

Tudnivalók a szlovákiai vállalkozási környezetről

*Kis- és közepes vállalkozások együttműködésének erősítése
a szlovák-magyar határ menti régióban*



A kiadvány a Phare CBC 2003/004-628-01-19 Magyarország-Szlovákia Nagy-
projekt Alap által támogatott „Üzleti infrastruktúra, innováció és humán erő-
forrás-fejlesztés a határ mentén” program keretében készült
ISBN 963 06 0023 4

Tisztelt Vállalkozó, Kedves Olvasó!

Az elmúlt évtizedben egyre erősödő igényként merült fel a vállalkozók körében a határ menti gazdasági kapcsolatok erősítése. Szükségesnek mutatkozott olyan közös programok megvalósítása, amelyek folyamatosan információs bázissal, tanácsadással, képzéssel, partnerközvetítéssel segítik a nemzetközi porondra való kilépést, a határ menti üzleti kapcsolatok kialakulását, erősítését, fejlesztését.

Bár történtek kezdeményezések az együttműködésre, az elképzelések megvalósításának esélyei Magyarország és Szlovákia uniós csatlakozásával váltak igazán realitássá. A Nógrád Megyei Kereskedelmi és Iparkamara és együttműködő partnere, a Szlovák Kereskedelmi és Iparkamara Losonci Regionális Kamarája ezért is üdvözölte örömmel annak a lehetőségét, hogy pályázatot nyújthat be a Phare CBC 2003/004-628-01-19 Magyarország-Szlovákia Nagyprojekt Alap által támogatott "Üzleti infrastruktúra, innováció és humán-erőforrás-fejlesztés a határ mentén" programra, s megvalósíthatja a "Kis- és közepes vállalkozások együttműködésének erősítése a szlovák-magyar határ menti régióban" elnevezésű projektjét.

A térség társadalmi, gazdasági helyzetét ismerve megállapítható, hogy a határ menti területeket többnyire a perifériális helyzet, a szegényes infrastruktúra, az átlagosnál gyengébb teljesítőképesség jellemzi, a gazdaság szereplői a határ mindkét oldalán jellemzően azonos problémákkal küzdenek. Gondként jelentkezett továbbá, hogy a vállalkozások közötti együttműködés nem eléggé elterjedt, illetve nagyon kevés a meglévő együttműködések száma. Az információáramlás nem megfelelő szintje alapvetően meghatározza, hogy a vállalkozások legtöbbször nem tudnak egymásról, nem ismerik egymás tevékenységeit és igényeit, miközben akár jól működő üzleti kapcsolatokat is kialakíthatnának.



Mindezek ismeretében programunk prioritásainak megfogalmazásakor arra törekedtünk, hogy ennek során kiemelt figyelmet kapjon a gazdaság teljesítőképessége növelésének esélye, a technikai megújulás javítása, a vállalkozások termelékenységének, jövedelmezőségének fokozása, javítva ezzel versenyképességüket, munkahelymegőrző és munkahelyteremtő potenciáljukat. Úgy gondoltuk, hogy a helyi gazdaság fejlesztésének egyik jelentős kitörési pontja lehet a határon átnyúló együttműködések fejlesztése, mely folyamat elengedhetetlen része a hagyományosan meglévő kapcsolatok megerősítése, feltárása; illetve a térség komplex egységként történő megjelenítése a partnerség elve alapján.

Mindannyian tudjuk, hogy Magyarország és Szlovákia EU csatlakozása új helyzetet teremtett a magyar-szlovák határ két oldalán gazdálkodó, vállalkozó szervezetek számára. Ebben a helyzetben fokozottan figyelemmel kell lenni a megváltozott jogszabályi és adóelőírásokra, a minőségirányítási szabályozókra, új piacok elérésére. Ezekre a határ mindkét oldalán fel kell készülni és folyamatosan követni kell az új kihívásokat.

Ezen elképzelések jegyében a projekt nyitásaként sikeres vállalkozói konferenciát rendeztünk Losoncon, s immár hónapok óta nagy érdeklődés mellett zajlanak tanácsadói programjaink. Losoncon és Salgótarjánban - hetente váltakozva - kerül sor a tanácsadói napokra, melyek során mindkét országban a határ másik oldaláról érkező szakemberek találkoznak az érdeklődő vállalkozókkal, és tájékoztatják őket a felmerülő jogi, adózási, minőségirányítási és marketing kérdésekről. A tapasztalatok igazolják, hogy az együttműködés hatékonyságának, fejlesztésének esélyeit nagyban befolyásolja a vállalkozók informáltsága, felkészültsége, stratégiai gondolkodása, innovációra való nyitottsága, az üzleti kapcsolatok kialakítására való törekvés. Egyre több vállalkozás ismeri fel, hogy



fejlődésükhöz, az uniós források megszerzéséhez nem elegendő saját kapacitásuk, szükség van partneri és együttműködési kapcsolatok kialakítására. Ma már egyre több vállalkozó fogalmazza meg, hogy elengedhetetlen a magyar és szlovák határ térségek közti együttműködés továbbfejlesztése, a kis- és közepes vállalkozások kiemelt segítése, az együttműködés fejlesztése a határ menti régiók helyi szereplői között, s az információáramlás folyamatossá tétele.

A „Kis- és közepes vállalkozások együttműködésének erősítése a szlovák-magyar határ menti régióban” projekt fontos része ez a könyv, melyet most kezében tart a Kedves Olvasó. Kiadványunkban - és az azonos tartalmú CD-lemezen - az egyes témák szakértői a tanácsadói napokon elhangzott leggyakoribb kérdésekre, témákra alapozva állították össze írásait. Meggyőződésünk, hogy a kiadványban olvasható összefoglalások minden, a határ mentén kapcsolatot kereső és ápoló, illetve új piacokra pályázó vállalkozó számára hasznosnak bizonyulnak és új ismeretekre tesznek szert ezekből.

Berenténé dr. Kurucz Erzsébet,
a Nógrád Megyei Kereskedelmi és Iparkamara titkára,
projekt-menedzser



I. A szlovákiai adórendszer

A külfölddel kapcsolatos vállalkozói tevékenység nemcsak a vállalkozók gazdasági eredményeinek javítását eredményezi, hanem ezzel kapcsolatos kockázatokat is. Ezek a vállalkozások gazdasági feltételeinek megfelelő ismeretével küszöbölhetők ki.

A vállalkozások gazdasági hatékonyságának meghatározásában jelentős szerepet játszik az adóelőírások ismerete. A kereskedelmi törvénykönyv és az iparjogi törvény néhány rendelkezésének ismerete szintén nagyon fontos, mivel befolyásolják az adózást. Hasonló hatásuk van az adózásra a külön előírásoknak, amelyek egyes tevékenységek végzését szabályozzák. Természetesen nemcsak a vállalkozásból származó jövedelem adózása fontos, hanem a munkaviszonyból, tőkebefektetéséből, vagyonból eredő és a szellemi tulajdonból származó jövedelem adózása is.

A régi adórendszer a folyamatos javítások és kiegészítések miatt nagyon bonyolult volt. Az eredeti előírásrendszer keretein belül több mint 212 törvény és rendelet szabályozta az adókat, 90 kivételt tartalmazott, 66 fajta adómentességet és 37 adókulcsot ismert. Az új adórendszer egyszerűsítette és érthetővé tette az adókat, mert az adók mindenkit érintenek. Az új adórendszernek meg kell felelni az EU szabályainak és figyelembe kell venni az elektronikus információcsere új lehetőségeit.

Az új adózási rendszer egységesen közelíti meg a természetes személyeket és a jogi személyeket. Mindenkinek egyforma feltételeket biztosít a vállalkozáshoz.



Az adórendszer nem fedi a társadalombiztosítást. Ezeket a szociális alap és az egészségügyi alapok biztosítják. Egy részét az alkalmazottak fizetik, nagyobb részét pedig a munkáltatók. Ezek az illetékek leköltséghelhetők az adóalapból.

A szlovák adórendszer alapelvei

Minden jövedelmet **egységesen** adóztatni (egyforma az adókulcs a bérekre, vállalkozásra, bérleti díjból származó jövedelemre, nyereményekre, banki kamatokra, tőkebefektetésre és egyéb egyszeri jövedelmekre).

Minden jövedelmet csak **egyszer** adóztatni (egy vállalat adózás utáni nyereségét nem terhelni más adókkal, nincs osztalékadó).

Egyforma az adó függetlenül a jövedelem nagyságától; nincs progresszív adózás.

Az adóterhet áthárítani a jövedelemadóról a fogyasztás adóztatására.

Áttekintés

Jövedelemadó – természetes személyek és jogi személyek = egységesen 19%

Adó a hozzáadott értékből „DPH” (ÁFA) = egységesen 19%

Fogyasztási adók: ásványolajok, bor, szesz, dohányipari termékek, sör

Helyi adók, melyeket az önkormányzat szab meg, a következők: ingatlanadó (telekadó, épületadó, lakás és nem lakáscélú ingatlanok adója), kutyaadó, közterület használati adó, adó a szállásnyújtás után, adó az eladási automaták után, adó a játékautomaták után, adó - autó behajtása és tartózkodása a történelmi városközpontban, helyi illeték a hulladék után.

A gépjárműadót a megyei önkormányzati hivatal szabja meg.



A törvények rövid tartalma

Jövedelemadó 595/2003 sz. törvény

Egy törvény szabályozza a személyi jövedelemadót és a jogi személyek jövedelemadóját is, az adók fizetését és beszedését. A nemzetközi szerződésnek előnye van ezzel a törvénnyel szemben.

Személyi jövedelemadó

5.§ a munkaviszonyból származó jövedelmek adózása

6.§ vállalkozásból, illetve egyéb önálló kereseti tevékenységből származó jövedelem adózása, bérleti viszonyból eredő jövedelem adózása

7.§ tőkejövedelem adózása (kamatok, értékpapírok, nyere-mények)

8.§ egyéb jövedelmek adózása (egyszeri-, alkalmi tevékenységek, ingatlan, ingóságok, értékpapírok, ill. részesedések átruházása)

11.§ Az adóalap nem adóztatott részei:

Az adózó személyre - a létminimum 19,2-szerese, jelenleg 90.816,-Sk évente

Az eltartott feleségre, illetve férjre, amennyiben nincs saját jövedelme - a létminimum 19,2-szerese, jelenleg 90.816,-Sk évente (csak a szlovák adórezidensek - azaz korlátlan adózási kötelezettségű személyek esetén)

33.§ Adóbónusz - bizonyos feltételek mellett - 6.480,-Sk évente minden eltartott gyermekre

Újdonságok

2005 -től csökkenthető az adóalap bizonyos feltételek betartása esetén max. 12.000,-Sk-val, ha hosszútávú takarékosága van az adózó személynek.



2005 -től leköltséghelhetőek a vállalkozói külföldi utak étkezési költségei (eddig ezt csak az alkalmazottak esetében lehetett).

2006 -tól leköltséghelhető az étkezési pótlék 55%-a max. 89,- Sk-ból (eddig ezt csak az alkalmazottak esetében lehetett).

Egyéni vállalkozó adózása – számpélda

Részleges adóalap 6.§/1 értelmében = vállalkozás, *	450.000,-Sk
Részleges adóalap 6.§/3 értelmében = bérleti díjból eredő bevétel,	50.000,-Sk
<i>Részleges adóalap = bevétel - kiadás</i>	
<i>(tartalmazza az egyéni vállalkozó befizetett egészségügyi és szociális biztosítását)</i>	
Részleges adóalap 7.§ értelmében = tőkejövedelem, pl.	10.000,-Sk
Részleges adóalap 8.§ értelmében = egyéb jövedelem,	
<u>Pl. alkalmi jövedelem, fent említett jövedelmek,</u>	<u>100.000,-Sk</u>
Összesen	610.000,-Sk

Leírható összegek:

- egy vállalkozóra	90.816,-Sk
Csak a korlátlan adózási kötelezettségű egyének esetében, akiknek állandó lakhelyük Szlovákiában van - további leírható összegek:	
- feleségre (férjre), amennyiben nincs saját jövedelme	90.816,-Sk
- gyermekenként - adóbónusz	6.480,-Sk
<u>hosszútávú nyugdíj-előtakarékoskodás vagy életbiztosítás</u>	<u>12.000,-Sk</u>
Adóalap	409.888,-Sk
Adó 409.800,- x 0,19 =	77.862,-Sk

*A részleges adóalapot vagy könyvelésben kimutatott gazdasági eredmény alapján, vagy általánydíj kiadások szerint állapítjuk meg.

Amennyiben az egyéni vállalkozó nincs a cégnyilvántartásban bejegyezve, és nem DPH fizető (nem ÁFA körös), vezethet egyszerű könyvvitelt, vagy csupán bevételyilvántartást és a kiadásokat százalékkal számolja - 40%, illetve ha csupán iparos tevékenységet folytat - a bevétel 60%-át írhatja le.



Részleges adóalap kiszámítása általánydíj alapján

	40%	60%
Bevétel	1.000.000,-Sk	1.000.000,-Sk
Általánykiadás	400.000,-Sk	600.000,-Sk
Szociális biztosítás	27.456,-Sk	27.456,-Sk
Egészségügyi biztosítás	11.592,-Sk	11.592,-Sk
Részleges adóalap	560.952,-Sk	360.952,-Sk

Jogi személyek adózása

A törvény meghatározza az adóalapot különböző jogi személyek esetében, meghatározza a nonprofit jogi személyek adófelmentését, egységes adókimetést vezet be: -19%.

Az adózás után maradt nyereséggel a vállalkozó szabadon gazdálkodhat.

A vállalatok adózása

1.000.000,-Sk éves nyereségből (adóalap) egy vállalatnak (kft.) adózás után marad 810.000,-Sk (a nyereség szabadon adómentesen felhasználható, nincs korlátozva a felhasználása)

A vállalatok alacsony adózása és nyereségük szabad felhasználása, a beruházások gyors megtérülése katalizátorként hat az új beruházásokra és az ezzel járó új munkahelyek teremtésére.

Közös rendelkezések

A törvény meghatározza az adóalapot, az adózás szempontjából leköltseghelhető kiadásokat, tartalékok képezését adózás szempontjából, vagyoneleírását, a veszteség leszámlítását.



Rendelkezik továbbá a személyi jövedelemadó és a jogi személyek jövedelemadójának fizetéséről, adóbónusról, adóelőlegről, nem adóztatott összegről természetes személyek esetében és adóelőleg fizetéséről.

Vagyonleírás

4 csoportban	Csoport	Éves leírás
Egyenletes vagyonleírás:	1	1/4
	2	1/6
	3	1/12
	4	1/20

Gyorsított vagyonleírás: szorzók segítségével kicsit bonyolultabb a számítás, de az egyes csoportokban a leírás időtartama változatlan. Az első években nagyobb rész kerül leírásra.

Szlovákiában nincs osztalékadó.

Adó a hozzáadott értékből - "DPH" 222/2004 sz. törvény

Ez a törvény az EU irányelvein alapul és hasonlóképpen szabályozza a fogyasztás megadóztatását, mint Magyarországon az ÁFA törvény.

Az adó tárgya - adóköteles személy belföldi áruszállítása, adóköteles személy belföldi szolgáltatás nyújtása, árubeszerzés belföldön a tagállamokból, árubehozatal belföldre a harmadik országokból.

Regisztrációs kötelezettség - 1.500.000,-Sk forgalom az utolsó egymást követő 12 hónapban.

Amennyiben nem adófizető adóköteles személy, vagy nem adóköteles jogi személy (pl. alapítvány) belföldön árut szerez be más tagállamból, köteles adóregisztrálási kérvényt benyújtani az adóhivatalnak az áru beszerzése előtt abban az esetben, ha a



tagállamokból beszerzett áru, ill. szolgáltatás adó nélküli értéke eléri a 420.000,-Sk-t egy naptári év alatt.

A törvény külön paragrafusokban meghatározza a következő fogalmakat: áruszállítás, szolgáltatás nyújtás külföldre, belföldi árubeszerzés más tagállamból, árubehozatal (ún. harmadik államokból), adóköteles kereskedelem helyszíne, azaz áruszállítás helyszíne, áruszállítás helyszíne küldeményes eladás esetében, szolgáltatás szállításának helyszíne, ún. intrakommunitáris (közösségen belüli) áru fuvarozás, más tagállamból beszerzett áru helyszíne, árubehozatal helyszíne, adókötelezettség különböző formái és az adóalap.

Egységes adókvetés: 19%.

Adófelmentés - postai szolgáltatások, egészségügyi ellátás (gyógyszerek nem), szociális segély jellegű szolgáltatások, nevelési és oktatási szolgáltatások, sport és testneveléssel kapcsolatos szolgáltatások, kulturális szolgáltatások, közjogi TV és rádió szolgáltatásai, biztosítási-, pénzügyi szolgáltatások, ún. háromoldalú kereskedelem, szállítási szolgáltatások, árukivitel.

Fogyasztási adók (= „jövedéki adók”)

- ásványolajok	98/2004 sz. törvény
- bor	104/2004 sz. törvény
- szesz	105/2004 sz. törvény
- dohányipari termékek	106/2004 sz. törvény
- sör	107/2004 sz. törvény

Ezek a törvények az EU irányelvein alapulnak és meghatározzák az alábbi fogalmakat:



Adózási terület - Szlovákia

Adófelfüggesztés - adórendszer, amelyben az adókötelesség kelte elhalasztásra kerül arra az időpontra, amikor az áru szabad forgalomba kerül.

Adóraktár - külön engedély alapján működő hely, ahol a fogyasztási adók alá tartozó áruk adó-felfüggesztési rendszerben befogadhatók, raktározhatók, gyárthatók, feldolgozhatók vagy elküldhetők.

Jogosult befogadó - olyan jogi vagy természetes személy, aki nem működtet adóraktárt, és aki vállalkozás keretén belül engedély alapján befogad más tagállamból fogyasztási adók alá tartozó árut. Az árut nem raktározhatja, és nem küldheti tovább adófelfüggesztési rendszerben, azaz adómentesen.

Adózási szabad forgalomba való beiktatás - bármilyen jellegű fogyasztási adók alá tartozó áruk kiiktatása az adófelfüggesztési rendszerből.

A fogyasztási adók kezelése az új törvények értelmében a vámhivatalokra hárul át.

Az adó tárgya - bor, sör, szesz, dohánytermékek és ásványolajok, amelyeket Szlovákia területén gyártottak, más tagállamból kerültek Szlovákiába, vagy harmadik országból kerültek Szlovákiába.

Adózási időszak - naptári hónap.

Adógarancia - bankgarancia, vagy pénzletét a vámhivatal számlájára.



Helyi adók - 582/2004 sz. törvény

Ingatlanadó - telekadó, építményadó, lakás és nem lakáscélú ingatlan adója

3 rész: telekadó, építményadó, lakásadó.

Adóalany - a tulajdonos, ill. tulajdonosok, vagy a kezelő.

A városok és a települések szabják meg a területükön lévő ingatlanok adókiivetését, egyben őket illeti az adóbevétel.

Adózási időszak - naptári év.

Az ingatlanadót költségként (kiadásként) érvényesíthetik a vállalkozók a jövedelemadó kiszámítása céljából abban az esetben, ha az ingatlant vállalkozásra használják.

Kutyaadó

Az adó tárgya - minden 6 hónapnál idősebb kutya.

Adómentességet élveznek azok a kutyák, melyek

- a) tudományos célra vagy kutatási célra tenyésztettek,
- b) menhelyen elhelyezett kutyák,
- c) speciálisan képzett mentő és vakvezető kutyák,

Közterület használati adó

Az adó tárgya - a közterületen kijelölt parkolóhelyek használata, kávézók, teraszok kialakítása, a közterület magáncélú kihasználása például: vállalkozást szolgáló berendezések elhelyezése, (építkezési berendezések, standok, cirkusz és különböző attrakciók), építkezési anyagok lerakata, kijelölt parkolón kívüli parkolás stb.



Adó a szállásnyújtás után

Az adó tárgya - az ideiglenes elszállásolás szállodákban, panziókban, stb.

Az adóalap - a szálláson eltöltött éjszakák száma.

Adó az eladó automaták után

Az adó tárgya - értékesítő eladó automaták.

Az adóalap - az automaták mennyisége.

Adó a játékautomaták után

Az adó tárgya - minden közterületen lévő nem nyerő játékberendezés.

Az adóalap - a berendezések mennyisége.

Adó az autó behajtásáért és tartózkodásáért történelmi városrészben

Az adó tárgya - autó behajtása és tartózkodása történelmi városrészben.

Adómentesség illeti autó behajtását és tartózkodását a történelmi városrészben egészségvédelemmel, tulajdonvédelemmel és rendfenntartással kapcsolatos intézkedések esetén.

Adóalany - a gépjármű tulajdonosa.

Adófizető - a gépjármű vezetője.

Adóalap - a városrészben eltöltött napok száma.

Atomerőműadó

Az energiát termelő atomerőművekre kivetett adó.

Helyi illeték a hulladék után - a község szabja meg.

Az adó tárgya - háztartási és apró építkezési hulladék, amely az önkormányzat területén keletkezett.

Az önkormányzat szabja meg, hogy a hulladék mennyisége vagy a személyek száma alkotja az adóalapot.



Gépjárműadó - a megyei önkormányzat szabja meg.

Ez a törvény adó alá veti az utak olyan gépjárművek általi használatát, melyek vállalkozásra, illetve vállalkozással kapcsolatban használtak.

Adóalany - természetes, ill. jogi személy, a gépjármű tulajdonosa.

Az útdót költségként érvényesíthetik a vállalkozók a jövedelemadó kiszámítása céljából.

Az adó tárgya - olyan gépkocsi, melynek nyilvántartási száma van, és amely vállalkozásra, illetve vállalkozással kapcsolatban használt.

Adóalap - tehergépkocsik és autóbuszok esetében a gépjármű tömege tonnában kimutatva és a tengelyek száma.

- személygépkocsik esetében a motor térfogata cm³-ben kimutatva.

Adókimutatás - táblázatok szerint.

Adózási időszak - naptári év.

Az adók és az illetékek kezelése 511/1992 sz. törvény

Ez a törvény legalább olyan fontos, mint maguk az adótörvények, mert az eljárási dolgokat szabályozza.

Rendelkezik: az adóalanyok és adóellenőrök jogairól, kötelezettségeiről, bejelentési és regisztrálási köteleességekről, az adóellenőrzés folyamatáról, felülvizsgálati eszközökről, büntetésekről, határidőkről, adók fizetéséről, adóvégrehajtási folyamatról.



Egészségügyi és szociális biztosítás

Egészségügyi biztosítás

Jelenleg 5 egészségügyi biztosítótársaság működik Szlovákiában - ezek közül lehet választani.

Szociális biztosítás 461/2003 sz. törvény

Egy szociális biztosító létezik, ezen belül 7 különböző biztosítási alap.

A biztosítás díja az alkalmazottak esetében a bruttó bérből számítható. Egy részét az alkalmazott és egy részét a munkáltató fizeti.

<i>Alkalmazott EB+SzB</i>	<i>Munkáltató</i>	<i>Alkalmazott</i>
Egészségügyi biztosítás	10,0%	4,0%
Betegbiztosítás	1,4%	1,4%
Öregségi járadék biztosítása*	14,0%	4,0%
Rokkantsági járadék biztosítása	3,0%	3,0%
Munka-balesetbiztosítás	0,8%	-
Munkanélküliség esetére vonatkozó biztosítás	1,0%	1,0%
Garanciaalap	0,25%	-
Tartalékalap	4,75%	-
ÖSSZESEN	35,2%	13,4%

*A második pillér: a járadék felét az állami szociális biztosító kezeli a második felét pedig szabadon választott magán-nyugdíjpénztárak kezelik.



Egyéni vállalkozó esetében:

Havi számítási alap: 1/12-ed az előző évi részleges adóalapjának feléből, minimum 6.900,-Sk-ból, azaz a minimálbérből.

Júliustól a következő év júniusáig kell havonta fizetni.

Egészségügyi biztosítás	14,0%
Betegbiztosítás	4,4%
Öregségi járadék biztosítása	18,0%
Rokkantsági járadék biztosítása	6,0%
Munka-balesetbiztosítás	-
Munkanélküliség esetére vonatkozó biztosítás	Önként jelentkezhet 2,0%
Garanciaalap	-
Tartalékalap	4,75%
ÖSSZESEN	47,15% (+2%)

Aktív vállalkozó esetében jelenleg havonta minimum:

Egészségügyi biztosítás (EB)	966,-Sk
<u>Szociális biztosítás (SzB)</u>	<u>2.288,-Sk</u>
Összesen	3.254,-Sk

Amennyiben az előző évben nem vállalkozott, vagy az összbevétele nem érte el a 82.800,-Sk-t, kötelező jelleggel csak az egészségügyi biztosítást fizeti, a többi biztosításra önként jelentkezhet.

Munkáltató szociális alapja

Szociális alapról szóló 152/1994 sz. törvény

Minimum 0,6% a bruttó bérek összegéből, vagy a kollektív szerződés értelmében fizetett.

Ebből fizethető támogatások: alkalmazottak munkahelyi étkezéséhez, hozzájárulás az útiköltségekhez, üdüléshez, kulturális és sport tevékenységekhez.



Utazási költségek térítése és étkezési díj

Az utazási költségek térítéséről szóló 283/2002 sz. törvény a szolgálati utakkal kapcsolatos kiadások térítéséről rendelkezik.

Alkalmazottak esetében az étkezési díj - a szolgálati út időtartama alapján:

5 - 12 óra	89,-Sk
12 - 18 óra	135,-Sk
18 órán felül	208,-Sk

Ha az alkalmazott a saját személygépkocsijával teszi meg a szolgálati utat:

valós üzemanyag-fogyasztás a gépjármű műszaki adatai alapján,

+ kilométerenként 6,20 Sk pótlék (gépjármű amortizálása).

Számlák, nyugták, pénztárgépek (ERP)

A szlovák előírások három fajta számlát ismernek:

Nyugta - felhasználása és tartalma hasonló a Magyarországon használt nyugtáknak.

Számla - felhasználása és tartalma hasonló a Magyarországon használt számlának.

Egyszerűsített számla - nem tartalmazza a vevő adatait, ezért gyorsan elkészíthető.

Nyomatványok (nyugta, számla, egysz. számla) szabadon vásárolhatóak, másolhatóak, számítógéppel elkészíthetőek, de a tartalmuknak meg kell felelniük a törvényeknek. Számozásuk a könyvelési törvény értelmében történik.



Szlovákiában a pénztárgépeket a helyileg illetékes adóhivatalban kell regisztráltatni. Csak bevizsgált - certifikált - elektronikus pénztárgépeket, vagy számítógépbe beépített fiskális modult lehet használni. Minden 50.000,-Sk összegig kiadott számla ún. egyszerűsített adószámlának felel meg.

Mennyibe kerül a munkaerő Szlovákiában?

Minimálbér (bruttó): 6.900,-Sk

Átlag bér (ipar 2005): 17.500,-Sk (becslések szerint 2006-ban 18.500,-Sk-ra emelkedhet).

Egy példa a bérköltségekre

havi bruttó bér	17.500,-Sk
az EB+SzB levonása 13,4%	- 2.345,-Sk
adó levonása 19% (nemadóztatott összeg 7.568,-Sk)	- 1.441,-Sk
marad nettó bér	13.714,-Sk
a munkáltató EB+SzB terhei 35,2%	6.161,-Sk
munkáltatói szociális alap 0,6%	105,-Sk
étkeztetési hozzájárulás kb.	550,-Sk
Összesen	24.316,-Sk



II. Vállalkozási formák és alapításuk Szlovákiában

A szlovákiai vállalkozások alapelvei

A Szlovák Köztársaság Alkotmányának 35. cikkely 1. bekezdése mindenkit - a külföldi állampolgárokat is beleértve - feljogosít arra, hogy vállalkozzon az országban. A külföldieknek a Szlovák Köztársaság területén ugyanolyan lehetőségeik vannak a vállalkozások tekintetében, mint a szlovák állampolgároknak.

A vállalkozást a szlovák jogrend olyan tevékenységként határozza meg, amelyet rendszeresen, önállóan, saját névvel és felelősséggel, nyereség elérésének céljából végeznek.

A vállalkozási formák két csoportja

1. Természetes személy vállalkozása (egyéni vállalkozó) a 455/1991 Zb. számú Vállalkozói törvény, illetve más foglalkozásokról szóló törvények alapján (például állatorvos, becsüs, tolmács, adótanácsadó).

2. Vállalkozás üzleti társaságként (jogi személyként). A szlovák jogrend - a 513/1991 Zb. számú törvény (Kereskedelmi törvénykönyv egyes paragrafusai) értelmében - gazdasági (kereskedelmi) társaságnak minősül:

a) nyílt kereskedelmi társaság /verejná obchodná spoločnosť*/ (76-92§)

b) betéti társaság /komanditná spoločnosť*/ (93-104§)



c) korlátolt felelősségű társaság /spoločnosť s ručením obmedzeným*/ (105-153§)

d) részvénytársaság /akciová spoločnosť*/ (154-220§).

A vállalkozások ezen jogi formái törvény által behatároltak és nem bővíthetők. Külföldi személyek leggyakrabban (kb. 98%-os arányban) gazdasági társaságként által vállalkoznak, illetve végeznek vállalkozói tevékenységet Szlovákiában.

**A fejezet további részében is olvashatnak szlovák kifejezéseket abból a célból, hogy ha a magyar érdeklődő az üzleti gyakorlatban találkozik ezekkel a szlovák kifejezésekkel, tudja a megfelelő magyar értelmezést.*

A gazdasági (kereskedelmi) társaságok típusai

1. Személyes kereskedelmi társaságok

A személyes kereskedelmi társaságokat kizárólag vállalkozás céljából alapítják, a társak személyes részvételével. A személyes kereskedelmi társaságok közös jellemzői:

- a társak személyesen vesznek részt a társaság tevékenységében,
- a tag a társaság nevében tevékenykedik és külső partnere felé képviseli is a társaságot,
- a társaknak nincs betéti kötelezettségük, alaptőkét sem hoznak létre,
- a társaság kötelezettségeiért teljes vagyonával felel (kivéve a betétes csoport beltagjait)
- a társ részvételének megszűnésével általában megszűnik a társaság is.



2. Tőkével rendelkező kereskedelmi társaságok

A tőkével rendelkező kereskedelmi társaságok jellemzői:

- A tagoknak nem kell részt venniük a társaság munkájában.
- A társaságnak törvényben megszabott belső szervezeti felépítése van, amely a társaság képviseletében végzi tevékenységét.
- A társaságba kötelező betétet fizetni, ennek mértékét a nyereségrészesedés is befolyásolja. A társaság alaptőkéjét törvény szabja meg.
- A tagok a társaság kötelezettségeiért oly mértékben felelnek, amekkora a cégjegyzékben bejegyzett betéti részük (kft. esetében). A társak, illetve a részvényesek egyáltalán nem felelnek a társaság kötelezettségeiért (részvénytársaság esetében).
- A társ részvételének megszűnése nem befolyásolja a társaság fennmaradását. A távozó tag üzleti részaránya a társaságon belül átruházható.

A gazdasági (kereskedelmi) társaságok jellemző jegyei

A társaság elnevezése (üzleti név–*obchodné meno*), a társaság székhelye (*sídlo spoločnosti*), a tevékenység tárgya (*účel podnikania*), felügyelő bizottság, cégképviselet (*orgány spoločnosti*).

Üzleti név (cégnév): a vállalkozó ezen elnevezéssel végzi tevékenységet. Az üzleti név fonetikus és vizuális formája sem téveszthető össze más működő cég nevével. Az eddig alapított szlovák társaságok, ezek legfontosabb adatai megtekinthetők



az interneten a www.orsk.sk weblapon, a magánvállalkozók, vállalkozó természetes személyek jegyzéke a www.zrsk.sk internetes oldalon. Ezzel megelőzhető a már bejegyzett üzleti név választása és az ezzel járó további problémák az alapítandó társaság bejegyzésénél.

A társaság székhelye: a társaság székhelyének (Kereskedelmi törvénykönyv 2. § 3. bekezdése) azt a címet jegyzik be a cégjegyzékbe, ahonnan tevékenységét irányítják. A cím a település neve, irányítószáma, az utca vagy más közterület neve, házszám vagy orientációs szám, ha a település nem osztdódik utcákra. A társaságnak kizárólag egy székhelye lehet. A székhely bejegyzéséhez az ingatlanra érvényes bérleti szerződés felmutatása szükséges. Előfordulhat, hogy az engedélyt kiadó hatóság elkéri a bérbeadó tulajdonlapját az ingatlanról, mivel a törvény pontosan nem rendelkezik a bérleti viszony bizonyításáról!

A tevékenység tárgya (tevékenységi kör): a vállalkozás tárgyát - vállalkozói tevékenységet - egyértelműen kell megfogalmazni. Az alapító dokumentumban (zakladacia listina) nem elég feltüntetni, hogy kereskedelmi vagy általános tevékenységről van szó, hanem meg kell határozni a tervezett tevékenység fajtáját (tevékenységi kört). A tevékenységi kör pontos listáját a vállalkozói engedélyt kiadó hivatal (kerületi hivatal vállalkozói osztálya) szakemberével kell egyeztetni.

A felügyelő bizottság (cégképvislet): az általános jogszabály értelmében (Kereskedelmi törvénykönyv 20. §, 1. bekezdés) a jogi személy nevében természetes személy jogosult cselekedni, vagy azok a személyek, akiket a jogi személy létrehozásáról szóló szerződésben, illetve az alapító okiratban vagy a törvényben a felügyelő bizottság tagjává (a cég hivatalos képviselőjévé) neveztek ki.



Az ügyvezetői tisztség betöltésénél és az ügyvezető bejegyzésénél az egyik legfontosabb követelmény a feddhetetlenség, amelyet érvényes (3 hónapnál nem régebbi) Szlovákiában kiadott erkölcsi bizonyítvánnyal kell a nevezett személynek igazolnia. Az erkölcsi bizonyítvány megszerzéséhez minimum két hét szükséges, mely egy kitöltött kérvénnyel és egy 100,-Sk értékű okmánybéllyel igényelhető.

Kereskedelmi társaságok alapítása a Szlovák Köztársaság területén (általános elvek)

Új kereskedelmi társaság létrehozásánál meg kell különböztetni az alapítást és a létrejövételt.

Kereskedelmi társaságok alapítása - általános elvek

A Kereskedelmi törvénykönyv 57. § értelmében a társaságot társasági szerződéssel alapítják, továbbá alapítói szerződéssel és alapító okirattal. Abban a pillanatban, amint az alapító okiratot minden alapító aláírta, a társaság megalapítottnak minősül. Minden aláírásnak hitelesítve kell lennie.

A társaság alapítására bizonyos korlátok vonatkoznak az alapítók számára vonatkozóan:

- a nyílt kereskedelmi társaságnak, a betéti társaságnak, valamint a részvénytársaságnak legalább két alapítójának kell lennie, abban az esetben, ha nem jogi személy alapítja,
- a korlátolt felelősségű társaságot legfeljebb ötven alapító, illetve társ hozhatja létre.



Kereskedelmi társaság létrejötte - általános elvek

A jogi meghatározás kimondja, hogy kereskedelmi társaság azon a napon jön létre, amikor bejegyezték a cégjegyzékbe (62. §).

A társaságot az illetékes cégbíróság jegyzi be. Ez az a kerületi bíróság, amelyben a társaság székhelye van. A bejegyzés nem per jellegű. A tevékenység megkezdésének feltétele, hogy a bíróság döntést hozzon a kereskedelmi társaság bejegyzéséről. A bejegyzéskor a bíróságnak meg kell vizsgálnia, teljesültek-e a jogi előírások által megkövetelt bejegyzés feltételei. A bejegyzési folyamat gyorsítása érdekében egységes formanyomtatványok használhatók, amelyek leegyszerűsítik és gyorsítják a társaság cégbejegyzését. Ezek a formanyomtatványok elérhetők a www.orsk.sk internetes oldalon a "Formuláre na podávanie návrhov na zápis do obchodného registra" cím alatt.

A javaslatról a bíróság tárgyalás nélkül dönt, határozattal, és a végzésben feltünteti a társaság cégbírósági bejegyzésének napját. A létrehozás napjától a társaság teljes jogi feltételeivel rendelkezik.

Nyílt kereskedelmi társaság

(verejná obchodná spoločnosť, v.o.s.)

A törvény úgy definiálja a nyílt kereskedelmi társaságot, mint olyan társaságot, amelyben legalább ketten vállalkoznak közös üzleti néven és a társaság kötelezettségeiért kezességet vállalnak együtt, és oszthatatlanul (szolidárisan) teljes vagyonukkal (Kereskedelmi törvénykönyv 76. §).



Nyílt kereskedelmi társaság alapítása

Nyílt kereskedelmi társaságot társasági szerződéssel kell alapítani. A társaság abban a pillanatban számít megalapítotttnak, amikor az utolsó társ is aláírta a társasági szerződést és aláírásukat közjegyző vagy az illetékes hivatal hitelesítette. A Kereskedelmi törvénykönyv 78. §-a tételesen felsorolja a társasági szerződés elengedhetetlen részeit, amelyek a következők:

a társaság üzleti (cég) neve és székhelye, a társak megnevezése, a jogi személy székhelye, illetve a természetes személyek neve és lakhelye (külföldi természetes személy születési dátuma, ha nincs, akkor születési száma), a társaság vállalkozásának tárgya.

A bejegyzéssel egy időben kell befizetni a bejegyzéssel kapcsolatos bírósági illetéket, amely 10.000,-Sk. A nyílt kereskedelmi társaság alapításánál összesen kb. 40.000 - 50.000,- Sk összeggel kell számolni.

Betéti társaság

(komanditná spoločnosť, k.s.)

A betéti társaság a kereskedelmi társaságok két típusának kombinációját képviseli: a nyílt kereskedelmi társaságét és a korlátolt felelősségű társaságét, így átmenetet képez a tiszta személyi kereskedelmi társaság és a tőkével rendelkező kereskedelmi társaság közt.

A betéti társaság jellegzetessége, hogy kétféle típusú társak alkotják: a beltágok (komplementáris), akik teljes vagyonukkal felelnek a társaság kötelezettségeiért, valamint a kültagok (betétesek, komanditisták), akik csak a cégbíróságon bejegyzett, be



nem fizetett betétjük - részesedésük - mértékében felelnek a társaság kötelezettségeiért (Kereskedelmi törvénykönyv 93. §). Ha azonban a betétes a társaság nevében meghatalmazás nélkül intézkedik, az ilyen jogi lépésből eredő kötelezettségekért teljes vagyonával felel.

Betéti társaságot mind természetes, mind jogi személyek alapíthatnak. A Kereskedelmi törvénykönyv meghatározza, hogy a társaság alapításakor és működésekor minimum egy beltág és egy kültag legyen.

Fontos tudni: korlátlan felelősséggel rendelkező természetes vagy jogi személy csak egy társaság tagja lehet.

A törvény módosítása szerint a szerződésnek tartalmaznia kell a beltagokat azonosító adatokat is. Az alaptőke a társasági szerződés elengedhetetlen része.

A Kereskedelmi törvénykönyv 93. § 3. bekezdése értelmében a betétes betétjének minimálisan 10.000,- szlovák koronának kell lennie. A betéti társaság azon a napon jön létre, amelyiken a cégbíróság hivatalosan bejegyzi. Az alapítással kapcsolatos költségek hasonlóak a nyílt kereskedelmi társasagéhoz, az összeg 40.000 - 50.000.-Sk között mozog.

Korlátolt felelősségű társaság

(spoločnosť s ručením obmedzeným, s.r.o.)

A kft. ismertetőjele, hogy önálló jogi személyként működik. Kötelezettségeiért vagyonával felel. Az alapító tagok kötelesek tőkereszt jegyezni.



Alapítók lehetnek mind természetes, mind jogi személyek, s nem mérvadó, hogy a személy vállalkozó-e, vagy sem. A kft. létszámát a törvény minimálisan 1, maximálisan 50 személyben határozza meg.

A kft. társasági szerződéssel jön létre. Akik részt vesznek a társaság megalapításában, alapító tagként kerülnek a nyilvántartásba. Ezek az alapítók szerepelnek a társasági szerződésben. A társaság akkor tekinthető megalapítottnak, amikor a szerződést az utolsó tag is aláírta. Az aláírásokat hitelesíteni kell.

A társasági szerződés (alapító dokumentum) elengedhetetlen részei:

a társaság üzleti neve és székhelye, a társak neve, a jogi személy székhelye, vagy a természetes személyek neve és lakhelye (a társakat pontosan meg kell határozni, hogy teljesen kizárják a felcserélhetőség lehetőségét), a vállalkozás (tevékenység) tárgya, az alaptőke nagysága, minden társ betétjének mértéke, a társaság megalapításakor a társak által befizetett betét összege - beleértve az összeg befizetésének módját és határidejét, ha nem pénzbetétről van szó, annak tárgya és pénzben kifejezett értéke.

A kft. alaptőkéje minimum 200.000,- szlovák korona. Az alaptőke nem csökkenhet ezen összeg alá. A tag betéti kötelessége a kft. jellemzője. A Kereskedelmi törvénykönyv 109. §-a értelmében a társ betétjének minimális értéke 30.000,- Sk, és minden társ csak egy jegyzett betéttel vehet részt a társaság megalapításában.

A betét összegét minden tag részére egyénileg is meg lehet határozni, de fontos, hogy az összeg mindig osztható legyen ezerrel.



A társasági szerződésnek az alábbiakat is tartalmaznia kell:

- a társaságot alapító személyeknek - vagy azon személyeknek, akik hozzájárultak a tevékenység megkezdéséhez - nyújtott kedvezmények,
- a társaság megalapításával és létrehozásával kapcsolatos feltételezett kiadások. (Ezek általában 40 000 - 70 000 Sk között mozognak).

A bejegyzési folyamat kezdeteként a bejegyzési kérvényt nyújtják be a cégbíróságon. A benyújtáskor minden feltételnek teljesülnie kell. Előzetesen be kell fizetni a bírósági illetéket (10.000,-Sk), mert ha ez nem történik meg, vagy a kérvény hiányos, illetve nem megfelelő, a bíróság nem folytatja le az eljárást, illetve elutasítja a kérvényt. A cégbíróságnak nemcsak joga, hanem kötelessége, hogy megvizsgálja a kérvény és a mellékelt anyagok formai és az anyagi vonatkozásait. Ha szükségesnek találja, megvizsgálhatja az adatok helyességét és valódiságát is. A kérvényt a határidő megjelölésével visszaadhatja javításra vagy kiegészítésre.

Amennyiben a kérvény megfelel a törvényi feltételeknek, a bíróság kiadja a végzést (határozatot). A korlátolt felelősségű társaság azzal a nappal jön létre, amikor bejegyezték a cégbíróságon. Ez a bejegyzés felruházza a társaságot jogokkal és köteleységekkel (konstitutív hatás), a bejegyzéssel önálló jogi személlyé válik.

E társasági forma bejegyzésére a cégbíróságon a 7. számú formanyomtatványt használják - Formulár è. 7 (návrh na zápis spoloènosti s ruèením obmedzeným).



Részvénytársaság

(akciová spoločnosť, a.s.)

Részvénytársaság az a társaság, amelynek alaptőkéje meghatározott mennyiségű részvényre osztható. Ezek névértéke meghatározott. A társaságban a részvényes nem felel a társaság kötelezettségeiért. Maga a társaság teljes vagyonával felel kötelezettségei megsértéséért.

Részvénytársaság nagyobb tőkecsoportosítás formájában létezik. A részvénytársaságot megalakíthatja egyetlen személy is, de a Kereskedelmi törvénykönyv 162. § értelmében ilyen alapító csak jogi személy lehet. Ezért is minősíthetjük a részvénytársaságot tisztán tőkés társaságnak, amelyben megmutatkoznak a tőkés társaságok jellegzetes jegyei, úgy mint a részvényesek felelősségének abszolút kizárása, egészen a be nem fizetett betét mértékéig (hasonlóan a kft.-hez). A részvényeseknek a társasággal szemben csak tőkebeviteli (befizetési) kötelezettségük van, ami annyit jelent, hogy csupán a jegyzett részvényeket kell megfizetni. A részvénytársaságoknak többnyire profi szakértőkből álló vezetőségük van: igazgatótanács, és a minimum háromtagú felügyelő bizottság kinevezése is kötelező. Ez a tény megnehezíti a részvénytársaság alapítását.

Az alapítás költségei is sokkal magasabbak, mint az összes többi kereskedelmi társaságnál. A bírósági illeték a részvénytársaság bejegyzésénél 25.000,-Sk, míg az előzőekben említett társaságoknál egységesen 10.000,-Sk. A részvénytársaság alapításánál az ügyvédi díj is tükrözi az igényesebb és bonyolultabb jogi munkát. Ezt a díjat beleszámítva itt a bekerülési költségek 80.000-120.000,- Sk között mozognak. A részvénytársaság törvényben



meghatározott alaptőkéje minimum egymillió korona, míg az egyes részvényesek pénzbeli hozzájárulása nincs meghatározva, tehát akár 1,- Sk névértékű részvény is jegyezhető.

Részvénytársaság alapítása

Az alapítás az alapító szerződés megkötésével kezdődik, s az alapszabályzat jóváhagyásával és a részvénytársaság szerveinek kialakításával fejeződik be az alapító közgyűlésen.

Az alapító szerződésnek elsősorban a társaság megszületésekor van jelentősége. Feladatát (funkcióját) a későbbiekben az alapszabály veszi át. Ha a társaságot egyetlen alapító alapítja, az alapító szerződés helyett alapító oklevél készül. A törvény külön formát és tartalmi vonatkozásokat szab meg az alapító szerződés/levél számára, amelyet jogilag közjegyzői jegyzőkönyv formájában kell elkészíteni..

Részvénytársaságot kétféleképpen alapíthatunk:

- a) részvények jegyzésére való felszólítás alapján, melynek következménye a nyilvános részvénytársaság,
- b) részvények jegyzésére való felszólítás nélkül, melynek eredménye a magán részvénytársaság.

Részvénytársaság létrejötte

A többi társasághoz hasonlóan a részvénytársaság is a cégbíró-ságon való bejegyzéssel jön létre. A bejegyzés előtt a társaságnak igazolnia kell a társaság rendes megalapítását, s s a többi ezzel kapcsolatos törvényi feltételt is teljesítenie kell. Mielőtt azon-



ban létrejön a társaság, az alaptőkével egyenlő értékű minden részvényt jegyezni kell, s a pénzbetét legalább 30 százalékát be kell fizetni. A részvénytársaság bejegyzéséről szóló kérvényt az igazgatótanács minden tagjának alá kell írnia, aláírásukat közjegyzőnél kell hitelesíteni. A kérvényhez csatolni kell azokat a dokumentumokat, amelyeket a Törvénytár 530/2003as számú törvénye tételesen felsorol.

A bíróság a dokumentumok leadása és áttanulmányozása után kiad egy határozatot, amellyel engedélyezi a társaság bejegyzését a cégbíróságon. E társasági forma bejegyzéséhez a 9. számú formanyomtatványt használják - Formulár è. 9 (návrh na zápis akciovej spoločnosti).

A részvénytársaság létrejötte (cégbírósági bejegyzése) után kötelező a részvények bejegyzése a központi letétkezelőnél (centrálny depozitár), amely a részvényesek névsorát tartja nyilván. Ez a jegyzés további kiadásokkal terheli az alapítót. Minimum 10.000,-Sk az elsődleges jegyzés ára, és minden részvény átruházásánál, részvényenként minim. 2,-Sk-t kell fizetni.

Vállalkozás vállalkozói engedély alapján

(živnostenské podnikanie)

A magánvállalkozó természetes személy (pld. kisiparos) vállalkozását Szlovákiában a 455/1991 Zb. számú Vállalkozói törvény szabályozza, amely a vállalkozást így határozza meg:

***vállalkozás** - folyamatos tevékenység, amelyet a vállalkozó önállóan folytat, saját nevén, saját felelősségére, hogy nyereséges legyen azokkal a feltételekkel, amelyeket a Vállalkozói törvény tartalmaz.*



Vállalkozást csak olyan természetes vagy jogi személy működtethet, aki teljesíti a vállalkozói törvényben meghatározott feltételeket.

A természetes személynek teljesítenie kell az általános feltételeket (18 éven felüli, alkalmas jogi feladatok elvégzésére, feddhetetlen). A kötött vagy koncesszionális vállalkozásnak még egy feltétele van: a szakmai alkalmasság.

A vállalkozói jogosultság megszerzése egyúttal fontos feltétele a kereskedelmi társaságok alapításának.

A vállalkozásokat a Vállalkozói törvény alapján a következőképpen csoportosíthatjuk:

- 1) *Bejelentett vállalkozások* (szakmai, kötött, szabad)
- 2) *Koncessziós vállalkozások*: ennek megszerzéséhez különleges szakmai alkalmasságra van szükség, s megvizsgálják a vállalkozó megbízhatóságát is, különös tekintettel az élet, az egészség, a közérdek védelmére.

Jogi vagy természetes személyek - akik kötelezően bejegyeztetik magukat a cégbíróságon - akkortól jogosultak működtetni a vállalkozásukat, amikor cégbíróági bejegyzésük megtörtént. A bejegyzési kérvényt az iparendély kézbesítésétől számított 90 napon belül be kell adniuk, ha ezt nem teszik meg, vissza kell adniuk a vállalkozói engedélyt (iparendélyt).

A jogi személyek akkortól jogosultak vállalkozásukat működtetni, amikor bejegyezték őket a cégbíróságon.

A jogi személyek - akik nem jegyeztetik be magukat a cégbíróságon - és a természetes személyek:



- ha bejelentett vállalkozásuk van, akkor a bejelentés napjától számítva, vagy ha a bejelentésben későbbi dátum van feltüntetve, akkortól. A bejelentés napjának az a nap számít, amikor a bejelentést minden szükséges anyaggal beadnak.

- a koncessziós vállalkozásoknál az a nap, amikor kézbesítik a koncessziós levelet (engedélyt).

Aki bejelentett vállalkozást akar működtetni, ezt köteles a kerületi hivatal vállalkozói osztályán bejelenteni. Ez jogi személy esetén a cég székhelyén illetékes kerületi hivatal, természetes személy esetén a lakhelye szerinti illetékes kerületi hivatal. A bejelentéssel egy időben be kell fizetni a bejelentéssel kapcsolatos eljárás illetékét, amely bejelentett vállalkozásnál 1.000,- Sk, míg a koncessziós vállalkozásnál 2.000,-Sk.

Ha a vállalkozás után érdeklődő vállalkozó benyújtott iratai nem felelnek meg a Szlovák Köztársaság által meghatározott előírásoknak, abban az esetben a Magyarországon kiállított szaktudásról és a jártasságról előterjesztett okleveleket és vizsgabizonyítványokat, vagy az egyéb bizonyítékokat az alkalmasságról összehasonlítják a Szlovák Köztársaság önálló előírásai által meghatározott elvárásokkal. Ezzel érintetlenek maradnak a § 66g - 66l rendelkezések. A szakmai alkalmasság összehasonlítását a kerületi hivatal végzi el.

Mind a természetes személyek, mind a jogi személyek feltüntetik a bejelentésben a megállapított szakmai felelős személyi adatait. A külföldi személy a bejelentésben feltünteti a Szlovák Köztársaság területén levő vállalat vagy szervezeti egység címét, valamint a szervezeti egység vezetőjének fent felsorolt adatait. Az alapítók csatolják annak bizonyítékát, hogy a jogi személyt megalapították (például társasági szerződést).



Természetes személy

Külföldi - EU-tagállamból származó, így magyarországi természetes személy - magánvállalkozó vállalkozására Szlovákia területén a Vállalkozói törvény általános rendelkezései érvényesek, egyes Vállalkozói törvényben feltüntetett eltéréssel (§66e).

Vállalkozás bejelentéséhez szükséges iratok, igazolások, melléletek:

a) A szakmai vagy kötött vállalkozás bejelentésekor bemutatja a szakmai alkalmasságát igazoló iratokat vagy a felelős képviselő szakmai alkalmasságát igazoló iratokat.

A kijelölt tevékenység végzésére a szakmai alkalmasságot a következőként mutathatja fel:

- okmánnyal a tagországban végzett önálló vállalkozói tevékenység tárgyáról és időtartamáról,
- okmánnyal a tagországban végzett szaktevékenység vezetői beosztásáról és időtartamáról,
- okmánnyal a tagországban végzett nem önálló (alkalmazotti) szaktevékenység tárgyáról és időtartamáról,
- okmánnyal az illetékes képzettségről

b) Csatolja a három hónapnál nem régebbi erkölcsi bizonyítványt.

c) Csatolja a felelős képviselő erkölcsi bizonyítványát, ha az ki van jelölve.

d) Igazolja, hogy jogosult azt az ingatlant használni, amelyben berendezkedett, amelyben vállalkozik.

e) Csatolja a felelős képviselő becsületbeli nyilatkozatát a 11. paragrafus 4. bekezdése szerint, valamint arról, hogy sem a bíróság, sem az illetékes szervek nem tiltották be a vállalkozói tevékenységét.



f) Csatolja a felelős képviselő beleegyezését abba, hogy vállalja a funkciót.

g) Csatolja az 5. paragrafus 2. bekezdése és a 8. paragrafus 1., 2., és 5. bekezdésében foglaltakkal kapcsolatos nyilatkozatát.

Az összes okmányt elő kell terjeszteni az államnyelvre lefordított, hiteles fordítással együtt és egy okmány sem lehet régebbi, mint 3 hónap.

A különleges követelésekhez tartozik:

- az anyagi megbízhatóság feltételeinek teljesítéséhez szükséges előterjeszteni az illetékes tagállam bankjaiban kiadott egyenrangú okmányokat,

- más tagállam biztosítói által kiadott egyenrangú okmánnyal, a törvényes biztosítással, az ipar működtetéséből eredő rizikók ellen, amelyből egyértelműen kiderül, hogy a feltételeket tekintve megegyezik a Szlovák Köztársaság biztosítási előírásaival.

A fent említett vállalkozási formákról nyújtott információk mérlegelése alapján a vállalkozó számára legelőnyösebb vállalkozási forma kiválasztása az érdeklődőn múlik, ami mellett a legfontosabb kritérium a vállalkozás tárgya, a gazdaságosság és az indítás költségeinek a nagysága. Ha figyelembe vesszük a tényt, hogy külföldön történő vállalkozásról beszélünk, alapvetően ismeretlen környezetben, továbbá a gazdaságosság szempontjából is, a tapasztalatok alapján elmondhatjuk: a vállalkozásra a legmegfelelőbb forma a korlátolt felelősségű társaság. Legnagyobb előnye, hogy nem időigényes, egy hónap alatt gyakorlatilag létrehozható.



III. A marketing célja, feladata

Bevezető

„A marketingnek nem az a célja hogy megmentünk a fulladót, hanem az, hogy megtanítsuk őt úszni !”

Magyar-szlovák üzleti kapcsolatok

A két ország természetes partnerségéből adódóan az üzleti kapcsolatok is rendkívül széles skálán mozognak a szolgáltatásban, kereskedelemben, kétoldalú tőkekapcsolatokban, regionális együttműködésben. A reláció lehetőségeit jól érzékelteti, hogy a folyamatosan növekvő árucere-forgalom volumene egy főre, vagy területre vetítve többszöröse a CEFTA országokénak. Az ide irányuló működőtőke-kihelyezés volumene továbbra is a legnagyobb.

A reláció meghatározó eleme a mikro-, kis- és középvállalkozók átlagon felüli részaránya a forgalomban (45-47 %) és rendkívül magas száma (7.000).

A magyar-szlovák árucere-forgalom alakulása az alábbiakban foglalható össze:

	2002.	2003.	2004.	Me.: M EUR 2005. I-X.hó
Magyar export	527	744	861	1041
Magyar import	721	822	968	965
<i>Forgalom</i>	<i>1248</i>	<i>1566</i>	<i>1829</i>	<i>2006</i>
<i>Szaldó</i>	<i>- 194</i>	<i>- 78</i>	<i>- 107</i>	<i>76</i>

A magyar-szlovák árucere-forgalom évek óta az átlagot messze meghaladó volumenben növekszik az export sokkal



nagyobb mértékű dinamikája mellett, s volumene a sokkal nagyobb közép-európai országokéval azonos nagyságrendű.

A magyar export majdnem 40 %-át a gépipari termékek adják, ami után néhány %-os eltéréssel a feldolgozott termékek következnek. Viszonylag alacsony az élelmiszerek részaránya, ami nem éri el a 8 %-ot. A magyar importban a legnagyobb részarányt a feldolgozott termékek képviselik mintegy 45 %-os részaránnyal, amit az energiahordozók (24 %), illetve a gépipari termékek (15 %) követnek. Az élelmiszeripari termékek részaránya 11 %.

Magyar-szlovák tőkekapcsolatok

A relációs tőkekapcsolatok jellemzője, hogy kétoldalúak. Igaz ugyan, hogy a magyar tőke kivitel jelenleg nagyságrendekkel nagyobb a szlováknál, de hasonló részarányt képvisel egyik ország, mint célország a másik tőke kivitelében.

A Magyarországra irányuló szlovák tőkekihelyezés alakulása

	2001.	2002.	2003.	2004.	Me: MUSD 2005.6.30.
<i>Összes működőtőke kihelyezés, göngyöltött</i>	446	482	551	693	618
<i>Magyarországra irányuló kihelyezés, göngyöltött</i>	30	35	34,0	40	34
<i>Magyarországra irányuló kihelyezés¹, göngyöltött</i>	29	310	321	334	360

Forrás: Szlovák Nemzeti Bank (befolyt pénzeszközök nyilvántartása alapján), árfolyam-és módszertani (2003,2005) változásokkal korrigált. ¹Kereskedelmi Iroda felmérése szerint

A 2005. június.30-ig befolyt pénzösszeg alapján Magyarország a szlovák befektetők 7. legfontosabb célországa a 34 M USD-vel, ami 6 %-os részarányt képvisel. A Kereskedelmi Iroda felmérése alapján a szerződéses állomány mintegy 360 M USD-re tehető. A



nagyobb befektetések mellett számukat tekintve meghatározó a kis- és középvállalatok tőkekihelyezése, aminek eredményeként mintegy 200 vállalat működik elsősorban szolgáltatások és a kereskedelem területén. Egyre jelentősebb érdeklődés tapasztalható a szállításokhoz kapcsolódó értékesítési hálózatok, bázisok kiépítése iránt, ahol fontos szerepet játszik, hogy Magyarország az EU közép-európai déli határországa.

A magyar működőtőke-kihelyezés jellemzői

	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.6.30.
FDI göngyöltett XII.31-ig	4.836	7.974	10.586	13940	12656
FDI göngyöltett Magyarországról	178	237	549	1032	921
FDI Magyarországról szerződéses állomány ²	292	740	1253	1690	1900

Forrás: Szlovák Nemzeti Bank (befolyt pénzeszközök nyilvántartása alapján), árfolyam-és módszertani (2003,2005) változásokkal korrigált.Kereskedelmi Iroda felmérése szerint

A befolyt pénzösszeg alapján 2005. június.30-ig 921 M USD érkezett Magyarországról, ami 7 %-os részarányt képvisel, s így az ország a negyedik legnagyobb befektető. 2004-ben Magyarország volt a legnagyobb befektető Szlovákiában.

Az itt tevékenykedő magyar érdekeltségű vállalatokról központi nyilvántartás nincs.

A Kereskedelmi Iroda felmérése alapján a magyar tőkekihelyezések szerződéses állománya mintegy 1.9 milliárd USD-re tehető, aminek nagy részét a nagyvállalatok (MOL, Trigránit, OTP, Danubius) adják, de folyamatos és egyre jelentősebb az érdeklődés a hazai piacon megerősödött magyar mikro-, kis- és középvállalatok részéről, ahol mintegy 5000 vállalatnak lehet valamilyen érdekeltsége Szlovákiában.

(A magyar-szlovák üzleti kapcsolatok adatait a Magyar Köztársaság Nagykövetségének Kereskedelmi Irodájától kaptuk.)



A fenti információk jelzik, hogy a magyar érdekeltség a szlovák piac felé növekszik exportban, tőkében és nem utolsó sorban a magyar cégek bejegyzésében Szlovákiában. Ebből kifolyólag fontos a magyar cégeknek jól felmérni a szlovák piacot, és eredményes marketingeszközöket használni. Reméljük, hogy a célok eléréséhez a fejezet további része segítséget nyújt.

A marketing fogalma

„A nyereség azt jelenti, hogy az információkkal dolgozni kell !”

Mi a marketing?

A marketing alapvetően a vállalkozás egyfajta megközelítési módja. Egyesek üzleti filozófiának nevezik. A marketing fogalmának mélyén az a nézet rejlik, hogy a vállalkozás tényleges feladata a fogyasztó igényeinek kielégítése, nem pedig a termék előállítás vagy szolgáltatásnyújtás. Ebből kiindulva a marketing így határozható meg:

- a) adott fogyasztói csoportok igényeinek feltérképezése,
- b) ezen igények kielégítése egy bizonyos terméknek a megfelelő áron való előállításával,
- c) ennek eredményként a lehető legnagyobb nyereség elérése.

A fenti definíciók kulcsszavai az igény feltérképezése, kielégítése és a nyereségképzés. *(A következőkben ezt a megközelítést FKN-nek rövidítjük).* A harmadik tevékenység az első kettő eredménye.



Marketingorientáció

A termékre összpontosítás krónikus betegség, ami mind a nagy, mind a kis cégeket sújtja. Ha van saját vállalkozásunk, jó esélyünk van rá, hogy magunk is megkapjuk a kórt! Az ember feltehetően azért kezd vállalkozásba, mert úgy érzi, képes az adott termék előállítására, illetve az adott szolgáltatás nyújtására. Továbbá arról is meg van győződve, hogy terméke, szolgáltatása felér a versenytársakéval, sőt jobb is azokénál. Ha szerencsés, mindez bizonyítást nyer azáltal, hogy akadnak olyanok, akik hajlandók megvásárolni a terméket, megfizetni a szolgáltatását.

Ezzel együtt - a magunk szemében - változatlanul az a fő érényünk, hogy egyáltalán képesek vagyunk a termék előállítására, a szolgáltatás nyújtására, hiszen ez adta a kezdő lökést a vállalkozás beindításához.

Mi zajlik le a piacon?

Nézzük meg, hogy valójában milyen folyamatok zajlanak le a piacunkon, azaz hogyan működik a piacunk? Négy tényezőt kell figyelembe vennünk:

- a) Ön - az a személy, aki eldönti, mit fog előállítani a termelőeszközzel.
- b) Az Ön termelőeszköze - ez testesíti meg az Ön vállalkozását, mely lehet műhely, üzlet, panzió, vendéglő, ügynökség, stb.
- c) Az Ön terméke vagy szolgáltatása - az, amivel Ön megjelenik a piacon, például bútor mint termék, fitnessz, mint szolgáltatás.
- d) Fogyasztók - azok az emberek, akik megvásárolják és elfogyasztják az Ön termékét.



Felfoghatjuk az egészet kommunikációs, azaz kapcsolattartási folyamatként, párbeszédként is. Ön a fogyasztók között a folyamat középpontjában áll a termékkel. Amennyiben a fogyasztó úgy dönt, hogy éppen az Ön termékét veszi meg, akkor hasznos kapcsolatról van szó. Ám más szemszögből nézve, ha Ön történetesen olyan terméket állít elő, amire a fogyasztónak igénye van, ezért Öntől vásárol, az szintén hasznos kommunikáció.

Ki az én fogyasztóm ?

Első pillantásra ez meglehetősen naiv kérdésnek tűnik. Való igaz, hogy egyszerű a kérdés, de semmi esetre sem csacska. Voltaképpen ennek a kérdésnek a felvetése és megválaszolása a marketing munka legfontosabb szellemi folyamata.

Itt kiderülnek a minimumkérdések. Hol található? Mennyit költ? Milyen gyakran vásárol?

Hol vásárol? Mikor vásárol? Miért vásárol? Valójában mit vásárol?

Ezt a listát számos további kérdéssel lehetne bővíteni, most csak a feltétlenül szükséges kérdéseket tettük fel. Azért neveztük ezeket minimumkérdésnek, mert - akácsak a vizsgákon - aki ezekre nem tudja a választ, az megbukik.

A marketingmix

„Vigyázzunk, a konkurencia ugyanazt csinálja !”

Nem csak olyan terméket kell kínálnunk a fogyasztónak, amelyet az kíván, és olyan áron, amit meg tud fizetni. A terméknek



könnyen hozzáférhetőnek, beszerezhetőnek kell lennie, ezen kívül a fogyasztónak hallania is kell róla. Ezért reklámozunk kell ahhoz, hogy el tudjuk adni. Ennek lebonyolítására az úgynevezett marketingmixet ajánlunk neki.

Az **ÁRU**, az **ÁRKÉPZÉS**, az **ÁRÚSÍTÁS** és az **AJÁNLÁS**, azaz a négy „A” a komplett ajánlat alkotóelemei.

Az **áru** nem egyszerűen egy termék, annál sokkal több! Nézzünk például egy személygépkocsit. Amikor az ember megvesz egy járművet, megveszi a kerekeit, a karosszériát, az üléseket stb. Megveszi a kézzelfogható terméket. De megveszi a szervízhez és a karbantartáshoz való hozzáférési lehetőséget is mindazokra az évekre, amíg az autó tulajdonosa marad. Kevesen vásárolnak olyan autót, amihez nem biztosítot az alkatrész - és szervízellátás. Így az ember a termékkel járó szolgáltatásokat is megveszi.

Ezen kívül az ember megvesz még egy jó adag megfoghatatlan dolgot is. A Mercedes vásárlója ténylegesen boldogan kifizet egy nagy csomó pénzt a presztízsért, ami szerint egy ilyen autó birtokosának jár. Mások jó hírnevet vesznek, vagy japán megbízhatóságot, vagy a Ferrari sportosságát. Akármilyen legyen is az, a legtöbb vásárló valamilyen pszichológiai hasznot is vásárol a termék fizikai tulajdonosságai és a vele járó szolgáltatások mellett.

Az **árképzés** első pillantásra egyszerűnek látszik. Mégis, hogyan szabjuk meg a termékünk árát? Fedezi-e a minden költségünket? Jobb megtérülést eredményez-e, mintha - ahelyett, hogy a vállalkozásba fektettük volna - takarékbetétben fialtatnánk a pénzünket, még hozzá teljesen kockázatmentesen? Hajlandó lenne a fogyasztó többet fizetni a termékünkért annál, mint



amennyit most kérünk érte? Ha összeadjuk a fogyasztónál felmerülő összes költséget, beleértve mind az üzemeltetést, mind a karbantartást, hogyan viszonyul ez az összeg a konkurencia hasonló adataihoz ?.

Az árképzésre vonatkozó döntésnél figyelembe kell venni, hogy nekünk mibe kerül a termék vagy szolgáltatás előállítása, mik a versenytársak árai, mekkora nyereséget szeretnénk elérni, továbbá milyen információink vannak arról, hogy a fogyasztó mennyit hajlandó magadni érte. Elképzelhető, hogy nemcsak egyetlen, hanem többféle árat kell kikalkulálnunk.

Az **árúsítás** lényege: hol szoktak a fogyasztók olyan terméket beszerezni, mint a mi termékünk? Én hol teszem a termékemet számukra hozzáférhetővé? Hol árúsítja a versenytársam az ő termékét?

Amikor a válaszokon és a köztünk lévő esetleges ellentmondásokon elkezdünk töprengeni, megteesszük a kezdő lépéseket a marketingmix termékelosztási tényezőjének kidolgozásához. Az ezzel kapcsolatos döntést "csatorna-kijelölésnek" is nevezik, ugyanis meghatározzuk, hogy mi a megfelelő értékesítési csatorna termékünk piacra juttatásához.

Az **ajánlás** is lényeges. A kutya sem fogja a termékünket megvásárolni, ha nem is tudja, hogy az a világon van. A marketingmix kommunikációs elemei foglalkoznak azzal a problémával, hogyan tájékoztassuk a lehetséges fogyasztókat arról, hogy a termék létezik, és milyen módon elégíti ki az ő igényeiket. Ezt a feladatot meggyőző módon kell végrehajtani. Számos módja van annak, hogy a piacot vállalkozásunkról és termékünkéről tájékoztassuk, a vonzó környezettől a hirdetésig.



Az újság- vagy rádióhirdetésnek egészen más a hatása és a célja. A személyes eladás az ügyfelek tájékoztatásának és meggyőzésének talán leghathatósabb eszköze, de általában a legdrágább módszer is.

A marketingnek ez az eleme tehát választ ad a következő kérdésekre:

Kiket kell tájékoztatnom és meggyőzőnöm? Ennek mi a legjobb módja vagy módjai? Mennyit kell költenem a fogyasztók tájékoztatására vagy meggyőzésére?

A marketingmix a gyakorlatias, professzionális marketing magja. Ha az ember eldöntötte, hogy mi a célpiaca, kik a kiszolgált kívánt fogyasztók, és az ő igényeikhez, valamint a konkurencia erőihez és gyengeségeihez képest megválasztotta a versenybeli pozícióját, akkor már csak a marketingmix-szel kapcsolatos döntések helyességén áll vagy bukik vállalkozásának sikere.

A célpiac szegmentálása

Amikor körülnézünk a parkolóban, első benyomásunk az, hogy mennyire hasonlítanak egymáshoz az autók, hiszen mind besorolható valamilyen kategóriába: az egyik limuzin, a másik coupe, a harmadik kombi a negyedik cabrió és így tovább. Ha azonban közelebről is szemügyre vesszük azokat, feltűnnek a különbségek. Más-más a gyártó, a motorteljesítmény, a belső kivitelezés, a szín, ami mind választási lehetőséget kínál a vásárló számára. Egy másik példával élve: ha egy meccsen megnézzük a szurkolók ruházatát, első pillantásra úgy tűnik, hasonlóan öltözködnek, de ritkán fordul elő, hogy akár ketten is akadjanak, akik pontosan ugyanolyan ruhadarabokat öltöttek magukra.



Természetesen a legtöbb célpiacon nyilvánvalóan megvalósíthatatlan, hogy minden egyes fogyasztó számára valami eltérő terméket ajánlunk, ugyanis a gazdaságos gyártási és értékesítési mennyiség megköveteli a bizonyos fokú egységesítést. Ekkor kerülünk először választút elé: a fogyasztó ugyanis választékot követel, a gazdaságos termelés pedig egységes sorozatmennyiséget.

Szegmentálásnak, a célpiac behatárolásának az ilyen fogyasztói csoportok felismerését, behatárolását nevezzük. Ez létfontosságú a hatékony marketingstratégia kidolgozásához. A piaci szegmens a hasonló ízlésű és igényű fogyasztók csoportja. A célpiac kiválasztása gyakran meghatározó az összes ezt követő marketingtevékenység szempontjából.

Az autós példánál maradva: könnyen azonosíthatjuk a gépkocsi piac négy szegmensét. Nevezzük ezeket kisautó, alsó-középkategóriás, középkategóriás és felsőkategóriás autóvásárlóknak. A négy szegmens számára - sorrendben - a Ford Fiesta, az Escort, a Mondeo és a Granada modelleket gyártja, a Volkswagen a Polo, a Golf, a Passat és a Santana modelleket, de bármely más nagyobb autógyártól is válaszhattunk volna példát.

Mindez rámutat, miért van látszólagos hasonlóság a nagy gyártók termékskálája között. Mindannyian hasonló szempontok alapján választják meg a célpiacot és hasonló szegmensek igényeit kielégítő modelleket gyártanak. Bár a termékek alapvetően hasonlóak, mégis különbözik a motorteljesítmény, a belső tér, a csomagtartó és hátkiképzés stb. szempontjából, s ez széles választási lehetőséget kínál a fogyasztónak egy-egy szegmensen belül is.

Természetesen a gépkocsi piac tovább szegmentálható a sportkocsik, presztízskocsik, luxuskocsik, sőt a tuningolt és replika



autók vásárlóira. Ezen kisebb szegmenseket többnyire a kisebb gyártók foglalják el, mi több - uralják. Ez nem jelenti azt, hogy a BMW vagy Rolls-Royce önmagában kis cég, csak a Fordhoz vagy a Wolkswagenhez hasonlítva kicsi.

A másik, az igazi megoldás, ha új szegmensen határozunk meg, tehát olyan fogyasztói csoportot, amelyet a konkurencia még nem fedezett fel magának, ezért igényeit a létező termékek nem elégítik ki maradéktalanul. A szegmentálásnál az az igazi próbakő, ha olyasmit tudunk felkínálni, ami a fogyasztói célcsoport igényeihez szorosabban alkalmazkodik, további előnyöket kínál a számára.

Reklám és propaganda

Mindenféle reklámozás gondos tervezést igényel. Ha ezt elmulasztjuk, meglehet, hogy kidobott pénzt költünk rá. Ezért tisztában kell lennünk a célpiacunkkal, a mondanivalónkkal, s hogy milyen médiát akarunk használni.

Ha hirdetünk, ellenőriznünk kell, hogy mennyire volt hatékony a reklám. Ha nem megfelelő a reklám hatása, akkor vegyünk mély lélegzetet, és kezdjük előlről! Végso soron, ha nem sikerül eljuttatni a mondanivalót azokhoz, akiknek szánjuk, nem lesznek vásárlóink !

Miért érdemes reklámozni? Hogy növeljük a nyereségünket? Hogyan tudjuk ezt a reklámmal elérni?

A reklám ismertebbé teszi vállalkozásunkat - vevőt toboroz, vállalkozásunkat kedvező színben tünteti fel -, ezért a fogyasztók



hozzá akarnak jutni a termékünkhöz, szolgáltatásunkhoz, növelve az értékesítést és ezáltal a nyereségünket

A képlet egyszerűnek tűnik: reklámozunk, ezzel pénzt keressünk. Igen ám, de a reklám pénzbe kerül. Elegendő anyagi fedezetet kell előteremtenünk ahhoz, hogy a reklámköltségeket viselni tudjuk. Amennyiben a reklám hatástalan, veszítetünk a bolton.

A reklámot gondosan meg kell tervezni, amihez három fő tényezőt kell figyelembe vennünk:

- a célpiacon - kik a vásárlóink és hol találhatók?
- a mondanivalót - mit szeretnénk tudatni velük, megértik-e?
- a médiát - hol hirdessünk, a sajtóban, a rádióban, a televízióban vagy másutt?

A célpiacon - a mi fogyasztóink - a mi piacunk, magunk elé kell képelnünk őket. Anélkül, hogy tiszta képet alkotnánk róluk, nem is tudjuk, kire irányuljon a reklám. Felmerülnek a kérdések. Kicsodák ők? Hol laknak? Milyen lakáskörülmények között élnek? Milyen az életkoruk, a családi állapotuk? Vannak-e gyerekeik?

Látjuk-e már magunk előtt azt a fogyasztót, akit reklámunkkal megpróbálunk meggyőzni? A reklám, ha nem meghatározott csoportra irányul, kárba vész. Tehát a reklámhoz szükség van a célcsoportra.

A mondanivaló lényege, hogy üzenetünket szeretnénk a közvélemény tudomására hozni? Ez az üzenet lehet a versenyképes ár, azonnali szolgáltatások, a termék/szolgáltatás minősége.

Rá kell jönnünk, mi az erősségünk, és ezt nyilvánosságra kell hoznunk! De van egyéb közlendőnk is? Eszünkbe jutott a konkú-



rencia? Ismernünk kell a konkurencia gyengeségeit ahhoz, hogy legyőzhessük őt!

Gyengék a szolgáltatásaik? Akkor közöljük, hogy mi jobbak vagyunk.

Drágák? Akkor hangsúlyozzuk termékeink minőségét és megbízhatóságát.

A média az az eszköz, melyen keresztül a mondanivalónk eljut a közvéleményhez.

Ennek számos módja lehet, például: hírlap, képes újság, szakmai lapok, szórólap, prospektus, plakát, rádió, televízió, internet, web, akár hőlégballon.

Ha szorosan nem is a média körébe tartozik, nagyon fontos a megjelenés a kiállításokon, szakmai vásárokon, ám szervezhetünk célzott szakmai prezentációkat is a kiválasztott célcsoportnak. Ne feledkezzünk meg az arculattervezés fontosságáról sem!

Ha eldöntöttük, mit teszünk, azt kell végiggondolnunk, hogy mennyibe kerül ez nekünk? Behatároltuk, hogy kik a fogyasztóink, hol találhatók, és meghatároztuk, hogy mit akarunk nekik mondani. Most ki kell választanunk az ehhez legmegfelelőbb reklámeszközt.

(Ha például reklámötlete a látványra alapoz, célszerűtlen lenne rádióhirdetésre pénzt pazarolni.)

Mennyit szabad a reklámra költenünk? Nincs meghatározott összeg: minden a piactól, a konkurenciától és a üzleti céljainktól függ.



Üzleti tapasztalatok híján reklámozásra javasolható a várható éves árbevétel 2%-a. Dolgozzuk ki, hogy ebből mire futja, továbbá mikor szeretnénk megjelentetni a reklámot ?

Vigyázat! Ha csekély az értékesítés, lehet, hogy szűken mérjük a reklámra fordítandó pénzünket. Ne feledjük, hogy csak úgy lehet eladni, ha az emberek tudomást szereznek arról, hogy vállalkozásunk működik. Ne tekintsük kidobott pénznek a reklámok összegét. Gondolkodjunk inkább úgy, hogy ez befektetés, ami a jövőben meghozza a gyümölcsét.

A reklám hatékonyságának mérésekor komoly probléma eldönteni, hogy megérte-e a reklámozás. A reklámnak mindenképpen növelnie kell az árbevételt. Ha ez nem következik be, akkor könnyen megbukhatunk. Kereskedelmi pozíciónknak javulnia kell a reklám eredményeként: az értékesítésünk nő, nagyobb a kereslet a szolgáltatásunk iránt.

A hirdetés hatékonyságának vizsgálatára vannak már bevált ellenőrzési módok. Íme néhány: tegyünk kivágható ajándékszelvényt a hirdetésbe, a hirdetés bemutatóinak ajánljuk fel bizonyos százaléku árengedményt, a hirdetésnek legyen hivatkozási száma.

Áttekintés a reklámról: meg kell határoznunk a célokat, azaz tisztáznunk kell, hogy kinek szóljon, mit akarunk közölni, mi a közlés legcélszerűbb módja?

A tervezésre fordított idő kifizetődik, mert célszerűtlen pénzkidástól óv meg. Ne feledjük ellenőrizni a reklám hatását! Növelte-e az eladásokat? Ha igen, megérte-e? A reklámnak kifizetődőnek kell lennie.



Ha egyszer behatároltuk a célpiacunkat, elkezdhetjük a reklám felvázolását. Mennyit költhetünk egy adott időszakban hirdetésre? Folyamatosan hirdessünk-e, vagy meghatározott időszakonként, illetve szezonálisan? Milyen médiát használjunk? Mi legyen a mondanivalónk? Hogyan győződünk meg reklámunk hatékonyságáról?

Ezután már hirdethetünk, de folyamatosan figyeljük a menetet. Ha elégedettek vagyunk az eredményekkel, akkor minden rendben van. Ha nem - akkor álljunk meg, menjünk vissza a kezdetekhez és újra gondoljuk végig mindent. Ne vesztessünk több pénzt olyasmire, ami nem válik be.

Piackutatás

Milyen információkat kellene beszerezni, mielőtt a terméket piacra dobjuk, milyen kérdéseket kell feltenni? Okvetlenül fel kell hívni a figyelmet a kérdésekre:

- a) az **áruval** kapcsolatos döntések: cikkválaszték, márka, csomagolás, ki vásárolná és mi okból szánná rá magát a vételre,
- b) az **árképzésre** vonatkozó döntések: magas vagy alacsony a konkurenciához viszonyítva, mi az amit a piac elvisel stb.,
- c) az **árusítással** kapcsolatos döntések: hol forgalmazzuk, milyen cégen keresztül stb.,
- d) az **ajánlásra** vonatkozó döntések: melyik újságban hirdessünk, milyen eladási taktikát alkalmazzunk, nyomtassunk-e prospektust stb.

Végezetül nem szabad figyelem kívül hagyni a tervezést, továbbá a versenytársakkal, a piac nagyságával és a piaci irányzatokkal kapcsolatos információkat sem.



Bizonyára feltűnt, hogy lényegében négy területről kell információkat gyűjteni. Ezek: áru, árképzés, árusítás, ajánlás - azaz a marketingmix.

Piackutatási információforrások

A jó információ csökkenti a minden döntésben jelen levő kockázatot. Teljesen ugyan nem küszöböli ki, de növeli a siker esélyét.

Piackutatási adatigény - kérdéslista

Célpiac: Mekkora a piac felvevő kapacitása érték és mennyiség szempontjából? Melyek a piaci irányvonalak? Milyen a piac szerkezete (fogyasztói típusok szerinti, földrajzi, értékesítési módszerek szerinti megoszlásban)? Kik a fő versenytársak? Milyen piaci részesedésünk van és milyen volumenű?

Fogyasztó: Kicsodák ők? Mi jellemzi őket? Miért vásárolják az én termékemet?

Áru: Nem avult el? Az adott piacnak megfelelő a minősége? Tudnánk-e egyéb termékekkel bővíteni a meglevők körét? Mennyire fontos a termékünkhöz kapcsolódó vevőszolgálat, a gyors szállítás, a kiegészítő szolgáltatások stb? Mennyire fontos az én márkanevem a fogyasztónak? Jó-e márkánkról alkotott vélemény? Megfelelő-e a termékcsomagolás?

Árképzés: Hogyan határozzuk meg az árat? Nem kellene esetleg eltérő árakat szabni a különféle vásárlóknak?

Elosztás: Ismerjük-e az összes elosztási csatornát, amin keresztül termékünket eljuttathatjuk a fogyasztóhoz és alkalmaz-



zuk-e azokat? Mi a legmegfelelőbb értékesítési rendszer a vállalkozásunk számára?

Ajánlás: Hogyan lehet a legjobban ismertté tenni vállalkozásunkat és annak termékeit? Mennyit kellene költeni erre? Tudjuk-e, hogy kikből áll a megcélzott fogyasztói kör és hogyan lehet a "kegyeikbe férközni"?

Eladás: Milyen gyakran kellene felkeresnünk az ügyfeleinket és személyesen kapcsolatba lépünk a vásárlóinkkal? Mivel lehet a legjobban "megfogni" a fogyasztóinkat?

A kérdéslista szigorúan a marketingmix alapelemei szerint épül fel. A kérdések többsége ugyanis akkor merül fel a vállalkozó számára, amikor döntéseket kell hoznia.

Néhány kérdés egyszerűnek tűnik és könnyű megválaszolni. Ha minden kérdésre tudjuk a választ, akkor könnyebben és magabiztosabban tudunk döntést hozni, és döntéseink helyesebbek lesznek.

Néhány esetben lehetetlen minden szükséges információt megszerezni, de még a részleges információ is jobb, mint az információ nélküiség.

Emlékezzünk arra, hogy a piac kiindulópont a marketing céljához. A marketing célja az, hogy jó termék kerüljön a jó fogyasztóhoz, jó időben, jó helyen, jó minőségben és jó árban.



IV. Minőségirányítás és szellemi tulajdon

MINŐSÉGIRÁNYÍTÁS

ISO 9000 sz. szabvány szerinti minőségirányítási rendszer

A vevők egyre tapasztaltabbak, tájékozottabbak, és az elvárásaik is egyre nagyobbak. A vállalatok ma csak akkor tudnak fennmaradni, ha igazolni tudják a minőség iránti elkötelezettségüket. Függetlenül attól, hogy mekkorák és mivel foglalkoznak, azzal biztosíthatják a jövőjüket, ha bevezetnek egy olyan minőségirányítási rendszert (MIR), mint az ISO 9000.

A minőségirányítási rendszer bevezetésének néhány előnye:

- a vevői követelmények jobb megértése a vevők elégedettségének elérése érdekében
- a szervezeti folyamatok jobb megértése
- az alkalmazottak felelősségi körének és hatáskörének egyértelmű meghatározása
- a veszteségek csökkentése
- a termékek és szolgáltatások egyenletes minőségének és nyomon követhetőségének fokozott biztosítása
- jobb munkahelyi légkör és érdekelttség

A rendszer biztosítja a munkahelyi eljárások egyöntetűségét és folyamatos fejlesztését, ami viszont elősegíti, hogy a termékek és szolgáltatások megfeleljenek a vevői követelményeknek. Az ISO 9000 a legszélesebb körben használt nemzetközi szabvány, amely megteremti a hatékony minőségirányítás keretrendszerét.



A követelményeket leíró ISO 9001:2000 szabvány a következő fő fejezeteket tartalmazza:

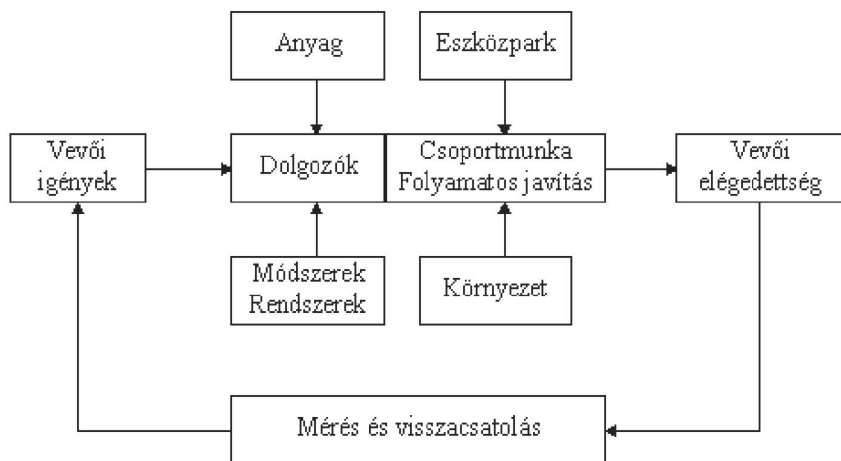
1. Minőségirányítási rendszer
2. A vezetőség felelősségi köre
3. Gazdálkodás az erőforrásokkal
4. A termék előállítása
5. Mérés, elemzés és fejlesztés

Az ISO 9000 utat nyit a TQM felé

Total Quality Management egy minőségközpontú vezetési filozófia (1. ábra), amely a vevő igényeinek maximális kielégítésére helyezi a hangsúlyt. Ezt a szervezet és a folyamatok állandó javításával, a hatékonyság és az eredményesség növelésével éri el. Folyamataiba bevonja a vállalat összes dolgozóját. Megvalósításának előfeltétele a vállalatban belüli minőségrendszer megléte, melyre alapozva, azt továbbfejlesztve hozza létre a teljes szervezet átfogó felépítményt. A filozófia sikeres gyakorlatba ültetése érdekében kulcsfontosságú:

- a hosszú távú tervezés,
- összpontosítás a vevőre,
- a felső vezetés elkötelezettsége és vezetői képességei,
- a rendszerben gondolkodás és a teljes körű részvétel,
- az oktatás és a képzés,
- a mérő- és értékelő rendszer,
- a kommunikáció.





1. ábra. A TQM egyszerűsített modellje

Összpontosítás a vevőre

A TQM alapeleme annak megértése, hogy a vevő határozza meg a minőséget. Azok a termék és szolgáltatás tulajdonságok, amelyek minőség érzetét keltik a vevőben, növelik annak elégedettségét. A vállalaton belüli megrendelők ugyanolyan fontossággal bírnak mint a külsők.

Rendszerben gondolkodás és teljes körű részvétel

A teljes körű minőségirányítás csak akkor lehet hatékony, ha minden dolgozó részt vesz a megvalósításban. A vállalat hagyományosan vertikális, hierarchikus felépítésű, a TQM azonban horizontális együttműködést igényel. A gyenge minőség gyakran ezen kapcsolatok fontosságának alábecsülésére vezethető vissza. A filozófia fontos eleme az alkalmazottak bátorítása



annak érdekében, hogy fejlesztőjavító ötletekkel és javaslatokkal álljanak elő. Ösztönző hatása van a csoportok és egyének elismerésének, jutalmazásának, valamint a beérkezett javaslatok gyors feldolgozásának. A vezetés lehetőséget biztosít olyan munkacsoportok megalakulására, amelyek a gyakorlatban is megpróbálják véghezvinni az ötletszinten felmerült megalapozott javaslatokat.

Környezetközpontú irányítási rendszer

A vállalat környezeti teljesítése jelentősen befolyásolhatja a vállalat sikerét. Az ISO 14001 a környezetközpontú irányítási rendszerek (KIR) nemzetközileg elismert szabványa. Az ISO 14001-es regisztráció elvégzése hozzásegíti a szervezetet a szabvány megvalósításához, és ezáltal versenyelőnyének és hírnevének a növeléséhez. A regisztrációtól a következő várható:

- Szigorú környezetvédelmi szabványok betartásának igazolása
- A törvényeknek való megfelelés igazolása
- A költségek csökkentése
- A hatékonyság növelése

Mi a környezetközpontú irányítási rendszer?

A környezetközpontú irányítási rendszer megteremti a környezetvédelmi kötelezettségek kezelésének keretrendszerét, hogy azok hatékonyabban és szervezettebben illeszkedjenek az általános üzleti feladatok közé.

A környezetközpontú irányítási rendszerek olyan szabványokon alapulnak, amelyek bevezetése nyomán folyamatosan javít-



ható a környezeti teljesítés és meg lehet felelni a törvényeknek. Az ISO 14001-nek megfelelő regisztráció elvégzésének, aminek eredményeként:

- A kiesések és a hulladék jobb kezelése miatt megszűnik a bizonytalanság és az inkonzisztencia
- Versenyelőny biztosításával megelőzi az esetleges nemzetközi kereskedelmi korlátozásokat
- Segít a vállalatoknak abban, hogy megfeleljenek a hatósági előírások követelményeinek
- Javítja az általános teljesítményt

Mi az ISO 14001?

Az ISO 14001 olyan nemzetközi szabvány, amely meghatározza a vállalat környezeti teljesítésének szabályozását és javítását lehetővé tevő folyamatot.

Az ISO 14001 részei:

- Általános követelmények
- Környezeti politika
- Tervezés
- Bevezetés és működtetés
- Ellenőrző és helyesbítő tevékenység
- Vezetőségi átvizsgálás

Ez a következőket jelenti a vállalatuk számára:

Azonosítják az üzleti tevékenységnek azokat az elemeit, amelyek hatással vannak a környezetre, és elérhetővé teszik a környezetre vonatkozó fontos jogszabályokat.



Meghatározzák a fejlesztési célokat és az elérésüket szolgáló irányítási programot, és rendszeres felülvizsgálatokat végeznek a folyamatos fejlesztés érdekében.

Élelmiszerbiztonsági rendszer - HACCP

Miért van szüksége az Ön vállalatának HACCP-re?

Mert az Európai Unió minden tagállamában, így 2004 május 1-óta Szlovákiában is, az EK 93/43/EEC direktívája előírása szerint: kötelező HACCP rendszert bevezetni és működtetni.

Pontosan mit is mond az Európai Unió törvénye?

"Az élelmiszer gyártóknak azonosítaniuk kell tevékenységük minden olyan lépését, amely kritikus az élelmiszerek biztonsága szempontjából, és biztosítaniuk kell a megfelelő biztonsági eljárások azonosítását, bevezetését, fenntartását és felülvizsgálatát a HACCP rendszer kialakításához alkalmazott alapelvek alapján".

A HACCP alapelvei és végrehajtási lépései.

1. A veszélyelemzés teljeskörű végrehajtása: lista készítése a folyamat azon pontjairól, amelyekben bármilyen mértékű és jellegű veszélyek fordulhatnak elő. Ezt követi a veszélyek kockázatának, a megelőzésükre szolgáló intézkedések értékelése.
2. A lehetséges veszélyes pontok közül a kritikus szabályozási pontok meghatározása a teljes folyamatra vonatkozóan.
3. Az elemzett, elfogadott kritikus szabályozási pontokon a beavatkozási határok megállapítása.



4. A kritikus szabályozási pontok megfigyelő rendszerének kialakítása, a tervezett vizsgálatok és ellenőrzések meghatározása, a kapott adatok feldolgozási szabályainak kidolgozása.

5. A beavatkozó, javító tevékenységek meghatározása a kritikus határértékek átlépése esetére.

6. Teljes körű dokumentációs rendszer és eljárások kialakítása.

7. A megtervezett rendszer bevezetése és a munkatársak oktatása.

8. Eljárás bevezetése a HACCP értékelésére, igazolására, a rendszer működésének folyamatos, rendszeres ellenőrzésére.

A HACCP rendszer egyszerűen fejleszthető ISO 9000-es minőségirányítási rendszerré, illetve HACCP integrálására már meglévő minőségirányítási rendszerbe, mely annak részeként bevonható a rendszer tanúsítási területébe.



SZELLEMI TULAJDON

A szellemi tulajdon egy gyűjtőfogalom, amely az egyes szellemi tevékenységek eredményeinek védelmét szolgáló eszközök összessége. Két nagy területre osztható, a szerzői jog és kapcsolódó jogok, valamint az iparjogvédelem területére.

Szerzői jog és kapcsolódó jogok Szlovákiában

A szerzői jog védelmét a **618/2003 Z. z.** számú törvény szabályozza, amely a Kultúrális Minisztérium (Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky, www.culture.gov.sk) hatáskörébe tartozik. Ebbe a kategóriába soroljuk a kultúrális, művészeti és irodalmi alkotásokat, adatbázisokat, valamint a számítógépi programokat, amelyeknek védelme ki van zárva a szabadalmi oltalomból.

Az iparjogvédelem rendszere Szlovákiában

A Szlovák Iparjogvédelmi Hivatal (Úrad priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky, www.upv.sk) hatáskörébe tartozik:

- a szabadalmi oltalom,
- a használatiminta-oltalom,
- a formatervezésiminta-oltalom (dizajn),
- a védjegyoltalom,
- a földrajziárjelző-oltalom és
- a topográfia-oltalom.

A külföldi bejelentő köteles belföldi lakóhellyel rendelkező képviselőt megbízni képviselőtével. Ezt a képviselőtet szabadalmi ügyvivők (megtalálhatók a Szlovák Szabadalmi Ügyvivők



Kamarájának honlapján, www.patentattorneys.sk) vagy ügyvédek (megtalálhatók a Szlovák Ügyvédi Kamara honlapán, www.sak.sk) láthatják el.

Az iparjogvédelem körébe tartozik a növényfajta-oltalom, amelyet a **291/1996 Z. z.** számú törvény (törvénymódosítások 470/2002 Z. z. és 519/2003 Z. z.) szabályoz és a Mezőgazdasági Minisztérium (Ministerstvo pôdohospodárstva Slovenskej republiky, www.mpsr.sk) hatáskörébe tartozik.

Ezen kívül a szellemi tulajdon védelmét szabályozó nemzetközi egyezmények a szellemi tulajdon körébe sorolják az üzleti titok védelmét is, amelyet Szlovákiában a többször módosított **513/1991 Z. z.** számú Kereskedelmi törvény szabályoz.

Szabadalmi oltalom

Szabadalmi oltalom szerezhető a nagyobb jelentőségű műszaki találmányokra, amelyeknek jellemzője, hogy az adott problémát az adott módon még senki sem oldotta meg, tehát szabadalmazható minden új, feltalálói tevékenységen alapuló, iparilag alkalmazható találmány a technika bármely területén.

A szabadalmi törvény szerint nem minősül találmánynak a felfedezés, a tudományos elmélet, a matematikai módszer, az esztétikai alkotás, a szellemi tevékenységre, játékokra, üzletvitelre vonatkozó terv, szabály vagy eljárás, a számítógépi program és az információk megjelenítése. Ezenkívül nem részesülhetnek szabadalmi oltalomban a növényfajták és az állatfajták, a növények vagy állatok előállítására szolgáló biológiai eljárások, az emberi vagy állati test kezelésére szolgáló gyógyászati vagy sebészeti eljárások.



A Szlovák Köztársaságban érvényes szabadalmat nemzeti-, európai- vagy a Szabadalmi Együttműködési Szerződés (PCT) keretén belül indított szabadalmi bejelentéssel lehet szerezni, amennyiben a bejelentés és a bejelentett találmány megfelel a jogszabályi előírásoknak. Az oltalom a Szlovák Iparjogvédelmi Hivatal előtt folyó engedélyezési eljárás eredményeképpen keletkezik

A szabadalom tulajdonosának kizárólagos joga van a találmány szerinti megoldás hasznosítására, illetve a hasznosításra másnak engedélyt (licencia) adni. A szabadalmi oltalom időtartama és területi érvényessége nem korlátlan. Az oltalom a szabadalmi bejelentés napjától számítva legfeljebb 20 évig lehet érvényes. Szlovákiában az oltalom csak akkor érvényes, ha az Iparjogvédelmi Hivatalban engedélyezték, illetve engedélyezték az Európai Szabadalmi Hivatalban, ahol igényelték az európai szabadalmat a Szlovák Köztársaságban is.

Szlovák jogszabályok

435/2001 Z. z. számú törvény a szabadalmak oltalmazásáról, a kiegészítő oltalomról és néhány törvénymódosításról (szabadalmi törvény), módosítva a 402/2002 Z. z. számú törvénnyel;

223/2002 Z. z. számú kormányrendelet a szabadalmi törvény végrehajtásáról;

145/1995 Z. z. számú törvény a közigazgatási illetékekről a hatályos módosításokkal.

Használati mintaoltalom

A használati mintaoltalom a szabadalmazható találmány színvonalát el nem érő új szerkezeti kialakítások védelmére szolgáló oltalmi forma. Használati mintaoltalomban részesülhet valamely tárgy kialakítására, szerkezetére vagy részeinek elren-



dezésére vonatkozó megoldás, ha új, feltalálói lépésen alapul és iparilag alkalmazható.

A használati mintaoltalom a Szlovák Iparjogvédelmi Hivatal előtt lefolytatott, a jogszabályzatban előírt eljárás eredményeképpen keletkezik.

A Szlovák Köztársaságban érvényes mintaoltalmat lehet szerezni nemzeti bejelentéssel vagy a Szabadalmi Együttműködési Szerződés (PCT) keretén belül indított nemzetközi bejelentéssel.

A minta tulajdonosának kizárólagos joga van a minta hasznosítására, illetve a hasznosításra másnak engedélyt (licencia) adni. Az oltalom időtartama 10 év a bejelentés napjától. Szlovákiában az oltalom csak akkor érvényes, ha az Iparjogvédelmi Hivatalban engedélyezték.

Szlovák jogszabályok

478/1992 Zb. számú törvény a használati mintaoltalomról, módosítva a 90/1993 Z. z., 435/2001 Z. z. és 402/2002 Z. z. számú törvényekkel;

145/1995 Z. z. számú törvény a közigazgatási illetékekről a hatályos módosításokkal.

Védjegyoltalom

A védjegy az árujelzők legfontosabb fajtája, mint árujelző, az egyes áruk és szolgáltatások azonosítására, egymástól való megkülönböztetésére, a fogyasztók tájékozódásának előmozdítására szolgáló jogi oltalom. A gazdasági verseny alapvető eszköze, kiemelkedő szerepet játszik a marketing és a reklám területén.



Védjegyoltalomban részesülhet minden grafikailag ábrázolható megjelölés, amely alkalmas arra, hogy valamely árut vagy szolgáltatást megkülönböztessen mások áruitól vagy szolgáltatásaitól. Védjegy lehet szó, szóösszetétel, beleértve a személyneveket és a jelmondatokat, betű, szám, ábra, kép, sík- vagy térbeli alakzat, beleértve az áru vagy csomagolás formáját, és ezek kombinációja.

A Szlovák Köztársaságban védjegyoltalom szerezhető az Iparjogvédelmi Hivatalhoz benyújtott védjegybejelentéssel, a védjegyek nemzetközi lajstromozásáról szóló Madridi Megállapodás és a Madridi Jegyzőkönyv alapján megtett nemzetközi bejelentéssel, illetve európai közösségi védjegybejelentéssel.

Az oltalom időtartama a bejelentés napjától számítva 10 év, amely a jogosult kérésére minden 10. évben további 10 éves időtartamra megújítással meghosszabbítható.

A védjegyjogosultnak kizárólagos joga van a védjegy használatára az árujegyzékben szereplő árukkal kapcsolatban, illetve másnak engedélyt (licencia) adhat használatára.

Továbbá védjegybitorlás miatt pert idíthat a bíróság előtt, követelheti többek között a bitorlás megállapítását, a bitorlás abbahagyását, illetve a törvényben meghatározott egyéb igényeket támaszthat.

Szlovák jogszabályok

55/1997 Z. z. számú törvény a védjegyek oltalmáról, módosítva a 577/2001 Z. z., 14/2004 Z. z. és 344/2004 Z. z. számú törvényekkel;

117/1997 Z. z. számú kormányrendelet a védjegyek oltalmáról



szóló törvény végrehajtásáról, módosítva a 709/2002 Z. z. számú kormányrendelettel;

145/1995 Z. z. számú törvény a közigazgatási illetékekről a hatályos módosításokkal.

Formatervezési mintaoltalom (dizajn)

A formatervezési mintaoltalom az ipari termékek külső formájának jogi oltalmát biztosítja. Mintaoltalomban részesülhet minden új és egyéni jellegű ipari termék vagy kézműipari árucikk, amely valamely termék egészének vagy részének megjelölése, amelyet magának a terméknek, illetve a díszítésnek a külső jellegzetességei - különösen a rajzolat, a körvonalak, a színek, az alak, a felület, illetve a felhasznált anyagok jellegzetességei - eredményeznek. A jogszabály szerint a mintának egyéni jellege van, ha az elsőbbség időpontja előtt nyilvánosságra jutott bármely mintához képest a tájékozott használóra eltérő összbemutatót tesz.

Mintaoltalmat szerezhet a minta szerzője vagy annak jogutódja, és ez kizárólagos jogot biztosít számára az oltalom alatt álló formatervezési minta hasznosítására, illetve másnak engedélyt (licencia) adni használatára.

Szlovák jogszabályok

444/2002 Z. z. számú törvény a formatervezési mintaoltalomról (dizajn), módosítva a 344/2004 Z. z. számú törvénnyel;

629/20020Z. z. számú kormányrendelet a formatervezési mintaoltalomról (dizajn) szóló törvény végrehajtásáról;

145/1995 Z. z. számú törvény a közigazgatási illetékekről a hatályos módosításokkal.



A szellemi tulajdon védelmével elérhető üzleti előnyök

Az egyre inkább tudásvezérelt gazdaságban a szellemi tulajdon védelmének szerepe kulcsfontosságú a napi üzleti döntések meghozásában. A piacon naponta jelennek meg új termékek, márkák és ötletes termékformák, amelyek folyamatos újító és alkotó tevékenység eredményei. Minden vállalkozó szeretne piaci monopóliumhoz jutni, ami nem egyszerű, mivel a Világkereskedelmi Központtól kezdve az Unió Kereskedelmi Bizottságán át a szlovák Monopóliumellenes Hivatal (Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, www.antimon.gov.sk) számtalan szervezet védi az üzleti élet tisztaságát és akadályozza a monopóliumok létrejöttét.

A piaci monopólium biztosítására egyetlen legális lehetőség van, amely minden innovatív vállalkozás számára elérhető. Ez az eszköz az oltalomszerzés lehetősége, mivel az oltalmazott tárgyra vonatkozóan az oltalom tulajdonosának kizárólagos hasznosítási joga van azon a földrajzi területen, amelyre az oltalmat bejegyezték. Hogy pontosan mennyi időre, arra vonatkozóan bővebb információ talál Az iparjog védelmi rendszere című fejezetben.

A szellemi tulajdon védelmével elérhető

- versenytársainak meggátolása abban, hogy vállalkozásának termékeit vagy szolgáltatásait lemásolják vagy utánozzák,
- a felesleges befektetések elkerülése a kutatásba és fejlesztésbe, valamint a marketingbe,
- vállalkozása piaci értékének növelése,
- vállalkozása jó hírnevének fejlesztése a védjegyekre és márkanevekre vonatkozó stratégiával, ami a kockázatitőke-



befektetők bevonásához és vállalkozásának bővítéséhez is vezethet,

- licencia-, franchise- vagy egyéb, a szellemi tulajdonra vonatkozó szerződések létrehozása,
- az új piacokra való belépés megkönnyebbítése.

Ezen kívül azok a vállalkozások, amelyek az oltalomszerzést megelőzően vagy valmely termék illetve szolgáltatás piacrajuttatása előtt rendszeresen kutatást végeznek mások korábbi elsőbbségű ütköző jogainak feltárása érdekében, elkerülhetik a szükségtelen pereskedést, amelynek révén időt és erőforrásokat takaríthatnak meg.

A fogyasztók valóságghú tájékoztatásának biztosítása

A fogyasztót segíteni kell abban, hogy megalapozottan tudjon választani a hatalmas áru és szolgáltatás választék között. Ez csak megfelelő tájékoztatással érhető el. A tájékoztatás célja, hogy a fogyasztó ismereteket kapjon az áru és szolgáltatás természetéről, alapvető tulajdonságairól, jellegzetességeiről, mennyiségéről, minőségéről, áráról, az áru használatára és kezelésére vonatkozó utasításokról, továbbá a használattal járó veszélyekről.

A termékek, szolgáltatások címkézése

A címkén feltüntetett információknak olvashatónak, közérthetőnek és egyértelműnek kell lenniük. Az áru címkéjének feltétlenül tartalmaznia kell az *áru pontos megnevezését, származásának helyét, továbbá a gyártónak és a forgalmazónak a nevét és címét*. Az áru jellegétől és rendeltetésétől függően a címkének



tartalmaznia kell még például az áru előállításához *fel-használt összetevőket, alapvető műszaki jellemzőit és minőségi osztályba sorolását*. A termékek címkézésének legfontosabb területei az élelmiszer- és vegyipar, valamint a veszélyes termékek előállító iparágak. Az utóbbiak esetében pontos jogszabályok vonatkoznak a termékek jelzéssel való ellátására, melyek tanúskodnak a veszély jellegéről, s útmutatással szolgálnak a termék kezeléséről. Például hét szimbólumot használnak olyan tömegáruk esetében, mint például a mosószeres, oldószeres, festékek, amelyek jelölése olyan vizuális üzenetet hordoz, mint „robbanékony”, „maró”, „tűzveszélyes”.

Az élelmiszerek címkézését kiemelten kezelik. Az erre vonatkozó közösségi és magyar jogszabályok a következők:

- az élelmiszerek jelölése(49) , melyet az 1/1996. (I.9) FM-NM-IKM rendelet és a Magyar Élelmiszerkönyv előírásai vettek át.
- Az élelmiszerek tápértékének feltüntetéséről(50) szóló irányelvet a Magyar Élelmiszerkönyv előírása vette át.
- Tej és tejtermékek megnevezése(51) rendeletet ugyancsak a Magyar Élelmiszerkönyv rendelete vette át, ugyanúgy, mint a szeszes italokra(52) vonatkozó rendeletet.

49-79/112/EEC direktíva

50-90/496/EEC direktíva

51-1898/87 Tanácsi rendelet

52-1576/89 Tanácsi rendelet

Magyarországon nem árusítható termék, és nem nyújtható szolgáltatás magyar nyelvű tájékoztató nélkül. Az import termékhez az idegen nyelvűvel azonos tartalmú magyar használati és kezelési útmutatót is mellékelni kell.



Tudnivalók a szlovákiai vállalalkozási környezetről - Kis- és közepes vállalalkozások együttműködésének erősítése a szlovák-magyar határ menti régióban. Kiadja: Nógrád Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 3100 Salgótarján, Alkotmány u. 9/A. Nyomdai munkálatok: Hír-Ász Nyomdaipari Kft., Balassagyarmat.

A kiadvány a Phare CBC 2003/004-628-01-19 Magyarország-Szlovákia Nagyprojekt Alap által támogatott „Üzleti infrastruktúra, innováció és humán erőforrás-fejlesztés a határ mentén” program keretében készült.



TARTALOM

Tisztelt Vállalkozó, Kedves Olvasó!	3.
I. A szlovákiai adórendszer	6.
A szlovák adórendszer alapelvei	7.
A törvények rövid tartalma	8.
Jogi személyek adózása	10.
Közös rendelkezések	10.
Fogyasztási adók	12.
Helyi adók	14.
Egészségügyi és szociális biztosítás	17.
Utazási költségek térítése és étkezési díj	19.
Számlák, nyugták, pénztárgépek	19.
Mennyibe kerül a munkaerő Szlovákiában?.....	20.
II. Vállalkozási formák és alapításuk Szlovákiában.....	21.
A szlovákiai vállalkozások alapelvei	21.
A vállalkozási formák két csoportja	21.
A gazdasági (kereskedelmi) társaságok típusai	22.
A gazdasági (kereskedelmi) társaságok jellemző jegyei	23.
Kereskedelmi társaságok alapításaa Szlovák Köztársaság területén.....	25.
Nyílt kereskedelmi társaság	26.
Betéti társaság	27.
Korlátolt felelősségű társaság	28.
Részvénytársaság.....	31.
Vállalkozás vállalkozói engedély alapján	33.
Természetes személy	36.



III. A marketing célja, feladata	38.
A marketing fogalma	41.
A marketingmix.....	43.
A célpia szegmentálása.....	46.
Reklám és propaganda	48.
Piackutatás.....	52.
 IV. Minőségirányítás és szellemi tulajdon.....	55.
MINŐSÉGIRÁNYÍTÁS	55.
ISO 9000 sz. szabvány szerinti minőségirányítási rendszer. . .	55.
Az ISO 9000 utat nyit a TQM felé	56.
Környezetközpontú irányítási rendszer.....	58.
Élelmiszerbiztonsági rendszer - HACCP	60.
SZELLEMI TULAJDON	62.
Szerzői jog és kapcsolódó jogok Szlovákiában.....	62.
Az iparjogvédelem rendszere Szlovákiában	62.
A szellemi tulajdon védelmével elérhető üzleti előnyök.	68.



JEGYZET

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

JEGYZET

Lined area for notes, consisting of multiple horizontal lines.



JEGYZET



JEGYZET



JEGYZET



JEGYZET

Lined area for notes.



JEGYZET

This image shows a single page of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

JEGYZET



JEGYZET



JEGYZET

[illegible]

JEGYZET

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



JEGYZET





JEGYZET

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



JEGYZET

Lined area for notes.



JEGYZET



JEGYZET



JEGYZET



JEGYZET

Lined area for notes, consisting of 20 horizontal lines.



JEGYZET

Lined area for notes, consisting of 20 horizontal lines.



JEGYZET

