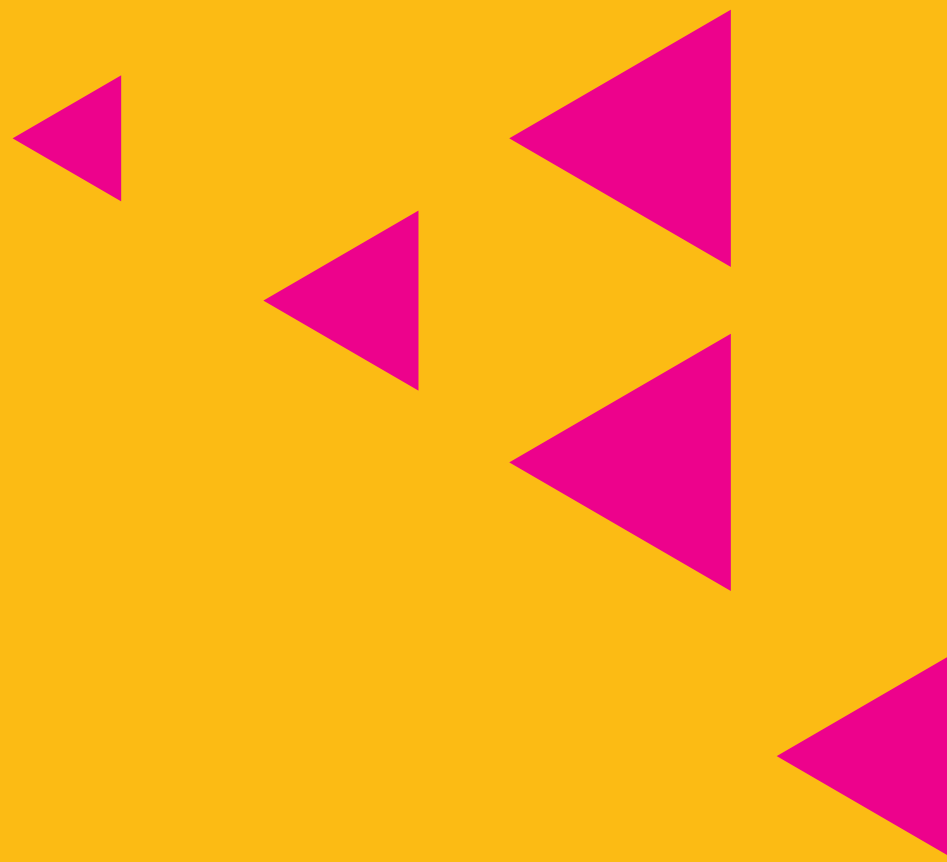




HEPA

HOGYAN LEGYÜNK SIKERES EXPORTŐRÖK?

EXPORT KISOKOS SOROZAT



**HOGYAN LEGYÜNK
SIKERES EXPORTŐRÖK?**



HEPA

Magyar Exportfejlesztési
Ügynökség

Több mint Export

Tisztelt Érdeklődő!

Sok kis- és középvállalkozás növekedésének kulcsa az ország határain túli kereslet kiszolgálása lesz. A külpiacra lépés piaci előnyhöz juttatja a gazdasági társaságokat, ugyanakkor fontos ismerni az export tevékenységgel járó nehézségeket is. A sikeres exporttevékenységhez elengedhetetlen a célpiacok alapos feltérképezése, a kereslet és a szabályozási környezet alapos megismerése.

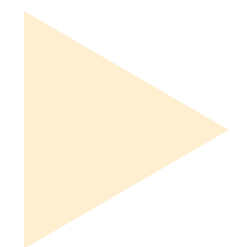
A HEPA Magyar Exportfejlesztési Ügynökség Exportakadémia Képzési Központja és az Enterprise Europe Network gondozásában megjelenő Export Kisokos sorozatát azzal a céllal indítottuk el, hogy a hazai vállalkozóknak a mindennapokban használható gyakorlati tudáselemeket adjunk át. Kiadványainkban közérthető, gyorsan áttekinthető formában mutatjuk be az export piacra lépés legfontosabb mérföldköveit, kockázati tényezőit, valamint az export stratégia fejlesztés alapvető döntési pontjait.



Küldetésünknek tekintjük, hogy a HEPA gyakorlati üzletfejlesztési szolgáltatásain keresztül bővítsük külpiacokon is sikeres hazai kis- és középvállalkozások körét. Exportakadémia Képzési Központunk felnőttképzési engedély mellett kínálja moduláris felépítésű képzéseit, melyek jelenléti, online és e-learning formában is elérhetőek.

A HEPA kiterjedt kapcsolati hálójával bír mind idehaza, mind külföldön. Ügynökségünk látja el az Európai Bizottság vállalkozásfejlesztési hálózatának, az Enterprise Europe Network képviselőjét a Közép- és Észak-Magyarország régióban. A hálózaton keresztül több, mint 60 ország szakértőit tudjuk bevonni akár üzleti, akár technológiai partnerkeresésbe, finanszírozási és szellemi tulajdonvédelmi kérdésekbe.

EXPORT
AKADÉMIA
POWERED BY HEPA



*Éljen Ön is a lehetőséggel!
Szerezzen friss tudást, kérje tanácsadóink segítségét
a külpiacra lépés tervezéséhez, megvalósításához!*

HEPA Magyar Exportfejlesztési Ügynökség

Felkészülés a nemzetközi terjeszkedésre

A nemzetközi terjeszkedés nagyszerű lehetőséget nyújt a hazai kis- és középvállalkozások (kkv-k) számára, hogy termékeik, szolgáltatásaik külföldön is ismertté váljanak. Annak érdekében, hogy vállalata készen álljon az exporttevékenység megkezdésére, számos lépést kell megtenni a tervezéstől a megvalósításig.

Jelen kiadványunkban, számba vesszük, a sikeres exporttevékenység megkezdéséhez szükséges első és legfontosabb lépéseket.



A globális értékláncok világában termékünk vagy szolgáltatásaink sok esetben beépülnek egy beszállítói láncba. Az ellátási láncok működését, szabályozását kisvállalkozásként is érdemes ismernünk, és számos előírását be kell tartanunk. A globalizációnak számos előnye is van: a helyi vállalatok így könnyebben meg tudnak jelenni az exportpiacokon. A külföldi piacokra lépés szóba jöhet, ha a hazai piacon már sikeresek vagyunk, vagy ha a magyar piac már kicsinek, vagy valamilyen okból nem megfelelőnek bizonyul. Egyedi, magas minőségben készített termékek esetében ez például gyakran előfordul.

Ha sikeres exportőrök szeretnénk lenni, stratégiai szinten kell átgondolnunk, hogy melyik piacon, milyen termékkel és milyen módon jelenjünk meg. Fontos, hogy alkalmazkodjunk az adott piaci igényekhez és a versenytársakhoz.

Ne sajnáljuk az időt a piackutatásra és a versenytársak feltérképezésére, valamint az adott piac lehetőségeit és veszélyeit is mérlegeljük. A piacok jelentősen különbözhetnek egymástól szabályozásban, kultúrában, gazdasági környezetben, vevői ízlésben, érzékenységben, fizetési fegyelemben.

Indulás előtt

Mielőtt külföldre lépünk, előtte fontos feltennünk magunknak az alábbi kérdéseket, hogy felmérjük, cégünk alkalmas-e arra, hogy exportáljon.

1. Van-e olyan terméke, szolgáltatása a cégnek, amellyel ki tud lépni a külföldre, és ennek érdekében nem sajnáljuk az időt, pénzt arra, hogy ezt feltérképezzük? Van-e rá kereslet?
2. Kihez fordulhatunk, hogy megfelelő partnert találjunk a külföldön?
3. Van-e megfelelő kapacitása a cégnek arra, hogy a kívánt mennyiségben tudjon előállítani, biztosítani terméket vagy szolgáltatást?
4. Van-e megfelelő pénzügyi háttere (saját forrás, hitelkeret, pályázati pénz, stb.), amelyet felhasználhat?
5. Van-e megfelelő humán erőforrásbeli kapacitás a cégben az export előkészítéséhez, lebonyolításához?
6. Rendelkezésre áll megfelelő szaktudás a cégnél? (külkereskedelmi ismeretek, nyelvtudás)
7. Mi szükséges az áruk sikeres szállításához és a tranzakció befejezéséhez?
8. Ha nincs ilyen szakemberünk, akkor van-e olyan külső partner, akire szükség esetén támaszkodhatunk? Esetleg van forrásunk, keretünk plusz munkaerő alkalmazására?
9. Befér az eredeti üzleti tervünkbe?



A fenti kérdéseken túl gondoljuk végig, hogy kire és mire tudunk támaszkodni a sikeres exportügylet előkészítésében és lebonyolításában. Ha mindenre megvan a válaszunk, gondoljuk át még egyszer, hogy valóban exportőrré akarunk-e válni, vállaljuk-e annak a kockázatát, hogy ismeretlen környezetben méretetjük meg magunkat és a termékeinket?

Az első lépések: Piacra lépési stratégia megalkotása

Nagyszerű! Eldöntöttük, hogy exportórré akarunk válni, és vállaljuk a kockázatokat is. Elérkeztünk a stratégia készítés pontjához. Exportpiaci stratégia megalkotásában érdemes kikérni azok tanácsát, akik az adott piacon megfelelő helyismerettel rendelkeznek.

A sikeres exportpiaci jelenlét legfontosabb elemei az alábbiak:

megfelelő mélységű piacelemzésre alapozott exportstratégia

helyi kapcsolatok feltérképezése és kiépítése

a termék vagy szolgáltatás típusához legjobban illeszkedő (online/offline) megfelelő mennyiségű és minőségű eladási csatornákhöz való hozzáférés

adott piacon megfelelően megkülönböztetett termék

exportpiac kultúrájához igazított marketingtevékenység

megfelelő jövőkép: tudjuk, hogy mi a rövid és hosszú távú célunk az exportpiacon

rugalmasság, alkalmazkodás a piaci igényekhez és azok változásaihoz

üzlethez igazodó infrastruktúra

termék/szolgáltatás szabadalmaztatása a helyi piacon

exportpiachoz illeszkedő üzleti értékesítési modell kiválasztása

a kezdeti nehézségeken átsegítő finanszírozási háttér (akár professzionális tőkebefektető bevonása)

türelem és kockázatvállalás

Az alábbi pontok szerint gondoljuk végig a külpiacra vezető lépéseket:

Válasszuk ki a célországot!

Tudjunk meg minél többet az adott ország gazdasági, jogi és piaci környezetéről.

Mérjük fel versenytársainkat!

Jó eséllyel néhányat már ismerünk a hazai piacról is, ennek ellenére egy másik országba való belépéshez ez elengedhetetlen. Végezzünk legalább online kérészt és ismerjük meg az adott piac főbb szereplőit.

Alakítsuk ki a stratégiát!

El kell döntenünk, hogy milyen üzleti modellt szeretnénk megvalósítani, a különböző belépési szintek közül melyik az, amelyet rövid- vagy hosszútávon reális célként tudunk kitűzni vállalkozásunk elé. Ehhez a modellhez kell igazítanunk majd az adott piacon alkalmazandó marketingstratégiánkat is.

Keressünk helyi szakértőket!

Gondoljuk végig a külpiaci értékesítés logisztikai kérdéseit. E területen számtalan előre nem látott buktató adódhat, így nélkülözhetetlen lesz számunkra a helyi viszonyokat jól ismerő szaktudás.

Legyünk jelen a piacon!

Nem csak marketinggel és kommunikációval, hanem személyesen is. Legalább évente utazzunk oda, találkozzunk helyi értékesítési vagy kommunikációs partnereinkkel és tartsuk nyitva a szemünket: a piacok – így a körülmények, jogszabályok és maguk a vásárlók is – állandóan változnak, így cégünk megjelenését is folyamatosan alakítanunk, fejlesztenünk kell.

Piackutatás a kiválasztott célpiacon:

- Ingyenes piackutatást végezhetünk mi magunk is különböző ingyenes, online oldalakon.
- Ezekon az oldalakon tanulmányozhatjuk az adott ország kereskedelmi szabályzásait, amiket figyelembe kell vennünk.



Következő lépés: a megfelelő partner megtalálása és kiválasztása

- Ehhez a lépéshez elengedhetetlen az online jelenlét. (Vagyis alapkövetelmény egy olyan honlap elkészítése, ami minimum kétnyelvű (de fontos, hogy a célpiacra beszélt nyelv is elérhető legyen).

A honlapot érdemes profi honlap készítőre bízni, hiszen ez lesz az első benyomás, amit külföldi partnerünk szerez rólunk.

- Tervezzük meg, és alakítsuk ki online és offline piacra lépési marketing stratégiánkat. Ehhez célszerű az ún. 4 P marketing vagy egyéb marketing stratégiai tervezési módszertanokat alkalmazni. Online és akár nyomtatott, vagy egyéb offline marketingeszközök kombinált alkalmazásával és célzott megjelenítésével hatékonyabban ki tudjuk választani, hogy ki a termékünk potenciális vevője, hogy milyen értékesítési útvonalon jutunk el hozzá hatékonyan.
- Fontoljuk meg a részvételt nemzetközi kiállításokon, vásárokon, ahol lehetőség van a személyes találkozásokra a potenciális vásárlókkal. Ezekon a helyszíneken a szervezők számtalan esetben rendeznek üzleti partnerkereső eseményeket a kiállítóknak és a látogatóknak.



A külpiacon jelenlét szintjének megválasztása, valamint az exporttevékenység megkezdése során elengedhetetlen az alaposan átgondolt és kutatással alátámasztott stratégia követése. Az átgondolatlan, elhamarkodott lépések sokszor a termék vagy szolgáltatás végleges kudarcát jelenthetik az adott piacon.

Üzleti ajánlat készítése

Ha beérkeztek az első komoly vevői érdeklődések, vagy visszajelzések, a lehetséges külföldi vevőnek írásos ajánlatot kell küldenünk, ezzel jelezve az eladási szándék komolyságát.

Ajánlatunkat részletesen kell elkészítenünk, a potenciális vevőink számára tartalmaznia kell a számára fontos információkat, vagyis az ajánlatnak tartalmaznia kell mindazokat a kérdéseket, amit a későbbi szerződés is magába foglal. Ajánlatunk lehet kötelezettség nélküli, és jogilag kötelező. A nemzetközi kereskedelemben az egyetlen címzettnek szóló ajánlat minden esetben kötelező, ha azon nem kerül feltüntetésre a „kötelezettség nélküli” kifejezés. Ez utóbbi nagyon fontos, mert elmulasztása esetén, ha a címzett elfogadja az ajánlatot, akkor automatikusan létrejön a szerződés. Ha pedig időközben másnak adtuk el a terméket, akkor nehéz helyzetbe kerülhetünk.

Ahhoz hogy az ajánlat egyértelmű legyen, célszerű olyan lejáratú időpontot is megjelölni, hogy meddig tartjuk fenn az ajánlatunkat.

Ajánlatunkban és a későbbi szerződésben is az áru minősége, mennyisége, csomagolása, a szállítási és fizetési határidő stb. mellett további kérdésekkel is foglalkoznunk kell, mint a fuvarparitás, szállítás részletei, valamint például a vis maior esetek kezelése vagy a vitás kérdések rendezésére vonatkozó eljárás. Tudnunk kell, hogy amennyiben nemzetközi adás-vételi szerződésekben ezeket nem kötjük ki nekünk kedvező módon, úgy a hatályos nemzetközi szerződések lépnek életbe. Míg az Európai Unión belül egységes, jól szabályozott piacon mozoghatunk, az EU-n kívül változatos szabályozási környezettel fogunk szembesülni.

A segítség mindig jól jön

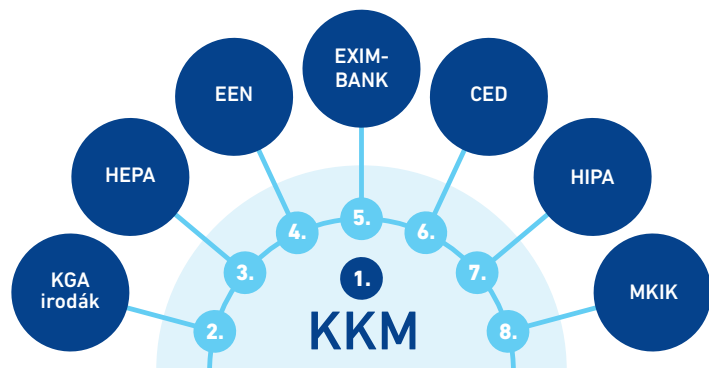
A külpiacon lépési folyamatokban előfordulhat, hogy segítségre szorulunk, főleg akkor, ha még kezdők vagyunk ezen a téren. Ilyenkor jól jön, ha tapasztalt, profi szakemberekhez fordulhatunk kérdéseinkkel. Számos olyan kormányzati vagy egyéb intézmény létezik, amely térítésmentes, kedvezményes szolgáltatásokkal segíti a vállalkozások nemzetközi terjeszkedését. A következő oldalakon ezek közül mutatunk be néhányat.

Akikhez fordulhatunk:

1. Külgazdasági és Külügyminisztérium (KKM)

A Külgazdasági és Külügyminisztérium feladatai közé tartozik a Nemzeti Exportstratégia irányítása és végrehajtása, valamint Magyarország diplomáciai hálózatának a működtetése.

Hazánk külgazdasági stratégiájának célja a magyarországi KKV-k külpiacra jutásának segítése, és részarányuk jelentős növelése az exportban.



A külgazdasági stratégia kitűzései:

- Az export bővítése, a magyar gazdaság exportteljesítményének növelése és magas hozzáadott értékű termékekkel való megjelenése a külpiacokon.
- Hosszútávon hozzájáruljon hazánk növekedési, foglalkoztatási és egyensúlyi céljainak megvalósításához.
- Elősegítse a hazai vállalati K+F tevékenységet.
- Diverzifikálja Magyarország külkereskedelmét, a kivitel irányát és az exportálókat körét.
- Megőrizzze és tovább növelje a külkereskedelmi mérlegtöbbletet.
- Ösztönözze a külföldi tőkebefektetések beáramlását, különös tekintettel azokra, amelyek hozzájárulnak a modern technológiák magyarországi importjához.

A Külgazdasági és Külügyminisztériumnak széleskörű intézményrendszer áll rendelkezésére a konkrét külpiaci megjelenés megvalósításához, és a stratégia végrehajtásához. Ezen hálózatok és intézmények közfeladat ellátásuk keretében információkkal és térítésmentes szolgáltatásokkal állnak a külpiac iránt érdeklődő vállalkozások rendelkezésére.

2. Külgazdasági attasé (KGA) hálózat

A külgazdasági attasék széleskörűen ismerik a célországok politikai, gazdasági környezetét, valamint jogszabályi hátterét. Emellett kiterjedt kapcsolatrendszerrel rendelkeznek a helyi gazdaságban, így üzleti partnerek ajánlásában is tudnak segíteni.



Főbb feladataik az alábbiak:

- Áruk és szolgáltatások kivitelének ösztönzése.
- Befektetések vonzása a fogadó országból, magyar befektetések elősegítése a fogadó országba.
- A fogadó ország tendereinek figyelése, a magyar érdekeltek értesítése és a pályázatok támogatása.
- A magyar vállalkozások érdekeinek képviselése.
- A vállalkozások részére üzleti információk és partnerkapcsolatok közvetítése.
- Kapcsolattartás a fogadó ország üzleti életének meghatározó szereplőivel.
- Kapcsolattartás a reláció hivatalos szerveivel.
- Közreműködés a fogadó országban megrendezésre kerülő szakmai programok előkészítésében, lebonyolításában, utógondozásában.

3. HEPA Magyar Exportfejlesztési Ügynökség Nonprofit Zrt.

A HEPA Magyar Exportfejlesztési Ügynökség Nonprofit Zrt. célja elősegíteni a magas hozzáadott értékű, nemzetközileg is versenyképes termékeket és szolgáltatásokat előállító hazai kis- és középvállalkozások exporttevékenységének bővülését.

Amiben segíteni tud:

- Kiállításokon, eseményeken való részvétel biztosítása
- A külföldi árubemutatók megszervezése, illetve a mintatermékek célhelyszínre történő eljuttatása
- Üzleti fórumok, üzletember találkozók (B2B) szervezése
- Nemzetközi partnerkeresés
- Potenciális ügyfelek felkutatása
- A vállalkozások exportképes termékeinek és szolgáltatásainak promotálása
- Exportakadémia képzések: A HEPA szolgáltatásai közé tartoznak az Exportakadémia jelenléti és online képzései is, melyek célja az exportáló vagy export iránt érdeklődő vállalkozások exportra való felkészítése a naprakész külpiaci információk átadásával, valamint a tárgyalási és menedzsment képességek fejlesztésével.
- E-learning: A HEPA Integrált Képzési Rendszerében található egyedi fejlesztésű ingyenes e-learning tananyagok videós animációkkal, gyakorlati feladatokkal, esetleírásokkal segítik a partnerek külpiacra lépését, valamint támogatja az Exportakadémia képzésekre való felkészülést is.
- Pályázatok: A HEPA számos pályázati forrást biztosít a KKV-k külpiaci megjelenéséhez.



Nyugat-Balkán
Fejlesztések



Nemzeti
Exportvédelmi
Program



Külpiaci
Növekedési
Támogatási
Program



Brexit
kárenyhítő
forrás



Fit for
Export

4. Enterprise Europe Network

Az Enterprise Europe Network (EEN) az Európai Bizottság KKV fejlesztési programja. Célja az európai KKV-k versenyképességének növelése, külpiacokra segítése.



Magyarországon az EEN által kínált szolgáltatások térítésmentesen érhetőek el országszerte. A Hálózat vezetője a HEPA Magyar Exportfejlesztési Ügynökség, az országos lefedettséget pedig a konzorciumi tagok irodái biztosítják.

Kiállítások és konferenciák melletti B2B eseményekkel, valamint kétoldalú szakmai delegációk szervezésével segítik az EEN irodák a cégek, szervezetek partnerkeresését.

5. Magyar Export-Import Bank Zrt. (Eximbank)

A Magyar Export-Import Bank Zrt. (Eximbank) és a Magyar Exporthitel Biztosító Zrt. (MEHIB) célja, hogy a magyar exportőrök számára hatékony finanszírozási és biztosítási konstrukciókat szolgáltatson. Az állami tulajdonban lévő, a Külgazdasági és Külügyminisztérium irányítása alatt álló Eximbank és MEHIB látják el Magyarországon az exporthitel-ügynökségi feladatokat, melyet a WTO, az OECD és az uniós keretek szabályoznak, azzal az alapvető célkitűzéssel, hogy elősegítsék a magyar áruk és szolgáltatások külföldön történő értékesítését.

Szolgáltatásai:



6. CED - Közép-európai Gazdaságfejlesztési Hálózat Nonprofit Kft.

A CED - Közép-európai Gazdaságfejlesztési Hálózat Nonprofit Kft. Magyarország közép-európai exportösztönzési és gazdaságfejlesztési törekvéseinek operatív megvalósítását a Külgazdasági és Külügyminisztérium intézményeként látja el. A környező országokban, továbbá Lengyelországban és Csehországban összesen 23 működő külképviselete van, valamint a hazánk megyeszékhelyein tevékenykedő irodái révén pontos információkkal rendelkezik mind a kereslet, mind pedig a kínálat tekintetében.

Szolgáltatásai a magyar vállalatok részére:



7. HIPA Nemzeti Befektetési Ügynökség Nonprofit Zrt.

A HIPA a Külgazdasági és Külügyminisztérium irányítása alatt működő, befektetés-ösztönzéssel foglalkozó ügynökség. Fő célja, hogy professzionális segítséget nyújtson a Magyarországon befektetni szándékozó, illetve a hazánkban már jelen lévő vállalatoknak.

8. Magyar Kereskedelmi és Iparkamara (MKIK)

Az MKIK feladata a magyar vállalkozások, elsősorban a kis- és középvállalkozások megerősítése és versenyképességük növelése. Célkitűzésének tekinti a magyar gazdaság exportteljesítményének növelését, a külföldi pozíciószerzésük elősegítését, valamint a tőkekihelyezések támogatását.

A Magyar Kereskedelmi és Iparkamara, valamint a megyei kereskedelmi kamarai hálózat számtalan szolgáltatást nyújt a vállalkozások külföldre jutásának támogatására:



Hasznos linkek, kapcsolatok:



HEPA Exportakadémia



HEPA E-learning



Enterprise Europe
Network (EEN)



Magyar Export-Import
Bank Zrt. (EXIMBANK)



Külgazdasági
és Külügyminisztérium



CED Közép-európai
Gazdaságfejlesztési
Hálózat Nonprofit Kft.



KGA irodák



HIPA Nemzeti
Befektetési Ügynökség



HEPA Magyar
Exportfejlesztési
Ügynökség
Nonprofit Zrt.



Magyar Kereskedelmi
és Iparkamara (MKIK)

www.hepa.hu
info@hepa.hu
enterpriseeurope.hu



HEPA

Magyar Exportfejlesztési
Ügynökség

EXPORT
AKADÉMIA

POWERED BY HEPA



Üzletfejlesztés karnyújtásnyira