiák

Mikor, a versenytársakhoz viszonyítva milyen időzítéssel akar termékével megjelenni a vállalat?

1. Megjelenés elsőként
2. Megjelenés párhuzamosan
3. Késlekedő megjelenés

IV. A VÁLLALKOZÁSOK VAGYONA, KÉSZLETGAZDÁLKODÁS

A vállalkozói tevékenység folytatása (termék előállítás, szolgáltatásnyújtás) bizonyos erőforrások meglétét feltételezi. Aki vállalkozik, annak rendelkeznie kell megfelelő mennyiségű és összetételű vagyonnal.

Vagyon: A vagyon egy jogalany (természetes személy, vagy jogi személy) pénzben kifejezhető javainak összessége. A vagyon részét képezik a jogok és kötelezettségek is.

ESZKÖZÖK (AKTÍVÁK) a vagyon konkrét megjelenési formája.

FORRÁSOK (PASSZÍVÁK) a vagyon eredetét, származását mutatja.

Eszközök összege = Források összegével. Ezt nevezzük a mérlegegyezőség elvének.

A mérlegegyezőség oka, hogy ugyanarról a vagyonról beszélünk, csak más oldalról vesszük számba.

A vállalkozói vagyon számbavétele két módon történhet: leltár összeállítással, vagy mérlegkészítéssel.

A **leltár:** egyfajta részletes vagyonkimutatás, a tényleges állapot számbavétele mennyiségben, minőségben, értékben. A leltár feltünteti a vállalkozás összes fellelhető eszközét (aktíváit) darabszáma szerint, ezért ezt a mérlegkészítés alapbizonylatának nevezhetjük.

A **Mérleg:** olyan kétoldalú kimutatás, amely a vállalkozó eszközeinek és forrásainak értékét mutatja egy adott időpontra (fordulónap) vonatkozóan, összevontan és csak értékben.

4.1. A vállalkozások eszközei

1./ **Befektetett eszközök:** Minden olyan anyagi eszközt, amely tartósan, azaz 1 éven túl szolgálja a vállalkozási tevékenységet, azt befektetett eszköznek nevezzük.

A befektetett eszközök három csoportja: immateriális javak, tárgyi eszközök, befektetett pénzügyi eszközök.

Immateriális javak: Azok a nem anyagi eszközök, amelyek közvetlenül és tartósan szolgálják a vállalkozási tevékenységet.

Ide tartoznak többek között: fejlesztések, szellemi tevékenység, cégérték, kapcsolati tőke stb.

Tárgyi eszközök: Azok az anyagi eszközök, amelyek közvetlenül vagy közvetve szolgálják tartósan a vállalkozási tevékenységet.

Ide tartoznak: ingatlanok, gépek, berendezések, termelőeszközök, felszerelések, járművek stb.

Befektetett pénzügyi eszközök: Azok a pénzeszközök, amelyeket a vállalkozó azaz a céllal fektetett be, hogy ott tartós jövedelemre, osztalékra, illetve kamatra tegyen szert.

Itt kell szerepeltetni: részesedéseket, értékpapírokat (pl. befektetési céllal vásárolt részvényeket, kötvényeket), adott kölcsönöket, hosszú lejáratú bankbetéteket.

2./ **Forgóeszközök:** Minden olyan eszköz, amely rövid ideig, azaz 1 évet nem meghaladóan szolgálja a vállalkozási tevékenységet.

A./ **Készletek**

Rendszerint egyetlen tevékenységi folyamatban vesznek részt. Eredeti alakjukat elveszítik, illetve a tevékenység során változatlan állapotban maradnak.

B./ **Követelések**

Szerződésekből jogszerűen eredő, pénzfőmában kifejezett fizetési igények, amelyek a vállalkozó által teljesített, a másik fél által elfogadott, elismert teljesítéshez kapcsolódnak (pl. vevői követelések).

C./ **Értékpapírok**

Átmeneti, nem tartós befektetés céljából, azaz forgatási célból vásárolt értékpapírok. (Forgatási céllal vásárolt részvények és kötvények.)

D./ **Pénzeszközök**

Folyó fizetési eszközök. Azok a vagyontárgyak, amelyek készpénzben, csekkben vagy bankbetétben állnak a vállalkozás rendelkezésére.

4.2. A vállalkozások forrásai

1. Saját tőke

Olyan tőkerész, amelyet a tulajdonos (alapító) bocsát a vállalkozás rendelkezésére, továbbá amelyet a tulajdonos az adózott eredményből hagy a vállalkozásban, azaz nem képezi osztalékkifizetés alapját. A rendelkezésre bocsátás, bent hagyás időkorlát nélküli, vagyis a saját tőke tartós forrásnak minősül, véglegesen áll a vállalkozás rendelkezésére.

2. Céltartalék

Az adózás előtti eredmény terhére képzett olyan forrás, amely a következő év(ek)ben várhatóan felmerülő veszteségek, és kötelezettségek fedezetére szolgál.

3. Kötelezettségek

Különféle szerződésekből eredő, pénzformában teljesítendő tartozások. Idegen tőkének is nevezzük.

a./ Hosszú lejáratú kötelezettségek

Azok a tartozások, amelyeknek futamideje 1 évnél hosszabb. Összetevői: beruházási és fejlesztési hitelek, egyéb hosszú lejáratú hitelek, hosszú lejáratú kölcsönök, tartozások kötvénykibocsátásból, egyéb hosszú lejáratú kötelezettségek

b./ Rövid lejáratú kötelezettségek

Azok a tartozások, amelynek a futamideje maximum 1 év. Ide tartoznak: vevőktől kapott előlegek, kötelezettségek áruszállításból, szolgáltatásból (szállítói kötelezettségek), váltótartozások, rövid lejáratú hitelek, egyéb rövid lejáratú kötelezettségek

c./ Hátrasorolt kötelezettségek

Azok a fizetési kötelezettségek, amelynek lejáratja legalább 5 év vagy határozatlan idejű.

4.3. Példa a vállalkozói hitel fajtákra

Folyószámlahitel

A folyószámlahitel a legegyszerűbben igényelhető vállalkozói hitel, amely ráadásul szinte megkötés nélkül bármire szabadon elkölthető. A folyószámlahiteleket jellemzően az árbevétel 10-30%-áig adják a bankok és igényelhetőek rulírozó, azaz visszatölthető formában is, ezáltal a visszafizetés után többször is lehívhatóak. A vállalati folyószámlahitelek jellemzően éven belüli lejáratúak, így kiválóan alkalmasak az átmeneti fizetési nehézségek leküzdésére és az állandó pénzügyi csúszásokból adódó problémák áthidalására.

Széchenyi Kártya

A Széchenyi Kártya egy államilag támogatott vállalati folyószámla hitelkeret, amely mára a magyar vállalkozók kedvelt konstrukciójává vált. Igénylése rendkívül egyszerű, kamatozása nagyon kedvező (a jegybanki alapkamathoz kötött), továbbá egyenlege a visszatöltés után többször is lehívható.

A Széchenyi Kártya konstrukciók igénylehetők működésre és beruházásra egyaránt. A Széchenyi Kártya igénylésében a területi kereskedelmi és iparkamarák segítséget nyújtanak a hozzájuk forduló ügyfelek részére. (A Széchenyi Kártya már több változatban is elérhető, részletek a kavosz.hu oldalon találhatóak)

Vállalkozói lízing

Eszközöket, gépeket és járműveket egy vállalkozónak a legcélszerűbb lízingelni, vagy tartósan bérelni, hiszen ebben az esetben a havi lízingdíj költségként elszámolható, valamint akár bérbe is tovább adható. Lízing esetén az eszköz vagy ingatlan tulajdonjogát nem szerezzük meg pusztán a használatáért fizetünk. Pontosan emiatt a lízing nem hitelviszony, akkor sem, ha jellegében egyes elemei hasonlítanak is a hitelhez. A lízing a legtöbb esetben közepes lejáratú (3-7 év) konstrukció és mint minden más hitelnél, bírálatakor a legfontosabb szempont a cég árbevétele.

Projekthitel/Beruházási hitel

Nagyobb volumenű, vagy hosszabb távon megtérülő beruházások esetében, nem mindig áll rendelkezésre megfelelő keret a teljes beruházás lebonyolításához, ám ilyen esetekre nyújtanak segítséget a projekt- és beruházási hitelek. Ezeknél a hosszú távú finanszírozási formáknál elsősorban a projekt jövőbeni megtérülése és profittermelő képessége a fedezet, amelyet alapos üzleti tervvel szükséges alátámasztani. A projekt lehet egy nagyobb beruházás, de akár tartós eszköz vagy ingatlanvásárlás is. A projekthitelek a legtöbb esetben speciális visszafizetésűek is lehetnek, így megoldható akár a negyedévenkénti hiteltörlesztés is.

Mikro pályázattal kombinált hitel

Napjainkban nagyon népszerűek a pályázattal kombinált hitelek, amelyeket jellemzően ingatlanvásárlásra, beruházásra, munkahelyteremtésre lehet fordítani. Ezek lényege, hogy egy minimális önerő mellett van lehetőségünk egy nagyobb összegű vissza nem térítendő összegre is pályázni és csak a maradék kisebb részt kell hitelből megvalósítanunk.

Fogyasztási hitel fajták:

Áruhitel,

Folyószámlahitel és

Személyi kölcsön

Érdemes figyelni az EU és a Magyar Állam társfinanszírozása által nyújtott forrásokból finanszírozott, vállalkozók számára kiírt pályázatokra is

A hitelekkel kapcsolatban mindig tartsuk szem előtt, hogy azokat képesek vagyunk-e kamatostul visszafizetni. Különösen nagy jelentősége van annak, hogy mi a hitelünk fedezete, hiszen azt fizetési képtelenség esetén el is veszíthetjük. Ehhez kapcsolódóan meg kell jegyezni, hogy a kezes felelőssége is hasonlóan nagy, mint azé, aki a hitelt maga veszi fel.

4.4. A vállalkozások finanszírozása, pénzforgalma

A vállalkozás folyamatos működtetéséhez a gépeken, berendezéseken, termelőeszközökön túl pénzeszközökre is szükség van. A finanszírozás nem más, mint az indításhoz és folyamatos működéshez szükséges pénzmennyiség megfelelő időben és megfelelő mennyiségben történő biztosítása.

A finanszírozás, mint az előbbieken láthattuk lehet saját tőkéből és idegen tőkéből megoldott.

Ha a vállalkozások önfinszírozó: ez azt jelenti, hogy a meglévő vagyonból vagy a vállalkozói tevékenység eredményéből fedezhetők a vállalkozás kiadásai. Az önfinszírozás azt is jelenti, hogy a vállalkozónak legyenek olyan vagyontárgyai, amelyek bármikor és könnyen pénzzé tehetőek, azaz mobilizálhatók (például: gépjármű, kötvények stb.)

Idegen forrás igénybevétele a vállalkozás finanszírozására történhet például:

- Hitelek igénybevitelével
- Kötvény kibocsátással
- Részvényjegyzéssel (alaptőke emelése)
- Kölcsön igénybevitelével más gazdálkodó szervezettől
- Vissza nem térítendő állami támogatás igénybevitelével
- Pályázati lehetőségekkel (valamennyi önrésznek kell lenni)
- Kisvállalkozásoknak szóló mikro- és középhitelek igénylésével
- Széchenyi kártyával
- Lízinggel: beruházási javak, tartós fogyasztási cikkek használatba adása 365 napnál hosszabb időtartamra díj ellenében.

4.4.1. A pénzforgalom

Pénzforgalomnak nevezzük a pénztulajdonosok közötti pénzmozgások összességét.

Pénztulajdonosok:

Lakosság,

Vállalkozások,

Nemzeti jövedelem elosztók, újraelosztása

A pénzforgalom lebonyolítása történhet:

Készpénzfizetéssel,

Készpénzkímélő fizetéssel (átutalás, csekk, bank és hitelkártya)

Bankszámlák közötti elszámolással

Készpénzfizetés: bankjegyekkel és érmékkel lebonyolított forgalom.

Pénzösszeg közvetlen átadása, vagy bankszámlára történő befizetés (bankfiók pénztáránál, postahivataloknál)

Készpénz átadás átutalási megbízással: készpénz kifizetése bankszámláról (bankfiók pénztáránál, kifizetési postautalvánnyal)

Készpénzkímélő fizetés: a fizetési mód jellemzője, hogy a bankszámla tulajdonosa számlájáról készpénz nélkül fizetéseket teljesíthet.

Bankkártya: olyan fizetési eszköz, amelyet a kártya kibocsátására jogosult pénzüintézet biztosít, és amellyel a kártya birtokosa bankszámlájáról készpénzt vehet fel, vagy tényleges vásárlásainak, valamint az általa igénybevett szolgáltatások ellenértékét kiegyenlítheti. A bankkártya lehet kredit (hitelkártya), vagy debit (folyószámlához kapcsolódó kártya) alapú.

Csekk: olyan értékpapír, amelynek kibocsátója arra utasítja a címzettet, hogy a csekk tulajdonosának a csekken feltüntetett összeget fizesse meg. (Ne tévesszük össze a postai „sárga csekkel” – azaz a készpénz átutalási megbízással.)

Átutalási megbízás: a fizetésre kötelezett arról rendelkezik, hogy a bank a nála vezetett számlája terhére, meghatározott összeget utaljon át a jogosult bankszámlája javára.

Az átutalási megbízást a benyújtónak minden esetben a pénzüintézethez bejelentett aláírás bejelentésen meghatározott módon kell aláírni. Az összeg nincs értékhatárhoz kötve.

4.4.2. Bankszámlanyitás

Az újonnan megalakuló gazdálkodó szervezetnek igazolnia kell, hogy az illetékes cégbíróshoz benyújtották a cégbejegyzés iránti kérelmüket, és rendelkeznek cégazonosítókkal (statisztikai számjellel, vagy cégjegyzékszámval, egyéni vállalkozó esetén nyilvántartási számmal, adószámmal, társasági szerződéssel, alapító okirattal, aláírási címpéldánnyal).

A már meglévő cégnek szükséges dokumentumok:

30 napnál nem régebbi társasági szerződés

Közjegyző által hitelesített aláírási címpéldány, vagy ügyvéd által készített aláírásminta

Cégbírószági tanúsítvány,

az ügyvéd által készített ügynevezett e-akta

Bankszámlaszerződés:

A bankszámlaszerződésben a bank arra vállal kötelezettséget, hogy a vele szerződő fél részére számlát nyit, a számlán a fél pénzeszközeit nyilvántartja. A vállalatoknak jogukban áll egyidejűleg több kereskedelmi banknál is számlát nyitni és vezetni.

A bankszámlaszerződés legfontosabb pontjai:

A bankszámla feletti rendelkezés: a bankszámla feletti rendelkezési jogot az gyakorolhatja, akit a pénzügyintézetnél – a pénzügyintézet által rendszeresített módon – az „Alírási címpéldányon” bejelentenek.

A bank által fizetett kamat mértéke és elszámolása: Bankonként eltérő, a vállalkozás felelős vezetőjének kötelessége a különböző banki kondíciók felderítése és a vállalkozás számára legelőnyösebb kiválasztása.

Elkülönített számlák nyitása: az ügyfélnek jogában áll az elszámolási számla mellett, ugyanannál a pénzügyintézetnél elkülönített számlát (számlákat) nyitnia. Ezek arra szolgálnak, hogy adott időpontban felhasználásra, lehívásra kerülhessenek.

A bankszámla vezetésével kapcsolatos díjak: a jutalékok, díjak, valamint egyéb címen felszámított költséget eltérőek, a vállalkozás felelős vezetőjének kötelessége a különböző banki kondíciók felderítése és a vállalkozás számára legelőnyösebb kiválasztása.

A számlaszerződés lejárata, felmondásának lehetősége: e szerződések általában meghatározatlan időre jönnek létre. Ettől függetlenül bármely félnek jogában áll azt felmondania, amennyiben erről a másik felet előre, a szerződésben meghatározott időben, írásban értesíti.

4.4.3. A bankbetétek

Bankbetétek csoportosítása különböző szempontok szerint történhet.

Szerződéses betétek:

Bankszámlabetét: látra szóló betétszerződés. A számla tulajdonosa vagy megbízottja bármikor rendelkezhet a banknál elhelyezett pénzeszközei felett, a bank pedig köteles ezt haladéktalanul teljesíteni. Az ügyfelek ezeket a számlákat leginkább az egymás közötti fizetéseik lebonyolítására használják.

A látra szóló betétek után a pénzügyintézetek nem, vagy csak jelképes kamatot fizetnek.

A bankszámla- vagy pénzforgalmi számlaszerződések gyakran magukba foglalnak egyéb mellékszolgáltatásokat is:

Számla terhére történő készpénzfelvétel és csekk-kibocsátás, a számlatulajdonos rendszeres, periodikus fizetési kötelezettségeire tartós megbízás keretében ad rendelkezést a pénzügyintézetnek, amelyet a bank visszavonásig automatikusan teljesít, bankkártya, hitelkártya rendelkezésre bocsátása.

Lekötött betétek: Az ügyfél hitelt nyújt a bank számára, amiért a bank, kamatot fizet. Ennek mértéke a futamidőtől függően általában jelentősen meghaladja a látra szóló vagy betétek után fizetett kamat mértékét.

A lekötött betéteket a lekötések időtartama alapján 3 csoportba szokták sorolni:

Rövid lejáratú, ha a futamidő 1 hónap és 1 év közötti

Közép lejáratú, ha a futamidő 1 év és 2-5 év közötti

Hosszú lejáratú, ha a futamidő 2-5 évnél hosszabb

4.4.4. Értékpapírok

A kötvény

Kötvényt különböző szervezetek bocsátanak ki gazdasági fejlesztési céljaiknak megvalósításához szükséges hosszabb lejáratú pénzigényeik kielégítésére.

A kötvény többnyire kamatozó – általában hosszabb lejáratú – **hitelviszonyt megtestesítő értékpapír**.

Szólhat névre és bemutatóra. A kötvény kibocsátója arra kötelezi magát, hogy az előre meghatározott időpontban (időpontokban) a kötvény névértékének megfelelő összeget visszafizeti és addig az esedékes kamatokat kifizeti. A kamatot a kötvény névértékének százalékosában állapítják meg. A kötvény kibocsátója minden esetben kötelezettséget vállal a névérték visszafizetésére.

A kötvény tulajdonosa a kibocsátó cég üzletvitelére szavazati és utasítási joggal nem rendelkezik.

A kötvénykibocsátásra jogosult szervek:

- állam,
- központi költségvetési szervek,
- önkormányzatok,
- pénzintézetek,
- jogi személyiségű gazdálkodó szervezetek.

A kibocsátás lehet zárt-, vagy nyíltkörű. Előbbi esetben a kibocsátó adott befektetői kört keres meg, főképp intézményi befektetőket, vagy a saját munkavállalóit. Fontos kikötés ebben az esetben a névre szólóság.

A részvény

A részvény a részvénytársaságok alapításakor vagy alaptőkékjük felemelésekor kibocsátott tulajdonosi jogokat megtestesítő értékpapír, amely a vállalat tőkéjének meghatározott – a névértékének megfelelő – hányadát testesíti meg. A kibocsátott részvények névértékének összege a vállalat alaptőkéje (jegyzett tőkéje).

A részvény tulajdonosa a részvényes, aki az értékpapír megvásárlásával pénzét véglegesen a vállalkozás rendelkezésére bocsátja. Fő szabály, hogy a részvénytulajdonos a részvényt vissza nem válthatja, csak másnak eladhatja, a részvénybe történő befektetés végleges tőkeátadást jelent. A részvénybe történő befektetés likviditását (forgalomképesség) az adja, hogy a részvény eladható, a részvényes a pénzt így visszakaphatja.

A részvény eladása nem érinti a vállalat tőkéjét (reáltőke), az értékpapír formájában jelenlévő tőke (fiktív tőke) viszont gazdát cserél. A fiktív tőke (a részvény piaci értéke) elválik a termelésben résztvevő tőkétől (reáltőke).

A fentiekből következik, hogy a részvény feltétlenül likvid piacot kíván. A koncentrált és szervezett piac, mint például a tőzsde, jelentős mértékben hozzájárulhat a részvény elterjedéséhez, működőképességéhez.

A részvény kibocsátásáról:

Részvénykibocsátásra társaság alapításakor, illetve alaptőke-emelésekor kerülhet sor. Mindkettő nyilvános vagy zárt körben történhet. Zártkörű alapításnál az alapítók az Rt. összes kibocsátott részvényét átveszik. Erről, valamint az Rt. szervezetéről és működéséről az alapító okiratban rendelkeznek.

Nyilvánosan működő Rt-k nyilvános eljárással, részvényjegyzés útján alapíthatók. A jegyzés a jegyzési ív aláírásával történik. A részvényjegyző köteles a jegyzett összeg bizonyos hányadát befizetni (a többit egy éven belül). Ha több részvényt jegyeztek le, mint amennyit az Rt. kibocsátani tervez, az alapítók döntenek a túljegyzés elfogadásáról, vagy elutasításáról. Ha az utóbbi mellett foglalnak állást, a visszautasított jegyzésekre teljesített befizetéseket vissza kell téríteni.

A nyilvános alapítás megghiúsul, ha az alapító tervezetben meghatározott jegyzési minimumnak megfelelő számú részvényt a záronapig nem jegyezték le. Ebben az esetben a jegyzési befizetések szintén visszatérítendők.

Ha a részvényjegyzés eredményes volt, az alapítók alakuló közgyűlést kötelesek összehívni. Ez megállapítja az alapszabályt, s kialakítja az Rt. szervezetét.

A likviditásról

A tőzsdén a likviditás fogalma tulajdonképpen a részvény (vagy más pénzügyi eszköz) forgalmát minősíti. A nagy forgalmú részvényeket magas likviditású, az alacsony forgalmú

részvényeket alacsony likviditású részvényeknek nevezik. A likviditás mérőszáma piaconként eltérő lehet a piaci szabályozás és a piaci szokások miatt, de a forgalom egy alapvetően jó mérőszám erre. A forgalmon túlmenően azzal is mérhetjük a likviditást, hogy jellemzően mekkora tételek állnak bent a könyvben a vételi és eladási oldalon.

Az állampapírok

Az állampapírok fogalma: Az állam adóságát megtestesítő értékpapír az állampapír. A vásárló számára gyakorlatilag kockázatmentes. Az állampapír egy állam által kibocsátott hitelviszonyt megtestesítő értékpapír, mely azt tanúsítja, hogy az "államnak hitelt nyújtottunk".

Az egy évnél rövidebb időre kibocsátott állampapírokat **kincstárjegyeknek**, az egy évnél hosszabb időre kibocsátott állampapírokat **államkötvényeknek** nevezzük. A kincstárjegyek jellemző formája, a diszkont-kincstárjegy, amely nem fizet kamatot, csak a lejáratkor fizeti vissza a névértéket, viszont a névértéknél kedvezőbb (olcsóbb), vagyis diszkont áron bocsátják ki őket. A diszkontár és a névérték közötti különbség a diszkontkincstárjegy hozama.

Az állampapírok kibocsátását Magyarországon az Államadósság-Kezelő Központ (ÁKK) bonyolítja le. A nagy volumenű állampapír-kibocsátások az aukciókon zajlanak, a kifejezetten a lakosság számára kibocsátott állampapírokat (pl. Kamatozó Kincstárjegy) pedig jegyzés keretében lehet megvásárolni a Magyar Államkincstártól.

A kötvények, így az állampapírok kibocsátójának kockázati besorolását hitelminősítők végzik, mint például a Standard and Poor's, Moody's vagy a Fitch.

V. AZ ÁLLAMHÁZTARTÁS FELÉPÍTÉSE ÉS MŰKÖDÉSE

5. Az államháztartásról

Az államháztartás az állam funkcióinak ellátását szolgáló gazdálkodási rendszer. Az államháztartás az állam és a helyi önkormányzatok feladat- és hatásköreinek ellátását szolgáló pénzeszközöket (közpénzek) és vagyontárgyakat (közvagyon), az ezekkel való gazdálkodást, továbbá mindezek jogi szabályozását foglalja magában.

Az államháztartás alrendszerei:

⇒ Központi szint

- a központi kormányzat,
- a társadalombiztosítási alapok,
- az elkülönített állami pénzalapok és

⇒ Helyi szint:

- a területi és települési önkormányzatok

5.1. A központi állami költségvetés

Bevétel	Kiadás
adók	szociális ellátás
vámok	egészségügyi ellátás
illetékek	kultúra, oktatás
járulékok	honvédelem
hozzájárulások	rendvédelem
bírságok	adósságszolgálat

Egyenleg: az egyenleg a bevételek és a kiadások különbsége.

Szufficitről beszélünk abban az esetben, ha az egyenleg pozitív, azaz többlet mutatkozik

Deficitről beszélünk abban az esetben, ha az egyenleg negatív, azaz hiány mutatkozik

A központi kormányzat költségvetése

A központi kormányzati költségvetést mind az államháztartás egészének, mind az államháztartás központi szintjének legfontosabb, a másik három alrendszer is alapvetően meghatározó alrendszereként definiálhatjuk. Meghatározó kapcsolata van a többi alrendszerrel, hiszen azok állami finanszírozását is végzi.

A közbevételek fő csoportjai:

Adók és adójellegű bevételek:

- o Jövedelemadók (személyi jövedelemadó, társasági adó);
- o Termékek és szolgáltatások után fizetendő adók (általános forgalmi adó, fogyasztási adó);
- o Vagyonhoz és foglalkoztatáshoz kapcsolódó adók,
- o Vámok,
- o Illetékek.

Nem adójellegű bevételek (bírságok, díjak);

Felhalmozási és tőkejellegű (privatizációból, koncesszióból, vagyonértékesítésből származó) bevételek;

Adományok, segélyek, átvett (nemzetközi kapcsolatokból, államháztartáson belülről és kívülről származó) pénzeszközök;
Központi költségvetési szerveknél, fejezeti kezelésű előirányzatoknál keletkező bevételek (működésből, vállalkozási tevékenységből, értékesítésből, előírt befizetésekből);
Az államháztartás alrendszerének befizetései;
Az Európai Unióból származó visszatérítés, beruházási támogatás.

A közkiadások fő csoportjai:

- ⇒ Az állam működési, jóléti, gazdasági funkcióinak megvalósítását szolgáló kiadások például:
- ⇒ Egyedi és normatív támogatások államháztartáson kívüli szervezeteknek,
- ⇒ Fogyasztói árkiegészítés
- ⇒ Lakásépítés támogatása
- ⇒ Családi támogatások, szociális juttatások,
- ⇒ Központi költségvetési szervek kiadásai,
- ⇒ Központi beruházások,
- ⇒ Tartalékok
- ⇒ Adósságszolgálati kamatkidadások,
- ⇒ Befizetés az Európai Unióba.

A Társadalombiztosítási alapok

A társadalombiztosítással összefüggésben az állami szerepvállalásnak két kiemelendő feladata van:

- egyrészt a társadalombiztosítási rendszer működtetése és fejlesztése,
- másrészt az állam mögöttes felelősséggel tartozik, azaz amennyiben a társadalombiztosítási alrendszer bevételei elmaradnak a kiadások mögött, az állam – a központi kormányzati költségvetés útján – a bevétellel nem fedezett ellátások pénzügyi fedezetét biztosítja, kiegészíti.

Nyugdíjbiztosítási Alap	Egészségbiztosítási Alap
Bevételek: munkáltatói szociális hozzájárulási adó munkavállalói nyugdíjjárulék egyéb	Bevételek: munkáltatói szociális hozzájárulási adó táppénz hozzájárulás munkavállalói egészségbiztosítási járulék egyéb
Kiadások: nyugdíjak (öregségi, rokkantsági) hozzátartozói nyugalmas ellátások igazgatási költségek	Kiadások: pénzbeli ellátások egészségügyi szolgáltatások igazgatási költségek
Szervezet: Magyar Államkincstár – Nyugdíj- folyósító Igazgatóság	Szervezet: Nemzeti Egészségbiztosítási Alapkezelő

Az elkülönített állami pénzalapok alrendszere

Az elkülönített állami pénzalap az állam egyes feladatait finanszírozza. Ide tartozik például a Nemzeti Foglalkoztatási Alap is.

A helyi önkormányzatok alrendszere

Az államháztartás helyi szintjét a helyi önkormányzatok és a helyi kisebbségi önkormányzatok költségvetései képezik. Az önkormányzatok a központi költségvetésből különböző csatornákon és jogcímenekén részesednek, és saját bevételekkel is rendelkeznek. Működésüket önállóan alakítják ki és pénzeszközökkel is önállóan rendelkeznek, természetesen a jogszabályok szabta keretek között.

Az államháztartás funkciói

Az államháztartás magában foglalja azokat a közfeladatokat, amelyeket az állam a közhatalom birtokosaként, helyzetéből, kötelezettségeiből adódóan, a köz érdekében, közfunkcióként lát el.

Az államháztartás három alapvető funkcióval (funkciócsoporttal) rendelkezik:

- **Tradicionalis funkció**

- o A jogalkotás feladatai (a társadalmi élet jogi kereteinek biztosítása, parlamenti jogalkotás, kormány szintű jogalkotás, helyi jogalkotás),
- o A jogalkalmazás feladatai (a bíróságok, illetőleg a közigazgatási szervek által végzett jogalkalmazás),
- o Az állami szuverenitás biztosítása (honvédelem, államhatár védelme, határőrizeti rendszer működtetése stb.), valamint
- o A belső rend védelme és a közbiztonság fenntartása (nemzetbiztonsági feladatok ellátása, bűnözés elleni tevékenység, rendészeti tevékenységek stb.).

Szociális funkció

- o Az állami-önkormányzati szociális ellátó rendszer működtetése (szociális otthonok, pénzbeli segélyezési formák, természetbeni juttatások, hajléktalanokról való gondoskodás stb.),
- o Az állami-önkormányzati egészségügyi ellátó rendszer működtetése (egészségügyi alapellátás, járó-, illetve fekvőbeteg szakellátás, speciális egészségügyi szolgáltatások stb.),
- o Az állami nyugdíjrendszer és egészségbiztosítási rendszer fenntartása (közös kockázatvállaláson és a szolidaritás elvén nyugvó kötelező társadalombiztosítás működtetésével),
- o Az állami-önkormányzati oktatási rendszer működtetése (óvodai ellátás, alapfokú és középfokú közoktatás, felsőoktatás stb.),
- o Az állami gyermek- és ifjúságvédelem intézményrendszerének fenntartása (nevelési segélyek, gyámhatósági eszközök, ifjúságpolitika stb.), illetve
- o A munkanélküliség kezelése (segélyezés, passzív és aktív foglalkoztatáspolitikák stb.).

Gazdaságpolitikai funkció

Lényege, hogy az állam a legnagyobb jövedelemtulajdonos, alkalmas és képes a gazdaság egészének befolyásolására. E funkció a gazdasági növekedés támogatásához, de legalábbis a gazdasági visszaesések hatásainak csökkentéséhez, fékezéséhez kötődik, és alárendelt célként tartalmazza a gazdasági növekedés ingadozásainak kisimítását, az erőforrások egy részének növekedést serkentő elosztását stb. A gazdaságpolitikai funkcióját az állam számos eszköz segítségével gyakorolhatja, így például központi kínálat vagy kereslet támasztásával, antiinflációs intézkedésekkel, adók, alapok, célprogramok, támogatások meghatározásával, amelyekkel a gazdasági stabilizációt, a növekedést, a foglalkoztatás-ösztönzést vagy az országon belüli területi gazdasági egyenlőtlenségek csökkentését segíti elő.

5.2. A helyi adók

A helyi adók rendszeréről szóló törvény lehetőséget ad a települési önkormányzatoknak arra, hogy bevételeik egy részét az államtól kapott támogatások mellett adók kivetésével szerezzék meg. A törvény meghatározza a lehetséges adónemeket, de nem határoz meg adókötelezettséget. Az önkormányzatok rendelkezhetnek arról, hogy a lakosságot, vagy a helyi gazdálkodó szervezeteket kötelezik-e adófizetésre, vagy sem. Az adónemek kivetéséről és annak mértékéről az önkormányzatok képviselőtestületei határoznak.

A helyi adóhatóság a települési vagy területi önkormányzat jegyzője.

Önkormányzati adótípusok

1./ Vagyoni típusú adók

Építményadó

Telekadó

2./ Kommunális jellegű adók

Magánszemélyek kommunális adója

Vállalkozók kommunális adója

Idegenforgalmi adó

3./ Helyi iparüzési adó

5.2.1. Az önkormányzati adónemekről röviden

Vagyoni típusú adók:

Építményadó

Adóalany: aki a naptári év első napján tulajdonos.

Adóköteles: a lakás, és a nem lakás céljára szolgáló épület, épületrész, építmény.

Telekadó

Adóalany: aki az év első napján a telek tulajdonosa.

Adóköteles: az önkormányzat illetékességi területén lévő beépítetlen belterületi földrész.

Kommunális jellegű adók:

Magánszemélyek kommunális adója

Adóalany: magánszemély, az építmény vagy telek ingatlan nyilvántartás szerinti tulajdonosa.

Adóköteles: lakás és nem lakás céljára szolgáló épület, illetve telek.

Vállalkozók kommunális adója

Adóalany: vállalkozás.

Adóalap: az önkormányzat illetékességi területén foglalkoztatottak átlagos statisztikai létszáma.

Idegenforgalmi adó

Adóalany: nem állandó lakos magánszemély, és legalább egy vendégéjszakát eltölt.

Adóalap: vendégéjszakák száma.

Adómentes: 18 év alatti, gyógyintézetben ellátott személy, üdülő tulajdonosa, bérlője, tanuló.

Helyi iparűzési adó

Adóalany: az önkormányzat illetékességi területén állandó vagy ideiglenes jelleggel vállalkozási tevékenységet végző vállalkozó.

Adóalap: $\text{Értékesített termék, szolgáltatás nettó árbevétele} - \text{Eladott Áruk Beszerzési Értéke (vagyis ELÁBÉ)} - \text{alvállalkozói teljesítések} = \text{ADÓALAP}$

A központi költségvetés forrásainak hatékony felhasználását az Állami Számvevőszék ellenőrzi.

VI. AZ ADÓZÁSSAL KAPCSOLATOS ALAPVETŐ ISMERETEK

6.1. Fogalmi meghatározások

Jogsabály: 2017.évi CL. törvény az adózás rendjéről.

Adó fogalma: az adó olyan fizetési kötelezettség, amely meghatározott mértékben és határidőben kell külön ellenszolgáltatás nélkül, rendszeresen fizetni.

Rövidebben:

Közvetlen ellenszolgáltatás nélküli köztartozás.

Adó megfizetésére kötelezett személy: akit arra jogsabály kötelez.

Adóalany: az a természetes vagy jogi személy, aki/amely az adó kiszámításáról és befizetéséről gondoskodik (önadózás), vagy aki terhére az adóhatóság az adó megfizetését előírja (kivetés).

Adóalap: az- az összeg, amire az adó mértékét alkalmazni kell.

Adókötelezettség:

- bejelentési kötelezettség (bejelentkezés, változás-bejelentés),
- adó megállapítási kötelezettség,
- bevallási kötelezettség,
- adó- és adóelőleg fizetési kötelezettség,
- bizonylat kiállítás és megőrzési kötelezettség,
- nyilvántartás vezetési kötelezettség,
- adatszolgáltatási kötelezettség.

Belföldi magánszemély adókötelezettsége: teljes körű, az összes bevételére kiterjed (kivéve, amelyet a jogszabály nem bevételként jelöl.)

Külföldi illetőségű magánszemély adó kötelezettsége: korlátozott, kizárólag a jövedelemszerzés helye alapján belföldről származó, vagy nemzetközi szerződés, viszonyosság alapján Magyarországon adóztatható bevételre vonatkozik.

Az adó megállapítás formái:

Önadózás;(adózó)

Adólevonás;(kifizető és munkáltató)

Adóbeszedés, (adóbeszedésre kötelezett)

Kiszabás. (adóhatóság)

Adóhatóságok: Nemzeti Adó-és Vámhivatal (NAV), Önkormányzati adóhatóság (települési vagy területi önkormányzat jegyzője).

A NAV alapvető és elsődleges feladatai:

Részben vagy egészben a központi költségvetés, a Nyugdíjbiztosítási Alap, az Egészség-biztosítási Alap vagy az elkülönített állami pénzalap javára teljesítendő kötelező befizetés,

A központi költségvetés, az elkülönített állami pénzalap terhére juttatott támogatás, adó-visszaigénylés vagy adó-visszatérítés,

A közösségi vámjog végrehajtásáról szóló törvény hatálya alá tartozó kötelező befizetések,

megállapítása, beszedése, nyilvántartása, végrehajtása, visszatérítése, kiutalása és ellenőrzése, feltéve, ha törvény vagy kormányrendelet eltérően nem rendelkezik.

A NAV új funkciója, a szolgáltatási jellegű funkció, amelynek célja, hogy az adózók jogkövető magatartását elősegítsék, vagyis szankciók alkalmazását megelőzően, ha az lehetséges, első ízben figyelmezteti és támogatja és csak azt követően szankcionálja az ügyfeleket

További kiemelt jogkörök:

Adóigazgatási

Vámigazgatási

Jövedéki igazgatási

Bűnüldözési és nyomozóhatósági

Rendészeti és igazgatási

Az adóhatóságok felügyelete: az adópolitikáért felelős miniszter, illetve a NAV felügyeletére kijelölt miniszter (jelenleg a pénzügyminiszter)

Adóhiány: az adóhatóság által az adózó terhére feltárt adókülönbözetnek az esedékesség időpontjáig meg nem fizetett része.

Központi adók:

Közvetett adók (indirekt): az adó megfizetésére nem az köteles, aki a terheket viseli, vagyis az adóalany és az adófizető különválnak (forgalmi adók: ÁFA)

Közvetlen adók (egyenes, direkt): az adót attól szedik be, aki az adóterhet viseli, vagyis az adóalany egyben adófizető is (jövedelemadók: SZJA, TAO, EVA).

Helyi adók (önkormányzati adók): iparüzési adó, építményadó, telekadó, kommunális adó, idegenforgalmi adó

6.2. Általános forgalmi adó (ÁFA)

Jogszabály: 2007. évi CXXVII. törvény az általános forgalmi adóról. Az ÁFA olyan többfázisú hozzáadott érték típusú adó, amely a termelés és forgalmazás valamennyi fázisában jelen van. Az ÁFA-t a termelés és a forgalmazás minden szakaszában a hozzáadott érték után kell megfizetni, de az adóterhet a termék vagy szolgáltatás végső felhasználója viseli.

ÁFA jellemzői többek között:

Minden termelésre, eladásra, exportra, importra kiterjed;

Nem tartalmaz halmozódást;

Az adófizetésre kötelezett és az adóterhet viselő személy nem ugyanaz;

A végső felhasználót terheli;

Független a vállalkozás eredményességétől;

Független a vállalkozási formától;

Számlaadási, nyugtaadási kötelezettségre épül;

Az ÁFA alanya: az a jogképes személy vagy szervezet, aki gazdasági tevékenységet folytat Magyarországon.

Nem ÁFA alany: a közhatalom gyakorlására jogosított személy, szervezet például közigazgatás, valamint az alanyi, továbbá a tárgyi mentességet élvező adózó.

Az ÁFA megfizetését érintő ügyletek:

Belföldi termékértékesítés, szolgáltatásnyújtás

Termékimport

Adófizetési kötelezettség keletkezése (fizetendő ÁFA felszámítása)

Teljesítésnél, illetve a számlakibocsátáskor

Részletfizetésnél: amikor a fizetés esedékessé válik

Előlegnél: kézhezvételnél/jóváírásnál

Adómentesség:

A termékexport után nem kell az adóalanyoknak ÁFA- t felszámítani, ugyanakkor a rájuk korábban áthárított adót levonhatják az általuk fizetendő adó összegéből.

Az ÁFA alanyi adómentességi határa **12 millió forint**.

A fizetendő ÁFA kiszámításának alapja: főszabály szerint a teljesítésért járó ellenérték, termékimport esetén a vámérték.

Az adóalapot csökkenti:

Árcsökkentés, engedmény címén visszatérített összeg

Visszatérített ellenérték érvénytelen vagy meghiúsult ügyletnél, hibás teljesítésnél (Feltétel: sztornó vagy helyesbítő számla kiállítása)

A vállalkozások ÁFA levonási joga:

Az adóalanyok az adóköteles értékesítésükkel összefüggésben teljesített beszerzéseikre jutó ÁFA- t levonhatják. A beszerzésre jutó ÁFA a gazdasági tevékenységhez beszerzett terméken, igénybevett szolgáltatáson felmerülő, áthárított ÁFA, amely a fizetendő ÁFA- ból kerül levonásra.

Az ÁFA levonási jog feltételei:

1. Személyi feltételek

Legyen adóalany;

Vezessen könyvelést;

Az eredmény megállapítása bevétel - ráfordítással történjen;

2. Tárgyi feltételek

Rendelkezzen számlával, egyszerűsített számlával, számlát helyettesítő okmány-nyal, vagy vámhatározattal. (Nyugta alapján az ÁFA levonása nem lehetséges.)

ÁFA levonási jog korlátozása:

Nem vonható le az ÁFA például, ha a beszerzést nem adóköteles tevékenységhez használja, vagy benzin, élelmiszer, ital (jövedéki termékek) beszerzések.

Az ÁFA általános mértéke: 27 %.

Példa az ÁFA mértékre:

Adómentes: a termékimport, anyatej, speciális oltóanyagok, emberi szerv adományozása, egyetemes postai szolgáltatás, az a szolgáltatásnyújtás és az ahhoz szorosan kapcsolódó humán-egészségügyi sérült- vagy betegápolás (ideértve természetgyógyászatot is), a sportolással, testedzéssel kapcsolatos szolgáltatásnyújtás, amelyet közszolgáltató ilyen minőségében teljesít stb.

5%: Sertés, kecske, szarvasmarha, baromfi és halhús a gazdasági ágazat kiemelt kezelése érdekében frissen, hűtve és fagyasztva, humán gyógyszerek, gyógynövények, tápszerrek, anyatej kiegészítők, vakok számára készült segédeszközök (Braille-tábla, fehér bot), új lakások, papír és elektronikus könyv, napilap, újság, folyóirat, kotta, héjas tojás, friss tej, internet szolgáltatás, étkezőhelyi étel és helyben készített italfogyasztás a vendéglátásban stb.

18%: Tejtermékek, ízesített tej, gabona, liszt, keményítő felhasználásával készült termékek (kenyér, pékáru, cukrászati sütemények), kereskedelmi szálláshely szolgáltatás stb.

ÁFA bevallás: önadózóként, főszabály szerint: negyedévente, a negyedévet követő hónap 20-áig Kivétel az éves, vagy havi bevalló.

Az ÁFA alóli mentesség lehet:

Tárgyi adómentesség

Alanyi adómentesség

Tárgyi adómentes: például tevékenység közérdekűségére tekintettel, humán egészségügyi szolgáltatás, fogorvosi, fogtechnikusi, postai szolgáltatás, bölcsődei ellátás, diákotthoni, kollégiumi ellátás stb. lehet tárgyi mentes.

Lényeges, hogy ez a mentesség a gazdálkodó szervezetek számára az adott tevékenység kapcsán a jogszabály erejénél fogva kötelező és nem választható.

Alanyi adómentesség: Az alanyi adómentességet választó adóalany ÁFA fizetésre nem kötelezett, de adólevonási jogát sem gyakorolhatja. A választási lehetőség a megelőző évben a gazdasági tevékenységből származó bevétel nagyságától függ. Az alanyi adómentesség vá-

lasztására jogosító felső értékhatár 12 millió forint, vagyis eddig az összegig a vállalkozóknak nem kell áfát felszámítania és fizetnie az államkasszának, sőt még áfa-bevallást sem kell benyújtania.

A fordított ÁFA fizetési kötelezettség

A fordított ÁFA fizetés lényege, hogy az alapanyag- termelők, valamint a jogszabályban meghatározott tevékenységet végzők nem fizetnek ÁFA- t saját termékeik után, azokat nettó áron értékesíthetik, de ettől függetlenül ÁFA visszaigénylők maradnak az általuk vásárolt termékek után, az adólevonásra jogosító értékesítésük után.

Vagyis a fordított ÁFA fizetés azt jelenti, hogy az adót a termék beszerzője, szolgáltatás igénybevevője fizeti meg. A számlát az ÁFA felszámítása nélkül állítják ki, az adót a vevő fizeti meg. a kereskedők nettó áron veszik meg a termelők áruját, és ezután a beszerzés után nem kell ÁFA- t fizetniük. Így több pénzük marad a felvásárlás finanszírozására, ráadásul nem lehet a visszaigénylésnél csalni, mert nincs mivel (nem fizetnek ÁFA- t). Ez utóbbi momentum miatt remélhető a feketegazdaság visszaszorulása a fordított adózás bevezetése nyomán.

A fordított ÁFA alkalmazásának pontos hatályát az ÁFA törvény fogalmazza meg. Röviden (a teljesség igénye nélkül) az alábbiakra vonatkozhat:

- a) építési-szerelési munkával létrehozott ingatlan eladása, értékesítése,
- b) építésihatósági engedély-köteles ingatlan létrehozás, bővítés, átalakítás, egyéb megváltoztatás szolgáltatás nyújtása,
- c) az a) és b) ponthoz tartozóan munkaerő kölesönzése, kirendelése, személyzet rendelkezésre bocsátása,
- d) különböző fémek, hulladékok, törmelékek, visszanyert papír vagy karton, üvegcserep, üveghulladék, műanyag hulladék, forgács, használt vagy új rongy, kötél, használt akkumulátorok, elemek stb. értékesítés esetén,
- e) beépített ingatlan(rész), valamint az ehhez tartozó földrészlet értékesítése, ahol a használatban vételre jogosító engedély és az értékesítés között legalább 2 év eltelt, és amennyiben a terméket értékesítő adóalany élt adókötelességének választási jogával,
- f) adós és hitelező (vagy általa kijelölt 3. személy) viszonylatában dologi biztosíték-ként lejárt követelés kielégítésének érvényesítésére irányuló termék értékesítése esetén,
- h) szén-dioxid kvóták értékesítése,
- i) mezőgazdaságban érintett termékek értékesítése (pl. kukorica, búza, árpa, rozs, zab, triticales, napraforgó-mag, repce- vagy olajrepce mag, szójabab),
- j) egyes vas- és acélipari termékek értékesítése.

Fontos, hogy a fordított adózás csak belföldön nyilvántartásba vett adóalanyok között alkalmazható.

Abban az esetben, ha a kiszámlázott termék, vagy szolgáltatás a fordított adózás hatálya alá tartozik, a számlát az alábbi módon kell kiállítani:

A vevő adószámát minden esetben fel kell tüntetni,

A számlát ÁFA felszámítása nélkül kell kiállítani a vevő részére,

Egyértelműen utaljon a számlán arra, hogy az ÁFA-t a vevőnek kell megfizetnie, ehhez szerepeltetni kell a „**fordított adózás**” kifejezést a számlán.

6.3. A személyi jövedelemadó (SZJA) magánszemélyek esetében

Magánszemély adózó adózása esetén az adó alanya: a magánszemély, és a magánszemély kötelezettségével összefüggésben a kifizető (adott esetben például a munkáltató).

Jogszámbély: 1995. évi CXVII. törvény a személyi jövedelemadóról. Az adó mértéke magánszemélyek esetében egységesen **15%**.

Az adókötelezettség a belföldi magánszemély összes jövedelmére, külföldi magánszemély esetében kizárólag a Magyarországon szerzett jövedelemre terjed ki.

Az adót - egyes kivételekkel - naptári évenként, az összes jövedelem alapján kell megállapítani és megfizetni, azonban az **adóbevételek folyamatossága érdekében adóelőleget kell fizetni.**

Fontos megjegyezni, hogy 2018. évtől az adóhatóság készíti el az SZJA bevallás tervezeteket annak érdekében, hogy az adózóknak az eddigiéknél is kevesebb adminisztrációval járjon a bevallás hibátlan elkészítése.

Az adó alapja:

Az adóköteles bevételből megállapított összes jövedelem.

Jövedelem:

a magánszemély által adóköteles bevétel egésze például munkaviszonyból származó jövedelemnél, vagy

a bevétel költségekkel csökkentett része például megbízási jogviszonynál, vagy

a bevétel személyi jövedelemadó törvényben meghatározott hányada például: átalányadózásnál.

Az adó alapjának képlete:

BEVÉTEL-ELSZÁMOLHATÓ KIADÁSOK=JÖVEDELEM

Adómentes jövedelem: például örökség, szociális ellátás, GYES, ösztöndíj, öregségi nyugdíj stb.

Családi kedvezmény

A Magyar Kormány kiemelt fontossággal kezeli a családokra vonatkozó adózási szabályokat és az őket érintő kedvezményeket. Ezt az SZJA törvényben 2017-től rögzítették.

Családi kedvezményt érvényesítő magánszemély az összevont adóalapját a családi kedvezménnyel csökkentheti. A családi kedvezmény - az eltartottak számától függően - kedvezményezett eltartottanként és jogosultsági hónaponként változik.

2022-ben az alábbiak szerint alakul a családi kedvezmény mértéke:

Ft/hó/gyerek	Adóalap	Adó
egy eltartott esetén	66 670	10 000
két eltartott esetén	133 330	20 000
három vagy több eltartott esetén	220 000	33 000

Az adózás szempontjából az alábbi jövedelem típusok különböztethetők meg:

Összevont adóalapba tartozó jövedelem:

- Tevékenységből származó jövedelem
Önálló tevékenységből származó jövedelem (pl. bérbeadásból származó jövedelem, megbízási jogviszonyból származó jövedelem, melyeknél a bevételből költség számolható el)
Nem önálló tevékenységből származó jövedelem (pl. a munkaviszonyból származó jövedelem, melyből költség nem számolható el)
- Nem tevékenységből származó jövedelem
- **Egyéb jövedelem** például önkéntes nyugdíjpénztár adómentesnek nem minősülő nyugdíjszolgáltatása

Külön adózó jövedelmek például: az egyéni vállalkozó jövedelme, ingatlan átruházásból származó jövedelem, kamat, nyereség.

1./

Összevont adóalap- családi kedvezmény= Családi kedvezménnyel csökkentett adóalap

2./

Családi kedvezménnyel csökkentett adóalap x 15%= Számított adó

3./ Számított adó- Adókedvezmények= FIZETENDŐ ADÓ

Az összevont adóalap adója:

A családi adókedvezmény az összevont adóalapot csökkenti, vagyis nem kell utána adót fizetni. Mértéke: az eltartottak számától függően - kedvezményezett eltartottanként és jogosultsági hónaponként kerül megállapításra.

Adókedvezmény: a kiszámított adót csökkenti például személyi kedvezmény havonta a minimálbér 5%-a, ami súlyosan fogyatékos magánszemélynél vehető igénybe, megfelelő orvosi igazolás alapján.

Első házások kedvezménye: a kedvezmény a 2015-ben vagy azt követően kötött házasságra jár a házasságkötést követő hónaptól. Első jogosultsági hónapnak a házasságkötést követő hónapot kell tekinteni. A kedvezmény maximum 24 hónapig jár, vagy a házasság felbomlásáig.

A kedvezmény összege: a házastársak együttesen **havonta 5000 forint** adókedvezményt vehetnek igénybe. A kedvezmény továbbra is adóalap-kedvezményének tekinthető, az összevont adóalapba tartozó jövedelmet csökkenti havi 33.335 forinttal. **A két év alatt összesen 120.000 forinttal csökkenthető az adó alapja.**

Az első házások kedvezményének igénybevételéhez szükséges, hogy a házasságkötés **legalább az egyik félnek az első házassága legyen.** Fontos, hogy bárki igénybe veheti nemtől, kortól függetlenül, és az is érvényesítheti, akinek ez nem az első házassága az adott kapcsolatban.

Az adóbevallás határideje: a magánszemélyek esetén az adóévet követő év május 20. napja. (pl. 2020. adóévről 2021. május 20. napjáig kell az adóbevallást benyújtani és eddig az időpontig kell az adókülönbözetet is megfizetni.)

Adóelőleg vonása:

Az összevont adóalapba tartozó jövedelmek után a kifizető megállapítja, bevallja, a magánszemélytől levonja és befizeti az adóelőleget. Ezzel a központi költségvetés folyamatos bevételének biztosítása a cél.

A munkáltató által nyújtott juttatások adózása esetén az adó a munkáltatót terheli. **Gyakrabban használt béren kívüli juttatások lehetnek (CAFETERIA 2022.):**

Széchenyi Pihenőkártya vendéglátás alszámla (**)	évente 150 ezer forintig	28 %
Széchenyi Pihenőkártya szállás alszámla (**)	évente 225 ezer forintig	28 %
Széchenyi Pihenőkártya szabadidő alszámla (**)	évente 75 ezer forintig	28 %

() A jelölt juttatások együttes értékét is vizsgálni kell.**

Versenyszférában évi 450 ezer forint értékig áll rendelkezésre a keret.

A munkabért terhelő adók és járulékok a 2022. évi adatok alapján:

A munkavállalókat terhelő kötelezettségek:

Személyi jövedelemadó egységesen	15%
Nyugdíjjárulék	10%
Egészségbiztosítási és munkaerő-piaci járulék	8,5% (4+3+1,5%)
(2020.07.01. napjától: TB járulékként összevonva:	18,5 %)
Összes levonás a bruttó bérből:	33,5%

Kedvezmények lehetnek: első házások kedvezménye, családi adókedvezmény

A munkáltatókat terhelő kötelezettségek a munkavállaló bére után:

Szociális hozzájárulási adó	13 %
-----------------------------	------

6.4. Az egyéni vállalkozókra vonatkozó adózási szabályok

Az egyéni vállalkozás alap adózási módjának törvény szerinti elnevezése: a vállalkozói jövedelem szerinti adózása, mely a köznapi nyelvben SZJA szerinti adózásként terjedt el. Az SZJA szerinti adózás két részből összetevődő adózási kötelezettséget tartalmaz.

Egyrészt tartalmazza a vállalkozói tevékenység után megfizetésre kerülő adót, mely 9 % (vállalkozói SZJA).

Másrészt az osztalékot megillető magánszemély adózási kötelezettségét, amely 15 % (vállalkozói osztalék alap SZJA).

Adóalap= vállalkozói bevétel-vállalkozói költségek

Vállalkozói osztalékalap: A vállalkozói osztalékalapot az adózás utáni vállalkozói jövedelemből kell megállapítani bizonyos módosító tételek figyelembevételével. Vállalkozói osztalékalap= (Vállalkozói adóalap + kisvállalkozói kedvezmény) – (vállalkozói személyi jövedelemadó).

6.4.1. Az egyéni vállalkozó jövedelem szerinti adózása

A vállalkozó jövedelmének a meghatározása a bevétel pontos meghatározásából indul ki, és vállalkozás jövedelem meghatározásában a költség, mint fontos tényező kifejezett szerepet kap.

A VÁLLALKOZÓI KÖLTSÉG

Rövidtávon a vállalkozás költségei két részre oszlanak.

- Az egyik csoportba azok a költségek tartoznak, amelyek a termelés megindulása nélkül is fennállnak, mert már kiadásra kerültek. Ilyenek lehetnek például: az épületek, gépek költségei
- A másik a termeléshez tartozó költségek, mint például: a munkabér, anyagköltség, energia stb.

Ha a költségek meghaladják a bevételt, akkor a keletkezett veszteséget a következő 5 évben számolhatja el, ha tételes költségelszámolást végez. (Veszteség elhatárolás).

A VÁLLALKOZÓI BEVÉTEL

A bevételt az árak, és a nyújtott szolgáltatások eladási értéke jelenti. A bevétel a pénzeszközök növekedését jelenti, mindig tényleges pénzeszköz jóváírással jár.

Az egyéni vállalkozó, a nyeresége után negyedévente SZJA előleget fizet.

6.4.2. Az egyéni vállalkozó átalányadózása

A személyi jövedelemadóról szóló törvény alapján az egyéni vállalkozó a vállalkozói személyi jövedelemadózással helyett akkor választhat átalányadózással, ha

az átalányadózás megkezdését közvetlenül megelőző adóévben az egyéni vállalkozói bevétele a **minimálbér tízszeresét (kereskedelmi tevékenység esetén ötvenszerezését) nem haladta meg.**

A tevékenységét az adóévben kezdő egyéni vállalkozó az átalányadózással a tevékenységének megkezdésétől választhatja és az értékhatárt időarányosan kell számítani.

Átalányadózás kizárólag az egyéni vállalkozói tevékenység egészére választható, nincs olyan lehetőség, hogy egyes tevékenységek bevétele után átalányadózással, más tevékenység bevétele után jövedelem szerinti adózással adózzon a vállalkozó.

Az átalányadózásra való **jogosultság megszűnik**, ha a vállalkozó **nem teljesíti a számlaadási (nyugtaadási) kötelezettségét, vagy átlépi bevételi összeghatárt.**

Jövedelem: vállalkozó bevétel csökkentve a meghatározott költséghányaddal. A költséghányadot a végzett tevékenység határozza meg. Költséghányad lehet 40%,80% vagy 90%.

90% - kiskereskedelmi tevékenység

80% - szja tv 53§ (3)

40% - fent fel nem sorolt tevékenységek

Van adómentes bevételi határ is, amely a minimálbér éves összegének 50 %-a.

Személyi jövedelemadó 15%.

Szja előleget negyedévente kell fizetni. Kedvezmények érvényesíthetők.

Havi járulékbevallási és befizetési kötelezettség van.

Társadalombiztosítási járulék 18,5%

Szociális hozzájárulási adó 13%

Legalább a minimálbér/bérminimum után meg kell fizetni. Ha a havi jövedelem meghaladja ezt a mértéket, akkor a jövedelem után kell a járulékokat megfizetni.

Nem főállású átalányadós egyéni vállalkozó csak a tényleges jövedelme után fizet járulékot.

Nyugdíjas átalányadós egyéni vállalkozó nem fizet járulékot.

Bevételi nyilvántartást kell vezetni.

Érdemes a költség számlák (anyag) megőrzése, mert az iparüzési adóalap meghatározásánál egyes tevékenységek esetén a normál adózás kedvezőbb lehet

6.4.3. Az egyéni vállalkozó tételes átalányadózás

A tételes átalányadózás azt jelenti, hogy az adóalany egy meghatározott befizetési összeggel megválthatja valamennyi adófajtában fennálló kötelezettségét. Ezt a típusú adózást csak a fizető vendéglátó szolgáltatások területén lehetséges alkalmazni (szobakiadás, vendégház, magánszállás airbnb, booking.com stb.).

Ennek az évi összege 2017. évtől - jelenleg is - szobánként 38. 400 forint. Ezzel egyidejűleg a tételes átalányadózást választóknak megszűnik az egészségügyi hozzájárulás-fizetési kötelezettségük, ami nagyon kedvező változást jelent az e területen vállalkozók számára. Ezt az adózási módot annak érdemes választania, akinek magas a bevétel mellett kevés költsége keletkezik.

A tételes átalányadót egyenlő részletekben, az adózás rendjéről szóló törvény rendelkezései szerint kell megfizetni. A tevékenység megszüntetése esetén a tételes átalányadó-fizetési kötelezettséget a megszüntetés negyedévét követő 15 napon belül kell teljesíteni.

Az adóbevallás benyújtásának időpontja egyéni vállalkozók és ÁFA fizetésre kötelezett magánszemélyek esetében: **a tárgyévet követő február 25.**

Ne felejtsük el, hogy emellett az adózónak ún. turisztikai fejlesztési hozzájárulást kell még fizetni, a beszedett szállásdíj 4%-a.

6.4.4. Az osztalék

Amennyiben az egyéni vállalkozás bevételeiből a költségek levonását követően **marad osztalék**, akkor az a következőképpen terhelődik:

Vállalkozói SZJA	9 %
Vállalkozói osztalék alap SZJA	15%

Ezen felül még szociális hozzájárulási adó is terheli az egyéni vállalkozói adó összegét.

A társas vállalkozások is hasonló módon adóznak, annyi különbséggel, hogy a vállalkozási tevékenység adó alapját külön törvény, a Társasági adó törvény szabályozza. Amennyiben természetes személy a tulajdonos az osztalék alap adózását az SZJA törvény rendezi.

Jelentős különbség, hogy az egyéni vállalkozó köteles megfizetni a vállalkozói osztalék alap utáni SZJA-t míg a különböző cégformákban (Bt., Kft. stb.) működő társas vállalkozások eredmény tartalékokat képezhetnek a 9 % társasági adó megfizetése után, (azaz a plusz SZJA megfizetése nélkül), amely a cég saját tőkéjét gyarapítja.

az egyéni vállalkozó a vállalkozói adóalapja után vállalkozói személyi jövedelemadót, a kivett osztaléka után személyi jövedelemadót és szociális hozzájárulási adót fizet. Tekintettel arra, hogy **az egyéni vállalkozó köteles kivenni a vállalkozói osztalékokat**, automatikusan vállalkozói osztalék alap SZJA fizetési kötelezettsége keletkezik.

Mellékfoglalkozásban végzett egyéni vállalkozás esetén:

Fizetendő járulék:	nincs
Vállalkozói kivét után fizetendő SZJA:	nincs
Vállalkozói kivét:	nincs

Az egyéni vállalkozó választhatja még az alábbi adózási formát is:

KATA (Kisadózó Vállalkozások Tételes Adója) lásd 6.6. pont.

6.5 A társasági adóról és az osztalékadóról

Jogszabály: 1996. évi LXXXI. törvény. a társasági adóról és az osztalékadóról.

A **társasági adó**, olyan adó, amelyet a tevékenységből származó jövedelem alapján ezen adónem alá bejelentkezett gazdasági társaságok fizetnek.

Társasági adó alanyai a teljesség igénye nélkül például:

A gazdasági társaság (ideértve a nonprofit gazdasági társaságot)

A szövetkezetek

Az állami vállalat, a tröszt, az egyéb állami gazdálkodó szerv

Ügyvédi iroda, a végrehajtói iroda, a szabadalmi ügyvivői iroda, a közjegyzői iroda

Az alapítvány, a közalapítvány, a társadalmi szervezet, a köztestület, az egyházak

Az egyéni cég

A felsőoktatási intézmények stb.

A társasági adó mértéke

A társasági adó rendszerében 2017-től megszűnt a sávos adókulcs alkalmazása, egységesen **9% lett a társasági adó mértéke.**

A társasági adó alapja: a számviteli nyilvántartásokból számított adózás előtti eredmény + adóalapját növelő tételek – adóalapját csökkentő tételek.

A társasági adó bevallása:

A társasági adót az adóévet követő év **május 31-ig** kell elektronikusan bevallani.

Az adózónak az adóbevallással egyidejűleg az adóbevallás esedékességét követő második naptári hónap első napjával kezdődő 12 hónapos időszakra társasági adóelőleget kell bevallania, mégpedig az esedékességi időre eső összeg feltüntetésével.

Társasági adóalapot csökkentő tételek például:

A korábbi adóévek elhatárolt vesztesége.

Szaktanácsadók foglalkoztatása.

Szaktanácsadók sikeres vizsga utáni továbbfoglalkoztatása.

Legalább 50%-ban megváltozott munkaképességű munkavállaló foglalkoztatása stb.

A reprezentáció és üzleti ajándék címén személyi jellegű egyéb kifizetesként elszámolt juttatás a vállalkozási tevékenység érdekében felmerült költségnek minősül, mivel egyéb meghatározott juttatásként adóköteles.

Az osztalékadó

Az osztalék a társas vállalkozás tagja számára felosztott, a számviteli törvény szerint meghatározott adóévi adózott eredmény, illetve a szabad eredménytartalékkal kiegészített adóévi adózott eredmény terhére jóváhagyott részesedés.

A vállalat a korábban megtermelt nyereségéből osztalékot (részesedést) fizethet a tulajdonosai számára. A társas vállalkozások esetében a vállalkozási tevékenység adó alapját a Társasági adó törvény szabályozza. Amennyiben természetes személy a tulajdonos az osztalék alap adózását az SZJA törvény rendezi (15%) fizetési kötelezettség feltételei az egyéni és társas vállalkozásnál megegyeznek, mert az a természetes személyhez kötődik.

A társas vállalkozások nem kötelesek osztalékot fizetni, hanem adott esetben úgynevezett eredmény tartalékot képezhetnek a 9 % társasági adó megfizetése után, (azaz a plusz SZJA megfizetése nélkül), amely a cég saját tőkéjét gyarapítja, értékesebbé téve ezzel a társaságot.

6.6. A Kisvállalati adó (KIVA)

Jogszabály: 2012. évi CXLVII. törvény a kisadózó vállalkozások tételes adójáról és a kisvállalati adóról. A KIVA szerinti adózást akkor választhatja egy adóalany, ha az alkalmazotti létszáma – átlagos statisztikai állományi létszám – nem haladja meg az **50 főt** és az előző évi várható bevétele és mérlegfőösszege várhatóan nem haladja meg az **3 milliárd forintot**. Lényege, hogy ez az adózási forma egyszerű és vállalkozásbarát.

Adóalany lehet, vagyis ezt az adózási formát választhatja:

Egyéni cég

Kkt.

Bt.

Kft.

ZRt, valamint szövetkezet, lakásszövetkezet, erdőbirtokos társulat, végrehajtó iroda, ügyvédi iroda, közjegyzői iroda, szabadalmi ügyvivő iroda, külföldi vállalkozó, belföldi üzletvezetési hellyel rendelkező külföldi személy.

Ezt a típusú adózást a NyRt NEM választhatja.

Adóalap: a kisvállalati adó alapja a tőkeműveletek eredménye – különösen a jegyzett tőke emelése és csökkentése, ide nem értve az apportot –, növelve a jóváhagyott, fizetendő osztalék és a személyi jellegű kifizetések összegével, valamint csökkentve a jóváhagyott (bevételeként elszámolt) osztalék összegével, korrigálva egyéb tételekkel, de minimum a személyi jellegű kifizetések kedvezményekkel csökkentett összege.

Az adó mértéke 2022. január 1-jétől 10 %.

A személyi jellegű kifizetéseket illetően új elem a 2017. előtt hatályos szabályozáshoz képest, hogy a kiegészítő tevékenységet folytató vállalkozó járulékalapja nem képezi az adó alapját.

A kisvállalati adó alapja fő szabály szerint nem lehet kisebb a személyi jellegű kifizetéseknél (minimum adóalap).

A KIVA- val kiváltható adók

társasági adót

szociális hozzájárulási adót

Választás feltételei:

Az átlagos statisztikai állományi létszám maximum 50 fő lehet.

Az adónem alá bejelentkezést megelőző adóévben a bevétel maximum 3.000 millió forint lehet.

Az adónem alá bejelentkezést megelőző 2 évben, valamint tárgyév nem lehet a vállalkozásnak adószám felfüggesztése vagy törlése.

A vállalkozás üzleti éve megegyezik a naptári évvel.

A cégnek nincs nettó 1 millió Ft feletti adó és vámtartozása

A KIVA alanyiség megszűnése:

1 millió forintot meghaladó adótartozás miatt (naptári negyedév utolsó napján),

Ha az átlagos statisztikai létszám meghaladja az 50 főt,

Ha a bevétel meghaladja az 6.000 millió forintot.

A vállalkozás megszűnik, átalakul.

A KIVA-ból történő **automatikus kizárás** akkor következik be, ha a létszám meghaladja a 100 főt, illetve a bevétel az 6 milliárd forintot.

Ez az adónem a megszűnését követően 2 adóévig nem választható újra.

6.7.A Kisadózó vállalkozások tételes adója (KATA)

2022. szeptember 1. napjától hatályos ún. „Új KATA” törvény legfontosabb jellemzői a következők:

Ki választhatja az „Új” KATA-t?

- kizárólag egyéni vállalkozó
- csak főfoglalkozásként lehet alkalmazni
 - o Kizárva az adónem választásából:
 - legalább 36 órás foglalkoztatással járó munkaviszonyban lévők
 - nyugdíjasok
 - külföldön biztosított személyek
 - rokkantsági ellátásban vagy rehabilitációs ellátásban részesülők
 - más vállalkozásban társas vállalkozó
 - szja tv. szerinti egyéni vállalkozók (ügyvéd, közjegyző, állatorvos,

végrehajtó, magánszálláshely-szolgáltató) – nem az EVECtv. szerinti egyéni vállalkozói nyilvántartásban szereplő egyéni vállalkozó

- nevelőszülői foglalkoztatási jogviszonyban állók
 - nappali rendszerű oktatás keretében tanulmányokat folytatók
- csak magánszemélyeknek és őstermelőknek nyújthatnak szolgáltatásokat, értékesíthetnek (kivéve taxisok)

Adó mértéke: havi 50.000 Ft.

Éves keret felett további a 40% adó.

Ellátási alap: 108.000 Ft., az egyéni vállalkozó szolgálati időt szerez.

Bérbeadási tevékenységet nem folytathat katas vállalkozóként.

2022. szeptember 1-jétől a számlákon nem szabad feltüntetni a „Kisadózó” megjegyzést. (Ez a megszűnt ún. „rég KATA” törvénynél volt kötelező.)

Bevételi értékhatár 2022-ben 18 millió Ft, de figyelemmel kell lenni az alanyi ÁFA mentesség értékhatárára, amely 12 millió Ft.

6.8. A számlaadási kötelezettség és a bizonylat fogalma

6.8.1. A bizonylatról

Az ÁFA törvény értelmében számlaadási kötelezettség terheli az adóalanyokat, amennyiben a vevő számlát kér.

A számla kiállítását megtagadni nem lehet, viszont ha a vevő nem kér számlát, attól még bizonylatot kötelező kiállítani a gazdasági esemény megtörténtéről.

Bizonylat fogalma:

Számviteli bizonylat minden olyan irat, okmány, amely valamilyen gazdasági esemény megtörténtét hivatalosan, hitelesen igazolja (számla, szerződés, megállapodás, kimutatás, hitelintézeti bizonylat, bankkivonat, jogszabályi rendelkezés, egyéb ilyennek minősíthető irat). A bizonylat a könyvelés alapokmánya. Könyvelni csak bizonylat alapján szabad.

Bizonylati feyelem:

Minden gazdasági eseményről, amely az eszközök vagy a források állományát, összetételét megváltoztatja, bizonylatot kell kiállítani.

Bizonylatok tartalma, felépítése:

azonosító rész,
adathordozó rész,
érvényesítő rész.

Bizonylatok csoportosítása:

1./ Keletkezési helyük szerint

Külső
Belső

2./ Keletkezés módja szerint

Szigorú számadású
Nem szigorú számadású bizonylat

3./ A könyvelési feladásban betöltött szerepük alapján:

Elsődleges vagy alapbizonylatok
Másodlagos vagy összesítő bizonylatok

4./ A szigorú számadású bizonylatok nyilvántartásának tartalma:

bizonylat neve, jele,
beérkezés, illetve kiadás kelte,
szállító, illetve az igénylő neve,
bizonylat száma,
beérkezett nyomtatvány kezdő és befejező sorszáma, mennyisége,
a kimenő nyomtatvány kezdő és befejező sorszáma, mennyisége,
az átvétel igazolása,
készlet.

6.8.2. Szigorú számadásra kötelezett nyomtatványok kezelése, nyilvántartása

A nyomtatványokkal kapcsolatos szigorú számadási kötelezettség a következőket jelenti:
A nyomtatványokat készletre vételkor folyamatos sorszámmal kell ellátni;
A nyomtatványokból beszerzett készletet jegyzék kíséretében kell a nyomtatványok megőrzésével megbízott részére állományba vétel, illetve kezelés és őrzés céljából átadni;
Az átvétel alkalmával meg kell vizsgálni, hogy az egyes füzetekben az űrlapok teljes számban megvannak-e, továbbá az űrlapokon a sorszámos és esetlegesen egyéb jelzések (pl. számlavezető pénzügyi jelzőszáma) helyesek-e.;

A szigorú számadás alá tartozó nyomtatványokat az egyéb nyomtatványoktól elkülönítetten kell tárolni és nyilvántartani. A nyilvántartásnak legalább a következő adatokat kell tartalmaznia:

- a nyomtatvány megnevezése, raktári vagy nyomdászám;
- a bevételi bizonylat kelte és száma;
- a beérkezés és nyilvántartásba vétel kelte;
- a nyomtatvány kezdő-befejező sorszáma;
- a kiadás kelte;
- az átvevő megnevezése;
- az átvétel elismerése;
- elszámolás.

A nyilvántartásnak naprakésznek kell lennie. A felülvizsgált és helyesnek talált szigorú számadású nyomtatványokat lehetőleg zárt szekrényben kell megőrizni.

A szigorú számadásra kötelezett nyomtatványok köre a következő:

- Késspénzcsekk (késspénz-felvételi utalvány);
- Elszámolási utalvány;
- Számla;
- Egyszerűsített számla;
- Csekkszerződés alapján igényelt csekkfüzet;
- Bevételi és kiadási pénztárbizonylat;
- Pénztárjelentés;
- Nyugta, ideértve a beszedendő összeget előnyomva feltüntetett nyugtát, perforált szelvényeket tartalmazó nyugtafüzetet;
- Gépkocsi-menetlevél;
- Sorszámozott űrlapok és sorszámozott űrlapokat tartalmazó füzetek, valamint értékjegyek, amelyekért a felhasználás során ellenértéket fizetnek
- Az online pénztárgépek pénztárgép naplója stb.

6.8.3. A számla és a nyugta kötelező elemei

A számlára vonatkozó alapvető szabályokat az Általános forgalmi adóról szóló törvény, a Számvitelről szóló törvény, valamint egy a számla és nyugtaadási kötelezettségről szóló kormányrendelet határozza meg.

Jogszabályok : 2007. évi CXXVII. törvény az általános forgalmi adóról, 2000. évi C. törvény a számvitelről 23/2014. (VI. 30.) NGM rendelet a számla és a nyugta adóigazgatási azonosításáról, valamint az elektronikus formában megőrzött számlák adóhatósági ellenőrzéséről.

A fenti rendelet hatálya kiterjed:

- a) a nyomtatvány felhasználásával kibocsátott nyugtára és számlára,
- b) a számlázó programmal előállított számlára, és
- c) a számítógéppel előállított nyugtára.

A számlát kiállíthatjuk kézzel:

Ebben az esetben a kereskedelmi forgalomban kapható szabványosított nyomtatványokat kell használni.

A számlát kiállíthatjuk számítógéppel, pénztárgéppel is:

Ebben az esetben olyan számlázó-programot kell használni, amely megfelel a szigorú számadási kötelezettség és egyéb törvényi előírásoknak.

Valamennyi bizonylatnak tartalmilag hitelesnek, megbízhatónak és helytállóknak kell lennie. A tartalmi kitöltés természetesen a számla kiállítójának felelőssége, a gyártó ehhez csak mintákat, szoftverek esetében beépített ellenőrzéseket tud biztosítani.

A nyomtatvány felhasználásával kibocsátott nyugta és számla, a számlázó programmal előállított számla, továbbá a számítógéppel előállított nyugta akkor minősül adóigazgatási azonosításra alkalmasnak, ha megfelel a fenti rendeletben foglalt előírásoknak.

Pénztárgéppel kiállított nyugta adóigazgatási azonosításra való alkalmasságának feltétele, hogy a pénztárgép megfeleljen a pénztárgépek műszaki követelményeiről, a nyugtakibocsátásra szolgáló pénztárgépek forgalmazásáról, használatáról és szervizeléséről, valamint a pénztárgéppel rögzített adatok adóhatóság felé történő szolgáltatásáról szóló rendeletben meghatározott feltételeknek.

A taxaméterrel kiállított nyugta adóigazgatásra való alkalmasságának feltétele, hogy a taxaméter megfeleljen a taxaméterek műszaki követelményeiről, a nyugtakibocsátásra szolgáló taxaméterek forgalmazásáról, használatáról és szervizeléséről szóló rendeletben meghatározott feltételeknek.

A kiállított számla akkor szabályszerű, ha a törvényben előírt adatokat a valóságnak megfelelően, hiánytalanul tartalmazza.

On-line számla

2020. június 30-a után kiállított (teljesítés időpontjától függetlenül) minden olyan számláról adatot kell szolgáltatni – függetlenül a számla áfa-tartalmától - amelyet

- egy másik adóalany részére állítottunk ki (nem magánszemély)
- belföldi ügyletről szól.

Ez az adatszolgáltatás az alanyi adómentes adózókra is vonatkozik, valamint a KATA alanyokra is.

Adatot kell szolgáltatni azokról a számlákról, amelyek

- áthárított áfát tartalmaznak
- belföldi fordított adózású ügylet
- adómentes ügyletet bizonylatot
- különbözet szerinti szabályozás alapján adózó használt cikk értékesítéséről kiállított számla

Megjegyzés az adómentes ügylethez: 2020. július 1-től kötelező a tárgyi mentes ügyletekről is számlát kiállítani. Például egyéb oktatás, nem közszolgáltatóként végzett egészségügyi szolgáltatás, fogorvosi, fogtechnikusi szolgáltatás, adómentes ingatlanértékesítés). Vannak olyan mentes ügyletek, amiről elég számviteli bizonylat kiállítása. Ebben az esetben, ha kerül kiállításra számla, akkor sem kell adatot szolgáltatni.

Az adatszolgáltatás teljesíthető számlázó programmal, vagy kézi számlák esetében a NAV online felületén történő berögzítéssel.

1./ A számla kötelező elemei:

Sorszám: a szigorú számadás miatt nem megváltoztatható, a gépi számlázásnál a számlázó-program automatikusan adja, a számlatömbnél pedig a nyomtatványon előre ki van töltve.

A kibocsátás kelte: a valós dátumot kell megadni, amikor a számla kiállításra kerül.

Az eladó adatai: vagyis a számla kibocsátójának (a termékértékesítést vagy szolgáltatást nyújtó adóalany) adatai, neve, számlázási címe és adószáma.

A vevő adatai: neve, címe, illetve a **terméket beszerző, szolgáltatást igénybe vevő adószámát, ha** az áthárított adó összege eléri a százezer forintot, vagy fordított ÁFA tartalmú a számla.

A vevő közösségi adószáma: csak abban az esetben, ha közösségen belüli adómentes értékesítés történik, és a beszerzés során a vevő az adó fizetésére kötelezett személy.

A teljesítés időpontja: az a dátum, amikor az értékesítés megvalósul, a termék vagy szolgáltatás „átadásra” kerül.

A fizetés módja és határideje: a fizetés módja lehet készpénz vagy átutalás, a határideje pedig a számla kiegyenlítésének végső határideje. Átutalás esetén megállapodástól függően a fizetés határidejének megadhatunk 5, 8 vagy 15 stb. napot.

A termék, szolgáltatás **megnevezése.**

A termék, szolgáltatás **menyiségi egysége** (például darab, karton, óra, nap, alkalom stb.) **és mennyisége.**

A termék, szolgáltatás adó nélkül számított egységára: vagyis a **nettó ár.**

A termék, szolgáltatás adó nélkül számított **ellenértéke összesen.**

A felszámított adó százalékos mértéke (lásd **ÁFA kulcsok**).

Az áthárított adó összege: vagyis az összes értékesített termék adótartalmának összege.

A számla végösszege: vagy bruttó összeg, amely a nettó érték és az adó összeadásával számítandó.

Aláírás.

Kötelező tartalmi elemek lehetnek például még:

Adómentesség esetében jogszabályi hivatkozás, vagy bármely más, de egyértelmű utalás arra, hogy a termék értékesítése, szolgáltatás nyújtása mentes az adó alól.

Alkalmazott **árendedmény feltüntetése** feltéve, ha azt az ár nem tartalmazza.

Önszámlázás kifejezés, ha a számlát a terméket beszerző vagy a szolgáltatást igénybevevő állította ki.

A fordított adózás kifejezés, ha adófizetésre a termék beszerzője, szolgáltatás igénybevevője kötelezett;

„Kisadózó” szöveg feltüntetése, ha a számlakiállító kis adózók tételes adója szerint adózik.

2./ Egyszerűsített (készpénzfizetési) számla

Egyszerűsített számlát állítunk ki, ha az értékesítés és a számlázott ár megfizetése egy időben történik, és a vevő számlát kér, valamint a vevő készpénzzel vagy készpénzt helyettesítő eszközzel (pl.: csekk, hitelkártya) fizet. Ilyenkor a számlán a bruttó összeget kell feltüntetni és az áfa összeg helyett a bruttó összeg áfa tartalmát kell százalékosan meghatározni. Ez a jelenleg érvényes ÁFA kulcsok esetében 21,26%, 15,25%, 4,76%. Feltüntetendő elemek még:

Sorszám/ nyugtaszám

Kibocsátó neve, azonosító adatai

Vevő neve, azonosító adatai

Teljesítés időpontja

Kibocsátás kelte

Termék, szolgáltatás megnevezése

Termék, szolgáltatás mennyisége

Termékadóval együtt számított egységára

Termékadóval együtt számított ellenértéke

Számla végösszege

3./ Számlát helyettesítő okmány

A számlát helyettesítő okmányt akkor lehet számla, egyszerűsített számla helyett kibocsátani, ha az ellenérték nem pénzben kifejezett (árut árura cserélnek), vagy az eladó, a szolgáltatásnyújtó ellenérték nélkül értékesít, de az ÁFA tartalmat másra hárítja.

Kibocsátó neve, azonosító adatai

Átvevő neve, azonosító adatai

Teljesítés időpontja

Termék megnevezése

Termék mennyisége

Az adó alapja

Felszámított adó százalékos értéke

Áthárított adó összege

4./ Nyugta

Ha a vevő nem kér az előbb felsoroltak közül egyet sem, akkor nyugtát kell kiállítani. Kötelező elemei:

Nyugta sorszáma

Kibocsátó neve, azonosító adatai

Kibocsátás kelte

Fizetendő összeg

A kiállító aláírása

6.8.4. A számla sztornózása

Hibás, vagy nem megfelelő számla esetén, valamint abban az esetben, ha a számla kiállítása valamilyen okból nem aktuális (például: visszavont vásárlási szándék) szükség lehet a számla sztornózására, lerontására.

Sem a kézi, sem a számítógéppel kiállított számláknál nem lehet a rontott számlába utólag belejavítani. A javításra a sztornó vagy a helyesbítés használható. A két fogalom között az alapvető különbség, hogy **sztornózásra** akkor van lehetőség, ha megvan a számla eredeti példánya – mert időben kiderült a hiba, vagy, mert a vevő visszaküldte azt. **Helyesbítés** esetén a vevőnél marad az eredeti, utólag javított számla.

Egyéb esetekben a hiba jellege határozza meg a javítási módszert. Alaki hibák miatt csak sztornózás alkalmazható, azonban, ha az áthárított adó összegét érinti a változás, akkor helyesbíteni kell.

Így például a sztornózás a helyes eljárás, ha valamelyik cím (vevő vagy eladó) elégtelen vagy pontatlan, vagy az összeg nem megfelelően lett kiszámolva, vagy az ügyfél nem tudja azt befogadni – például minőségi kifogás miatt visszaküldi a terméket a számlával együtt.

Helyesbítő számlát abban az esetben lehet használni, ha a kiállított számlán a tételek rossz

mennyiséggel, összeggel, áfa kulccsal szerepeltek, vagy a szükségesnél több, illetve kevesebb tétel került a számlára. Ekkor az a helyes eljárás, ha egy új számla kerül kiállításra negatív végösszeggel. Az eredeti pozitív és a helyesbítő negatív számla együttesen fogja meghatározni a fizetendő vagy visszatérítendő összeget, teljes helyesbítés esetén pedig a nullás egyenleg „érvényteleníti” az eredeti számlát.

A kézi számla sztorizózásánál a rontott példányt át kell húzni és fölé kell írni, hogy „SZTORNÓ”, vagy RONTOTT. A rontott, sztorizózott számlát (annak összes példányát, az 1 eredeti és 2 másolati példányt is) össze kell tűzni és meg kell őrizni. Ha szükséges, a rontott számla helyett új számla kerülhet kiállításra.

Számlázó-program használatakor általában „gombnyomással” sztorizóható a rontott számla. Ebben az esetben a program kiállít egy új számlát, az eredeti számlát a továbbiakban „sztorizózottként” jelöli a programban. A számlán fel kell tüntetni a sztorizózendő számla sorszámát, amit a program vagy automatikusan kitölt, vagy kézzel beírható a „megjegyzés” rovatba. A sztorizó elfogadott szövege: „Ez a számla az XXXX sorszámú számla sztorizó számlája.” A sztorizó számla kitöltése során a teljesítés időpontjaként az eredeti, tévesen kiállított bizonylaton szereplő teljesítési időpontnak kell szerepelnie.

A sztorizó számla teljesítési dátuma az eredeti számla teljesítési dátumával egyezik meg. Amennyiben időközben bevallás történt, önrevíziót kell benyújtani.

A helyesbítő számlát a hiba feltárásának időpontjában kell kiállítani, és teljesítési dátumként is ezt a dátumot kell megadni). Ebben az esetben is hivatkozni kell az eredeti számlára. Az eredeti számla tartalmát negatív előjellel kell megismételni, majd (szükség esetén) helyesen is feltüntetni ugyanazon a számlán belül. A számla végösszege így a különbözetet fogja mutatni mind az adó és adóalap, mind a végösszeg tekintetében.

Fontos kihangsúlyozni, hogy mind számla sztorizózás és helyesbítés esetén igazolható módon kell eljuttatni a partnernek a számlát. (Pl. tértívevényes levélben, vagy személyesen.)

VII. JOGI ISMERETEK

7. Jogi alapismeretek

A jog alapvető feladata az emberi magatartások szabályozásával biztosítani a társadalom rendezettségét, szervezettségét, kiszámítható társadalmi viszonyokat teremteni. Ennek során rendezi az állampolgárok, az állami szervek és a társadalomban működő egyéb szervek kapcsolatait és érdekeit, nézeteik összeütközése esetén az ellentéteket feloldja, vagy legalábbis csökkenti a konfliktusok okozta feszültséget. Nem minden konfliktust old meg a jog. Az okok és a társadalmi diagnózis ismeretében kell az állam rendelkezésére álló, vagy arra befolyással bíró eszközök közül kiválasztani a megfelelőket és alkalmazni a leghatékonyabb megoldást. A társadalmi bajok orvoslásában a jog mellett fontos szerepe van a szokásoknak, erkölcsi alapelveknek, hagyományoknak, családnak és az oktatásnak.

A jogszabályoknak egyértelműeknek, jól áttekinthetőeknek kell lenniük. A jog általános jellegéből, a jogegyenlőség elvéből következik az- az elvárás, hogy a jogszabályok mindenkiket azonos mércével mérjenek. Az is követelmény, hogy a jog legyen méltányos. A jogalkotás egyik legfőbb jellemzője, hogy képes az általános erkölcsi felfogásnak, társadalmi igazságérzetnek megfelelően szabályozni az összetett, bonyolult társadalmi viszonyokat képes feloldani társadalmi együttélésből szükségszerűen fakadó konfliktusokat. A jog az igazságosság, a közjó megvalósulásának egyik legfőbb eszköze kellene, hogy legyen.

7.1. Alapvető fogalmak

A jogszabály fogalma

A jogszabály általános érvényű, mindenkire kötelező magatartás szabály, melyet az arra felhatalmazott állami szerv megalkotott és közrebocsátott, érvényesülését akár kényszer eszközével is biztosítja. Fontos felhívni a figyelmet arra, hogy a jogszabályok időben változhatnak, (időbeli hatály) így mindig az adott ügy szempontjából hatályos szövegállapotot kell figyelembe venni.

Jogszabályok csoportosítása

Az azonos élet és társadalmi viszonyokat azonos módszerrel szabályozó jogszabályok összességét jogágnak nevezzük. A jogágak összessége alkotja a jogrendszert.

A magánjog és közjog fogalma

Magánjog (például: munkajog, polgári jog): magántevékenységet szabályozza, a privátautonómia joga, mely biztosítja és oltalmazza a személyek önálló, más hatalomtól független autonóm kapcsolatait, szerveződéseit, személyi és vagyoni viszonyait. Kijelöli az

egyéni és a közösségi autonómia határait. Az autonóm jogalanyok egyenjogú és mellérendeltségi kapcsolatából keletkező vagyoni viszonyok, a jogalanyiség és az ebből eredő személyiségi jogok szabályozásával foglalkozik. A közjogtól elkülönített magánjog, illetve a jogalanyok szerint megjelölt polgári jog lényegileg azonos.

Közjog (például: közigazgatási jog, alkotmányjog, büntetőjog): állami tevékenységet szabályozza, a jog életét, keletkezését, elmúlását, alkalmazását, kényszerhatalommal való érvényesülését jelenti.

A jogszabályi hierarchia

A jogszabályok hierarchikus, alá és fölérendeltségi kapcsolatban állnak egymással. Az alacsonyabb szintű jogszabály, nem tartalmazhat a magasabb szintűvel ellentétes rendelkezést. A jogszabályi hierarchia betartásában és betartatásában az Alkotmánybíróságnak rendkívül lényeges szerepe van. A jogalkotó a saját maga által kibocsátott jogszabályt megváltoztathatja, vagy hatályon kívül helyezheti.

A jogforrások közül ki kell emelni az **Alaptörvényt**, amely a jogszabályok alapját képezi. Elfogadásához, illetve módosításához a megválasztott országgyűlési képviselők legalább kétharmadának szavazata szükséges. Az Alaptörvény az állami, jogi és társadalmi rend alapvető szabályozását foglalja magába. Az Alaptörvény és a jogalkotásról szóló törvény meghatározza azokat a tárgyköröket, amelyeket törvényben kell szabályozni.

Jogszabályok kétféleképpen lehetnek: törvények és rendeletek.

A jogszabályok típusait az Alaptörvény T cikkelye sorolja fel az alábbiak szerint:

- (1) Általánosan kötelező magatartási szabályt az Alaptörvény és az Alaptörvényben megjelölt, jogalkotó hatáskörrel rendelkező szerv által megalkotott, a hivatalos lapban kihirdetett jogszabály állapíthat meg.

Sarkalatos törvény eltérően is megállapíthatja az önkormányzati rendelet, valamint a hadiállapot vagy a szükségállapot kihirdetésének Kormány általi kezdeményezését követően és a különleges jogrendben alkotott jogszabály kihirdetésének szabályait.

- (2) Jogszabály a törvény, a kormányrendelet, a miniszterelnöki rendelet, a miniszteri rendelet, a Magyar Nemzeti Bank elnökének rendelete, az önálló szabályozó szerv vezetőjének rendelete és az önkormányzati rendelet.

- (3) Jogszabály nem lehet ellentétes az Alaptörvénnyel.

(4) A sarkalatos törvény olyan törvény, amelynek elfogadásához és módosításához a jelen lévő országgyűlési képviselők kétharmadának szavazata szükséges.

Törvények

A törvényeket az Országgyűlés fogadja el. Jellegétől függően egyszerű többséggel, minősített többséggel történhet az elfogadás. A szavazást lehet titkos, vagy névszerinti is.

Példa a törvények jelölésére: 2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről. arab számmal az évszám, vagyis a törvény keletkezésének éve, majd római számmal jelölve, hogy abban az évben hányadik törvényként alkották meg a törvényt, valamint a törvény megnevezése.

Rendeletek

A rendeletek lehetnek kormány, miniszteri és önkormányzati szintűek.

A rendeletek jelölése például: A pénzügyminiszter 6/2018. (VIII. 23.) PM rendelete a 2019. évi munkaszüneti napok körüli munkarendről. arab számmal jelöljük, hányadik sorszámot viseli az adott rendelet, majd pontosításként a rendelet elfogadásának dátuma (év, hónap, nap) és megnevezése.

Határozatok

A jogforrások között a legalapvetőbb szintet képviselik. Az országgyűlés a kormány és az önkormányzatok is élhetnek ezzel a típusú szabályozási formával. Jelölésük hasonlít a rendeletekéhez. Például: Belváros-Lipótváros Budapest Főváros V. kerületi Önkormányzatának 13/2017.(V.18.) rendelete a Közzszolgálati Tisztviselők Napja munkaszüneti nappá nyilvánításáról.

Jogszabályok kihirdetése

A jogszabály első hivatalos formában történő nyilvánosságra hozatala, a jogszabály előírt módon való közreadása. A jogszabályt az önkormányzati rendelet kivételével a Magyar Köztársaság hivatalos lapjában, a Magyar Közlönyben kell kihirdetni. A jogszabályok akkor hatályosak és alkalmazhatók, ha kihirdetésre kerültek a Magyar Közlönyben.

Az önkormányzatok határozatait, rendeleteit hivatalos lapjukban, illetőleg a helyben szokásos módon kell kihirdetni, ennek módját az önkormányzat szervezeti és működési szabályzatában állapítja meg.

Magyar Közlöny

A jogszabályokon kívül tartalmazza a nemzetközi szerződéseket, az Országgyűlés, a Köztársasági elnök és a Kormány határozatait és jogi iránymutatásait, a Legfelsőbb Bíróság jogegységi tanácsa által hozott jogegységi határozatot és elvi bírósági határozatot, a személyi

kérdésekben hozott döntéseket például: konzuli, nagyköveti kinevezéseket, az Alkotmánybíróság határozatait stb. A Magyar Közlöny bárki számára, már online formában is elérhető (Közlönykiadó www.njt.hu).

7.2. A szerződés megkötésének alapvető szabályai

7.2.1. A polgári jogi szerződés fogalma

Jogszabály: 2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről. A szerződés kötelem létrehozásának alapja két vagy több jogalany egybehangzó akaratnyilatkozata, amely joghatást vált ki, kötelezettséget és jogosultságot jelent. A polgári jogban szerződéses szabadság van, az úgynevezett mellérendelt független viszonyban a jogalany maga dönti el a kógens, vagyis kötelező érvényű jogszabályi rendelkezések adta keretek betartása mellett, hogy kivel, mikor, milyen formában, tartalommal köt szerződést akkor, ha egyébként jogilag cselekvőképességű. A szerződés létrejöttéhez nem szükséges a dolog átadása vagy más reálcselekmény, hanem elegendő a felek akaratának kölcsönös és egybehangzó kifejezése (konszenzus). A jogszabály által kötelezően (vagyis kógensen, eltérést nem engedő módon) meghatározott szerződési tartalom azonban minden esetben a szerződés részévé válik. Ez egyrészt azt jelenti, hogy a jogszabály által rendezett kérdésekben a feleknek nem is kell külön megállapodniuk, másrészt pedig azt, hogy a szerződés akkor is a kötelező jogszabályi tartalommal jön létre, ha a felek netán a tiltás ellenére mégis eltérően rendelkeznek. A vállalkozások esetében leggyakrabban használt szerződéstípusok például:

Megbízási

Vállalkozási

Kölcsön

Adásvételi

Bérleti

Fuvarozási

Lízing

Hitelszerződés*

Biztosítási szerződés*

Az úgynevezett diktált, vagy blankettaszerződésekről:

Mindennapi ügyleteink során, például amikor hitelkonstrukció keretében gépjárművet vásárolunk, vagy amikor közüzemi szolgáltatást veszünk igénybe, gyakran kötünk úgynevezett blankettaszerződéseket. E megállapodások a gyakorlatban csupán annyiban szerződések, hogy az ügylet kapcsán formálisan két fél tesz látszólag egybehangzó nyilatkozatot, tényle-

gesen azonban legtöbbször arról van szó, hogy valamely, gazdasági helyzeténél fogva erőfölénnyel rendelkező szervezet egyoldalúan közvetíti a feltételeit partnerére.

A blankettaszervezésnek, mint polgári jogi fogalomnak nem tartalmi eleme a felek valamelyikének a szerződés feltételrendszerében is testet öltő kiszolgáltatottsága, sőt, jogunkban számos olyan szabály érvényesül, amely az egyenlőtlenség kiküszöbölésére hivatott. A blankettaszervezések úgynevezett általános szerződési feltételeket tartalmaznak. Ez utóbbiakat az egyik fél több szerződés megkötése céljából egyoldalúan, előre határozza meg, és ebben a másik fél nem működhet közre. Önmagában az a tény, hogy a hasonló szerződések nagy számára tekintettel valamely szervezet előre sablonokat készít leendő partnerei számára, még nem feltétlenül valósít meg visszaélést, a jogviták sokkal inkább azokból a túlkapasokból, egyoldalú túlbiztosítottsági igényekből származnak, amelyek egyre gyakrabban vannak jelen az ilyen típusú szerződésekben.

7.2.2. A szerződéskötés lehetséges módjai

A szerződéskötés történhet **szóban, írásban és ráutaló magatartással.**

A **szóbeli szerződés** létrejöhet személyes jelenléttel, de úgy is, ha a szerződéskötő felek nem személyesen vannak jelen (például telefonon történt ajánlattétel elfogadása). A szóban tett szerződéskötési ajánlatot azonban a másik félnek azonnal el kell fogadnia, ellenkező esetben a szerződés nem jön létre. Az üzleti életben gyakori, hogy a szóban kötött szerződés csak a megállapodás lényegi elemeire terjed ki, valamelyik fél azonban a szerződéskötést követően késedelem nélkül, részletesen írásba foglalja a megállapodást és megküldi azt a másik félnek. Abban az esetben, ha a szóban elhangzottak és az írásba foglaltak (kiegészítés, módosítás) lényegesnek nem minősülő kérdésekre vonatkoznak, akkor azok a szerződés részévé válnak, feltéve, hogy a másik fél késedelem nélkül nem tiltakozik ezek ellen.

A **szerződést csak akkor kell írásban megkötni**, ha azt a jogszabály rendeli, vagy ha a felek kifejezetten ebben állapodnak meg. Írásbeli alakhoz kötött szerződés megkötésére ajánlatot és elfogadó nyilatkozatot is csak írásban lehet tenni. Az írásbeli szerződéskötés lehet egyszerű a két fél aláírásával létrejövő, vagy úgynevezett minősített, amikor nem elegendő a két fél aláírása, hanem szükséges a jogügylet hitelesítése is (például tanúval ingatlan adásvételi szerződés), vagy ügyvéd, közjegyző általi hitelesítéssel, (például társasági szerződés). Bizonyos esetekben a törvény kötelezően előírja a szerződés írásba foglalását (például munkaszerződés), más esetekben pedig a minősítettséget is előírja (ingatlan adásvételi szerződés, csere, ajándékozás). Egy írásbeli alakhoz kötött szerződést nem lehet érvényesen például e-mail-váltás útján megkötni. Ha a szerződés írásbeli alakhoz kötött, akkor legalább a szerződés lényeges tartalmát írásba kell foglalni, és a szerződő feleknek az okiratot alá kell írniuk. Több példányban kiállított okiratok esetén elégséges az is, ha mindegyik fél a másiknak szánt

példányt írja alá. Az alakiság megsértésével kötött szerződés semmis. Alakisághoz kötött szerződés esetén nemcsak a szerződés megkötése, hanem annak módosítása és megszüntetése is csak a meghatározott alakban érvényes.

Ráutaló magatartással is létrejöhet szerződéskötés. Ilyen eset például, amikor a boltba belépve kezünkbe vesszük a kosarat (ráutaló magatartás a vásárlásra, vagy felszállunk egy közösségi közlekedési eszközre (jegyet kell venni, mert a felszállással ráutaló magatartásunkat fejeztük ki a szolgáltatás igénybevételére).

7.2.3. Az előszerződésről

Az előszerződés megkötésére akkor kerül sor, ha a felek a végleges szerződés létrejöttét illetően biztosra akarnak menni, de annak megkötésére még valamely okból időre van szükségük. Például olyankor fordulhat elő, ha a valamelyik félnek a szerződés részletei tekintetében alaposabb megfontolásra van szüksége, hatósági engedélyt kell beszereznie stb.

Az előszerződést is **a végleges szerződésre előírt alakban kell megkötni**. Ez azt jelenti, hogy például egy írásban megkötendő szerződés előszerződését is írásban kell foglalni. Az előszerződés megkötésének eredményeképpen a szándékolt, végleges szerződés általában létrejön. Ha a végleges szerződés megkötése mégis elmaradna, bármelyik fél kérelmére azt a bíróság létrehozhatja, sőt a tartalmát is megállapíthatja. Ennek során - különös méltányolást érdemlő okból - az előszerződésben megállapított feltételeket is módosíthatják.

Előfordulhat, hogy valamelyik szerződő fél az előszerződés megkötésének ellenére nem akarja megkötni a végleges szerződést. A jogszabály szerint akkor tagadhatja meg bármelyik fél a végleges szerződés megkötését, ha bizonyítja, hogy az előszerződés létrejötte után beállott körülmény folytán a teljesítésre nem képes, vagy a szerződés nemzetgazdasági érdeket sértene, vagy ha a beállott változás folytán a szerződés után elállásnak vagy felmondásnak volna helye.

7.2.4. A szerződés teljesítése

A szerződés a teljesítéssel tölti be rendeltetését. Ha a teljesítés a szerződésben meghatározottaknak megfelelően bonyolódik, a szerződésben meghatározott helyen, időben és módon történik, azt mondjuk, hogy a fél szerződésszerűen teljesített. A teljesítéssel a szerződés meg is szűnik. A teljesítésnek három lényeges eleme van: a teljesítés helye, ideje és módja.

A felek szerződéseikben általában meghatározzák a teljesítés helyét, bár némely szerződésfajtáknál ez egyértelmű.

A teljesítés helye két okból is fontos, egyrészt a szerződéses határidő szempontjából, hogy meghatározott határidőre az adott helyen legyen a szerződés tárgya, másrészt a kárveszély viselése is a teljesítéssel száll át a jogosultra.

A felek a szerződésben általában meghatározzák a teljesítés idejét is. Ez az idő meghatározható határnapban és határidőben egyaránt.

A felek a szerződés teljesítésekor is kötelesek együttműködni, egymás számára az átadásal, átvétellel kapcsolatban mindenfajta tájékoztatást megadni.

7.2.5. A szerződések érvénytelenségéről

A szerződések érvénytelenségének két fajtája van. Ez a semmisség és a megtámadható szerződés. **A semmis szerződés** a törvény erejénél fogva érvénytelen, ilyen eset például, ha jogilag cselekvőképtelen személy szerződött, fizikai kényszer állt fenn, álképviselőt esetén, ha a szerződés valamely jogszabály megkerülésével jött létre, ha a jó erkölcsbe ütközik, ha uzsoraszerződésről vagy színlelet szerződésről van szó. A semmis szerződés érvénytelenségére határidő nélkül, bármikor, bárki hivatkozhat. **A megtámadható szerződés** érvénytelensége viszont attól függ, hogy határidőn belül írásban megtámadják-e. Két indokkal lehet a szerződést megtámadni: a szolgáltatás és ellenszolgáltatás közötti feltűnően nagy értékkülönbségre hivatkozással, illetve szerződés kötés kori tévedésre, megtévesztésre, fenyegetésre való hivatkozással. A feltűnő értékaránytalanság mértékét a törvény nem határozza meg, de a bírói gyakorlat a 40%-os értékkülönbséget már feltűnően nagyknak tartja. Érvénytelen szerződés esetén a szerződéskötés előtti helyzetet kell visszaállítani, vagyis olyan helyzetet kell teremteni, mintha a felek a szerződést meg sem kötötték volna.

7.2.6. A szerződés megszűnése

A szerződés megszűnhet teljesítéssel vagy teljesítés nélkül. A teljesítés nélküli megszűnésnek különböző típusait különböztetjük meg. Ha csak **az egyik félnek nem áll már érdekében** a szerződés teljesítése, akkor az egyik fél saját akaratából megszüntetheti a szerződést vissza ható hatállyal ebben az esetben ezt elállásnak nevezzük, vagy a jövőre nézve teszi, ezt felmondásnak nevezzük. **Ha egyik félnek sem áll már érdekében** a szerződés teljesítése, akkor közös akaráttal megszüntethetik a szerződést visszaható hatállyal, ezt felbontásnak nevezzük, vagy a jövőre nézve ezt megszüntetésnek nevezzük. Ezek feltételeit, módját és következményeit a törvény részletesen szabályozza, illetve ezeket a felek a törvényi előírások figyelembevételével szerződésben is kiköthetik.

7.2.7. A szerződésszegés

Szerződésszegésnek minősül minden olyan magatartás, körülmény és állapot, amely elmentéses a szerződés tartalmával, és amely sérti valamelyik félnek a szerződésben biztosított jogait. A szerződésszegés típusai lehetnek:

A kötelezett késedelme.

A jogosult késedelme.

Hibás teljesítés.

A teljesítés lehetetlenné válása.

A teljesítés megtagadása.

Amennyiben valamilyen okból sérelmezzük a szerződéskötést és nem tudunk egyezségre jutni, igényünket bíróság előtt akár perben is érvényesíthetjük. Arról, hogy mit és hogyan lehet a bíróság előtt érvényesíteni a 2016. évi CXXX. törvény a polgári perrendtartásról rendelkezik.

7.2.8. A foglalóról, mint a szerződés egyik biztosítékáról

A foglaló a szerződés megkötésekor, a kötelezettségvállalás jeléül átadott pénzösszeg vagy más dolog lehet. Foglalóval bármilyen szerződés megerősíthető az előszerződés is. A hétköznapi életben az adásvételi szerződés megkötésekor a leginkább előforduló fogalom, de természetesen jelentősége nem csak erre a területre korlátozódik. A foglaló a jelenleg hatályos polgári törvénykönyv rendelkezésének értelmében csak pénzösszeg lehet és más átadott dolog foglalónak nem tekinthető. Ennek egyik indoka, hogy például a kapott dolog kétszeres visszaadása adott esetben komoly nehézségekbe ütközhetne nem pénzösszeg esetén.

A szerződés megkötésekor átadott pénzösszeg csak akkor tekinthető foglalónak, ha azt foglalóként adták és ez a rendeltetése a szerződés szövegéből kitűnik. A foglaló jelentősége, joghatása abban áll, hogy védelmet nyújt a szerződés meghiúsulása esetére.

Ez esetben a szabályok a következők:

Ha a szerződés meghiúsulása a foglalót adó félnek róható fel, a foglalót elveszti és az a másik félnek marad kárátalányként.

Ha a szerződés meghiúsulása a foglalót kapó félnek róható fel, a foglaló összegének kétszeresét kell visszafizetnie a foglalót adó félnek. (Vagyis vissza kell adnia a foglalót és ezen összegnek megfelelő kárátalányt).

Ha a szerződés meghiúsulása egyik félnek sem, vagy mindkét félnek felróható, felelősségük közös, ezért a foglaló visszajár.

A szerződés teljesítése esetén a foglaló összege az ellenértékbe beszámít. A foglaló összege a gyakorlat szerint általában a szerződésben szereplő ellenérték 10-25 %-áig terjedő összeg.

A foglalónak kárátalány funkciója van, ezért feleslegessé teszi a kár összegszerű bizonyítását. Ha a keletkezett kár nagyobb a foglaló összegénél, a többletkár követelhető.

A foglaló járulékos jellegű, az érvénytelen szerződést nem teszi érvényessé, vagyis, ha érvénytelen szerződés megkötésének jeléül adták, az eredeti állapot helyreállítása jogcímén visszajár.

A szerződéseknek egyéb jellegű biztosítékai is lehetnek.

Ilyenek például az óvadék, vagy az előleg.

Óvadék: Az óvadék a szerződésben foglalt kötelezettség teljesítésének olyan biztosítéka, amely azáltal jön létre, hogy szerződés alapján az óvadékként szolgáló dolgot a másik szerződéses fél rendelkezésére bocsátják, akár tényleges átadással, akár más módon. Az óvadék az azt megkapó fél számára biztosítékuul szolgál, ugyanis, ha az óvadékot adó fél nem teljesíti a szerződésben vállalt kötelezettségét, akkor a másik fél óvadékból kielégítheti a szerződés alapján fennálló követeléseit. Óvadékuul adható pénz, ami az óvadék egyik legerjedtebb formája. Azonban a pénzen túl még számos dolog szolgálhat óvadékként. Így például értékpapír vagy fizetésiszámla-követelés (azaz a pénzforgalmi bankszámlán lévő összeg) is, vagy az elektronikusan előállított és nyilvántartott (ún. dematerializált) értékpapír is szolgálhat óvadékuul, ami fontos, hiszen az értékpapírok jelentős része ma már ilyen formában létezik. Szintén lehet óvadékuul adni egyéb vagyontárgyakat, ha ezt külön törvény lehetővé teszi. Ez alatt elsősorban a pénz- és tőkepiacon szereplő, egyéb vagyoni értékkel bíró dolgokat, jogokat kell érteni, mint például a befektetési vállalkozások által vezetett ügyfélszámla-követelés.

Az előleg: A foglalóval szemben az előleget a Ptk. nem szabályozza, így a fent leírt különleges szabályok sem alkalmazandók előleg esetén. Az előleg – hacsak a felek eltérően nem állapodnak meg – főszabályként egyszeres összegben visszajár az azt nyújtó félnek, függetlenül attól, hogy milyen okból került sor a szerződés meghiúsulására. Általában a vételárba beleszámít, de nincsen általánosan elfogadott mértéke és a bíróságnak sincs joga az összegét mérsékelni. Tekintettel arra, hogy az előlegnek nincsen szankciós következménye, inkább vételárrészletnek tekinthető, mintsem a szerződés megerősítésének.

A szerződés megerősítése történhet kötbér kikötésével is.

A kötbér: a kötelezett pénz fizetésére kötelezheti magát arra az esetre, ha olyan okból, amelyért felelős, megszegi a szerződést. Kötbér csak írásban köthető ki. A szerződés szerinti jogosult kötbérigényét attól függetlenül érvényesítheti, hogy a kötelezett szerződésszegéséből kára származott-e, vagy sem. A **pénztartozás késedelmes teljesítése** esetére kikötött kötbérre a késedelmi kamat szabályait kell alkalmazni. A **teljesítés elmaradása esetére** kikötött kötbér érvényesítése a teljesítés követelését kizárja. A késedelem esetére kikötött kötbér megfizetése nem mentesít a teljesítési kötelezettség alól. A jogosult a kötbér mellett érvényesítheti a kötbért meghaladó kárát. A felek írásban köthetik ki azt is, hogy a szerződészegésért felelős fél elveszít-e valamely jogot, amely őt a szerződés alapján egyébként megilletné. Ha a jogvesztés a kötelezettet túlságosan sújtaná, a kötelezett kérelmére a bíróság a joghátrányt adott esetben mérsékelheti.

Érdemes megjegyezni, ha nekünk tartoznak, az esetek nagy részében egyszerűen, a fizetési meghagyás (továbbiakban: „fmh”) segítségével kaphatjuk meg a pénzünket. A fizetési meghagyásos eljárás közjegyzői hatáskörbe tartozó eljárás; a pénzkövetelések behajtásának gyors és hatékony eszköze. Az „fmh” a fizetési meghagyás rövidítése, eljárási szabályait a

2009. évi L. törvény tartalmazza. Csak fmh-val érvényesíthetjük a követelésünket, ha a követelés összege a hárommillió forintot nem haladja meg, pénz fizetésére irányul és lejárt, feltéve, hogy nem tartozik a kizárt esetek közé. A fizetési meghagyásos eljárásban a közjegyző az ország egész területére illetékes. Ez azt jelenti, hogy bármelyik közjegyzőhöz benyújthatjuk a papíralapú fmh kibocsátása iránti kérelmet, illetve valamennyi közjegyzőtől kaphatunk fmh-t.

A jogi személy és az elektronikus ügyintézés és bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: E-ügyintézési törvény) alapján elektronikus ügyintézésre kötelezett egyéb személy beadványát kizárólag elektronikus úton terjesztheti elő, kivéve, ha az Fmhtv. 10. § (3) bekezdése alapján beadványához papíralapú mellékletet csatol. A MOKK elektronikus rendszere, melyen a beadványok benyújthatók, a <https://fmh.mokk.hu/> honlapról elérhető el. Azok a természetes személyek, illetve társasházak, akik jogi képviselő nélkül járnak el, szóban és írásban (papíralapon vagy elektronikusan) is előterjeszthetik kérelmüket. Az írásbeli forma mindkét esetben űrlap kitöltését jelenti. (www.mokk.hu)

7.3. A munka világot szabályozó jogforrások

Jogszabály: 2012. évi I. törvény a Munka törvénykönyve. A törvény szövege szerint e törvény a tisztességes foglalkoztatás alapvető szabályait állapítja meg a vállalkozás és a munkavállalás szabadságának elve szerint, tekintettel a munkáltató és a munkavállaló gazdasági, valamint szociális érdekeire.

Hatálya kiterjed:

A munkáltatóra.

A munkavállalóra.

A munkáltatói érdek-képviselési szervezetre.

Az üzemi tanácsra.

A szakszervezetre.

Az oktatási jegyzet a továbbiakban a 2012. évi I. törvény a Munka törvénykönyve rendelkezéseit taglalja részletesebben.

7.3.1. A Munka törvénykönyve szerint a munkajog alanya

A munkajog alanyai: A munkaviszony alanya a munkáltató és a munkavállaló.

A munkáltató az a jogképes személy, aki a munkaszerződés alapján a munkavállalót foglalkoztatja.

Munkavállaló az a természetes személy, akit a munkaszerződés alapján munkáltató foglalkoztat.

Munkavállaló az lehet, aki 16. életévét betöltötte, vagy az iskolai szünet alatt az a 15. életévét betöltött tanuló, aki nappali tagozatos képzésben részesül és tanulmányokat folytat.

Továbbá a gyámhatóság engedélye alapján a jogszabályban meghatározott kulturális, művészeti, sport, hirdetési tevékenység keretében a 16. életévét be nem töltött személy.

7.3.2. A munkaszerződés, a munkaköri leírás és a próbaidő

A munkaviszony munkaszerződéssel jön létre.

A munkaszerződés alapján:

- A munkavállaló köteles a munkáltató irányítása alapján munkát végezni.
- A munkáltató köteles a munkavállalót foglalkoztatni és munkabért fizetni.

A munkaszerződést írásba kell foglalni. Az írásba foglalás elmulasztása miatt a munkaszerződés érvénytelenségére csak a munkavállaló hivatkozhat akkor, ha a munkába lépést követő 30 napon belül teszi meg a bejelentést.

A munkaszerződés kötelező tartalma:

A munkáltató és a munkavállaló azonosító adatai

Személyi alaphár és munkakör (minimális tartalmi elemek)

A munkaszerződés időtartama (határozott/ határozatlan, ennek hiányában határozatlan idejű szerződés jön létre)

A munkavállaló munkahelyét, ennek meghatározásának hiányában munkahelynek azt a helyet kell tekinteni, ahol a munkavállaló munkáját szokás szerint végzi.

A munkarendet (pl.4, 6, 8 óras)

Próbaidőt (maximum 90 nap)

A munkaviszony kezdetét is a munkaszerződésben kell meghatározni. Ennek hiányában a munkaviszony kezdete a munkaszerződés megkötését követő nap.

A munkaköri leírás

A munkaköri leírás a munkaszerződés melléklete. Meghatározza a munkavállaló teendőit, az egyes munkakörök kapcsolódási pontjait, illetve a teljesítményértékelési rendszer alapjait.

Általában a következő pontokat kell tartalmaznia:

A munkakör megnevezése

A munkaköri leírás elkészültének dátuma

Az összeállító és a jóváhagyó neve és aláírása

A munkavállaló aláírása

Emellett meghatározza a munkakör betöltésének feltételeit.

A **próbaidő**: tartama általában harminc nap. A szerződő felek ennél rövidebb vagy hosszabb, de legfeljebb 90 napig terjedő próbaidőben is megállapodhatnak. A próbaidő alatt a munkaviszonyt bármelyik fél azonnali hatállyal indoklás nélkül megszüntetheti.

7.3.3. A munkáltató írásbeli tájékoztatási kötelezettsége

A munkáltató legkésőbb a munkaviszony kezdetétől számított 15 napon belül írásban tájékoztatja a munkavállalót:

A napi munkaidőről, a munkáltatói jogkör gyakorlójáról.

Az alapbéren túli munkaberről és juttatásokról.

A bérfizetés rendjéről és a kifizetés napjáról.

A munkakörbe tartozó feladatokról.

A rendes szabadság mértékéről, számítási módjáról.

A felmondási időről.

A munkáltató a kollektív szerződés hatály alá tartozik-e.

7.3.4 A munka díjazása

A munkavállaló bérezése pénzbeli és természetbeni juttatások lehetnek.

A munkavállalónak munkaviszonya alapján a munkáltatótól munkabér jár és **minden ettől eltérő megállapodás érvénytelen.**

A Munka Törvénykönyve is tartalmazza az **egyenlő munkáért egyenlő bér alapelvét**, amelyet a munkáltatónak a bérek meghatározásakor maradéktalanul figyelembe kell venni.

A munkabér időbérként vagy teljesítménybérként, illetve a kettő összekapcsolásával állapítható meg, azonban a munkaszerződésben meghatározott személyi alaptét minden esetben, időbérben kell meghatározni.

Alaptétként legalább a kötelező legkisebb minimáltét, valamint a garantált bérminimumot kell érteni. Ezek összegét évente a Kormány állapítja meg a Nemzeti Gazdasági és Társadalmi Tanácsban folytatott konzultációt követően.

A Kormány 367/2019. (XII. 30.) rendelete a kötelező legkisebb munkabér (minimáltét) és a garantált bérminimum megállapításáról az alábbiak szerint rendelkezik:

Minimálbér és garantált bérminimum 2022.01.01-jétől:

Megnevezés	Minimálbér	Garantált bérminimum
Havibér	200.000 Ft/hó	260.000 Ft/hó
Hetibér	45.980 Ft/hét	59.780 Ft/hét
Napibér	9.200 Ft/nap	11.960 Ft/nap
Órabér	1.150 Ft/óra	1.495 Ft/óra

Fizetendő összegek MINIMÁLBÉR alkalmazásánál

Megnevezés	Vállalkozói kivét esetén		Munkabérenél	
	Alap	Összeg	Alap	Összeg
Szja 15 %	200.000,- Ft	30.000,- Ft	200.000,- Ft	30.000,- Ft
Tb-járadék 18,5 %	200.000,- Ft	37.000,- Ft	200.000,- Ft	37.000,- Ft
Nettó jövedelem		133.000,- Ft		133.000,- Ft
Szoc.ho adó 13 %	225.000,- Ft (alapja a min.bér 112,5 %-a)	29.250,- Ft	200.000,- Ft	26.000,- Ft
NAV-nak utalandó összesen		96.250,- Ft		93.000,- Ft

Fizetendő összegek GARANTÁLT BÉRMINIMUM alkalmazásánál

Megnevezés	Vállalkozói kivét esetén		Munkabérenél	
	Alap	Összeg	Alap	Összeg
Szja 15 %	260.000,- Ft	39.000,- Ft	260.000,- Ft	39.000,- Ft
Tb-járadék 18,5 %	260.000,- Ft	48.100,- Ft	260.000,- Ft	48.100,- Ft
Nettó jövedelem		172.900,- Ft		172.900,- Ft
Szoc.ho adó 13 %	292.500,- Ft (alapja a gar.bérmin. 112,5 %-a)	38.025,- Ft	260.000,- Ft	33.800,- Ft
NAV-nak utalandó összesen		125.125,- Ft		120.900,- Ft

Teljesítménybérezésnél a teljesítménykövetelmények százszázalékos és a teljes munkaidő teljesítése esetén a teljes munkaidőben foglalkoztatott munkavállaló havi munkabérének (tisztá teljesítménybér, illetve garantált bér és teljesítménytől függő mozgóbér együttes) kötelező legkisebb összegének el kell érnie a fentiekben bemutatott minimálbérrre, illetve garantált bérminimumra vonatkozó összegeket.

Részmunkaidő esetén a fent meghatározott havi, heti és napi bértételt a munkaidő eltérő mértékével arányosan csökkentve kell figyelembe venni.

A rendelet hatálya kiterjed minden munkáltatóra és munkavállalóra.

További **lényeges szabály** a munka díjazása kapcsán, hogy a munkavállaló a munkáltató előzetes engedélye nélkül harmadik személytől díjazást a munkaviszonyban végzett tevékenységéért nem fogadhat el (például borralaló elfogadása a vendéglátásban, vagy a hálapénz az egészségügyben).

A pótlékokról

A munkavállalót meghatározott esetekben alaphéren felül bérpótlék illeti meg.

A bérpótlék számítási alapja a munkavállaló személyi alaphére.

Ilyen pótlékok lehetnek például:

- Éjszakai munkavégzés
- Múszakpótlék
- Megszakítás nélküli munkarend
- Rendkívüli munkavégzés (túlmunka, túlóra)
- Pihenőnapon, pihenőidőben végzett munka esetén a pótlék
- Készenlét
- Ügyelet

A munkavállalónak meghatározott esetekben távolléti díj jár

Amíg a munkavállaló állampolgári kötelezettségét teljesíti (például bíróságon tanúskodik)

Közeli hozzátartozója halálakor,

A kötelező orvosi vizsgálat idejére

Véradás miatt legfeljebb négy órára

A szabadság időtartamára

Ha a munkavállaló a **munkáltató hibája miatt** nem tud munkát végezni, az emiatt kiesett munkaidőre (állásidő) személyi alaphére illeti meg.

Rendkívüli munkavégzés miatt kiegészítő kereset is jár, abban az esetben, ha a munkavállaló a tárgyévet megelőző évben több mint ötven óra - a munkaidő-beosztástól eltérő, illetve a munkaidőkereten felül elrendelt - rendkívüli munkavégzést teljesített.

Béren felüli juttatások lehetnek:

Tanulmányi Szerződés

Tanulmányi szerződés alapján a munkáltató a munkavállaló meghatározott tanulmányai folytatásához nyújt segítséget (pl.: ösztöndíj)

Költségtérítés

A munkába járással összefüggő költségeket külön jogszabály szerint lehet téríteni.

Munkaruha

Ha a munka a ruházat nagymértékű szennyeződésével vagy elhasználódásával jár, a munkáltató munkaruhát biztosíthat. Továbbá egyes munkakörök betöltéséhez a munkáltató támogatást nyújthat pénzbeli hozzájárulás, vagy utalvány formájában.

Béren kívüli juttatások lehetnek még:

A munkavállaló részére meghatározott esetekben a munkáltató támogatást nyújthat:

Kulturális, jóléti, iskoláztatási, egészségügyi szükségletek, a munkavállalók életkörülményeinek javítását szolgáló kiadásokra.

Például: Étkezési, üdülési, kultúra, utazási utalvány, egészségbiztosítási pénztári befizetés stb. (részletesen lásd az előzőekben cafetéria).

7.3.5. A munkavégzés előírásai munkavállalói jogok és kötelezettségek

A munkavállaló jogai

A munkavállaló személyhez fűződő jogainak tiszteletben tartására vonatkozó jog (adatai tárolása, védelme, felhasználása, gyűjtése, megsemmisítése)

Az egyenlő bánásmód követelményének betartására (nő/ férfi, azonos munkáért azonos bér stb.) vonatkozó deklarált jog

Munkavállaló a munkaszerződés megkötésekor kialakított bérét, jogosult munkavégzése fejében munkáltatójától kérni a megegyezés szerinti módon és ütemezésben.

Munkavállaló jogosult és köteles megtagadni munkáltatója utasítását, ha az bizonyíthatóan saját, vagy környezete egészségét, testi épségét, életét súlyosan veszélyezteti, vagy a munkavégzés a munkaviszonyra vonatkozó szabályba ütközik. A munkavégzés megtagadásáról a munkáltatót haladéktalanul értesíteni kell.

A munkavállalónak a munka megtagadását követően is a munkáltató rendelkezésére kell állnia.

A munkavállaló kötelezettségei

Munkavállaló köteles a munkáltató által előírt helyen és időben, munkára képes állapotban megjelenni.

Munkaideje alatt a munkáltató rendelkezésére állni.

Munkáját személyesen, a tőle elvárható szakértelemmel és gondossággal ellátni.

Munkatársaival együtt működni, munkáját úgy végezni, hogy az más egészségét, testi épségét ne veszélyeztesse, más munkáját ne zavarja, anyagi károsodását, vagy helytelen megítélését ne idézze elő.

A munkavállaló továbbá köteles a munkája során tudomására jutott üzemi, üzleti titkot, valamint a munkáltatóra, illetve tevékenységére vonatkozó alapvető fontosságú információkat megőrizni.

A munkáltató által kijelölt tanfolyamon, vagy továbbképzésen részt venni, szakmai fejlődéséről gondoskodni.

A munkáltató jogai értelemszerűen megegyeznek a munkavállalónál felsorolt kötelezettségek betartásával. Ezen kívül fontos, hogy ugyan nem minden munkaszerződésbe foglalják bele külön, de a Munka törvénykönyve alapján **a munkavállaló a munkaidőn túl is** köteles olyan magatartást tanúsítani, amellyel nem sérti munkáltatójának jó hírnevét, valamint nem veszélyezteti vele gazdasági érdekeit és a létesített munkaviszony célját. A szabály értelmében szabadidejében sem viselkedhet úgy a munkavállaló, amely rossz fényt vetne munkaadójára és ezt a munkáltató számonkérheti, szankcionálhatja. Ehhez köthető a véleménynyilvánítás jogának gyakorlása is, vagyis ezt nem gyakorolhatja úgy a munkavállaló, hogy azzal sértse a munkáltató jó hírnevét, valamint gazdasági érdekeit. A másik fontos terület **a munkáltató érdekeit védő titoktartási kötelezettség**. Gyakran előfordul, hogy titoktartási szerződést íratnak alá a munkavállalóval a munkaviszony létesítésének keretein belül. Ezt az indokolja, hogy bármilyen információ, amely a munkavégzés során a munkavállaló tudomására jut, és kiszivárgása veszélyeztetné a munkáltató gazdasági érdekeit, üzletpolitikáját, érdekeit, ne láthasson napvilágot. A titoktartási nyilatkozatban vállalt kötelezettségek megszegését a munkáltató súlyosan szankcionálhatja. A munkavállaló titoktartási kötelezettsége nem vonatkozik az olyan esetekre, amikor jogszabály alapján adatszolgáltatási és tájékoztatási kötelezettség terheli az állampolgárt. Hasonlóképpen nem terjed ki a titoktartási kötelezettség a közérdekből nyilvánosságra hozandó információkra sem.

A munkáltató kötelezettségei

A munkavállalót a munkaszerződés és a munkaviszonyra vonatkozó szabályok szerint foglalkoztatni, a munkavégzéshez szükséges feltételeket biztosítani.

A munkavállaló munkavégzés során felmerült indokolt költségeit megtéríteni.

Biztosítani az egészséget nem veszélyeztető és biztonságos munkavégzés követelményeit.

A munkáltató köteles ingyenesen biztosítani a munkavállaló alkalmassági vizsgálatát.

A fogyatékossgal élő személy foglalkoztatása során gondoskodni az ésszerű alkalmazkodás feltételeinek biztosításáról.

A munkavállalót olyan munkára alkalmazni, amely testi alkatára és fejlettségére tekintettel rá hátrányos következményekkel nem jár.

7.3.6. A munkaidő, a munkarend, a pihenőidő és a szabadság

Munkaidőnek a munkavégzésre előírt munkaidő kezdetétől annak befejezéséig tartó idő, valamint az előkészítő és befejező munkák időtartama minősül.

Nem minősül munkaidőnek a munkaközi szünet időtartama, valamint a lakó- és tartózkodási helyről a munkavégzés helyére történő utazási időtartama. A munkarendet a munkáltató állapítja meg, ahhoz a munkavállaló hozzájárulására nincs szükség.

Van lehetőség munkaidőkeret bevezetésére is, melynél a maximális megengedett időtartam négy hónap vagy tizenhat hét. Egy munkanapra legalább négy, de legfeljebb tizenkét munkaóra osztható be, a heti munkaidő legfeljebb negyvennyolc óra lehet. Az általános, teljes napi munkaidő azonban **továbbra is 8 óra**.

Az általános munkarend szerint a munkaidőt heti 5 napra, hétfőtől péntekig lehet beosztani, de ettől a munkáltató eltérhet. (Lehetséges módok: 4, 6 órás foglalkoztatás, rugalmas munkaidő, távmunka stb.) A munkaidő-beosztást legalább két nappal korábban, legalább egy hétre előre írásban kell közölni a munkavállalóval.

Munkaközi szünet:

Hat órát meghaladó munkaidő esetén 20 perc.

Kilenc órát meghaladó munkaidő esetén további 25 perc.

Napi pihenőidő:

A munkavállaló részére a napi munkájának befejezése és a következő napi munkakezdés között legalább 11 óra egybefüggő napi pihenőidőt kell biztosítani. (Kivéve osztott, megszakítás nélküli, többműszakos, vagy idényjellegű foglalkoztatás esetén. Ekkor a napi pihenőidő 8 óra!)

Heti pihenőidő:

A munkavállalót a heti pihenőnapok helyett hetenként legalább 48 órát kitevő, megszakítás nélküli heti pihenőidő illeti meg. A heti pihenőidőt havonta legalább egy alkalommal vasárnapra kell beosztani.

Heti pihenőnap:

A munkavállalót heti 2 pihenőnap illeti meg.

Hat munkanap után egy pihenőnap kiadása kötelező, havonta egy pihenőnapnak mindenképpen vasárnapra kell esnie.

A fentiekől eltérő foglalkoztatás törvényellenes és szankcióköteles.

7.3.7. A munkaviszony megszűnése és megszüntetése**A munkaviszony megszűnik:**

A munkavállaló halálával

A munkáltató jogutód nélküli megszűnésével

A határozott idő lejártával

A munkaviszony megszüntetése:

Közös megegyezéssel

Felmondással

Azonnali hatályú felmondással

Közös megegyezéssel:

A munkáltató és a munkavállaló bármikor megszünteti mind a határozatlan, mind a határozott időre kötött munkaszerződést közös megegyezéssel. A közös megegyezést írásba kell foglalni.

Felmondással:

A munkaszerződés felmondását a munkáltató és a munkavállaló is kezdeményezheti. A felmondást írásba kell foglalni.

A munkáltató köteles a felmondást megindokolni, amely ok a munkavállaló magatartásával (szabályok megszegése), képességeivel (alkalmasság), illetve a munkáltató működésével (átszervezés, létszámcsökkentés) összefüggő ok lehet.

A munkáltató a határozott időtartamú munkaviszonyt indokollással felmondással is megszüntetheti a munkavállaló képességeire alapított okból, vagy ha a munkaviszony fenntartása elháríthatatlan külső ok miatt lehetetlenné válik.

Nem szüntetheti meg felmondással a munkáltató a munkaviszonyt:

A gyermek gondozása céljából igénybe vett fizetés nélküli szabadság alatt.

A tényleges önkéntes tartalékos szolgálatteljesítés, valamint

A nő jogszabály szerinti, emberi reprodukciós eljárással összefüggő kezelésének, de ennek legfeljebb első hat hónapjára (lombikbébi program)

A munkavállaló keresőképtelensége (betegsége, táppénzes állománya) 2012. július 1-jétől kezdődően már nem minősül felmondási védelemnek!

A felmondási idő minimum harminc nap, húsz év munkaviszony után maximum kilencven nap. A felmondási idő felére - munkáltatói felmondás esetén - a munkavállalót a munkavégzés alól fel kell menteni.

A végkielégítés összege: hároméves munkaviszony után egyhavi, huszonöt éves munkaviszony után pedig hat havi távolléti díj illeti meg a munkavállalót.

Azonnali hatályú felmondás:

Azonnali hatályú felmondással mind a munkáltató, mind a munkavállaló élhet. A felmondást írásba kell foglalni.

Azonnali hatályú felmondásra a munkaviszonyból származó lényeges kötelezettség szándékos vagy súlyos gondatlansággal történő megszegése vagy olyan magatartás tanúsítása miatt lehetséges, amely a munkaviszony fenntartását lehetetlenné teszi.

Az azonnali hatályú felmondás jogát az ennek alapjául szolgáló okról való tudomásszerzéstől számított tizenöt napon, legfeljebb azonban az ok bekövetkeztétől számított egy éven belül, bűncselekmény elkövetése esetén a büntethetőség elévüléséig lehet gyakorolni.

Ha a munkavállaló mond fel azonnali hatállyal, a munkáltató köteles a felmentési időre járó távolléti díjat, illetve végkielégítést fizetni.

Azonnali hatályú felmondással bármely fél megszüntetheti a munkaviszonyt a próbaidő alatt, és határozott idejű munkaviszony alatt is. A próbaidő alatti, valamint a határozott idejű munkaviszony azonnali hatályú felmondását nem kell megindokolni.

7.3.8. A kártérítési felelősség

Kártérítési felelősség

A munkáltató köteles megtéríteni a munkavállalónak a munkaviszonnyal összefüggésben okozott kárt. Mentésül a fizetés és a felelősség alól, ha bizonyítja, hogy a kárt kizárólag a károsult magatartása okozta, vagy ha a munkáltató a bekövetkezett kár elhárítására nem készülhetett, annak elhárításával számolni nem tudott.

A munkavállaló a munkaviszonyból származó kötelezettségének megszegésével okozott kárt köteles megtéríteni, ha nem úgy jár el, ami az adott helyzetben tőle elvárható lenne. A kárt, valamint az okozati összefüggést a munkáltatónak kell bizonyítania. Szándékos, vagy súlyosan gondatlan károkozás esetén a teljes kárt kell megtéríteni. Egyéb esetben a munkavállaló maximum 4 havi illetménye erejéig felel.

7.4. A szakszervezetek

Szakszervezet fogalma: A munkavállalóknak minden olyan szervezete, amelynek elsődleges célja a munkavállalók érdekeinek megvédése.

A szakszervezet joga, hogy a munkavállalókat anyagi, szociális és kulturális, valamint élet és munkakörülményeiket érintő jogaikról és kötelezettségeikről tájékoztassa, a szakszervezet a munkaügyi kapcsolatokat és a munkaviszonyt érintő körben tagjait a munkáltatóval szemben, illetőleg az állami szervek előtt képviselheti.

Tájékoztatási jog

A szakszervezet a munkáltatótól minden olyan kérdésben tájékoztatást kérhet, amely a munkavállalók munkaviszonnyal összefüggő gazdasági és szociális érdekeivel kapcsolatos.

Jogosult a munkáltatói intézkedéssel (döntéssel) kapcsolatos álláspontját, véleményét a munkáltatóval közölni, továbbá ezzel összefüggésben konzultációt kezdeményezni.

Szakszervezeti kifogás

Amennyiben a szakszervezet él azon jogával, hogy a munkáltató intézkedésével, működésével kapcsolatos álláspontját vagy észrevételeit a munkáltatóval közölje, a munkáltató ezen észrevételekre vonatkozó álláspontját harminc napon belül köteles a szakszervezettel közölni. A szakszervezet észrevétele, kifogása nem maradhat válasz nélkül.

Munkaidő kedvezmény érdekképviselési tevékenység ellátásakor

A munkavállalót szakszervezeti érdekképviselési tevékenységének ellátása érdekében munkaidő kedvezmény illeti meg, illetve mentesül a munkavégzés alól a munkáltatóval folytatott konzultáció időtartamára.

A munkaidő kedvezmény mértéke: a munkáltatóval munkaviszonyba álló minden két szakszervezeti tag után havi 2 óra (Tárgyév január 1- i taglétszám alapján).

7.5. Kollektív szerződés

Kollektív szerződést köthet a munkáltató, valamint a szakszervezet abban az esetben, ha tagjainak száma eléri a munkavállalók létszámának 10%- át. A kollektív szerződés szabályozhatja a munkaviszonyból származó, vagy ezzel kapcsolatos jogokat és kötelezettségeket, a felek jogaik gyakorlásával, kötelezettségeiknek teljesítésével kapcsolatos magatartásokat.

A kollektív szerződés rendelkezhet például: kiegészítő juttatásokról, előmenetelről, tanulmányok támogatásáról, jubileumi jutalmazásról, vezetői kiegészítő pótlékokról, juttatásokról stb.

A kollektív szerződést írásba kell foglalni. Hatálya a munkáltatóval munkaviszonyba álló **valamennyi munkavállalóra kiterjed**. A kollektív szerződés a kihirdetés napján lép hatályba.

A kollektív szerződés megszűnik: a határozott idő lejártával, vagy ha határozatlan időre kötötték, akkor 3 hónapos felmondási idővel mondható fel. A felmondási jog a kollektív szerződés megkötésétől számított 6 hónapon belül nem gyakorolható.

Szakirodalomjegyzék

Bencsik Andrea: A tudásmenedzsment elméletben és gyakorlatban Akadémiai Kiadó Zrt. 2015.

Chikán Attila: Vállalatgazdaságtan AULA KIADÓ KFT 2008.

Golubeff Lóránt - Juhász Péter - Wimmer Ágnes: Akik a világot mozgatják - Üzleti gondolkodók ALINEA KIADÓ 2009.

Antal Zsuzsanna - Dobák Miklós: Vezetés és szervezés - Szervezetek kialakítása és működtetése Akadémiai Kiadó Zrt. 2016.

Farkas Ferenc: A változásmenedzsment elmélete és gyakorlata Akadémiai Kiadó Zrt. 2013.

Herminia Ibarra: Cselekedj vezetőként, gondolkodj vezetőként Lábnyom Kiadó 2015.

Balaton Károly - Hortoványi Lilla - Incze Emma - Laczkó Márk - Szabó Zsolt Roland - Tari Ernő: Stratégiai menedzsment Akadémiai Kiadó Zrt. 2014.

Farkasné Fekete Mária - Molnár József: Mikroökonómia Szaktudás Kiadó 2006.

Dedák István: Makroökonómia - Elmélet és gazdaságpolitika SALDO Zrt 2010.

Csaba László: Európai közgazdaságtan Akadémiai Kiadó Zrt. 2014.

Stefan Kassay: Vállalat és vállalkozás IV. - Belső folyamatok - A gyártási adottságok kialakítása és a folyamatok tökéletesítése Gondolat Kiadói Kör 2016.

N. Gregory Mankiw: A közgazdaságtan alapjai OSIRIS Kiadó Kft. 2011.

Zvi Bodie - David L. Cleeton - Robert C. Merton: A pénzügyek közgazdaságtana OSIRIS Kiadó Kft. 2011.

Niall Ferguson: A pénz felemelkedése - A világ pénzügyi történelme SCOLAR Kft. 2016.

Tóth Mihály: Facebook marketing - Útmutató a közösségi marketinghez Marketing Kiadó 2013.

Tóth Mihály: Online marketing - Útmutató az internetes vevőszerzéshez Netkreativ.hu 2012.

Piskóti István: Businessmarketing-menedzsment - Üzleti döntések, kapcsolatok marketingtámogatása Akadémiai Kiadó Zrt. 2014.

Gyulavári Tamás - Mitev Ariel Zoltán - Neulinger Ágnes - Neumann-Bódi Edit - Simon Judit - Szűcs Krisztián: A marketingkutató alapjai Akadémiai Kiadó Zrt. 2015.

Papp-Váry Árpád: Márkázott szórakoztatás A termékmegjelenítés nemzetközi és hazai alkalmazása Akadémiai Kiadó 2014.

Papp-Váry Árpád: JPÉ marketing - Elmélet és gyakorlat józan paraszti ésszel BKF-Százdévkönyv Kiadó 2009.

Horváth Dóra – Bauer András : Marketingkommunikáció – Stratégia, új média, fogyasztói részvétel Akadémiai Kiadó Zrt. 2013.

Virányi Péter: Reklámszociológia Gondolat Kiadói Kör 2010

Veress Gábor, Birher Nándor, Nyilas Mihály, A minőségbiztosítás filozófiája, Jel Kiadó, 2014.

Svéhlik Csaba: Marketing a 21. században - Kihívások, trendek, szemléletváltás Kheops Kiadó 2007.

Bíró Péter: Cégvezetés és marketing az e-korban T.Bálint Kiadó 2011.

Dr. Józsa László: Marketingstratégia - Második, átdolgozott kiadás Akadémiai Kiadó, 2014.

Ácsné Molnár Judit, Pölöskei Pálné: Társasági adó 2017. SALDO Kiadó 2017.

Burján Ákos, Dr. Fellegi Miklós, Dr. Galántainé Dr. Máté Zsuzsanna, Dr. Kovácsné Dr. Sipos Ágnes: Adóismeretek SALDO Kiadó 2017.

Surányi Imréné: Cafetéria 2017. SALDO Kiadó 2017.

Dr. Békés Balázs, Dr. Bod Péter Ákos, Czinege Attila, Dr. Csátaljay Zsuzsanna, Domokos László, Dr. Hajnal Péter, Hárs Orsolya, Dr. Heinemann Csilla, Dr. Herich György, Huszárné Dr. Oláh Éva, Dr. Kenyeres Sándor, Kolta Ádám, Dr. Magyar Csaba, Dr. Molnár Gábor Miklós, Pankucsi Zoltán, Rabb Andrea, Dr. Réti László, Sike Olga, Dr. Sinku Pál, Dr. Szarvák Jenő, Tamásné Czinege Csilla, Dr. Tolnai Gábor, Vidra István, Villányi-Kollár Károly Dusán: Adócockázatok, különös tekintettel az áfára SALDO Kiadó 2017.

Görög Ibolya: Protokoll az életem Athenaeum Kiadó Kft. 2014.

Kepes Ágnes - Dr. Sille István: Gyakorlati protokoll - hoszteszeknek, rendezvényszervezőknek Akadémiai Kiadó Zrt. 2015.

Dr. Sille István: Illem, etikett, protokoll Akadémiai Kiadó Zrt. 2015.

www.konyveles.org

www.nav.gov.hu

www.munkaugyiforum.hu

www.hrportal.hu

www.portfolio.hu

www.piacessprofit.hu

www.mk.hu

www.egyenivallalkozasinfo.konyvelesnet.hu

www.konyvelozona.hu

www.bvk.hu

www.marketing.hu

www.gprotokoll.hu

www.magyarorszag.hu

www.net.jogtar.hu

www.jogiportal.hu