

Bune practici antreprenoriale

Document de strategie

Editat: 4 decembrie 2020

Autor: Dr. Malatyinszki Szilárd

Solicitat de: „Békés Megyéért Vállalkozásfejlesztési Alapítvány.”

CONȚINUT

I. Rezumat executiv	4
II. Introducere, actualitate	6
1. Obiectiv	6
2. Ridicarea problemelor, ipoteză	6
3. Metodologia cercetării	6
III. Ocuparea forței de muncă	8
IV. Oportunități de politică de ocupare a forței de muncă în întreprinderi	20
1. Întreprindere și companie individuală	20
2. Formarea întreprinderilor	21
3. Definirea și prezentarea întreprinderii ca un concept	23
4. Gruparea întreprinderilor	24
5. Particularități, avantaje și dezavantaje ale întreprinderilor	28
V. Încurajarea, creșterea și dezvoltarea antreprenoriatului	32
VI. Sprijinirea creșterii ocupării forței de muncă în zonele rurale	39
VII. Prezentarea bunelor practici prin experiența antreprenorilor (interviuri aprofundate)	41
1. BÁLTÉP Békési Általános Építőipari Bt. - (BÁLTÉP Construcții Generale Békés Bt.) Békés	41
2. Barna & Barna Kft. – (Barna & Barna Srl.) Csorvás	45
3. Békés Napenergia – Bichișciaba	48
4. CSABA CENTER SZERVIZ Üzemeltető és Szolgáltató Kft. – Bichișciaba	50
5. Csaba Talk Kft. – (Csaba Talk Srl.) Bichișciaba	56
6. Dig-Build Kft. – (Dig-Build Srl.) Jula	60
7. EURO CONSULT Kereskedelmi és Szolgáltató Bt. – (EURO CONSULT Comerț și Servicii Bt.) Bichișciaba	65
8. Famíliatészta Élelmiszeripari és Kereskedelmi Kft. – (Pasta Familia Alimente și Comerț Srl.) Mezőberény	68
9. Foster Biztosítási Alkusz Kft. (Agenție de Asigurări) – Bichișciaba	71
10. Gemma Cégcsoport –Grupul de Companii Gemma Bichișciaba	75
11. HerbaPharm Europe Kft. – (HerbaPharm Europe Srl.) Bătania	81
12. Alfa Kisoszfő Elérdekvédő és Képző Egyesület – (Asociația Alfa Kisoszfő Pleoarie și Instruire) Bichișciaba	85

13.	Kopp Export-Import Kft. - Bichişciaba	89
14.	KUKE Vendéglátó Kft. – Bichişciaba	93
15.	Netzita Kft. – (Netzita Srl.) Bichişciaba	97
16.	OrosCafe Kft. – (OrosCafe Srl.) Orosháza	101
17.	Petőfi Kulturális Közhasznú Nonprofit Kft. - Orosháza	104
18.	Szitamax Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. – (Szitamax Comerţ şi Servicii Srl.) Bichişciaba	109
19.	TopLaptop Kft. – (TopLaptop Srl.) Bichişciaba	112
20.	UNIX TRANS Ipari, Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. – Okány (UNIX TRANS Industrie, comerţ şi servicii Srl.)	115
21.	VASEX Kereskedelmi és Vállalkozási Kft. – (VASEX Comerţ şi Întreprindere Srl.) Orosháza	117
VIII.	Prezentarea bunelor practici în anumite domenii ale afacerii	121
IX.	Rezultatul cercetării	124
X.	Impacturi şi oportunităţi transfrontaliere	126
XI.	Rezumat	129
XII.	Bibliografie	132
XIII.	Anexe	135
1.	Întrebări ale chestionarului	135
2.	Întrebările interviului aprofundat structurat	139

I. Rezumat executiv

Acest document a fost solicitat de Fundația pentru Dezvoltarea Întreprinderilor din Județul Békés, care a câștigat un proiect cu sprijinul Programului de Cooperare Interreg V-A România-Ungaria intitulat „Centrul pentru Dezvoltare Durabilă - Les” sub numărul de identificare ROHU-388. În acest document, prezentăm **bune practici antreprenoriale** care contribuie la susținerea creșterii ocupării forței de muncă în zonele rurale, contribuind la încurajarea, creșterea și dezvoltarea antreprenorialului.

Rezultatele noastre s-au bazat pe sondajul și evaluarea a **53 de chestionare antreprenoriale** și pregătirea a **21 de interviuri antreprenoriale structurate în profunzime**. Ca parte a activităților noastre de cercetare, am rezumat dificultățile de ocupare a forței de muncă din zonele rurale și oportunitățile de politică de ocupare a forței de muncă întreprinderilor. De asemenea, am prezentat avantajele, dezavantajele afacerilor, precum și elementele motivaționale necesare pentru a deveni antreprenor. În partea principală, am prezentat oportunitățile transfrontaliere, am identificat punctele cu ajutorul cărora această cooperare poate fi dezvoltată și consolidată.

Cercetarea noastră principală a confirmat rezultatele din literatură, potrivit cărora instrumentul cel mai eficient pentru dezvoltarea ocupării forței de muncă este dacă **instrumentele de politică a ocupării forței de muncă** sunt destinate întreprinderilor care sunt pe piață de cel puțin 6-8 ani, sunt consolidate și prezintă o dezvoltare stabilă cu cel puțin 10 angajați. Aceste companii vor utiliza atât instrumentele active, cât și cele pasive cu suficientă eficiență și vor avea o piață, ale cărei rezultate vor fi returnate operațiunii pe piață pe termen lung a companiei. Pe baza feedback-ului acestor întreprinderi, dezvoltarea numărului de angajați este susținută ca **instrument activ** prin proiecte de dezvoltare a site-ului, a salariilor și a activelor și ca **instrument pasiv** prin formarea profesională secundară și superioară de calitate, cu un background practic adecvat. Viziunea întreprinderilor tinere, mai modest prospere, este incertă, structura și funcțiile organizaționale și manageriale, relațiile de piață nu s-au dezvoltat încă în mod corespunzător, astfel încât rentabilitatea resurselor care trebuie cheltuite pentru ocuparea forței de muncă este incertă.

Întreprinderile mici și mijlocii au indicat că stabilirea întreprinderilor mai mari din regiune **ar fi un pas major înainte în dezvoltarea comenzilor lor**, deoarece acestea ar putea satisface atât nevoile sectoarelor de producție, cât și cele de servicii în ceea ce privește utilizarea capacității, eficiența și marjele locale. Pe lângă apariția de noi piețe, aceștia au indicat lipsa ordinelor de stat și municipale și dezavantajele acestora care rezultă din achizițiile publice vizate. **Cu ajutorul cooperării locale și regionale și al sprijinului întreprinderilor locale, companiile existente ar dori, de asemenea, să consolideze amploarea rolului lor social.**

Un alt mijloc de extindere a ocupării forței de muncă este **sprijinirea înființării de noi afaceri**. În toate cazurile, baza pentru începerea unei afaceri tinere este calitatea, expertiza, competența orientate spre practică, competențele antreprenoriale adecvate, motivația, capacitatea și disponibilitatea de a se dezvolta, comunicarea și cooperarea eficientă.

Performanța muncii, volumul de lucru, gestionarea problemelor și conflictelor, credibilitatea și fiabilitatea au fost identificate ca fiind cruciale în lumea afacerilor.

Antreprenorii de succes, aproape fără excepție, au indicat că resursele financiare inițiale trebuie returnate întreprinderii și cu răbdare, este necesară o muncă lungă și persistentă pentru a construi o afacere stabilă și productivă.

Printre oportunitățile transfrontaliere, **programele INTERREG** oferă o oportunitate excelentă atât pentru întreprinderi, cât și pentru sectorul non-profit de a-și extinde ocuparea forței de muncă. Programele anterioare au contribuit, de asemenea, la coordonarea resurselor partenerilor de cooperare transfrontalieră. **Obiectivele politice dintre România și Ungaria pentru perioada 2021-2027 susțin, de asemenea, ocuparea forței de muncă de calitate, educație și dezvoltarea abilităților antreprenoriale.**

II. Introducere, actualitate

1. Obiectiv

În conformitate cu obiectivul proiectului, obiectivul nostru este de a sprijini creșterea ocupării forței de muncă în zonele rurale și de a încuraja, crește și dezvolta antreprenoriatul. În cercetarea noastră, definim și prezentăm conceptul de întreprindere, grupul de întreprinderi, prezentăm avantajele și dezavantajele acestora.

Definim conceptul de zone rurale, periferice, le prezentăm caracteristicile și potențialele de dezvoltare. Explorăm factorii legați de încurajarea, creșterea și dezvoltarea antreprenoriatului. Determinăm punctele cheie și posibilitățile motivaționale de a deveni antreprenor.

2. Ridicarea problemelor, ipoteză

Problema tipică a zonelor dezavantajate, periferice, de frontieră este nivelul scăzut al ocupării forței de muncă. Există mai multe cauze posibile ale acestei probleme de rădăcină care trebuie investigate în cadrul cercetării. În cercetarea noastră, examinăm, pe de o parte, posibilitățile de extindere a ocupării forței de muncă și, pe de altă parte, instrumentele care îi pot ajuta pe tineri să devină antreprenori.

Potrivit ipotezei noastre, se pot determina factorii care contribuie la creșterea ocupării forței de muncă. Este posibil să se colecteze bune practici din regiune, al căror transfer și prezentare pot contribui la extinderea ocupării forței de muncă și la încurajarea antreprenoriatului.

3. Metodologia cercetării

În cercetarea noastră secundară, pe de o parte, definim cadrele conceptuale și prezentăm cercetarea care a explorat domenii apropiate cercetării. Această metodologie folosește atât cercetări tipărite, cât și cercetări online.

Folosim două tipuri de metode în cercetarea noastră principală. Măsurăm opinia comunității de afaceri într-un mod cantitativ cu ajutorul unui chestionar, în timp ce explorăm bunele practici ale afacerilor de succes cu o metodă calitativă în cadrul unui interviu structurat în profunzime. Natura cercetării este statică în ceea ce privește chestionarele și interviurile.

Chestionar

Grupul țintă au ieșit din micro întreprinzătorii, întreprinderi mici și mijlocii, precum și antreprenorii mari. Chestionarul include atât întrebări închise, cât și întrebări deschise. Având în vedere situația virusului, antreprenorii din județul Békés au răspuns online. Chestionarul se poate găsi în atașament.

Număr de eșantioane: 53 de întreprinderi.

Durata completării: 30.10.2020 - 15.11.2020

Interviuri detaliate structurate

Interviul detaliat structurat cu liderul de afaceri se desfășoară printr-un interviu telefonic sau personal. Întrebările acoperă datele de bază, factorii de succes, oportunitățile de dezvoltare, situația ocupării forței de muncă și bunele practici ale companiei. Întrebările planificate pentru interviul aprofundat structurat sunt prezentate în anexă.

Număr de eșantioane: 21 de întreprinderi

Durata interviurilor: 30 octombrie 2020 - 25 noiembrie 2020.

III. Ocuparea forței de muncă

Ocuparea forței de muncă definită de OECD este raportul dintre angajații și populația totală în vârstă de muncă. Vârsta de lucru poate varia de la o țară la alta, de obicei pe baza populației cu vârste cuprinse între 15 și 64 de ani se calculează Biroul Național de Statistică consideră că sunt angajate toate persoanele care au îndeplinit sau au avut un loc de muncă care furnizează cel puțin o oră de venit în săptămâna dată, dar care nu au lucrat temporar. (BNS, Metodologie - Ocuparea forței de muncă și șomajul, 2018). În acest sens, reglementările maghiare sunt în conformitate cu recomandările Organizației Internaționale a Muncii. În perioada iunie-august 2020, rata de ocupare a fost de 69,9%, ceea ce este ușor mai mic decât în aceeași perioadă a anului precedent. A fost de 77,2% în cazul bărbaților și 62,5% în cazul femeilor. În strategia Europa 2020, Ungaria s-a angajat să atingă obiectivul de 75% între 2014 și 2020, pe care l-am atins cu succes cu o medie de 75,2% pentru grupa de vârstă 20-64 ani. (BNS, Referință rapidă - Ocuparea forței de muncă, iunie-august 2020).

Guvernul Ungariei a stabilit următoarele obiective specifice pentru politica de ocupare a forței de muncă pentru perioada de programare 2014-2020:

Încurajarea șomerilor și a celor inactivi să se angajeze.

Cel mai important obiectiv este de a încuraja ocuparea forței de muncă și de a îmbunătăți capacitatea de angajare a grupurilor defavorizate și cu participare redusă, cu cel mai mare potențial de ocupare neexploatat.

Activitatea tinerilor, încurajarea acestora să înceapă ocuparea forței de muncă și îmbunătățirea capacității lor de angajare.

Obiectivul acestui obiectiv este de a atrage tineri cu vârste cuprinse între 15 și 24 de ani care nu studiază sau lucrează și de a-și ajuta activitatea. În sprijinul acestui obiectiv, Guvernul a introdus programul „Garanția tinerilor”, care oferă asistență specifică tinerilor pentru a obține un loc de muncă în termen de patru luni de la șomaj sau finalizarea studiilor. Următoarele elemente apar aici:

- subvenții salariale
- programe de internship
- sprijin pentru antreprenoriat
- cursuri pentru dezvoltarea pieței muncii.

Îmbunătățirea eficienței și calității serviciilor de pe piața muncii.

În acest scop, birourile pentru ocuparea forței de muncă realizează profilarea persoanelor în căutarea unui loc de muncă, în urma cărora furnizează servicii personalizate și îi ajută cu planuri de acțiune individuale. Au dezvoltat sistemul de monitorizare a clienților și alte servicii noi.

Îmbunătățirea competitivității forței de muncă.

Obținerea unei forțe de muncă cu abilitățile, cunoștințele și competențele potrivite cu scopul realizării unei economii competitive. Guvernul a contribuit la formarea populației în vârstă de muncă, a sprijinit nevoile specifice de formare ale întreprinderilor, a restructurat sistemul de formare profesională și pentru adulți și a dezvoltat implementarea formării duale.

Încurajarea învățării pe tot parcursul vieții.

În principal persoanele cu calificare scăzută, cei fără calificări profesionale sau cei cu calificări profesionale învechite au fost incluși în programele lor generale de dezvoltare și formare a competențelor, iar elementele de activitate ale angajaților publici au fost consolidate.

Dezvoltarea unui sistem de instituții de educație adaptat nevoilor economiei.

Scopul măsurii este de a îmbunătăți cunoștințele și competențele generațiilor viitoare și ale persoanelor în vârstă de muncă și de a le ajuta să se adapteze la schimbările economice și sociale. Este important ca rezultatele instruirii să răspundă nevoilor pieței întreprinderilor și ca sistemul instituțional să poată răspunde mai flexibil schimbărilor.

Îmbunătățirea adaptabilității lucrătorilor și a întreprinderilor.

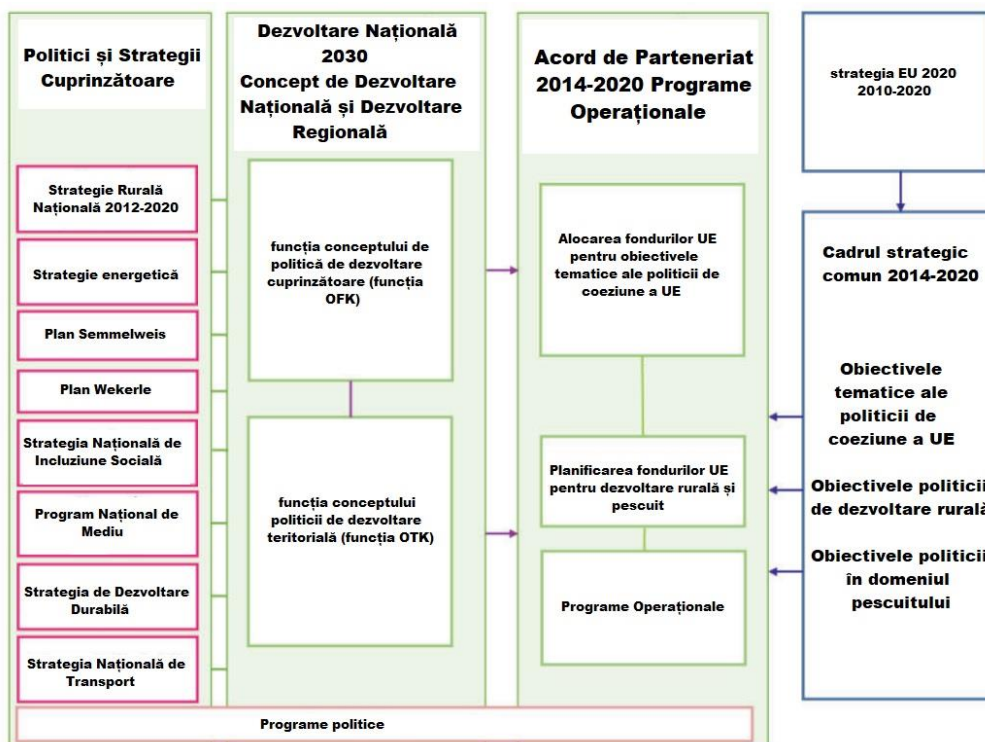
Flexibilitatea la locul de muncă se consolidează, formele flexibile de angajare și metodele flexibile de organizare a muncii devin tot mai răspândite. Măsura contribuie la creșterea ratei de ocupare a femeilor și reduce ocuparea gri și negru în întreprinderi și crește veniturile bugetare.

Dezvoltarea economiei sociale.

Scopul este ca economia socială și angajații săi să devină din ce în ce mai deschiși la ocuparea forței de muncă pe piața muncii și ca angajatorii să îi sprijine cu oportunități de muncă durabile. Pentru grupurile defavorizate trebuie creat sprijin pentru idei și inițiative antreprenoriale inovatoare bazate pe oportunități locale. (NGM, 2014)

Conceptul de Dezvoltare Națională și Teritorială spațială definește elementele unei politici de dezvoltare spațială regenerabilă. Sistemul țintă al conceptului este până în 2030, dar stabilește principalele priorități de dezvoltare pentru politica de dezvoltare a perioadei de programare 2014-2020.

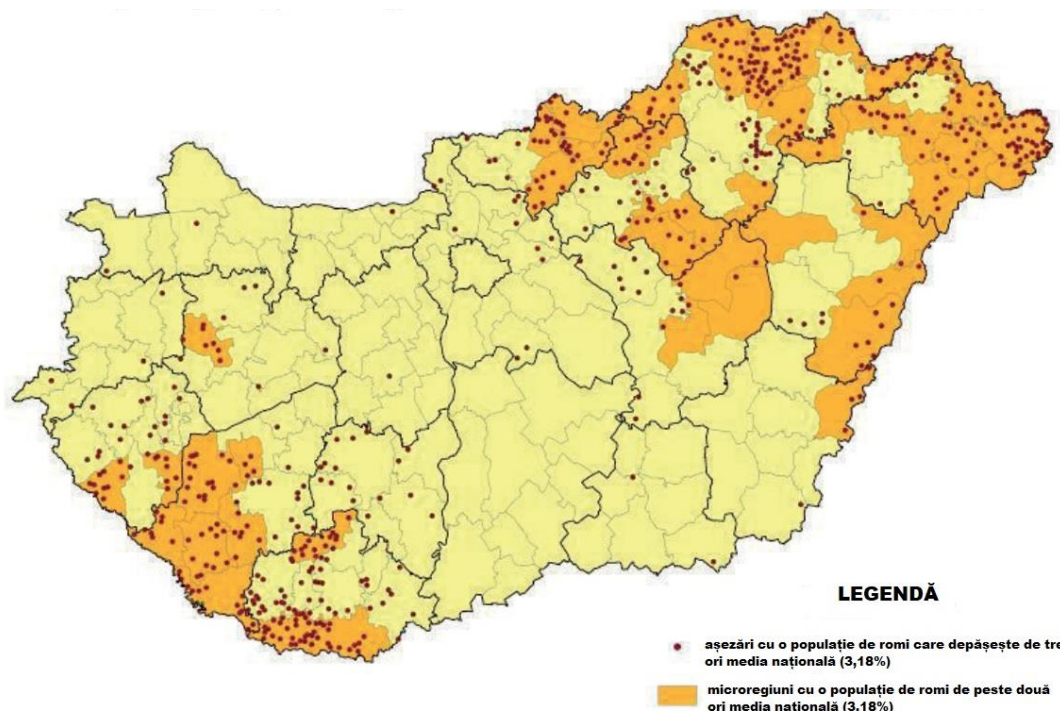
1. Conectarea Conceptului de Dezvoltare Națională și Regională cu programarea UE



Sursă: Dezvoltare Națională 2030, Monitorul Oficial, 2014. nr.1

Acest program acordă prioritate sprijinului pentru economia socială și asigurarea de locuri de muncă publice, cu accent pe readucerea celor care lucrează în acest domeniu pe piața primară a muncii până în 2020. Creșterea proporției pensionarilor cu dizabilități este determinat de îngustarea permanentă a oportunităților de angajare și de constrângerea de a face acest lucru, în special în partea de est a țării. Scopul este de a reduce acest lucru și de a crește ocuparea forței de muncă, ceea ce înseamnă și angajarea unui loc de muncă atipic. Angajarea atipică depinde de situația socio-economică a femeilor. Conform documentului, această formă de angajare nu este disponibilă pentru părinții (femei) singuri cu studii scăzute, necalificate, care locuiesc în partea de est a țării și în microregiunile periferice. O proporție semnificativă a zonelor cu o rată scăzută a ocupării forței de muncă și o proporție ridicată de persoane care beneficiază de asistență socială se numără printre zonele cu o populație mare de romi. În aceste zone, rata șomajului s-a dublat în anii 2000 în restul țării, în timp ce venitul pe cap de locuitor era mai mic de două treimi. Integrarea grupurilor sociale pe piața muncii poate oferi regiunilor resurse semnificative. (Parlament, 2014)

2. Zone și așezări cu o populație ridicată de romi



Sursă: Pe baza datelor recensământului Biroul Central de Statistică, Dezvoltarea Națională 2030 OFTK

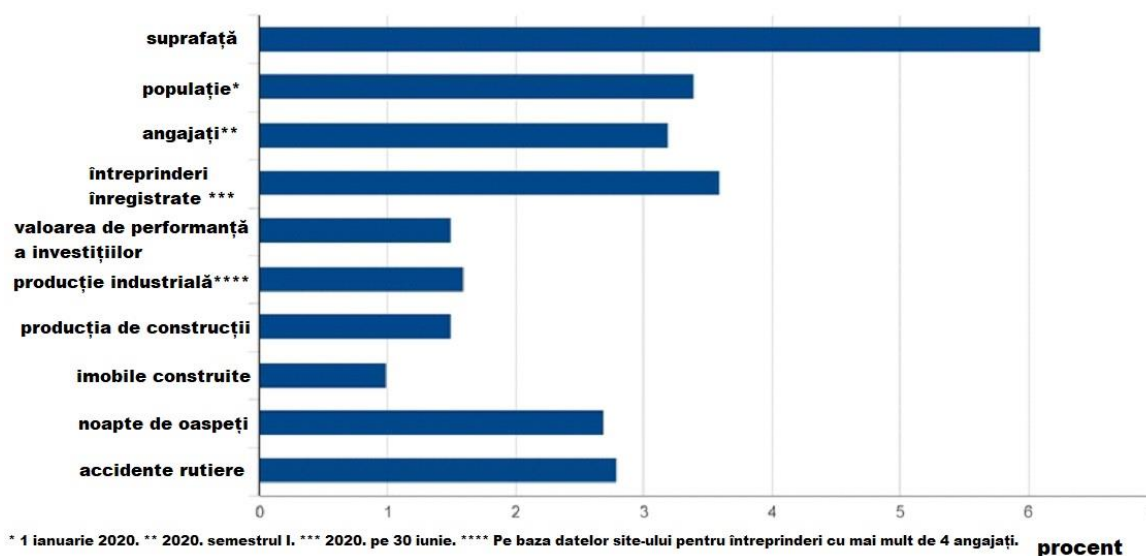
OFTK intenționează să joace un rol major în asigurarea mijloacelor de trai ale economiei rurale, creșterea ocupării forței de muncă rurale și îmbunătățirea calității vieții populației rurale. Scopul este de a crea un nou sistem de ocupare a forței de muncă care să se adapteze la noile provocări la locul de muncă ale indivizilor și familiilor, la scăderea rolului social public la nivel mondial și la nevoia în scădere de forță de muncă vie. Scopul este de a sprijini ocuparea forței de muncă la nivel local, ocuparea forței de muncă flexibile și reconcilierea muncii, a studiului și a vieții private.

În conformitate cu obiectivele de mai sus, a fost pregătită Strategia de Ocupare a Forței de Muncă din Județul Békés. Angajatorii pot fi împărțiți în mai multe grupuri. Cel mai mare angajator este statul și consiliile locale. Cercetările noastre nu au niciun impact asupra acestor domenii, așadar examinăm angajatorii care îndeplinesc de obicei nevoile sectorului privat. Astfel de actori sunt afaceri înregistrate. În județul Békés, numărul întreprinderilor înregistrate în 2018 a fost de 65.218, numărul de întreprinderi înregistrate la o mie de locuitori a fost de 197, ceea ce depășește cu 13 media națională (sursa: BCS). Există doar 15 companii mari semnificative, dominante în regiune, deci acest raport ridicat arată în principal proporția ridicată de întreprinderi micro și familiale.

Până la sfârșitul anului 2020, rata de ocupare a forței de muncă va atinge nivelul experimentat la începutul perioadei de pandemie, care a necesitat foarte mult sprijinul guvernului în cadrul Planului de acțiune pentru protecția economică. În cadrul acestui program, angajatorii care lucrează în grupuri profesionale defavorizate au fost sprijiniți cu reduceri de salarii și contribuții, un moratoriu asupra rambursărilor împrumuturilor pentru întreaga sferă antreprenorială, sprijinul orelor reduse de lucru și persoanelor cu dizabilități și subvenții salariale care creează locuri de muncă. În prima jumătate a anului 2020, în aceeași perioadă a anului precedent, scăderea populației a fost cea mai ridicată dintre județe. În al doilea trimestru, rata de ocupare a fost de 57%, care este sub media națională, iar rata șomajului a fost cu 7,2% mai mare. Câștigurile salariale brute medii au crescut cu 10%, dar valoarea sa este totuși una dintre cele mai scăzute din țară (286.000 HUF). Producția industrială este aproape jumătate din media națională, ponderea investițiilor este de aproape 40%.

Numărul de organizații economice din Ungaria a scăzut în 2020, în special în domeniile serviciilor financiare, transportului, depozitării, comerțului, informațiilor și comunicațiilor. Ponderea cooperativelor a scăzut cu aproape 18%, în timp ce numărul societăților pe acțiuni a crescut cu patru. 88% din asocierile în comun au angajat până la 9 persoane. Dintre antreprenori independenți, 42% lucrau ca lucrători cu fracțiune de normă, 32% ca lucrători cu normă întreagă și 26% ca pensionari. 2.400 de întreprinderi individuale au fost închise până la sfârșitul lunii iunie 2020, o creștere de peste 50% față de anul precedent. (BCS, Focus pe județe - prima jumătate a anului 2020)

3. Județul Békés la nivel național (țară = 100%)



Sursă: BCS

În județul Békés, există încă 7% dintre șomeri înregistrați, iar rezerva pentru numărul de persoane inactive este încă semnificativă. În domeniul ocupării forței de muncă, este o rată negativă nefericită faptul că un număr semnificativ de angajați se deplasează în marile orașe ale României (Arad, Timișoara) în zonele de frontieră. Din cauza lipsei forței de muncă, multe companii mari (de ex. Linamar Ungaria Zrt, Gallicoop Zrt.) își pot rezolva dificultățile de angajare doar suplimentând și transportând angajați în afara județului. Nevoile angajatorilor și oferta și calitatea formării, educația adulților sunt departe de a fi pe deplin aliniată, în timp ce populația în vârstă de muncă are un nivel de educație foarte scăzut.

Proporția participanților la învățarea pe tot parcursul vieții este redusă și, în general, competența și motivația lor de bază de a include în cursurile de instruire. Datorită situației economice, a potențialului recreativ scăzut starea de sănătate - în special la generația mai în vârstă - este sub media națională. Județul are mai multe zone și zone periferice în care există un nivel ridicat de sărăcie și un decalaj mare în nivelul de trai al populației române și ungerilor.

Tendențele demografice nefavorabile sunt de obicei o amenințare, segregarea se intensifică, potențialul de dezvoltare este redus și infrastructura regiunii se deteriorează semnificativ. Există, de asemenea, rezerve semnificative în ceea ce privește îmbunătățirea competențelor, capacității de angajare și educație și dezvoltării competențelor cheie. (Pact, 2017)

Oportunități pentru extinderea ocupării forței de muncă

Trăsătura comună a celor două regiuni (Bichișciaba, Oradea) și baza extinderii ocupării forței de muncă este că acestea trebuie să utilizeze o strategie de dezvoltare economică locală, în timpul căreia trebuie să consolideze competitivitatea regiunii și să ajungă din urmă cu regiunile centrale. În munca lor, trebuie să abordeze cerințele dezvoltării durabile și, în același timp, problemele sociale. În cursul dezvoltării economice, regiunile se bazează întotdeauna pe condițiile locale, încercând deseori să producă o serie unică, cantitate mică de produse specifice regiunii, spre deosebire de producția în masă. În plus față de tehnologia lor de ultimă generație, companiile angajate în producția industrială ar trebui să folosească și tehnologii cu intensitate artizanală în sectoarele cu intensitate a forței de muncă. În timpul extinderii ocupării forței de muncă, dezvoltarea calității resurselor umane și ideile și procedurile noi joacă un rol important. Aceste gânduri și idei implică resursele umane strămutate anterior, femei, persoane cu dizabilități, șomeri de lungă durată, începători de carieră și vârstnici. (G. Fekete, 2013)

„Dezvoltarea economică comunitară este un proces în care comunitatea și municipalitatea utilizează resursele locale și, prin cooperarea cu sectorul privat, stimulează activitățile economice, creează noi oportunități de muncă și prosperitate”. (Runnby, 1996.)

Cinci strategii de bază pentru dezvoltarea economică a comunității:

- Atragerea antreprenorilor externi în sectoarele de bază ale economiei locale;
- Creșterea eficienței afacerilor existente;
- Sprijinirea înființării de noi afaceri, consolidarea start-up-urilor;
- Îmbunătățirea capacității de menține banii la locul lor;
- Creșterea ajutoarelor și subvențiilor primite

1. Instrumente pentru extinderea capacităților locale de ocupare a forței de muncă

Afaceri existente	Afaceri noi	Devenirea liber profesionist
Intrarea pe noi piețe, extinderea vânzărilor	Reducerea administrării	Corespunzător din punctul de vedere legal
Creșterea calității și obținerea prețurilor mai ridicate	Furnizarea de spații cu preț redus și spații comerciale	Cunoștințe profesionale și antreprenoriale
Introducerea unui produs nou pe piață	Costuri scăzute ale forței de muncă, forță de muncă de calitate	Servicii de afaceri
Economii de costuri, reducerea costurilor forței de muncă	Consolidarea pozițiilor pe piață	Cercetare de piață
Dezvoltare tehnologică	Consolidarea achizițiilor comunitare	Comenzi comunitare
Introducerea locurilor de muncă atipice		Oportunități de aplicare pentru proiecte
Îmbunătățirea calității forței de muncă, creșterea eficienței		
Dezvoltarea mediului de afaceri		
Consolidarea achizițiilor comunitare		

Sursă: editare proprie - G. Fekete Éva (G. Fekete, 2013)

Sunt necesare condiții de bază pentru a începe dezvoltarea economică locală. În primul rând, zona trebuie să aibă condiții materiale:

- infrastructura de transport,
- infrastructura de comunicare,
- infrastructura de educație și instruire.

În al doilea rând, calificările profesionale, atitudinile, cultura muncii și obiceiurile resurselor umane sunt factori remarcabili. Sunt, de asemenea importante nivelul de cunoștințe al liderilor întreprinderilor locale, prezența instituțiilor de cercetare și capacitatea organizațională și de conducere a liderilor locali cu cunoștințe adecvate, motivație și contacte în dezvoltarea și implementarea programelor. Al treilea factor este un sistem de relații adecvat care oferă stabilitate adecvată și o bază pentru implementare. (Fazekas, 1993)

Tehnicile pentru dezvoltarea economică locală pot fi diverse. Dezvoltarea întreprinderilor mici în toate regiunile, este o sarcină fundamentală pentru toate municipalitățile atragerea companiilor mari. Întreprinderile mici sunt capabile să răspundă mult mai rapid proceselor de piață și capacitatea lor de a păstra o populație este de asemenea, remarcabilă.

În acest scop, au fost înființate **birouri de dezvoltare a afacerilor** de consiliile județene și locale sau camerele de comerț. În județul Békés, Békéscsaba, Fundația pentru Dezvoltarea Întreprinderilor din Județul Békés are astfel de sarcini. Aceste organizații au trei sarcini principale: formare antreprenorială pentru antreprenori tineri și practicanți, servicii de informare și expertiză și îmbunătățirea stării de capital. În plus față de birourile de sprijin pentru afaceri, **incubatoare antreprenoriale** sunt, de asemenea, de mare ajutor pentru start-up-uri. Incubatoare antreprenoriale reprezintă locații spațiale comune a site-urilor, a subvențiilor și a serviciilor, care sunt adaptate nevoilor start-up-urilor. În anii 1980, au apărut case de incubatoare și curți de afaceri. Aceste sisteme sunt instrumente ale politicii de inovare, iar comunitățile locale încearcă să atragă și să susțină întreprinderile pentru ocuparea forței de muncă locale. Aici se prezintă unități industriale și comerciale, se susțin reciproc, se ajută adesea reciproc în cunoștințe, informații și se transformă în zone de activitate. În funcția lor, casele de incubatoare asigură următoarele: aprovizionare imobiliară, servicii comune (secretariat, sală de ședințe, servicii financiare etc.), consultanță, schimburi de rețea a cunoștințelor.

Următorul instrument de dezvoltare economică locală este **organizarea integrărilor economice**. Cooperativele își re trăiesc renașterea astăzi. Mișcarea a început în Danemarca acum 100 de ani, astăzi numărul acestora a crescut la 8.000 în Marea Britanie, iar viața a aproape 120 de milioane de oameni din SUA este afectată de cooperative. O cooperativă este o companie care este deținută și controlată de utilizatori și care de asemenea obține o parte din profiturile generate. Sarcina principală a cooperativei este de a aduce produsul pe o piață sigură și de a obține cel mai mare venit posibil din vânzări. Principalul său avantaj este cooperarea membrilor cooperativei, formarea continuă a atitudinilor și participarea activă a membrilor.

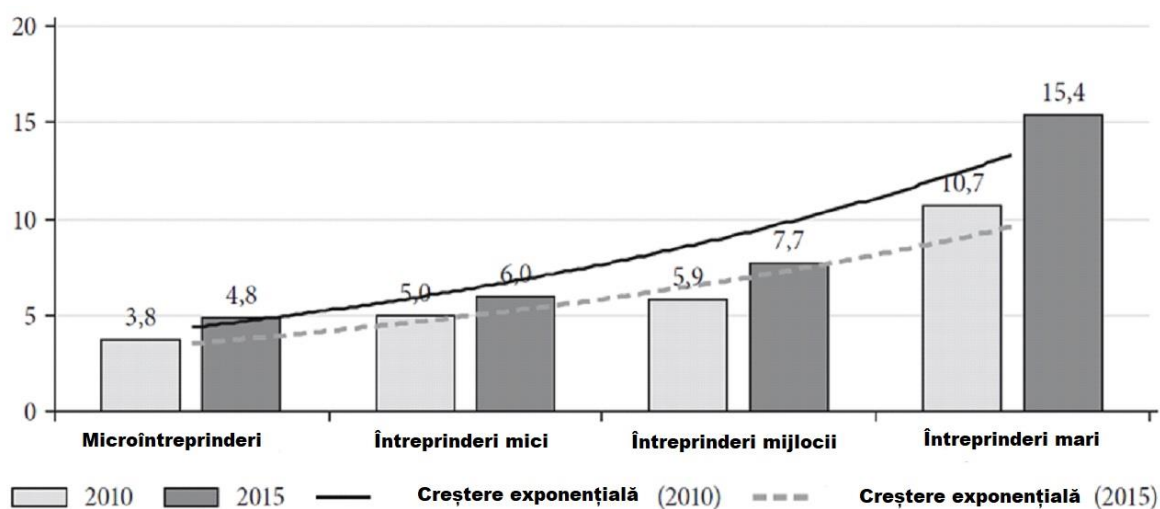
Astăzi, este esențial pentru funcționarea economică ca companiile să aibă acces la informații și date cu stabilitate și lățime de bandă adecvate. Este esențial pentru guvernele locale și comunitățile locale să asigure crearea unui **mediu tehnologic inovator**. Acest proces ar trebui să se concentreze pe următoarele domenii:

- crearea condițiilor pentru telelucrare și învățare la distanță,
- înființarea de parcuri industriale și centre de inovare,
- servicii telematice și IT pentru întreprinderi,
- servicii logistice,
- comerț electronic și administrație (inclusiv din partea municipalității),
- centre de informare municipale și regionale. (G. Fekete, 2013)

Mediul tehnologic inovator este foarte divers. În ceea ce privește reducerea administrației, statul maghiar a făcut recent progrese semnificative în sprijinirea administrării afacerilor, oferind date la platforma online a clienților, posibilități administrative și transferând plăți și declarații fiscale online. În toate cazurile, aceste oportunități de servicii trebuie să meargă mână în mână cu modelarea atitudinilor populației și a sectorului de afaceri, ridicarea standardului de formare și dezvoltarea sistemelor de motivație.

Atât întreprinderile individuale, cât și parteneriatele au un impact semnificativ asupra pieței muncii și a ocupării forței de muncă. În Ungaria, ponderea microîntreprinderilor este de aproximativ 94%, în timp ce cea a întreprinderilor mici este de 4,9%, cea a întreprinderilor mijlocii de 0,8% și cea a întreprinderilor mari de 0,2%. Țările Visegrad au de obicei aceeași proporție de întreprinderi mici și mijlocii (3,1-4,9%), comparativ cu 10,6% în Austria, 13,6% în Germania și 9% în Marea Britanie. Diferența nu pare semnificativă, dar o schimbare de 5% a raporturilor ar însemna 50% ocupare în Ungaria. Întreprinderile mici și mijlocii utilizează resursele mult mai eficient decât microîntreprinderile. (Boda, Révész, Losonci și Fülöp, 2019) În practică, acest lucru înseamnă că, dacă o regiune dorește să își dezvolte ocuparea forței de muncă, trebuie să se străduiască să susțină cât mai mult posibil consolidarea sferei antreprenoriale.

4. Valoarea adăugată produsă de un angajat (milioane HUF / persoană)



Sursă: „Közgazdasági Szemle” – Revizuirea economică (Boda, Révész, Losonci, & Fülöp, 2019)

În legătură cu dezvoltarea întreprinderilor, utilizarea brută a activelor este în creștere, ceea ce indică necesitatea unei acumulări serioase pentru a realiza acest lucru. Dacă o afacere reușește acest lucru, valoarea adăugată va crește exponențial. Adevărata sarcină, după cum puteți vedea, este de a sprijini companiile care sunt capabile să schimbe categorii; de la microîntreprindere la întreprindere mică, și de la o întreprindere mică la o întreprindere mediu. Din păcate, acest proces este încă semnificativ pentru companiile străine. Afacerile noastre locale nu pot sau nu vor să crească. Creșterea microîntreprinderilor reprezintă doar 20% din creșterea totală. Redimensionarea companiilor crește valoarea adăugată, ocuparea forței de muncă, de o dată și jumătate valoarea activelor fixe în raport cu numărul acestora, dar productivitatea scade și dezvoltarea se deteriorează; eficiența nu crește.

Ar fi oportun să se dezvolte întreprinderi care își desfășoară activitatea în economia națională în domenii în care se poate obține un conținut cu valoare adăugată mai mare: în sectorul serviciilor, în industria prelucrătoare, prin lansarea dezvoltărilor (industria farmaceutică, tehnologie înaltă sau robotică). Pe baza tendințelor internaționale, este oportun să se vândă produse alimentare și industriale împreună cu servicii, munca de cunoștințe și vânzarea de servicii cu valoare adăugată ridicată. (Boda, Révész, Losonci și Filipine, 2019)

Conform **Strategiei de Ocupare a Forței de Muncă din Județul Békés**, mai mult de 75% dintre întreprinderile din județ au nevoie de sprijin pentru ocuparea forței de muncă și dezvoltarea resurselor de dezvoltare. În plus, formarea angajaților, cooperarea în interiorul și în afara sectorului și dezvoltarea oportunităților de marketing sunt factori cheie. Este interesant de văzut că, deși cercetarea și dezvoltarea, formarea și consultanța în managementul companiei ar îmbunătăți dezvoltarea din punctul de vedere a eficienței, companiile ar necesita resurse externe pentru ocuparea forței de muncă sau dezvoltare. Din păcate, fără creșteri de eficiență, nu există nicio dezvoltare pe piața internațională de astăzi. După evaluarea nevoilor angajatorilor, s-a dezvoltat că există o restanță semnificativă a persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă în domeniul competențelor de bază, astfel încât în acest scop a fost creat un test de evaluare a competențelor.

În strategie au fost stabiliți pași semnificativi pentru îmbunătățirea ocupării forței de muncă. Prima este întărirea luptei împotriva muncii nedeclarate. În județul Békés, economia neagră și gri a fost deosebit de prezent în agricultură, servicii interne, coafură, comerț, cazare, ospitalitate și transporturi. Vor să consolideze ocuparea forței de muncă, intrarea și dezvoltarea microîntreprinderilor pe piață și sprijinirea tinerilor pentru a deveni antreprenori. (Am văzut mai devreme că se poate obține o eficiență mai mare și mai multe locuri de muncă prin dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii.) Parcurile industriale județene oferă un sprijin semnificativ pentru start-up-uri, în 2018 a fost disponibil 20 hectare, în 2023 va fi disponibil aproape 100 de hectare a companiilor. De asemenea, județul intenționează să susțină în mod semnificativ viabilitatea întreprinderilor, pentru care disponibilitatea fondurilor TOP a fost de 9,17 miliarde HUF, construcția infrastructurii de servicii pentru afaceri a fost de 15,195 miliarde HUF, iar dezvoltările pentru a ajuta forța de muncă competitivă în valoare de 6,181 miliarde HUF.

Harta resurselor umane a fost lansată în cadrul Clusterului Județean de Formare Békés, a cărui dezvoltare și îmbunătățire a eficienței sunt necesare pentru a oferi ajutor real celor interesați de formare.

Pentru a îmbunătăți situația pe piața muncii a persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă, a celor care încep cariera și a celor defavorizați pentru a îmbunătăți adaptabilitatea și competitivitatea acestora, următoarele măsuri sunt propuse de experții județeni:

- dezvoltarea învățării pe tot parcursul vieții prin dezvoltarea sistemului instituțional de educație vocațională și a adulților (necesitatea a fost realizată în acel moment, deoarece sistemul de educație vocațională și pentru adulți a fost complet transformat odată cu promulgarea legislației din 2020);

- răspândirea formării duale (formarea duală a fost implementată formal în domeniul învățământului secundar, dar dezvoltarea calității sale are încă rezerve semnificative);
- dezvoltarea unui sistem de formare bazat pe piață, dezvoltarea ofertei;
- menținerea a tinerilor în localitate calificați, oprirea emigrației și diseminarea serviciilor și granturilor pentru garanția tinerilor (mai multe municipalități au lansat programe de burse pentru tineri în legătură cu acest program);
- dezvoltarea competențelor de bază și cheie ale solicitanților de locuri de muncă;
- răspândirea unor forme atipice de ocupare (încurajarea ocupării forței de muncă flexibile, dezvoltarea unei îngrijiri de zi flexibile pentru copii mici);
- servicii pe piața muncii pentru cei implicați;

Implementarea celor de mai sus ca organizație umbrelă a fost asigurată de proiectul TOP 5.1.1 la nivel de județ, echivalenții la nivel de district din proiectele TOP 5.1.2 au susținut implementarea mai eficientă a acestuia și au asigurat că dezvoltările au ajuns la fiecare așezare. Programul de dezvoltare a identificat că situația pieței muncii din județ necesită intervenții în mai multe puncte.

Aceste puncte sunt:

- crearea unui mediu de redresare economică,
- reformarea formării profesionale,
- programe de piața muncii. (Pact, 2017)

IV. Oportunități de politică de ocupare a forței de muncă în întreprinderi

Categoria juridică și conceptuală a întreprinderilor este mai largă decât cea a companiilor. În timp ce considerăm atât întreprinderea individuală, cât și proprietatea individuală ca fiind o întreprindere, o companie este întotdeauna o activitate economică socială. Toate companiile sunt afaceri, dar nu toate afacerile sunt companii.

1. Întreprindere și companie individuală

Există patru moduri în care indivizii pot deveni antreprenori. Ca persoană fizică fără număr fiscal (grădinar, curățean etc.), ca persoană fizică cu număr fiscal (acest lucru poate fi practicat în afara locului de muncă), ca lucrător independent și ca antreprenor individual. Conceptul de **antreprenor individual** este definit în Legea CXVII din 1995. „Un antreprenor individual: (a) o persoană fizică înscrisă în registrul antreprenorilor individuali în temeiul legii privind antreprenori individuali, în ceea ce privește activitatea (activitățile) sa înregistrată în acel registru”. (Kluwer, 2020) Activitatea antreprenorială independentă este o activitate economică desfășurată de o persoană fizică într-o țară valutară. Toți cetățenii maghiari și cetățenii străini care au permis de rezidență se poate considera fiind parte de această categorie.

O afacere individuală poate fi pornită gratuit și nu este obligatorie obținerea cărții antreprenoriale (care costă 10.000 HUF). Pentru a începe un astfel de afacere este nevoie de trei lucruri: capacitate de a acționa, ședere permanentă sau permis de ședere și să nu fiți excluși de a începe o afacere individuală. Procesul poate fi început personal sau electronic (acest lucru necesită o înregistrare pe platforma online) și trebuie anunțate activitățile principale și cele suplimentare. Este important că putem practica profesia pentru care nu avem calificări doar prin angajarea unui angajat sau subcontractarea acestor activități. După înregistrare, trebuie să vă înregistrați la consiliul local sub impozitul pe afaceri locale și, de asemenea este nevoie să vă înregistrați la Camera de Comerț și Industrie. Astfel, antreprenorul individual primește un număr fiscal, un număr statistic, un număr de înregistrare și un număr de înregistrare al camerei. Notificarea și încetarea activităților pot fi, de asemenea, modificate electronic.

Este important ca antreprenorul individual să fie pe deplin răspunzător pentru obligațiile sale (din punctul de vedere financiar) și este obligat să țină evidențe valabile.

„**O societate individuală** este o entitate non-juridică stabilită de o persoană fizică în registrul proprietății unice, care este creat prin înregistrarea în registrul societăților comerciale.” (Kluwer, 2020). O societate individuală este diferit de un antreprenor individual, prin aceea că poate fi mai ușor transformat într-o altă întreprindere și poate funcționa cu răspundere limitată de la 1 ianuarie 2020. O societate individuală este creată prin înregistrarea în registrul societăților comerciale și poate fi stabilită numai de o persoană fizică înregistrată în registrul societății unice, în timp ce devine o persoană juridică fără personalitate juridică. Necesită un act constitutiv semnat de fondator, întocmit de un notar public sau un act privat contrasemnat de un avocat, care va deveni ulterior actul constitutiv al societății.

O societate individuală poate fi creat numai de un antreprenor individual și nu poate să aibă nici predecesorul său legal, nici succesorul său legal. Activitățile sale sunt supuse Legii societăților comerciale și sunt supravegheate de instanța de înregistrare. Acest tip de antreprenor poate avea un proprietar, dar mai mulți funcționari.

2. Formarea întreprinderilor

Formarea companiilor este independentă de economia de piață. În istorie, au apărut două direcții pentru companii. Ramura superioară s-a format în organizațiile de stat, unde companiile vremii îndeplineau funcții comunitare, primeau și moșteneau drepturile și activitățile care erau exercitate inițial de stat. Aceste organizații erau separate de membri și aveau ocazia de a crea o „companie” personală. Această ramură datează din antichitate, unde comerțul se afla sub influența directă a statului. Așezările comerciale asiriene (Karum) și „emporiumurile” grecești erau, de asemenea, instituții de stat, angajate de obicei în colectarea taxelor și în exploatarea minelor. În secolul al XII-lea, au fost create organizații care nu puteau funcționa decât sub sfințirea regală. Sarcina lor era comerțul intern (breasla de meșteșuguri, breasla de negustori).

Formarea ramurii inferioare se datorează riscurilor externe (bandiți, catastrofe naturale). Comerțul maritim și terestru a necesitat investiții în creștere pe măsură ce comunitățile au crescut și au apărut comunități. Un membru al comunității (commenda) a furnizat capitalul, celălalt membru a desfășurat activitatea. Când participarea membrilor la activele companiei a devenit transferabilă în secolul al XVI-lea, au apărut societăți pe acțiuni care aveau contabilitate și administrare independente. Piața valorilor mobiliare și bursa au apărut ulterior din aceste organizații. Speculațiile începuseră deja în secolul al XVIII-lea, dar când a fost adoptată Legea cu răspundere limitată în 1855, a început dezvoltarea rapidă a companiilor, având ca rezultat formarea unor corporații serioase până la sfârșitul secolului al XIX-lea. Aceste societăți pe acțiuni nu au de fapt niciun proprietar, deoarece activele companiei sunt deținute chiar de companie. Interesele de proprietate sunt mult mai puternice, astfel încât într-o anumită zonă - dacă rolul social nu este suficient de puternic - interesele economice prevalează asupra intereselor sociale și chiar pot câștiga influență politică. Companiile moderne au independență economică și juridică și, dacă nu au o influență excesivă, se încadrează în mediul social într-un mod unificat.

Creșterea companiilor industriale moderne a fost limitată doar de dimensiunea companiei pe care antreprenorul a putut să o supravegheze. Creșterea a fost sprijinită de vaporul în transportul maritim, căile ferate în transportul de persoane terestre, materiale și informații și nu în ultimul rând proliferarea telegrafelor în transmiterea rapidă a informațiilor fără frontiere. Piețele au crescut, ceea ce a contribuit la creșterea volumului de producție, la metode de producție mai dezvoltate și au pus bazele producției în serie. Producția mai mare a redus costurile prin metode mai eficiente. Companiile mari au început deja să lucreze într-o ierarhie și s-au dezvoltat sisteme de contabilitate a costurilor. Odată cu creșterea dimensiunii companiei, a crescut și cererea de finanțare - s-au dezvoltat piețele de obligațiuni și acțiuni și a început industria asigurărilor. Producătorii locali au devenit din ce în ce mai dezavantajați, formând trusturi și carteluri.

Între 1920 și 1960, au apărut companii cu mai multe departamente, GM și-a diversificat linia de produse și, în același timp, au apărut divizii cu management independent. Pe lângă producție și comerț, mai multe companii s-au angajat în extracția și prelucrarea materiilor prime, care au funcționat independent în unități separate.

Între 1960 și 1980, a fost lansat un tip de piață de consum bazat pe creștere economică și prosperitate. Puterea de cumpărare a crescut și cererea pentru gamă de produse și servicii s-a lărgit. Multe companii mari au cumpărat apoi altele mai mici și și-au mărit portofoliile de produse, intrând pe piețe din ce în ce mai noi. După 1980, s-au format alianțe de afaceri în industria auto (Toyota-GM), aviație și IT. În zilele de azi, fabricile sunt din ce în ce mai forțate să producă pentru alte companii și să își dezvolte serviciile. Gândiți-vă doar la cantitatea de metale rare necesare bateriilor electrice pentru mașini, la simplificarea producției de mașini și la măsura în care valoarea adăugată a acestor produse a crescut alături de programe IT, sisteme de control, servicii prin satelit și alte programe software. (Tóth, 2015, p. 17-23.)

Ca urmare a globalizării, mega-companiile și, mai târziu, cele mai mici, și-au mutat capacitățile de producție și servicii pe mai multe continente, în funcție de continentul, țara, în care erau cele mai ieftine pentru materii prime, producție și servicii. Costurile de transport au determinat prețurile anumitor produse. Aceste procese pot fi modificate fundamental de condițiile politice, de măsurile de mediu ale țărilor și de situația sănătății. În plus față de globalizare, a început un grad semnificativ de robotizare și, în același timp, odată cu dezvoltarea IT, companiile sunt deja capabile să personalizeze aspectul produselor lor individuale în plus față de producția în masă cu ajutorul tehnologiilor de fabricație flexibile. Mercedes, Audi sau Toyota sunt capabili să creeze modele cu un aspect complet diferit și design interior pe aceeași linie de producție.

IA (Inteligența artificială) forțează o schimbare în sectoarele productive și de servicii care pot reduce foarte mult forța de muncă vie. În comerț, procesele automate de comandă, sistemele de auto-învățare (marketing, finanțe, educație, depozitare), tehnologia dronelor în transport și comerțul online, care reprezintă o creștere anuală de 20-30%, deschid noi căi. În sectorul bancar, unele bănci au chatbots capabili de conversații extrem de umane și comunicări interactive fără intervenția unei persoane reale. În perioada pandemiei, diagnosticul de la distanță a început în domeniul îngrijirii sănătății, dar în unele specialități, au loc deja intervenții chirurgicale și consultări cross-continentale online. În multe locuri din sectorul social din China și Japonia, asistenții sociali sunt înlocuiți de roboți, în timp ce un număr semnificativ de opțiuni de diagnostic sunt disponibile cu un ceas inteligent.

Noi principii de organizare economică trebuie să apară în economiile dezvoltate. În loc de conceptul de proprietate și deținere, utilizarea apare din ce în ce mai mult. Uber în loc de achiziția de mașini, Airbnb în loc de hoteluri. În loc de produse industriale, serviciile vin în prim plan pe piața consumatorilor finali. Suntem capabili să desfășurăm din ce în ce mai puține activități din motive de comoditate sau lipsa cunoștințelor. Gătim mai puțin în casa noastră, dar comandăm mai multe preparate gata pregătite.

Din ce în ce mai puțini sunt capabili să renoveze și să ne vopsească singuri casele, iar prețurile companiilor din sectorul serviciilor sunt în creștere, lucrând cu tehnologie din ce în ce mai modernă și cu un număr în scădere de profesioniști mai calificați. Companiile se gândesc din ce în ce mai mult pe platforme, deoarece producția poate fi mult mai mobilă ca răspuns la decizia politică sau economică a unui guvern. Angajații sunt din ce în ce mai puțin dispuși să lucreze cu normă fixă pentru o companie, consolidând astfel munca independentă sau contractarea bazată pe proiecte în loc de angajarea pe durată determinată. (Cséfalvay, 2017)

Întreprinderile de astăzi se confruntă cu alte schimbări în plus față de provocările tradiționale anterioare (materii prime, producție, resurse umane, resurse financiare, marketing, transport etc.). Practica arată că, în viitor, locul de muncă va fi din ce în ce mai puțin interpretabil ca loc fizic - birourile comunității și co-spațiile devin din ce în ce mai răspândite. Profesiile se schimbă atât de repede încât abilitățile domină în loc de profesiile anterioare OKJ. În loc de locuri de muncă, comunitățile de proiecte, formele atipice de angajare, cum ar fi telelucrarea și munca independentă. De asemenea, trebuie să își regândească gândurile asupra stilurilor de conducere, deoarece prezența online și angajarea flexibilă vor necesita instrumente motivaționale, moduri de management și control complet diferite în viitor. Importanța autoeducației continue este consolidată, managementul autonom al timpului, dezvoltarea abilităților TIC și a abilităților antreprenoriale sunt consolidate și capitalul relațional devine din ce în ce mai dominant.

3. Definirea și prezentarea întreprinderii ca un concept

Conceptul de întreprindere este definit în actualul Cod civil, potrivit dispozițiilor sale interpretative, „o persoană care acționează în exercitarea profesiei sale, a activității independente sau a afacerii”. (Cod civil, 2020.) Acest concept identifică antreprenorul cu afacerea sa. În toate cazurile, scopul întreprinderii este de a crește situația financiară, veniturile și activele antreprenorului. Activitatea este o activitate de afaceri, înțeleasă legal. Scopul său principal este să producă produse, să ofere servicii și, ca urmare a acestui proces creează bunuri materiale, în timp ce se străduiește să răspundă nevoilor consumatorilor.

Întreprinderea este procesul de creare a unui lucru noi și valoros. Antreprenorul acordă timpul necesar, efortul și își asumă riscuri financiare, mentale și sociale. În schimb, în cazul norocos, primește recompensa pentru a susține factorii spirituali și financiari personali care rezultă din activitățile respective. (Pálinkás, 2000, p. 15) Scopul de bază al unei întreprinderi este satisfacerea nevoilor consumatorilor prin realizarea unui profit.

În fiecare caz, afacerea este o activitate juridică independentă în care trebuie să ia propriile decizii. O persoană nehotărâtă este incompetent de a deveni antreprenor. Pentru activitatea antreprenorială sunt necesare competențe și condiții adecvate. În plus, este oportun să se desfășoare activități antreprenoriale în posesia unor cunoștințe și informații adecvate, ceea ce înseamnă și cunoștințe profesionale și cunoștințe practice.

Fiecare întreprindere este interesată de profit și este capabilă să își asigure și să își finanțeze funcționarea din veniturile sale. Întreprinderea este o activitate riscantă, investește capitalul investit, activele și resursele financiare în funcționarea sa, astfel încât resursele trebuie luate în considerare la înființarea întreprinderii, întrucât existența lor este riscată de antreprenorul sau grupul de antreprenori. Pentru a minimiza riscurile, este necesar să se definească zona, să se dezvăluie piața reală care oferă zona de operare, adică activitatea dată (producție sau serviciu) trebuie să fie comercializabilă.

În majoritatea cazurilor, literatura ca companii se înțelege instituții economice. Companiile potrivit Cod civil. 685. alin. conform punctului (c): „Entitățile economice ale căror aspecte legate de formarea, funcționarea și dizolvarea lor sunt, în general, reglementate de Legea CXLIV din 1997 privind asociațiile de afaceri. (GT).” (Bokor, 2002) Potrivit definiției din Legea V din 2013 (noul Cod civil), „Companiile sunt întreprinderi cu personalitate juridică înființate în scopul desfășurării unei activități economice comune de tip business, cu contribuția financiară a membrilor, în care membrii obțin comun din profit și suportă pierderile”. (Cod civil, 2020.)

Caracteristicile comune ale companiilor (întreprinderilor) sunt următoarele:

- scopul lor este un scop economic specific (prin urmare, fundațiile și organizațiile non-profit nu sunt incluse în definiția unei întreprinderi definite în mod restrâns);
- desfășoară o activitate economică specifică;
- activele, necesare operațiunii, sunt puse la dispoziția membrilor (în cazul implicării personale, a capacității lor mentale, chiar împreună cu prezența lor fizică);
- în funcție de forma organizațională, aceștia sunt în primul rând responsabili pentru datoriile companiei până la activele companiei, împart profitul și venitul împreună;
- pierderea este suportată în comun, în funcție de formă. (Bokor, 2002)

4. Gruparea întreprinderilor

4.1. După mărime

La momentul aderării la Uniunea Europeană, definiția întreprinderilor în funcție de mărime a fost adaptată la sistemul lor juridic, drept urmare cifra de afaceri anuală și datele totale ale bilanțului sunt determinate în euro. Valorile în euro trebuie aplicate întotdeauna la rata centrală stabilită de MNB. Următoarele valori sunt stabilite în Legea XXXIV din 2004 privind întreprinderile mici și mijlocii și susținerea dezvoltării acestora definit de lege. O companie cu peste 250 de angajați este considerată o companie mare, indiferent de celelalte două condiții.

2. Clasificarea IMM-urilor după mărime

Clasificarea IMM-urilor	Nr. de persoane (pers)	și	Vânzări nete anuale (EUR)	sau	Total bilanț (EUR)
Întreprindere mediu	< 250	și	≤ 50.000.000	sau	≤ 43.000.000
Întreprindere mic	< 50	și	≤ 10.000.000	sau	≤ 10.000.000
Microîntreprindere	< 10	și	≤ 2.000.000	sau	≤ 2.000.000

Sursă: Trezoria Statului Ungar (Trezoria, 2016)

În valorile de mai sus, trebuie să se utilizeze datele despre numărul de angajați și trebuie îndeplinit doar unul dintre ceilalți doi factori. Dacă o întreprindere depășește unul dintre factorii din primul an, principiile de mai sus se aplică dacă o îndeplinește timp de doi ani consecutivi. Regulile nu se aplică următoarele cazuri:

- societăți de investiții publice,
- companii cooperative,
- instituții de învățământ superior,
- ferme de învățământ secundar și instituții de învățământ,
- alte centre de cercetare și instituții de consultanță,
- investitori instituționali
- consilii cu o populație care nu depășește 5000 de locuitori și cu o capitală mai puțină de 10 milioane EUR (Trezoreria Statului, 2016)

Astăzi, ponderea IMM-urilor (microîntreprinderi mici și mijlocii, conform literaturii engleze SME - small and medium sized enterprises) în Ungaria a fost de 99,1%. Aceste întreprinderi au oferit oportunități de angajare pentru aproape două treimi dintre angajați și au reprezentat 46% din valoarea adăugată, 42% din vânzările nete și 30% din investițiile în economia națională. La nivel internațional, se situează pe locul 4 și pe locul 5 în treimea inferioară în ceea ce privește cifra de afaceri și valoarea adăugată pe IMM. (BNS, 2018)

a. Domeniul de activitate pe clase

Domeniul de activitate principal înseamnă zona în care compania își desfășoară cea mai mare parte a activității sale, din care se generează cea mai semnificativă cifră de afaceri. Conform acestei clasificări, se disting de obicei următoarele activități:

- industrial
- agricol
- comercial
- instituții financiare
- transport
- alte

Institutul Național de Statistică aplică structura clasificării sectoriale unificate a activităților economice (TEÁOR'08) pentru a determina activitatea principală a unităților economice în temeiul Regulamentului (CE) nr. 1893/2006 de la 1 ianuarie 2008 (OSC, Clasificări - Clasificare sectorială unificată a activităților economice, 2020). În conformitate cu aceasta, pot fi clasificate următoarele categorii principale de întreprinderi:

- agricultură, silvicultură, pescuit;
- minerit, cariere;
- industria prelucrătoare;
- furnizarea de energie electrică, gaz, abur și aer condiționat;
- furnizare de apă, colectarea și tratarea apei de canalizare, gestionarea deșeurilor, decontaminare;
- industria constructoare;
- comerț, reparații auto;
- transport, depozitare;
- servicii de cazare, ospitalitate;
- informare, comunicare;
- activități de asigurări financiare;
- tranzacții imobiliare;
- activități profesionale, științifice, tehnice;
- activități administrative și de servicii de sprijin;
- administrare, apărare, asigurări sociale obligatorii;
- educație;
- sănătatea umană și asistența socială;
- arte, divertisment, timp liber;
- alte servicii;
- activitățile gospodăriilor ca angajatori, producția de bunuri și furnizarea de servicii pentru consum propriu;
- organizarea extrateritorială.

b. După natura activității

Conform acestei clasificări, întreprinderile pot fi:

Întreprindere producătoare: în cursul activității, se creează un produs, obiect, produs tangibil, comercializabil.

Întreprindere de servicii: nu este creat un produs nou, dar serviciul (de exemplu, ambalarea) îndeplinește o sarcină secundară de producție a produsului, sporind eficiența, siguranța și valoarea acestuia. Serviciul poate fi, de asemenea, un serviciu de producție, care este legat de procesul de producție, și un serviciu comercial, distributiv, în cazul căruia scopul este de a livra produse și servicii consumatorilor.

În realitate multe companii desfășoară ambele activități și nu pot fi clasificate doar într-o singură categorie. Procesele economice determină activitățile, astfel încât acestea sunt în continuă schimbare odată cu începutul sau sfârșitul unei activități.

c. Conform scopului întreprinderii

Întreprinderile orientate de profit desfășoară activități economice, principalul lor obiectiv este să obțină rezultate și să maximizeze profiturile.

În plus, scopul întreprinderilor non-profit este de a obține un rezultat unic pentru membrii întreprinderii printr-o activitate - de obicei un furnizor de servicii - care este utilă din punct de vedere social.

d. Clasificarea întreprinderilor după impozitare

Diferențe și modificări semnificative pot fi de la an la an în categoriile de mai jos. De asemenea, este posibil ca un antreprenor individual sau o întreprindere mică să treacă între domeniul de aplicare al PIT și categoriile de persoane impozabile simplificate. Această clasificare este după cum urmează:

- Companiile supuse impozitului pe venitul personal;
- Contribuabilii corporativi simplificați;
- Societăți corporative supuse legii impozitului pe profit;
- Organisme bugetare non-fiscale. („Részegi”, 2020)

e. Potrivit proprietarilor

Potrivit proprietarilor întreprinderii putem vorbi despre:

- de proprietate privată,
- proprietate de stat,
- proprietate municipală,
- proprietate cooperativă,
- alte proprietăți comunitare (fundație, consiliu etc.)
- și proprietăți mixte.

Forma de proprietate determină forma de funcționare, activitate, viteza de reacție la influențe externe, decisivitate etc.

f. Potrivit celui mai înalt organ de conducere

De asemenea este posibilă gruparea întreprinderilor în funcție de celui mai înalt organ de conducere. Este bine să cunoaștem categoriile unei organizații, deoarece astfel putem deduce forma organizațională. Astfel de organe de conducere pot fi:

- ședința membrilor (în cazul societăților în comandită publică și limitată)
- consiliul de conducere (la întreprinderea comună)

- adunarea generală a membrilor (la companiile cu răspundere limitată)
- adunare generală (la societățile pe acțiuni)

g. Potrivit conducerii sale

Un senior executive operează și administrează afaceri într-o varietate de moduri și forme. Fiecare tip de organizație definește nivelurile și categoriile de conducere. Următorii termeni sunt utilizați pentru gestionarea companiilor:

- membrii îndreptățiți să gestioneze
- manager angajat (societate în comandită generală și în comandită limitată)
- director (asociere mixtă)
- director general (societate cu răspundere limitată)
- consiliul de administrație (societatea pe acțiuni)
- manageri de zonă corporativă
- manageri de nivel mediu și inferior
- organismul de implementare. (Barta și Tóth, 1994)

5. Particularități, avantaje și dezavantaje ale întreprinderilor

Mulți despre activitățile antreprenoriale văd libertate nelimitată, mașini scumpe și directori care fac afaceri în restaurante. Începerea unei afaceri, necesită o muncă grea, planificare pe mai multe luni, resurse financiare și de o rețea de contact semnificative. Rezultatul și funcționarea cu succes a unei companii nu este niciodată garantată. Schimbările juridice, economice, politice pot prezenta întotdeauna tot mai multe provocări pentru un antreprenor. În plus, nu este neglijabil faptul că o afacere poate fi o sursă semnificativă de stres și poate ruina viața multor familii dacă gestionarea stresului, gestionarea timpului etc. nu sunt realizate corect.

Când începeți o afacere, este o idee bună să luați în considerare următoarele:

- asigurarea condițiilor legale, personale, financiare, tehnice și organizaționale ale profilului, locației și funcționării;
- ar trebui utilizate calcule multidirecționale pentru a verifica dacă sunt îndeplinite condițiile pentru funcționarea pe termen lung;
- de asemenea, se recomandă examinarea modului în care ar reacționa mediul companiei la noua companie creată (criterii sociale). Oamenii care locuiesc în zonă au într-adevăr nevoie de organizație? Ar accepta societatea organizația? Este afacerea legată de obiectivele guvernamentale, micro regionale și a localității? („Pálinkás”, 2000)

Alegerea între formele de afaceri

Înainte de a începe o afacere, este foarte important ca antreprenorul să ia în considerare forma companiei. Fiecare formă prezintă avantaje și dezavantaje, deci trebuie să alegeți tipul care vă este mai avantajos. Cele mai importante elemente de luat în considerare sunt: forma juridică a proprietății, responsabilitatea financiară, transferabilitatea, distribuția profitului, posibilitatea de a mări capitalul, costurile de pornire, continuitatea, problemele fiscale, problema cooperării cu străinii.

În cele ce urmează, vom prezenta principalele criterii necesare pentru a începe cele mai tipice afaceri și avantajele și dezavantajele tipurilor.

Întreprinderea individuală

„Antreprenorul individual este o persoană fizică care desfășoară în mod regulat o activitate productivă sau de servicii, pentru a genera profit”. (Lengyel, 2001, p. 17.) O întreprindere individuală poate fi începută numai la primirea cardului de antreprenor - sau a documentului de înregistrare. Puteți angaja un angajat, un student sau o rudă, dar este necesară implicarea personală. Este răspunzător nelimitat pentru obligațiile și datoriile cu bunurile sale complete. Potrivit codului civil întreprinderea individuală este considerată o societate de afaceri, termenul general de prescripție a creanțelor fiind de 5 ani.

Activitatea trebuie indicată cu un tablou de afacere.

Avantajele întreprinderilor individuali:

- ușor de dezvoltat și nu are cerințe de capital fix;
- administrarea este simplă;
- antreprenorul operează singur afacerea;
- diversitatea oportunității de angajare;
- ușor de eliminat;
- se impozitează avantajos pe termen scurt;
- poate fi continuat de văduvă, moștenitor.

Dezavantajele întreprinderilor individuali:

- cerințe prea versatile față de antreprenor (implicare personală, administrare, funcționare, marketing etc.);
- răspundere deplină și nelimitată;
- are acces limitat la resursele financiare;
- vânzarea afacerii nu este posibilă;

- lipsa abilităților și a practicii antreprenorului
- oportunități de profit mai modeste;
- vulnerabilitate;
- viața afacerii. (Lengyel, 2001.)

Organizație de afaceri

„O organizație de afaceri este o afacere înființată de doi sau mai mulți proprietari, în care proprietarii împărtășesc rezultatele afacerii și responsabilitățile conducerii.” (Lengyel, 2001, p. 20.) În cadrul companiilor de afaceri, membrii desfășoară activitatea împreună și, de asemenea, contribuie împreună la proprietate, cu asumarea de riscuri în comun. Fiecare companie poate fi înființată pentru o perioadă de timp determinată sau nedeterminată și cel puțin doi membri sunt necesari pentru aceasta, supravegherea legalității fiind exercitată de instanța de înregistrare. Poate fi încorporat într-un act constitutiv, memorandum sau act constitutiv, dar trebuie notificat instanței de înregistrare la 30 de zile de la fondare. Acesta este fondat în ziua înregistrării în registrul companiilor și este reziliat la data ștergerii din registrul respectiv. Poate fi transformat într-o companie de interes public sau orice companie de afaceri. La încetarea companiei, activele sale vor fi distribuite între membri proporțional cu proprietatea lor.

Avantajele organizației de afacere:

- mai mulți oameni pot obține mai ușor capitalul necesar, astfel încât să poată efectua investiții mai mari, achiziționarea de active etc.
- riscul și responsabilitatea sunt împărțite între membri,
- răspundere limitată.

Avantajele organizației de afacere:

- cel mai important și, în același timp, cel mai mare dezavantaj este selectarea partenerilor cu îngrijire inadecvată; acest lucru poate însemna lipsa de implicare, apariția conflictelor etc.
- au, în general, o cerință de capital mai ridicată;
- procesul eliminării lor este mai lungă.

Societate pe acțiuni: cea mai viabilă formă corporativă de pe piața de capital modernă de astăzi, deoarece această organizație este cel mai bine adaptată condițiilor economice capitaliste. Este deosebit de popular în sectoarele cu capital intensiv. Se formează cu un capital social format dintr-un număr predeterminat și o valoare nominală a acțiunilor, obligațiile membrilor săi se extind la valoarea nominală sau valoarea de emisiune a propriilor acțiuni, după care nu își asumă nicio răspundere.

La adunarea generală desfășurată după subscriere se evaluează eficiența subscrierii acțiunilor, se precizează dezvoltarea societății, se stabilesc actul constitutiv și consiliul de administrație, consiliul de supraveghere și aleg un auditor. Suma minimă a capitalului social este de 20 milioane HUF, din care cel puțin 30%, dar cel puțin 10 milioane HUF trebuie să fie în numerar. O acțiune este un titlu fără scadență care cuprinde drepturi de membru, care este comercializabil și disponibil liber pentru vânzare. Singura obligație a acționarului este plata integrală a valorii nominale a acțiunii subscrise, ceea ce înseamnă răspundere limitată. Dreptul acționarului de a participa la dividend și de a participa activ la adunarea generală. Organul principal al societății pe acțiuni este adunarea generală, organul executiv este consiliul de administrație, ale cărui drepturi sunt exercitate de CEO.

Societate cu răspundere limitată: poate fi fondată cu un capital social format din depozite fixe de o mărime prestabilită, formată dintr-un contract de societate. Capitalul social trebuie să fie de cel puțin 3 milioane HUF, dar depozitele pe acțiuni pot fi de valori diferite. Principala datorie a companiei este de a pune la dispoziția companiei depozitul în numerar, pentru care primesc o parte din afacere, care este liber transferabil. Adunarea generală este principalul organ de conducere, care trebuie convocat cel puțin o dată pe an. Membrii sunt reprezentați în mod operațional de către directorul executiv.

Societate de serviciu public: membrii desfășoară o activitate economică comună cu răspundere solidară. Societate nu este o persoană juridică. Pentru contribuția personală, membrul are dreptul la remunerație. Organul principal al companiei este adunarea generală, unde toți membrii au aceleași drepturi de vot, deciziile lor sunt luate după majoritatea voturilor. Compania este răspunzătoare în primul rând pentru obligațiile sale cu activele proprii, dacă acest lucru nu este suficient, atunci intră și răspunderea cu activele proprii.

Societate în comandită limitată: se stabilește printr-un acord de parteneriat, membrii desfășoară împreună activitatea economică. Membrul este supus unei răspunderi nelimitate, în timp ce membrul este răspunzător numai în limita depozitului său și nu are dreptul la reprezentare. În alte cazuri, se aplică regulile aplicabile unui parteneriat general.

Cooperativă: principiile principale sunt libertatea de asociere și auto-ajutorare. Membrii săi lucrează în serviciul propriilor interese cu asistență personală și contribuții financiare. Cooperativa este o persoană juridică și necesită minimum 5 membri. Adunarea generală inaugurală poate preciza formarea sa, adoptarea actului constitutiv și pregătirea înscrierii în registrul societăților cooperative. Consiliul este ales la fel aici. Întruchiparea dreptului de proprietate cooperativă este acțiunea, care poate fi achiziționată prin subscriere, în plus este posibil și alte contribuții. Beneficiile și indemnizațiile pot fi de natură socială sau de proprietate. Organul său principal este adunarea generală, organul său de supraveghere este consiliul de supraveghere, șeful organizației este președintele. (Bedó & Varga, 1998)

V. Încurajarea, creșterea și dezvoltarea antreprenoriatului

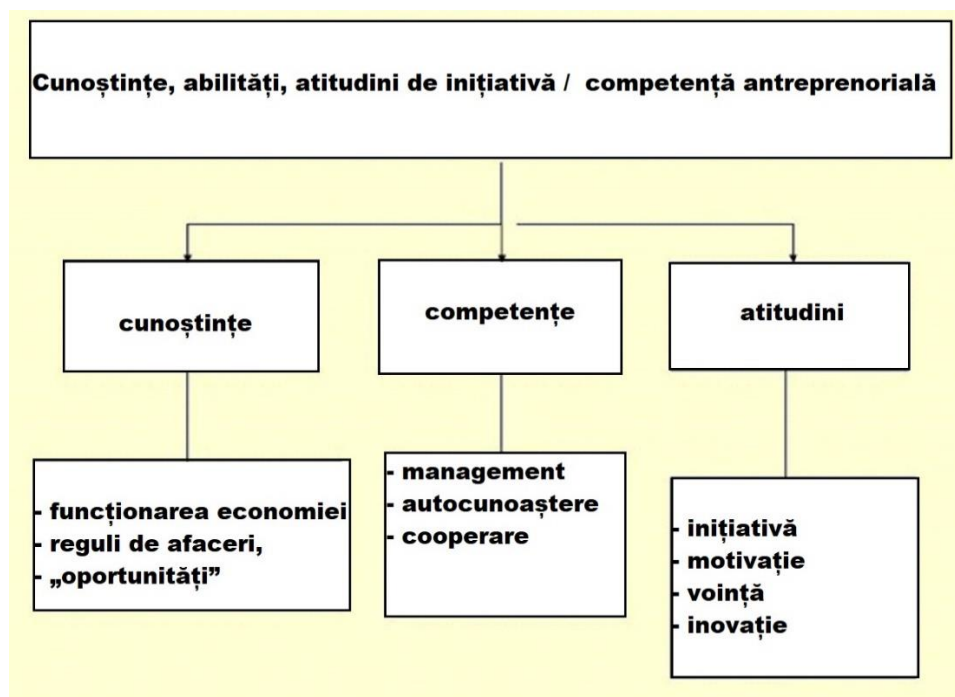
Afacerea nu este pentru toată lumea. A fi antreprenor, împreună cu avantajele sale, poate avea multe dezavantaje. O cădere poate pune adesea în pericol o rezervă care s-a acumulat de-a lungul vieții sale. 70% din start-up-uri vor eșua în termen de cinci ani, în timp ce o parte semnificativă din restul de 30% nu va realiza profitul sperat anterior. Operarea continuă reduce experiența de libertate a unui individ, iar factorul de stres nu susține nici o viață pașnică de familie. Părinții a 45% dintre antreprenori erau, de asemenea, antreprenori independenți, în timp ce 46% erau angajați în anumite afaceri mici (Charles, 1994). Încurajarea antreprenoriatului este un proces psihologic care începe în familie. Mediul de socializare, care este întărit mai întâi de familie, apoi de școală și de relațiile contemporane, determină în mare măsură dezvoltarea, formarea și manifestarea intenției creative. Antreprenoriatul este un proces complex bazat pe valori antreprenoriale, abilități și comportamente, dar succesul este influențat și de resurse, oportunități, reglementări, impozite, sisteme de sprijin și condiții de infrastructură. În multe cazuri, un antreprenor de succes are o profesie de bază care trebuie completată cu competențe individuale. Există, de asemenea, un cerc antreprenorial a cărui experiență de viață și rutină, creativitate, capital sau relație nu adaugă o valoare adăugată profesională ridicată unei afaceri, dar în majoritatea cazurilor (financiar, comercial, mecanic, IT etc.) cunoștințele profesionale reprezintă cheia succesului afacerii. Competențele antreprenoriale au fost grupate în mai multe moduri diferite (I Szűcs 2001, Zachár L. 2009, Robles, L. 2015). Începerea unei afaceri este foarte ușor de învățat din punct de vedere juridic, dar oricine dorește să devină antreprenor de la un angajat sau de la birou trebuie să acorde atenție multor domenii. Condițiile financiare și juridice ale companiei oferă doar baza antreprenoriatului. Antreprenorul trebuie să se cunoască foarte bine avantajele și dezavantajele personalității și cunoștințelor sale. În antreprenoriat, oportunitățile și provocările personale, profesionale și de afaceri trebuie recunoscute și interpretate din punctul de vedere al propriei operațiuni.

Antreprenoriatul necesită trei abilități de bază:

- Abilități și cunoștințe profesionale care stau la baza afacerii date;
- Abilități de management care asigură managementul afacerii (marketing, vânzări, contabilitate etc.)
- Abilități antreprenoriale care sunt abilități personale.

Competențele antreprenoriale includ abilități precum planificarea, organizarea, conducerea, partajarea sarcinilor, analiza, comunicarea, judecata adecvată, evaluarea experienței, gestionarea riscurilor, asumarea riscurilor, munca individuală și în echipă, comportamentul etic și multe altele. (Zachár, 2009.)

5. Cunoștințe, abilități și atitudini de inițiativă și competență antreprenorială



Sursă: Zachár, 2009.

Atitudinea antreprenorială este o atitudine, care poate transforma o idee în succes bazată pe „disponibilitatea” cunoștințelor și abilităților. În cercetarea sa, Timmons J. (Timmons, 2004) a evidențiat șase caracteristici de atitudine care sunt esențiale atât pentru start-up-uri cât și pentru companii deja existente pe piață:

- Angajament și determinare - vă ajută să tolerați eșecurile și să reporniți după eșecuri
- Aderarea la succes, oportunitate - vă susține angajamentul, vă arată identificarea cu compania
- Toleranță la risc, ambiguitate, incertitudine - în multe cazuri asumarea de risc a antreprenorului este de o importanță esențială, ceea ce generează stres semnificativ
- Creativitatea, adaptabilitatea - încrederea în sine, acțiunea continuă, schimbarea continuă și inovația sunt baza oricărei afaceri și factorii externi (furnizori, legislație etc.) necesită, de asemenea, capacitatea de a inova în mod regulat
- Lupta de a deveni de excelență - este esențială pentru dvs. și pentru afacerea dvs., susținută de o concurență puternică. Dacă există o îmbunătățire continuă a calității, aceasta va eșua pe piață
- Capacitatea de a conduce - toți antreprenorii sunt jucători în echipă, deoarece nu pot implementa singuri unele activități și servicii. Pentru funcționarea companiei este necesară cooperarea cu subcontractanții, angajații, companiile și furnizorii de servicii. (Bogáth, 2012)

La momentul schimbării regimului, lipsa pregătirii antreprenoriale era o problemă majoră. Legea micilor afaceri a fost publicat în 1982, iar apoi numărul întreprinderilor private din Ungaria a crescut la treizeci de mii în trei ani. Transformarea propriu-zisă a avut loc în 1988, când a fost publicat legea VI. legea, după care până în 1944 numărul întreprinderilor a crescut la șapte sute de mii. Într-o economie cu deficit, oamenii au putut să vinde aproape orice. (Mihalkovné, 2013) Piața liberă a creat o oportunitate pentru managerii cu capital, cunoștințe și relații adecvate de a-și începe propria afacere. Cu toate acestea, a trebuit să treacă o perioadă semnificativă de timp pentru a se dezvolta o cultură antreprenorială. Neajunsurile în formarea antreprenorială sunt / au fost o problemă în mai multe puncte. În primul rând, unii elevi care părăsesc școlile vor deveni antreprenori (individual sau social) în viața lor - adesea la cererea clientului sau a angajatorului. Pe de altă parte, antreprenoriatul de succes necesită dobândirea nu numai a unor cunoștințe teoretice, ci și practice. Argumentul final în favoarea formării antreprenoriale este că angajatul poate reprezenta interesele angajatorului mult mai bine dacă este conștient de perspectivele, particularitățile și variabilele de mediu ale acestora.

6. Modalități de educare a afacerii

Lectura profesorului		Afaceri simulate		Afacere adevărată	
Avantaj	Dezavantaj	Avantaj	Dezavantaj	Avantaj	Dezavantaj
Excelent de planificat și executat	Clasifică formarea antreprenorială în sistemul „subiecte standard”	Poate fi proiectat cu suficientă flexibilitate	Concentrându-se pe târguri, devine asemănător campaniei politice	Se poate obține o motivație puternică a elevilor	Dificil de planificat și controlat
Prezentatorul dictează subiectul, nu există nicio diferență	Este dificil să menții interesul elevilor	Îl poți face jucăuș folosind metode bune	Studentii consideră ca fiind un lucru artificial	Unele abilități pot fi dezvoltate foarte mult	Există multă responsabilitate pe profesori
Este bine măsurabil, evaluabil în mod obișnuit din școală	Se concentrează aproape exclusiv pe cunoștințe și nu pe abilități	Potrivit pentru dezvoltarea unei game largi de abilități	Performanța este dificil de măsurat în cadrul școlii	Poate satisface nevoi reale școlare	Orientarea spre profit poate fi în detrimentul învățării
Există un cost suplimentar redus	Este dificil să găsești cu adevărat „profesioniști competenți”	Relativ rentabil	Responsabilitatea antreprenorială este devalorizată datorită simulării	Vie din punct de vedere legală, ordonată	Impune o sarcină suplimentară enormă atât elevilor, cât și profesorilor
Se potrivește bine cu ordinea obișnuită a orelor de școală	Elevii uită repede cunoștințele pe care le-au învățat	Este mai ușor de gestionat decât o afacere reală	Rareori este de ajuns ora de 45 de minute	Poate fi continuat după școală	Este dificil încadrarea în sistemul juridic maghiar

Este obișnuit atât pentru profesorii cât și pentru elevii	Nu poți înota, doar să înveți din carte cum să înoți	Este ca înotul, cu centura de salvare și vesta de plută	Mai degrabă, rezultatul depinde de atitudinea cursantului	Responsabilitatea antreprenorială este directă	În multe privințe, el „iese” din ordinea școlii
---	--	---	---	--	---

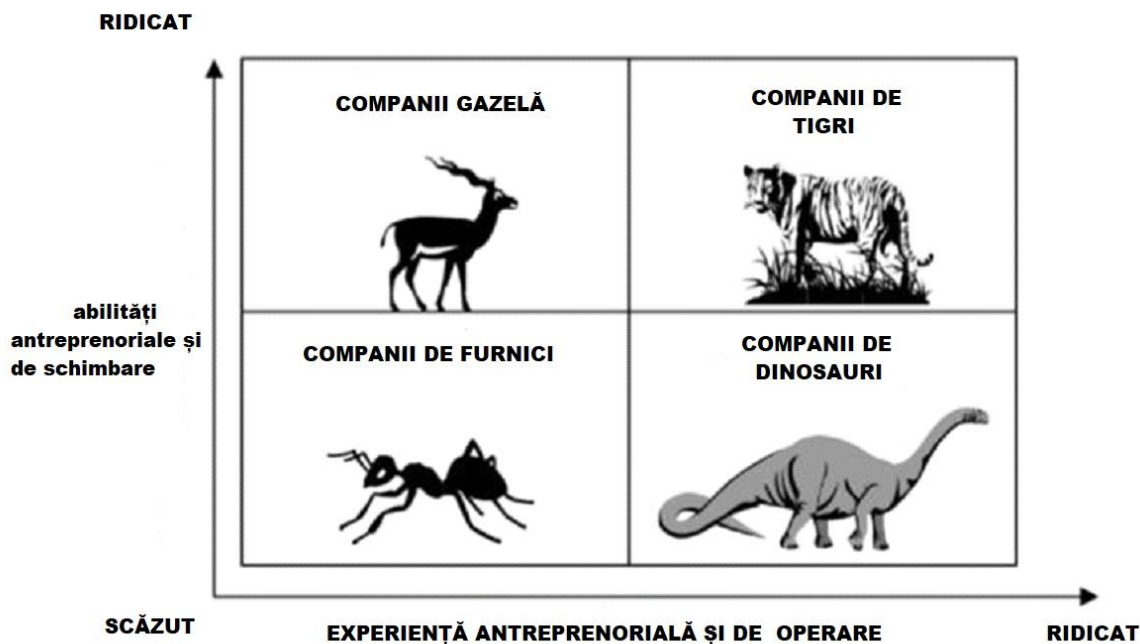
Sursă: Bazat pe figura lui Szomor Tamás (Szomor, 1997)

În educația antreprenorilor, accentul ar trebui pus pe metode orientate spre practică, unde trebuie să vă dezvoltați continuu experiența, cunoștințele și abilitățile (cunoștințe, abilități, competențe). În formarea orientată spre practică, candidatul trece printr-un proces de la dorința până la finalizarea afacerii, dar importanța este să se miște în pași mici. Procesul de a deveni antreprenor este următorul: pre-dorință, nevoie, dezvoltarea unei idei, clarificarea oportunităților, planificarea afacerii, începerea unei afaceri. (Szűcs I, 2001) Cu toate acestea, educarea antreprenorilor necesită și instructori instruiți și orientați spre practică. Educația nu poate fi rezolvată decât depășind multe dificultăți. Antreprenorii care au succes în practică rareori au suficient timp, motivație și cunoștințe pedagogice pentru a-și putea transmite cunoștințele. Există încă o opinie larg răspândită că cu cât sunt mai mulți oameni sunt de succes, cu atât succesul meu va merita mai puțin sau profitabilitatea afacerii mele pe „piață” va scădea. Datorită acestor gânduri, antreprenorii de succes sunt reticenți în a-și dezvălui „secretele” altora și mai ales nu își sacrifică timpul pentru asta. Celălalt factor critic este problema finanțării. Un antreprenor, dacă este de succes, poate câștiga mult mai multe venituri dezvoltându-și afacerea, începând alte activități decât cu educația, astfel încât poate fi rar implicat în educație. Cealaltă direcție este „recalificarea” profesorilor pentru a deveni profesori cu abilități antreprenoriale. Profesorii cu cunoștințe didactice și andragogice pot transmite cunoștințe teoretice, dar este dificil să trezești motivația spre viața antreprenorială.

Datorită celor de mai sus, s-a dezvoltat că start-up-urile pot fi de obicei împărțite în trei grupuri și anume:

1. Primul grup este un antreprenor de succes în profesia sa, care nu a vrut să lucreze pentru șef, proprietar, ci a forjat capital pentru el însuși. El trebuie să dobândească competențe antreprenoriale, să acumuleze capitala necesară și, de multe ori, chiar să-și seducă propriii colegi în propria afacere.
2. Celălalt grup nu a lucrat niciodată ca angajat, dar după ce a obținut o profesie sau studii superioare, vede că poate reuși singur pe piață și își poate folosi cunoștințele pentru a începe o afacere.
3. Al treilea grup este format din antreprenori forțați care (chiar și sub presiunea șefilor lor) au obținut cartea de afacere sau au cerut un număr de impozite pentru a opera și „facturează” către antreprenorul principal. Desigur, mai multe tipuri de grupări antreprenoriale și medii sunt posibile la pornire.

7. Clasificarea tipologică a întreprinderilor din Europa Centrală și de Est



Sursă: Bazat pe Vecsenyi János, (Vecsenyi, 1999, p.: 29.)

În cazul unei afaceri cu furnici, afacerea este construită în mare parte pe fondatorul propriu al antreprenorului și deseori producția și serviciile sunt realizate de ei înșiși. Împreună cu creșterea, pe lângă / în loc de sarcini profesionale, se pune accent pe sarcinile de conducere și de management. Poate că acesta este unul dintre motivele pentru care aproape 50% din afacerile corporative se desființează în termen de 5 ani. (Bauer, 1998) Diferența dintre antreprenorii de tip furnică și gazelă diferă în atitudine și, astfel, în raport cu atitudinile antreprenoriale. În companiile gazelelor, liderul are o atitudine pozitivă, nivelul de inovație, veniturile din vânzări și creșterea numărului de angajați sunt de obicei de mărime mai mari decât în companiile de tip furnică. Întrucât cercetările au arătat că cea mai mare parte a creării de locuri de muncă și a creșterii economice este realizată de 1-4% din întreprinderile de tip gazelă, se pune întrebarea în mod corect cu privire la modul de a dezvolta o atitudine antreprenorială? (Bogáth, 2012)

Creșterea afacerii este esențială. Stagnarea deseori îndepărtează motivația unei persoane și ceea ce nu este construit va degrada cu trecerea timpului. Baza tuturor dezvoltărilor este monitorizarea constantă a concurenței și a propriei afaceri. Dacă se observă stagnarea într-o companie, merită să ne regândim ce greșeli am făcut, cum s-a schimbat piața, producția, serviciile ce modificări trebuie efectuat în management. O parte semnificativă a companiilor se străduiește să fie start-up-uri. Asociația maghiară Spin-off și Start-up definește start-up-ul după cum urmează: „Prin start-up, ne referim la o întreprindere start-up intensivă în cunoaștere, care produce o creștere rapidă chiar și cu o investiție mică de capital și muncă”. (Asociația maghiară Spin-off și Start-up, 2020)

Un start-up este o afacere în stadiu incipient. „Criteriile pentru statutul de „stadiu incipient”, precum și Tao. TELEVIZOR. 331/2017 privind regulile detaliate pentru procedura de înregistrare a companiilor în stadiu incipient și a companiilor care susțin companiile în stadiu incipient. (XI. 9.) decret guvernamental [Ordin de Guvern]. În conformitate cu aceasta, a fost fondată în termen de 3 ani calendaristici, vânzările sale nete nu depășesc 100 de milioane HUF, numărul de angajați este de 2, maxim de 20 de persoane, nu este susținut de un administrator de fond de capital de risc, activitățile sale îndeplinesc condițiile de inovare, nu funcționează într-un regulament de minimis și nu funcționează în domeniile transporturilor, comerțului și imobiliarelor. (Szűcs, 2017)

Start-up-urile sunt companii cu potențial semnificativ de creștere și capacitate de inovare. În lumina conceptului de mai sus, acestea sunt întreprinderi al căror scop este dezvoltarea și lansarea unui nou produs sau serviciu în condiții de mediu incerte. (Ries, 2013) Aceste întreprinderi creează noi locuri de muncă, dau un exemplu pozitiv, aduc dinamism și credință într-o regiune. Importanța start-up-urilor poate fi rezumată în următoarele cinci puncte principale:

- Inovator - inovația este cheia dezvoltării economice și a creșterii productivității. Noile invenții de piață sunt de obicei introduse de aceștia și folosesc, de asemenea, cele mai avansate și cele mai noi tehnologii.
- Vor crea noi locuri de muncă și creștere economică pe termen lung - pot fi o oportunitate pe piața muncii în special pentru generațiile Y și Z.
- Aceste organizații aduc un nou dinamism competitiv sistemelor economice existente - acestea se dezvoltă în ritmul cel mai intensiv pe piață.
- Încurajează sistemul de inovare bazat pe cercetare - dezvoltă activități de cercetare, dezvoltare și inovare în companii și organizații bazate pe cunoaștere, susțin cercetarea de bază a universităților și institutelor de cercetare, funcționează și ca modele pentru cercetători, studenți.
- Introduc pro activitatea ca valoare în societate - definesc judecata de valoare a societății, dezvoltă abordarea, dezvoltarea carierei și creativitatea unei regiuni. (Lányi, 2017)

În cercetarea lui Beatrix Lányi, în care a examinat personalitățile antreprenorilor start-up, el a concluzionat că personalitatea antreprenorială deschisă și extroversiunea sunt extrem de importante pentru începerea și conducerea unei afaceri de pornire. Un nivel ridicat de stabilitate emoțională și fiabilitate sunt esențiale pentru gestionarea unui start-up inovator. Subiecții săi este curiozitatea sănătoasă ca bază a creativității lor și se concentrează pe inovații continue și durabile. (Lányi, 2017)

Dezvoltarea continuă este esențială pentru a încuraja, crește și dezvoltă spiritul antreprenorial. Îmbunătățirea continuă este o îmbunătățire măsurabilă a indicatorilor de materiale, relații, afaceri, ocupare, eficacitate și alți indicatori. Cea mai semnificativă măsură a motivației antreprenoriale este rezultatul, dezvoltarea profitului și creșterea afacerii. Subvențiile sunt esențiale pentru dezvoltarea întreprinderilor din Ungaria.

Subvențiile provenite atât din surse interne, cât și din cele din UE pot contribui la un succes în afaceri. Cu toate acestea, este important de știut că aceste subvenții nu fac decât să consolideze, să ajute o afacere de succes să își extindă ocuparea forței de muncă, să își dezvolte premisele, să își dezvolte capacitatea de export sau chiar să achiziționeze active. Dacă ideea sau operațiunea noastră nu este practic comercializabilă, atunci putem avea „succes” din aceste subvenții doar pe un termen foarte scurt.

VI. Sprijinirea creșterii ocupării forței de muncă în zonele rurale

Angajarea transfrontalieră a fost întotdeauna un element critic al politicii de ocupare a forței de muncă. Granița Trianon a împărțit zonele în termeni economici, infrastructurali și culturali care au format o unitate. Cooperarea dintre aceste zone este adesea greoaie și complicată datorită perspectivelor diferite ale actorilor politici. În prezentul proiect, Bichișciaba și Oradea sunt două așezări aproape de graniță, care sunt situate foarte departe de centrele care oferă locuri de muncă semnificative. Bichișciaba este atras de Szeged, Kecskemét, Debrețin și Arad, în timp ce Oradea este atras de Debrețin, Arad și Cluj Napoca.

Orașele aflate la marginea țărilor sunt vulnerabile la zonele rurale. Această vulnerabilitate se reflectă în terenurile arabile, resursele umane și mediul natural. Nu există existență urbană fără existența rurală și, dacă cele două regiuni nu pot lucra împreună în echilibru, atunci dezvoltarea complexă nu poate avea loc. În 1981, József Tóth a scris în modelul său tetraedric că „o așezare poate fi interpretată ca un sistem de structuri economice, sociale și tehnice care trăiesc într-un mediu geografic dat, în interacțiune intensă cu elementele sale”. (J. Tóth, 1981, p. 267) Gábor Kozma a completat acest model cu domeniul sferei administrative. El crede că guvernele locale au un impact cel puțin la fel de mare asupra dezvoltării municipalităților ca și cele patru domenii anterioare. (Kozma, 2017, p. 1) Dezvoltarea zonelor rurale este esențială pentru orașe. În legea privind dezvoltarea și amenajarea teritoriului apare doar diferența dintre capitală și mediul rural. Această lege nu definește mediul rural, ci doar zonele de dezvoltare rurală, unde proporția oamenilor angajați în agricultură este semnificativă în structura ocupării forței de muncă.

Recunoașterea problemelor din mediul rural a fost reprezentată de decizia Consiliului Europei adoptată în 1995, care a definit rolul multifuncțional al mediului rural. Conform acestei decizii, funcțiile mediului rural sunt:

- Funcții economice (de producție): aceste funcții includ agricultura și silvicultura, pescuitul, producția de resurse naturale regenerabile, surse de energie, utilizarea durabilă, prelucrarea aferentă, servicii, comerț și diversificarea activităților de promovare a ocupării forței de muncă, activități neagricole.
- Funcțiile ecologice includ protejarea bazelor naturale ale vieții sănătoase (pământ, apă, aer), conservarea diversității peisajului, caracterul peisagistic, protecția biodiversității, pădurilor și a altor habitate - protecția ecosistemelor.
- Funcțiile sociale (comunale) și culturale au apărut de-a lungul secolelor în conservarea valorilor comunitare și culturale strâns legate de modul de viață rural, în conservarea valorilor care apar în comunitățile rurale. (Oláh, 2003.)

În perioada de programare 2014-2020, două elemente au dominat din instrumentele de dezvoltare integrată ale Uniunii Europene. Pe de o parte, investițiile teritoriale integrate (ITI= integrated territorial investment) și, pe de altă parte, dezvoltarea locală condusă de comunitate (CLLD). Investiția integrată în zonă este o formă independentă de abordare și metodă bazată pe zonă în cadrul fondurilor structurale. Această abordare acordă prioritate nivelului local-teritorial în planificare și implementare. Cu toate acestea, pentru a pune în aplicare strategia local-regională, este necesar ca așezările și regiunile să aibă la dispoziție o strategie. Integrarea poate avea loc în două moduri: ca dezvoltare integrată într-un sector sau într-o anumită unitate teritorială. Aș dori să subliniez încă o dată că aceste investiții pot fi utilizate în mod eficient numai dacă zona geografică sau zona în cauză are o strategie teritorială integrată, intersectorială. Această strategie poate fi reală dacă județul este omogen în toate sectoarele care urmează să fie dezvoltate. Analizele de situație pot arăta că nu există un astfel de județ în Ungaria, dar în acest caz ITI-urile ar putea să nu difere prea mult de programele CLLD.

Există două motive pentru apariția dezvoltării conduse de comunitate (CLLD). Pe de o parte, consolidarea abordării bazate pe zone în politica de coeziune, pe de altă parte, percepția programelor LEADER în Europa de Vest a fost pozitivă și s-au obținut rezultate pe care intervențiile sectoriale tradiționale nu le-au putut obține. În Ungaria, dezvoltarea condusă de comunitate a acoperit 95% din așezările țării, 87% din teritoriul său și 45% din populația sa în perioada de programare 2007-2013. În planificarea pentru perioada 2014-2020, a fost avută în vedere o cotă de 12% în cadrul dezvoltării agricole și rurale europene (FEADR). După alegerile parlamentare din 2014, soarta LEADER / CLLD a devenit 5% cu acoperire la nivel național în loc de 12% planificate. Această scădere nu permite niciun impact semnificativ asupra dezvoltării. (Finta, 2015)

O modalitate de creștere a ocupării forței de muncă este sprijinirea antreprenoriatului. Până în 2022, guvernul maghiar va avea 9.000 de întreprinderi individuale, dintre care 8.000 vor fi în cele șase regiuni mai puțin dezvoltate ale țării. Tinerii cu vârsta sub 30 de ani și peste pot solicita grantul. Înainte de fiecare subvenție, este necesară o evaluare a competențelor, după care începe pregătirea adecvată pentru a începe afacerea. Instruirea oferă participanților cunoștințe juridice, financiare, de organizare a muncii, management și alte cunoștințe pentru a-și formula planul de afaceri. Aceștia primesc un certificat pentru pregătirea și aprobarea planului de afaceri, care le permite să primească o subvenție de capital de 4,5 milioane HUF pe persoană. (MTI, 2019)

VII. Prezentarea bunelor practici prin experiența antreprenorilor (interviuri aprofundate)

1. BÁLTÉP Békési Általános Építőipari Bt. - (BÁLTÉP Construcții Generale Békés Bt.) Békés

Denumirea companiei: BÁLTÉP Bt.
Anul fondării: 2005
Venit anual: 1 475 milioane de HUF
Numărul angajaților: 21 de persoane
Activitate: acoperișuri, lucrări de construcții
Persoana intervievată: Szilágyi Lajos director

Báltép Bt.

M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Industria de construcții.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

Am început activitatea în anul 2005.

M. Sz.: Cât a fost venitul anual în anul trecut?

Aproape un miliard și jumătate de forinți.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

Anul trecut am lucrat cu 25 de angajați.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei?

La acea vreme era fondată de fratele meu. El a venit de la o companie, și-a pierdut locul de muncă acolo și apoi a început în cele din urmă dintr-o întreprindere forțată în 2005 și s-a dezvoltat frumos.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei de-a lungul timpului?

S-a schimbat. Am început cu o persoană și apoi am avut unul sau doi angajați. Mai târziu, fratele meu avea deja 4 dulgheri. Când m-am alăturat companiei în 2015, am început o dezvoltare de intensivă. Până atunci, am făcut doar acoperișuri, de atunci am început să ne ocupăm de construcții generale.

M. Sz.: De ce este afacerea unul de succes? Care sunt bunele practici?

Munca de încredere, calitatea muncii este cea mai importantă. Celălalt lucru este respectarea termenelor limită. Aici relațiile personale contează foarte mult. Îmbunătățirea continuă este inevitabilă.

Părerea mea este că dacă câștigi un forint, acești bani nu sunt ai tăi. Un maxim de 10% este al tău, deoarece trebuie să plătești contribuția, să impozitezi și să revii la inovație, trebuie să te concentrezi pe dezvoltare. Ne dezvoltăm în permanență parcul de mașini și parcul de scule, începând cu flota de vehicule. Trebuie întotdeauna să-l întoarceți banii în companie. Pentru noi, filosofia noastră de bază a fost întotdeauna să alergăm înainte. Ne dezvoltăm, ne dezvoltăm, ne dezvoltăm întotdeauna.

Celălalt lucru important este omul. Toată lumea are o roabă, un instrument, doar un om care o împinge nu. Ne pasă mult de oameni, de resursele umane. La un moment dat, am observat că toată lumea s-a ocupat mult cu dezvoltarea resurselor umane. Toată lumea a angajat manageri de construcții - unul sau doi - toată lumea a vrut să externalizeze lucrarea, nu a vrut să o facă el personal. În acest moment, avem 30-80 de persoane înregistrate și avem subcontractanți permanenți care lucrează doar pentru noi. În total lucrăm cu 80-90 de persoane. Ne-am străduit întotdeauna să fim un om, care împinge roaba. Nu am încercat să avem doi manageri de construcții care să stea înăuntru în birou, încercând să obținem slujba și apoi să o externalizăm. Nu este posibil să se realizeze venit anual de peste un miliard de forinți cu patru persoane, doar dacă se angajează subcontractanți. La noi, dacă ne asumăm o slujbă, o asumăm astfel încât să o putem face cu angajații proprii.

M. Sz.: Ce face compania specială, cum se deosebește de piață?

De-a lungul anilor, sute de oameni ne-au vizitat. Din aceasta am reușit să lucrăm cu un personal permanent de 80 de persoane care lucrează în mod constant pentru noi.

Ne putem așeza pe paletă. Știm exact unde suntem în lanțul alimentară. Nu vrem să fim mai mulți, să preluăm mai mult din tortul respectiv.

M. Sz.: În ce trebuie să mai dezvolte compania?

În orice caz, să ducem personalul și mai mult la profesioniști, astfel încât să avem cât mai mulți profesioniști, spre deosebire de munca manuală. Pictori, dulgheri, faianțari - cu cât mai puțini ajutători posibil. Există o mulțime de ajutoare, toată lumea se îndreaptă spre această poziție.

Mecanizarea este importantă. Cea mai mare problemă pentru companiile de construcții sunt resursele umane. Este îngrozitor. Nu pot fi găsiți angajați normali.

M. Sz.: Digitalizarea a adus schimbări în viața companiei?

Lumea digitală nu ne-a afectat prea mult. Suntem echipați cu calculatoare, dar mecanizarea și echipamentul sunt mai importante pentru noi. Schelele, cofrajele, instrumentele sunt importante.

M. Sz.: Poate dezvoltarea tehnică să înlocuiască munca vie? Cu dezvoltarea tehnică va scade munca vie?

Cred că trebuie să ne menținem nivelul personalului existent, cel mai important lucru este să păstrăm profesioniștii. Personalul nostru existent să nu facă lucrări auxiliare și să se poată concentra asupra acestuia. Mecanizarea este importantă, ceea ce afectează calitatea. Cheia dezvoltării este de a avea o flotă de mașini cu care să putem servi clienții. Păstrarea este importantă. Vrem să înlocuim personalul cu o mașină, dar vrem și să o păstrăm persoanele respective.

Linia bugetară este compusă din lucrări de mașină plus lucrări manuale suplimentare. Progresul tehnic îmbunătățește eficiența. Un flux de lucru poate fi realizat mult mai repede. Orientarea noastră către profit este ca să putem oferi oamenilor un salariu competitiv.

M. Sz.: În ceea ce privește eficiența, dezvoltarea mașinilor aduce beneficii mai mari sau investirea în resurse umane.

Dezvoltarea mașinilor și programul de lucru pot fi vândute mai bine, dar cele două pot funcționa doar împreună. Mașinile au o amortizare semnificativă. Ne străduim să cumpărăm utilaje noi. Au existat subvenții din care am cumpărat mașini noi, deoarece cu mașinile uzate există doar probleme. Din mașini tip camion nu am reușit să cumpărăm unul nou.

M. Sz.: Cum se poate dezvolta ocuparea forței de muncă în această regiune?

Evident că există muncă, ar exista oameni, ar trebui să fie pus un accent mai mare la formarea profesională. În educația adulților văd întotdeauna că toată lumea vrea să fie asistentă, și nu prea există profesioniști adevărați.

Am vorbit cu un absolvent care lucrează la compania „Vízmű” și primește 180.000 HUF pe lună. La noi nu ar mai rămâne nici o persoană pentru atâția bani.

M. Sz.: De ce au nevoie tinerii antreprenori pentru a fii de succes?

Am fost întotdeauna antreprenori, de fapt la nimic altceva nu ne pricepem. Este important să nu vrei să te îmbogățești imediat și să te dezvolți însuși cunoștințele. Dacă cineva se pricepe la ceva nu este sigur că este capabil să facă o afacere.

Aderarea la impozitare, aderarea la partea administrativă a afacerii în sine, necesită aproape o persoană întreagă. A putea pune două cărămizi una pe alta este puțin, am văzut multe dintre ele. Trebuie să fii foarte considerat pentru a fi antreprenor.

Cealaltă este că este nevoie de o groază de bani pentru ca cineva să înceapă o activitate în aria noastră. Toate instrumentele și mașinile de calitate trebuie achiziționate. Dacă nu aveți 20 de milioane, nici nu să vă gândiți să începeți un astfel de activitate. Oamenii trebuie plătiți, trebuie o sursă de bani pentru combustibil, plus poate că lucrările vor fii plătite doar la terminarea lucrării. Un venit anual, cheltuielile de funcționare trebuie să fie în buzunar pentru ca cineva să înceapă munca în afacere.

M. Sz.: Cum este posibil îmbunătățirea calității personalului specialist?

Acum sunt în educația adulților, în învățământul profesional. Încercăm să educăm oamenii pentru noi cu mai mult sau mai puțin succes. Trei dintre ei au rămas deja la noi. Primul este să surprindem tinerii. Nu toată lumea va fi o persoană cu diplomă, avem nevoie și de lucrători. Un muncitor calificat bun câștigă mai mult, decât un absolvent mediu.

M. Sz.: Ce calități ar trebui să aibă un tânăr?

Încerc să rămân pe pământ. În multe cazuri tinerii sunt interesați doar de farse externe. Nu trebuie să etalezi cum îți trăiești viața.

Umiliința față de muncă și colegii dvs. de muncă este foarte importantă. Trebuie stabilită o relație de personal care să fie acceptată. Colegii trebuie respectați. Colegii trebuie priviți ca ființe umane, nu trebuie umiliți.

M. Sz.: În ceea ce privește marketingul, ce funcționează în lumea de astăzi?

Pentru o companie de succes nu este nevoie de un marketing puternic. Noi nu facem deloc reclamă nimic, suntem contactați. Dacă îți faci treaba bine, te vor găsi clienții. Dacă lucrezi în mod necorespunzător, poți să faci orice nu o să primești solicitări de muncă. oriunde orice nu aveți nevoie. Conexiunea personală și calitatea muncii sunt cele mai importante pentru noi.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

2. Barna & Barna Kft. – (Barna & Barna Srl.) Csorvás

Denumirea companiei: Barna & Barna Kft.

Anul fondării: 1991

Venit anual: 171 milioane de HUF

Numărul angajaților: 22 de persoane

Activitate: ospitalitate, catering mobil

Persoana interviuată: Barna Mihály, director



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Turism

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

În 12 decembrie 1991.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

Anul trecut am avut 22 de angajați.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei?

Din două motive. Primul motiv este că am fugit din Iugoslavia pentru că a trebuit să vin de acolo din cauza situației de război. Din moment ce soția mea locuia în Csorvás, am decis să venim aici. Obişnuiam să fac asta în Iugoslavia cu mult timp în urmă și de aceea m-am gândit că o să încep un mic burger.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei de-a lungul timpului?

Activitatea noastră principală este turismul, nici nu ne-am ocupat cu altceva. Turismul este profilul nostru.

M. Sz.: Cum s-a dezvoltat compania?

Destul de lent. Prima facilitate a fost o proprietate de închiriat. Încet am cumpărat și am extins încet pentru a putea vinde burgeri, tortilla. Noi am importat aceste produse. Este adevărat că tortilla este o mâncare mexicană, dar le-am europeanizat și am reușit să câștigăm o reputație destul de bună cu asta. Când am obținut cealaltă parte a clădirii am inventat și partea de pizzerie. Când au vândut încă o altă parte a clădirii, am făcut masa à la carte, după care am inventat o parte pentru clătite. Aceasta a fost preluată cu o rețetă și dezvoltată în timp. Așa poate fi rezumat pe scurt.

M. Sz.: De ce este afacerea unul de succes? Care sunt bunele practici?

Munca, munca și munca. Am lucrat foarte mult cu el. Eram acolo și încercam să lucrăm cu angajații. Angajații sunt drăguți, își fac treaba bine.

Ne place să ne facem treaba. Întreaga familie a fost deja inițiată. Fiul meu și fiica mea lucrează conștiincios la firmă. Angajații au făcut și ei foarte mult. Am fost atenți la faptul ca să fie implicată și familia în afacere. La noi nu este odihnă. Când am început activitatea, nu am plecat în vacanță timp de 13 ani. Nu doar eu, toată familia. Am pus mult timp în ea pentru că trebuia să fim mereu acolo. Când unul funcționa, celălalt trebuia început. Nu am putut să lăsăm compania și să plecăm în vacanță. Am avut nevoie de bani, dar și să fim aici. să plecăm și să plecăm în vacanță. Aveam nevoie și de bani și să fim aici. Muncă, muncă, muncă și atenție.

M. Sz.: În ce trebuie să mai dezvolte compania?

Ne-am implicat într-un proiect destul de mare. Am dezvoltat bucătăria, întreaga unitate de catering. Acum suntem puțin diferiți de celelalte unități de catering în ceea ce privește livrarea chiar și în serviciul à la carte. Mâncărurile noastre nu sunt chiar unguerești, gusturile mâncării noastre sunt cam speciale, de fapt pe care le considerăm bune. A la carte, lucrurile la grătar, salatele sunt bune la noi, precum și dezvoltarea și livrarea lor. Acum, din cauza virusului coroanei, acesta este singurul mod de a susține compania. Există măsuri pe care nu le putem eluda și livrarea rămâne principala noastră posibilitate.

Încă trebuie să ne dezvoltăm din punct de vedere a rapidității. Aceasta încă este o întrebare de rezolvat pentru noi. rapid. Îmi lipsește încă puțin. Aceasta este lumea în această grabă.

M. Sz.: Digitalizarea a adus schimbări organizației?

Bine înțeles digitalizarea ne-a ajutat foarte mult. Obişnuiam să hârțuim totul. Introducem o mulțime de date, rețete în calculatoare la care avem un acces mai moderat, putem verifica și factura mai ușor cu digitalizarea. A ajutat foarte mult comparativ cu perioada de acum 30 de ani.

M. Sz.: Cum se va schimba ocuparea forței de muncă în companie?

O să fim nevoiți să mărim numărul angajaților. De asemenea și în criza de azi am lucrat la dezvoltări. Acum avem 24 de angajați care lucrează la noi, anul trecut erau 22 de persoane. În viitor, este inevitabil să angajăm forță de muncă suplimentară. Este important de știut că peste 25 de angajați trebuie plătit o contribuție de reabilitare. M-am gândit că dacă vom avea mai mulți lucrători, o să fim nevoiți să plătim mai puțin, dar am crezut greșit. Cu siguranță mai avem nevoie de 3-4-5 persoane. Sperăm că virusul într-un fel va înceta și vom putea lucra fără restricții.

M. Sz.: Ce dezvoltări au fost implementate în ultimii ani?

Am lucrat întotdeauna puțin, ceea ce am putut an adăugat. Au existat subvenții pentru crearea de locuri de muncă, am cumpărat mașini, mereu mai bune, mai noi. Mesele de lemn au ieșit din companie, în locul lor am achiziționat inoxidabile. Metoda de tăiatul cu mâna, am înlocuit-o cu

o mașină de feliat. Apoi am cumpărat o râșniță. După aceasta a fost creată bucătăria, pentru a la carte am avut nevoie de un aragaz, și un cuptor. Clădirea în sine și echipamentul va fi renovată

M. Sz.: De ce au nevoie tinerii antreprenori pentru a fii de succes?

Perseverență, muncă și să fie un plan antreprenoriat. Dacă planul este bun, trebuie făcut foarte, foarte atent. Dacă nu îi urmează procesul, nu va funcționa. Trebuie acordată atenție la toate activitățile. Ceea ce ne vine în gând, trebuie făcut până la sfârșit. Cred că acest lucru este secretul succesului. Dacă trebuie schimbată ideea, atunci această schimbare trebuie efectuată. La sfârșitul implementării trebuie verificat rezultatul.

M. Sz.: Ce face ca o afacere să fie de succes în afară de muncă?

Bunul Dumnezeu și norocul au ajutat și ei foarte mult. În timp potrivit, s-a născut o idee bună. Printre clienții erau mulți dintre cunoscuții mei. Trebuie să iubim ceea ce facem. Dacă o facem doar pentru bani, atunci nu merită totul nimic. Orice afacere ar trebui să fie iubită. Ar fi bine ca hobby-ul unei persoane să fie și meseria sa principală. Dacă faci ceva care nu îți place, nu vei fii de succes. Nici oaspeții nu pot fi selectați în turism. Nu trebuie făcut diferență între clienți. Fiecare este client, trebuie apreciat și respectat. Am vizitat foarte mult în Austria, unde există afaceri de familie și amabilitatea când am fost întrebat despre mâncare, mi-a plăcut foarte mult. Oaspeților de aici le plac la fel atitudinea aceasta.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

3. Békés Napenergia – Bichişciaba

Denumirea companiei: ELKO-SOLAR Kft.
Anul fondării: 2019
Venit anual: 10 milioane de HUF
Numărul angajaților: 7 persoane
Activitate: Instalație electrică
Persoana intervievată: Cserkúti Borbála, director



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Construcții, inclusiv instalarea sistemelor solare.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

Ideea a venit în 2012, iar apoi numărul de solicitări ne-a justificat să ne transformăm într-o companie cu răspundere limitată în august 2019, astfel încât să putem satisface nevoile în creștere mult mai bine cu experiența noastră tehnică și formarea profesională.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

Compania are 7 colegi, dar, în calitate de contractor extern, mai mulți profesioniști ne ajută munca - proiectant, energetic etc.

M. Sz.: Cât a fost venitul anual a companiei?

Compania a început în august 2019, vânzările noastre nete pentru acest an au fost de 10.413.000 HUF.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei?

Făcând tehnologia solară accesibilă tuturor și contribuind la un viitor durabil - aceasta a devenit misiunea companiei noastre.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei odată cu trecerea timpului?

De la înființare, ne-am ocupat de construcția sistemelor solare și am dori să lansăm un sector care se ocupă în mod special de instalații electrice începând cu anul viitor.

M. Sz.: În ce constă succesul companiei? Care sunt bunele practici?

Încercăm să fim prezenți la cât mai multe forumuri posibil. Ne înconjurăm de o echipă de experți lucrând cot la cot pentru a obține succes continuu.

M. Sz.: Digitalizarea a adus schimbări organizației?

Dezvoltăm în mod constant sistemul nostru de operare corporativă, profitând de oportunitățile oferite de social media. Astăzi, o afacere nu poate avea succes fără acest lucru.

M. Sz.: Cum se va schimba ocuparea forței de muncă în companie? Va crește numărul?

Ne străduim în permanență să putem gestiona activitățile experților din cadrul companiei. Gândim în două direcții, pe de o parte ne instruim pe noi înșine și, pe de altă parte, cercetăm profesioniști buni. Conducerea companiei este de părere că, dacă se generează un venit mai mare, din care am putea face o investiție mai mare, atunci îl vom cheltui mai mult pe dezvoltarea umană. Poate adăuga valoare afacerii noastre din care putem câștiga venituri suplimentare, primind astfel posibilitatea să oferim un loc de muncă pentru mai mulți oameni – și suntem mândri de asta.

M. Sz.: Ce ar fi nevoie pentru ca afacerea să crească semnificativ în ceea ce privește numărul angajaților, veniturile și productivitatea?

Gândind ca o echipă, ne dezvoltăm pe noi înșine. Ne îmbunătățim afacerea cu idei constructive. Ne străduim constant să ne extindem parteneriatele.

M. Sz.: De ce au nevoie tinerii antreprenori pentru a fii de succes?

O parte din cultura noastră corporativă este ocuparea cu baza de clienți. Nu renunțăm la clienții noștri vechi, monitorizăm în mod constant funcționarea sistemelor noastre deja instalate prin monitorizare, dorim, de asemenea, să sporim experiența clientului. Reputația companiei noastre este răspândită prin tradiția orală, unele dintre solicitările clienților noștri provin din recomandarea relațiilor noastre existente.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

4. CSABA CENTER SZERVIZ Üzemeltető és Szolgáltató Kft. – Bichişciaba

Denumirea companiei: CSABA CENTER SZERVIZ Kft.
Anul fondării: 2010
Venit anual: 72 milioane de HUF
Numărul angajaților: 11 persoane
Activitatea: Operarea clădirii
Persoana intervievată: Hrabovszki György, director



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Operarea clădirii, serviciu tehnic.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

În anul 2010.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

11 persoane.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei?

Practic, faptul că Centrul Csaba a fost operat anterior de o companie cu sediul în Budapesta și a funcționat la un preț din ce în ce mai ridicată în legătură cu ieșirile salariale și alte creșteri, așa că am decis să ne creăm propria companie. Am crezut că, cu forța de muncă locală și managementul local, potențialul de economii al Centrului Csaba este semnificativ mai ridicată.

M. Sz.: Cât a fost venitul anual din anul trecut?

60-65 mil HUF.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei odată cu trecerea timpului?

Nu s-a schimbat.

M. Sz.: În ce constă succesul companiei? Care sunt bunele practici?

Pe de o parte, lucrăm pe o piață specială, în care clientul și contractantul aparțin aceluiași grup de companii. Succesul meu este că, spre deosebire de contractele și condițiile anterioare, pot folosi aceeași capacitate de forță de muncă în mod semnificativ mai eficient în beneficiul clientului. De exemplu, în trecut, dacă un electrician era implicat doar în instalații electrice, după reorganizare el acoperea, vopsea, făcea tâmplărie sau construia gips-carton. Am putut să umplăm perioadele goale cu un tip de muncă care creează valoare pentru client. Această muncă este, de asemenea, plătită de client, astfel și clientul profită din acest lucru, deoarece nu este nevoit să angajeze un contractant extern. Cu excepția unei persoane, aceeași echipă de angajați am preluat în noua companie.

M. Sz.: În ce trebuie să mai dezvolte compania?

Ne confruntăm cu o problemă serioasă de personal în activitățile profesionale. Furnizarea de bunuri profesionale nu este în prezent garantată. Este foarte dificil să găsești un electrician. Cealaltă parte este cea a pieței. Există încă mulți chiriași în Centrul Csaba care nu efectuează cu noi lucrările de reparații-întreținere, reparații minore sau majore pe care altfel ar putea să le facă această companie. Există un mare potențial în ceea ce privește veniturile. Datorită faptului că lucrăm doar în centru - nu preluăm muncă în afara centrului, deși au existat anchete - această platformă de servicii poate fi interpretată în cadrul centrului.

M. Sz.: Digitalizarea a adus schimbări organizației?

Nu. Practic nu, este o organizație care nici măcar nu are un site web. A adus ușurare din partea clientului, întrucât în prezent avem un proiect în desfășurare în cadrul căreia renovăm sistemul de management al clădirii (a fost până acum un sistem controlat de computer), dar construim un sistem mult mai modern. La o casă de 19 ani, aceasta ar trebui să fie o cerință de bază.

M. Sz.: Cum să ne imaginăm un sistem modern de management al clădirilor?

Nu pot vorbi decât despre ale noastre, este o chestiune de opinie subiectivă dacă este modernă. Acest sistem măsoară temperatura aerului de alimentare a diferitelor dispozitive de manipulare a aerului, temperatura amestecată înapoi, arată starea diferitelor amortizoare, măsoară dioxidul de carbon din anumite unități și, potrivit acestuia compilează alimentarea cu aer proaspăt. Automatizarea iluminatului, mixerele de aer, aparatele de aer condiționat, pornirea cazanelor, măsurarea temperaturii și va fi realizată măsurarea unor pompe din clădire. Supravegherea măsoară și dă comenzi prin periferice individuale, există un sistem automat de intervenție în toată clădire.

M. Sz.: Cum se va schimba ocuparea forței de muncă în companie?

Cred că probabil nu va schimba. Operăm cu un număr optim de angajați. Avem o supraveghere tehnică de dispecer 0-24 ore, avem un electrician care este disponibil între orele 6-22 și avem un mecanic care este disponibil între 6-18. Aceasta este o cerință de bază pentru noi să putem opera. Un electrician nu poate înlocui singur un bec, este nevoie de doi oameni, acesta este un mecanic. Când mecanicul lucrează, electricianul face lucrările auxiliare. Din motive de siguranță operațională, nu este posibil să evităm acest lucru. Puteți trece peste asta, așa că am angajat o persoană de întreținere care face tot timpul alte lucrări – vopsire etc. Peste acest număr de angajați nu cred că o să mergem.

M. Sz.: De ce au nevoie tinerii antreprenori pentru a fii de succes?

Cineva este un bun antreprenor dacă își cunoaște profesia. Nu esențial, dar foarte important. Este important să aibă o viziune largă în aria de activitate dată. Trebuie să cunoască aparatele, echipamentele și procedurile. Este important să aibă o etică de muncă îngrozitoare. Cred că atunci când cineva începe o afacere, devine în primul rând un sclav pentru sine, eliminând programul de lucru confortabil pe care îl poartă angajatul.

În cazul unui antreprenor, persoana în cauză nu va fi privată de locul de origine sau va fi tratată cu ajutorul. Chiar dacă nu este foarte important. Partea terță nu a acceptat mai mult de o decembrie sau mai multe la 8 zile.

În calitate de antreprenor, el încetează să intre la locul de muncă la ora opt dimineața și să pune jos lăuta la cinci și jumătate. Este nevoie de o imensă etică a muncii. Trebuie știut că o afacere necesită mult mai mult decât un loc de muncă de 8 ore pe zi.

Mai important, trebuie să aibă putere de a inova constant. Fie că este vorba de achiziționarea unei mașini noi sau de un profesionist și mai bun, fie de implementarea unei tehnologii digitalizate, este alegerea afacerii. Trebuie să fie deschis să poate trece și să iese din paradigmele care îi erau în cap și să nu regretă banii. Să nu cheltuie pentru mijloacele de trai. Bani de afaceri, sunt bani a afacerii. Pentru a supraviețui, trebuie să cheltuie, iar pentru dezvoltare este și mai esențial.

Există o soluție pentru ca cineva să înceapă o afacere și să ajungă la un nivel - fie în organizație, fie în cultură - din care să poată ieși, să opereze procesul de la distanță?

Da, există. Trebuie să spun că depinde practic de specificul afacerii. Există un antreprenor cu bun gust într-o întreprindere comercială, care poate alege în mod corespunzător gama de produse - în îmbrăcămintea de modă, poate alege afacerea cu bun simț, poate adăuga un marketing adecvat chiar și cu experți externi. În acest fel poate fi independent într-un anumit sens. Am un prieten care este complet independent de afacerea sa, lucrează două zile pe săptămână și este bine. Este o afacere cu calculatoare pe care o conduce de la distanță. Peste 10 angajați a firmei lucrează în home office. Este foarte dificil pentru mine să-mi imaginez ca cineva să fie complet independent de afacerea ei.

M. Sz.: Cine sunt cei care au reușit să aibă succes la „Csaba Center”? Cine a reușit să-și susțină afacerea pe termen lung?

Vorbim în primul rând despre antreprenorii locali, deoarece companiile multinaționale reprezintă o categorie diferită. Companiile multinaționale sunt alții în cultura muncii, background, motivații. Dintre antreprenorii locali care au apărut în primii trei ani - cei mai mulți au rămas aici. Cei care au cu adevărat succes sunt cei care au trecut întotdeauna puțin dincolo de propriile lor idei originale, au arătat puțin diferiți în lume. În utilizarea materialelor, culorilor sau doar marketingului. Ce interfețe noi au fost create? Ce noi oportunități au fost create? Cei care au făcut magazinul online pe lângă afacerea lor existentă, care au trecut dincolo de interfețele obișnuite ale ziarului județului Békés (Békés Megyei Hírlap) la interfețele de socializare, care au început să folosească anumite elemente ale lumii digitale. Dacă nu spun altceva decât un televizor LED, ei pot rămâne. Sunt companii, care nu au folosit niciun dispozitiv nou și sunt alături de noi de peste 18 ani. Ei sunt cei care asigură o prezență personală continuă în magazine. Sunt aici cel puțin 3-4 ore pe zi. Angajaților li se oferă nu numai instrucțiuni, ci este și ci arată un exemplu de urmărit.

Ei înțeleg că comerțul nu înseamnă a veni o dată pe lună, a lua venituri și a trăi bine. Într-o afacere este nevoie de monitorizare permanentă. Cei care sunt capabili să comunice cu clienții în mod permanent, au mai mult succes. În comerț puterea de absorbție a e-business-ului este atât de mare încât cunoștințele umane, printr-o comunicare normală cu oamenii, pot păstra baza de clienți din care se poate câștiga existența.

M. Sz.: Ce le-ați sugera celor care abia încep o afacere? Ce segment, ce industrie să aleagă?

Întrebarea este foarte dificilă. Mă voi întoarce puțin la ceea ce pricepe persoana respectivă. Nu neapărat ca antreprenor forțat. Mai degrabă pot ilustra cu exemple. Fiul meu studiază în prezent pentru a fi programator de calculator. I-am spus că pe lângă aceasta, să învețe latura care este operarea sistemului de operare, tehnologia informației, IT-ul clasic. Să afle puțin despre editarea web, să observe, să stăpânește și să încearcă să folosească bine oportunitățile oferite de social media și să începe să găsească întreprinderile mici și mijlocii, cu o gamă completă de servicii IT. Afaceri mici pentru bani puțini. Cu o cheltuială lunară de 20-30 de mii de forinți, o companie poate face față. Aceste întreprinderi mici nu trebuie să lucreze mai mult de două ore pe săptămână. Pentru 8 companii, acest 30.000 HUF nu este cel mai mare ban din lume. Aceasta nu este o treabă uriașă, se poate construi pe el.

Propria mea afacere este o afacere de gestionare a evenimentelor. În această arie să implice doar persoana care are un sistem de relații pe care să poată începe să-și construiască propria piață prin propriul sistem de relații. Nu trebuie neapărat trăit din asta, dar poate fi baza afacerii. Să aibă o experiență profesională, o rețea de contacte.

Nu am fost niciodată într-o situație să am 150-200 de milioane de forinți și să mă gândesc la întrebarea ce să fac. Dacă ar fi existat o astfel de situație, aș fi știut ce să spun. Experiența mea este că majoritatea antreprenorilor lucrează astăzi mult mai mult ca antreprenori forțați. Face afaceri pentru a avea un loc de muncă, să nu aibă un șef, sau un program de lucru stabilit.

M. Sz.: Eficiența activității întreprinderilor mici și mijlocii este de multe ori mai mare decât cele ale celor care gândesc în microîntreprinderi. Potențialul de dezvoltare este mult mai mare în sectorul IMM-urilor, acestea putând fi contate în dezvoltarea ocupării forței de muncă.

Exact așa este.

M. Sz.: Este nevoie de o rețea de contacte care să ofere o bază pentru dezvoltarea afacerii. Trebuie ca antreprenorul să fie persistent și să nu scoată bani la începutul companiei. Trebuie concentrat la inovare. Trebuie ocupat de angajați și în același timp și cu clienții, care utilizează serviciile.

Aș consolida partea angajaților - am fost lider de ceva timp, 25 de ani - și am fost întotdeauna atent să construiesc practic o echipă. Acest lucru nu înseamnă că toată lumea trebuie să se retragă la nivelul echipei, ci că trebuie să fie indivizi, și să construiască o echipă din indivizi.

Pentru mine, cel mai important lucru a fost întotdeauna faptul că colegii mei care merg - la Csaba Center, la service sau la propria afacere – să se simte ca și în afacerea ei. Este foarte esențial ca angajați să simte că ei nu sunt slujitori a companiei, ci fac parte din funcționalitatea companiei.

Să aibă un sentiment de importanță, să simte organizația unde merg cu zi cu zi cu plăcere să lucrează. Cealaltă parte este ca echipa să poată funcționa ca o echipă, să poată să se ridice unul împotriva celuilalt, chiar și împotriva mea. Este o tehnică de conducere în care, în anumite lucruri, blochez echipa împotriva propriei mele. Această înseamnă o coeziune în echipă. În mod evident, uneori îi place oamenilor să aplice, dar există momente în care trebuie să joc asta pe o anumită problemă, când nu pot să o rezolv în alt mod. Este foarte important să construiești un spirit de echipă, un spirit de familie. În același timp, este, de asemenea, important să se ofere o pregătire adecvată. La noi, acest lucru funcționează minim la Csaba Center, funcționează mai mult la Service. La Service sunt cursuri pentru mașină de ridicat, măsurare protecție contact, activități de protecție împotriva incendiilor, pavaj etc.

M. Sz.: Trebuie ocupat cu ei și trebuie să fie implicați în luarea deciziilor?

Nu spun asta pentru că nu sunt o persoană foarte democratică. Le ascult întotdeauna opiniile, dar nu este garantat că voi decide în felul propunerilor ei. Formulez întrebări și accept opinia, dar nu o aplic neapărat. Practic obțin informații pentru a putea lua o decizie în cunoștință de cauză.

M. Sz.: Ce instrumente pot fi utilizate pentru dezvoltarea ocupării forței de muncă? Cum pot fi consolidate afacerile locale și accesul la piață?

Reducerea sarcinilor administrative și a altor sarcini publice este o prioritate. Una are un impact financiar indirect, cealaltă directă. Reducerea poverii fiscale - acum vorbesc în mod specific despre poverile salariale - ar ajuta în mod specific politica ocupării forței de muncă. Știm despre sarcinile administrative, câte tipuri de declarații, sarcini fiscale și alte lucruri trebuie să se confrunte o companie. Cu siguranță asta ar ajuta.

Ar fi util dacă ar exista o perioadă de incubație. Am auzit că tinerii antreprenori au la dispoziție programe diferite. Așa cum Centrul de Afaceri Békéscsaba a funcționat în forma sa originală, ar putea fi urmărit și astăzi. Esența conceptului a fost – cred că a început în jurul anului 1998 - că municipalitatea a desemnat o zonă în care exista un depozit, birou, atelier și alte facilități de închiriat, iar tinerilor antreprenori li s-a oferit posibilitatea de a se stabili în depozitul respectiv. Conceptul era că antreprenori pot fi eliberați într-o anumită perioadă de incubație, deoarece vor fi întăriți în primii 3-5 ani și după aceea vor putea să cumpere un site, să se mute astfel încât în depozitul respectiv să fie înlocuiți în același mod de noi antreprenori. Conceptul a fost frumos, doar nimic nu s-a adevărit, chiar și astăzi sunt cei care s-au mutat acum 20 de ani. Au devenit mai puternici, dar se simte foarte bine acolo, evident, deoarece plătesc o chirie de incubare.

M. Sz.: Ar trebui create unul sau două astfel de curți antreprenoriale, ar trebui întărită motivația de a ieși din depozit și de a oferi noilor începători o oportunitate.

Da, dar acest lucru ar necesita un tip de sursă de dezvoltare economică pe care Békéscsaba nu a mai avut-o din 1994.

A apărut un mod nu foarte vechi de a sprijini întoarcerea absolvenților. A fost anterior alăturarea la Bursa Hungarica în jurul anilor 2000-2001, dar a primit puțină publicitate.

Un lucru este sigur, dacă municipalitățile ar avea resursele necesare, ar avea cea mai mare oportunitate de a ajuta companiile locale și de a crea motorul care este cel mai esențial motor al tuturor afacerilor. Ei cunosc piața cel mai bine, astfel încât ei pot să acționeze cel mai eficient.

M. Sz.: Interviurile anterioare sugerează că mai mulți oameni ar sprijini o modalitate pentru municipalități de a achiziționa servicii de la antreprenorii locali.

Am luptat mult înainte. Problema este că legea maghiară și procedurile de achiziții publice nu permit acest lucru. O altă problemă este că aceste licitații ar putea fi publicate într-un mod care să favorizeze afacerile locale. Din 2006 este obișnuit că întreprinderile locale nu câștigă neapărat achiziții publice.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

5. Csaba Talk Kft. – (Csaba Talk Srl.) Bichişciaba

Denumirea companiei: Csaba Talk Kft.
Anul fondării: 1996
Venit anual: 450 milioane de HUF
Numărul angajaților: 26 de persoane
Activitate: instalație electrică
Persoana intervievată: Szabó Gyula, director



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Sz. Gy.: Suntem denumiți ca și o companie de servicii. Instalăm rețele electrice, sisteme de alarmă, sisteme video, instalații electrice curent slab.

M. Sz.: În ce an a fost fondată compania?

Sz. Gy.: În anul 1996.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

Sz. Gy.: Compania are 26 de angajați.

M. Sz.: Ce venituri are compania?

Sz. Gy.: Anul trecut venitul companiei a fost de 450 de milioane de forinți. În anul aceasta va fi în jur de 400 de milioane.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei?

Sz. Gy.: De fapt, eram aproape o întreprindere forțată, pentru că am lucrat la Matáv - compania avea în total 9 proprietari - și era o întreprindere cu o asemenea abordare socialistă în proporții egale. Am lucrat în grupul subcentrul al lui Matáv din Bichişciaba și câte doi am fost trimiși de la firmă la fiecare șase luni. Un tip de serviciu În această perioadă închirierea centrelor telefonice Siemens a fost un tip de serviciu. Fie ai închiriat asta, fie nimic. Piața era foarte dictată de existența altor nevoi, nu voiau să se angajeze la forma de închiriere și aceasta noi am observat cu succes. Am crezut că putem folosi această nișă pentru a vinde subcentre. Am instalat în principal subcentre Panasonic. De aici a început prima noastră încercare în aria afacerii.

Scopul afacerii a fost acela că am vrut să trăim din ceva și să satisfacem nevoile clienților. Scopul nostru era ca, dacă cineva va fi trimis de la Matáv, atunci el va avea un loc de muncă la noi. Am înființat compania cu nouă persoane, dar ceilalți au renunțat la jumătate de an mai târziu, deoarece au amenințat că își vor înceta cooperarea la locul de muncă principal, așa până la urmă am rămas doar doi.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei odată cu trecerea timpului?

Am început să ne ocupăm de instalarea unei centre telefonice, apoi în 1998 a venit prima dată instalarea rețelelor IT, primul nostru mai serios de muncă a fost la primăria Békés.

Acolo, am construit o rețea de sute de puncte finale. În 2000 am început să lucrăm cu serviciul UPC Direct. Întotdeauna am căutat posibilitățile și eram deschiși la noutăți. În electricitatea cu curent slab ne-am uitat cu ce am putea să ne ocupăm. În 2006 a urmat tehnologia de securitate. De atunci am instalat alarmă de incendiu, alarmă, sisteme de supraveghere cameră etc. După aceasta am primit solicitările pentru instalarea rețelelor TV, asistențe medicale din spitale și încet-încet ne-am extins constant paleta de servicii.

M. Sz.: Care este motivul succesului afacerii?

Sz. Gy.: Am încercat întotdeauna să fim în frunte. La rândul meu, nu am învățat niciodată abilități de conducere, am fost un profesionist. Am încercat să mă dezvolt într-un mod autodidact. Am crezut că nu trebuie ocupat cu oamenii, este de ajuns să le dăm salariu și merg singuri ca și niște roboți. Am avut o discuție mare cu coproprietarii și ne-am dat seama, că este important ca colegii să se simte bine la locul de muncă, să aibă ocazia să se dezvolte, să aibă o oarecare motivație. Am convingerea că îngrijirea relației cu colegii, angajații este deosebit de important. La compania noastră nu există fluctuație, angajații nu pleacă de la firmă, pot să afirm că dacă cineva nu reușește să încadreze în companie trebuie să îi trimit eu de la firmă. Avantajul nostru imens față de concurență este că părerea angajaților este important pentru noi, îi întreb cum se simt, vorbim cu ei. Avem condițiile materiale. Ne străduim să arătăm bine ca firmă, să avem un marketing superb, să avem mașini normale, să avem haine de lucru de calitate. Doresc ca colegii mei să fie mândri să lucreze pentru noi. Acest lucru încercăm să realizăm prin instruire și oportunități de dezvoltare. Pentru noi chiar contează angajații. Vom fi cei mai buni dacă colegii noștri știu totul sau cât mai mult posibil. Un tânăr calificat iese din liceu și spune că nu mai poate învăța niciodată, dar trebuie să-și dea seama că viața înseamnă o învățare continuă. Dacă nu dorești să rămâi unde ești în prezent, atunci trebuie să te dezvolti. Datorită dezvoltării tehnice, profesia noastră necesită colegilor și mai intens.

M. Sz.: Digitalizarea, Industria 4.0 a adus cu sine schimbare în organizație?

Sz. Gy.: Da, am avut un proiect de instruire în cadrul căruia am auzit despre Industria 4.0. Lucrăm la multe fabrici și companii, unde ne ocupăm de dezvoltările infrastructurale necesare pentru Industria 4.0. Urmărim cu atenție tehnologia 5G și începem cu nerăbdare pornirea acestui servici. Căutăm posibilitățile care va oferi 5G pentru compania noastră.

M. Sz.: Nu se teme compania că cu introducerea rețelelor 5G va aduce cu sine o scădere a comenzilor fixe?

Sz. Gy.: Ba da, dar despre aceasta am și vorbit deja. Cred că parțial da, dar chiar și după 5G ceva trebuie condus mai departe. După pornirea rețelelor 5G tot o să fie o cerere pentru serviciile noastre, dacă nu altceva, pe termen lung accentul se va schimba de la instalarea rețelelor la operarea și configurarea dispozitivelor.

M. Sz.: În ce direcție doriți să dezvoltați afacerea?

Sz. Gy.: Trebuie să fim deschiși la toate noutățile. Cel mai important lucru al nostru este să acordăm o atenție deosebită schimbărilor și mișcărilor pieței. Suntem destul de norocoși, deoarece am observat că întreprinderile și companiile din județul Békés sunt în urma

companiilor din Budapesta, Vest sau chiar orașul Kecskemét. M-am străduit întotdeauna să aduc acest restant, dar mai avem ce lucra la aceasta. În județul Békés suntem prezenți la o mulțime de companii mari și am să compar două companii. Una este o mică afacere din Kecskemét cu o cifră de afaceri de 4 miliarde. Voiau un sistem de camere, cameră IP cu 4 megapixeli, sistem de control de acces, o rețea IT de 10 mbit, sistem de sunet, sistem de alarmă, și conectarea clădirilor cu optică. Orice le-am spus, au sărit în faptul că au într-adevăr nevoie de el. De tot ceea ce facem au fost interesași de el. cumpărători. Aici în Mezöhegyes există o companie mare și am ieșit să instalăm o rețea optică pentru ei. La această companie rugămintea a fost să găsim cea mai ieftină soluție pentru problema lor, fără să luăm în considerare cele mai noi tehnologii. Ne-am pus întrebarea cine este clientul nostru? Trebuie să mergem la Kecskemét sau Budapesta dacă o să avem autostradă? Acolo măcar există o cerere pentru servicii superioare. În județul Békés este chiar invers. Ne-am gândit oare nevoia pentru ceai mai ieftină soluție vine de la companie sau de la specialistul IT local? Am încercat să convingem pe compania din Mezöhegyes să fie deschiși pentru de tehnologia mai modernă, dar nu au fost deschiși pentru aceasta. La Kecskemét a fost o cerere și o atitudine deschisă pentru soluția mai bună, dar mai scumpă decât aici în județ.

M. Sz.: Cum ați putea crește numărul angajaților?

Sz. Gy.: Suntem întotdeauna în stadiul de dezvoltare. Cea mai mare problemă a noastră este că nu putem găsi angajați, specialiști. Putem obține un profesionist numai dacă îi învățăm noi înșine. În multe cazuri, însă, aceasta durează ani întregi. Dacă dorim ca un coleg al nostru să obțină abilitățile necesare pentru a prelua o sarcină, să rezolvă sarcina și să i-a decizii în caz de nevoie, atunci trebuie să-l instruiem minim 2 ani.

M. Sz.: Ce abilități fac ca un tânăr să aibă succes în ziua de azi?

Sz. Gy.: Nu cred că a fost ușor pentru noi, dar așa ulterior nu prea văd dificultățile. În ziua de azi nu este ușor începerea unui afaceri.

Cu siguranță este nevoie de o idee bună. Nici măcar nu aș încerca să devin antreprenor, fără să fiu înainte angajat a unui companie mai mare. Aș merge undeva să lucrez pentru a obține experiență și cunoștințe și între timp aș căuta o oportunitate de a intra în lumea antreprenorilor.

Cu siguranță este necesar voința de a învăța și să fie un jucător de echipă. De când suntem mulți la companie, nu este echipa ca și cum a fost când am fost numai 8 persoane la firmă.

M. Sz.: La ce trebuie să acorde atenție tinerii?

Sz. Gy.: Avem constant studenți, și în prezent avem doi studenți. Pe cei care am putea instrui nu vedem posibilitatea la ei de a deveni profesioniști. Pur și simplu acest lucru nu funcționează. Când au venit pentru prima dată, am desemnat un coleg să-i instruiască. Au spus că au învățat mai mult într-o lună, decât în doi ani la școală. Sunt deja de doi ani în echipa noastră. Nu observ interesul din partea lor. Cel puțin interesul ar trebui să existe. Nu ajungem în stadiul în care să poată lucra singuri. Există mai multe dezavantaje pentru angajarea studenților, decât avantaje. Colegii sunt nemulțumiți dacă „primesc” elevi lângă ei, fiindcă așa elevi trag înapoi în munca lor.

M. Sz.: Care este motivul succesului companiei Csaba Talk Kft?

Sz. Gy.: Pe de o parte atenția, pe de altă parte referințele noastre. Suntem mulțumiți de ceea ce am făcut. De ceea ce sunt mândru este coeziunea echipei. În anul 1998 am fost 8 persoane și șase dintre ei încă fac parte din echipă. Uneori nu știu ce facem, dar o facem bine.

Am construit un sediu nou unde ne putem lucra mai bine, avem ocazia pentru mai multe. Este spectaculos și este de asemenea bun ca referință și colegii noștri se simt mai bine aici. Era o scară importantă pentru noi, dar până când a fost construită clădirea, am crescut și a trebuit să ne extindem din nou. Este important ca colegii să vadă dezvoltarea, rezultatele muncii lor, stima materială, morală și să fie încântați să lucreze pentru noi.

În general, ne-am dezvoltat și în active. Cred că este important de a lucra cu cele mai noi tehnologii, dispozitive noi, parc auto modern.

M. Sz.: Ce fel de tehnologii noi folosiți?

Sz. Gy.: În prezent suntem în momentul în care introducem sistemul de management corporativ, o să introducem o schimbare majoră. Avem totul pregătit pentru pasul aceasta. Va fi o schimbare bruscă de la 1 decembrie și din ianuarie vom introduce acest sistem pe deplin.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

6. Dig-Build Kft. – (Dig-Build Srl.) Jula

Denumirea companiei: Dig-Build Kft.
Anul fondării: 1991
Venit anual: 980 milioane de HUF
Numărul angajaților: 325 de persoane
Activitate: curățenie, alte servicii
Persoana interviuată: Bagosi Sándor și Bagosi Tamás directori



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

B. S. și B. T.: Alte servicii, curățenie. De asemenea folosim proprietatea noastră de 700 de metri pătrați. Îl închiriem afacerilor și le place foarte mult, deoarece îi oferim multe alte servicii - internet, curățenie - la proprietatea închiriată.

M. Sz.: În ce an a fost fondată compania?

B. T.: A fost fondată în 1991 din GMK, din 1995 a devenit Bt. și din 2000 a devenit forma de companie Kft. În anul 1999 am avut primul angajat. Compania nu s-a dezvoltat mai repede datorită afilierii funcționarilor publici. În anii 1980, era încă posibil să trăiești din salariile funcționarilor publici. Ne-am simțit prea confortabil și am ajuns să punem întrebarea: ce va fi, dacă afacerea noastră nu va mai funcționa?

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

B. S.: Cele două companii ale noastre au în total 325 de angajați.

M. Sz.: Ce venituri are compania?

Se apropie de 1 miliard HUF.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei odată cu trecerea timpului?

B. S.: Activitățile companiei s-au înmulțit. În prima perioadă, am făcut lucruri legate de canalizare și deșeuri lichide. Profilul companiei a fost generat aleatoriu.

Totul a început cu proiectarea și cu realizarea. Companiile mai mari au crescut și ne-au alungat din realizarea fizică a activității. Nu am putut mecaniza doar cu subcontractanți. Nu am putut crește în ritmul unei companie de construcție mai puternică, care a putut să treacă ușor de la construcție la inginerie civilă. De-a lungul activității a venit ideea cu curățenia și am început să ne dezvoltăm.

M. Sz.: Cum a venit „ideea de curățenie”? Ce a fost motivația?

B. S.: Nevoia, banii. Salariile funcționarilor alunecau din ce în ce mai mult și aveam nevoie de mai mulți bani din cauza copiilor mei. Mai întâi am fost doi în firmă și am lucrat și eu. Am avut o cooperare cu compania „KÉSZ Kft”, ei au construit trecerea de frontieră la Jula unde i-au

apărut o problemă la podul între trecerea frontierei și Gyulavári. Personalul a fost mai mic decât apa adusă și am ajutat contractantul. Am furnizat mai mult ca și autoritățile. Am fost căutat de inginerul și noi am ajutat-o. Am fost funcționari publici, dar oficialii de la apă au fost întotdeauna renumiți pentru că au ajutat mai întâi și, dacă nu a existat nicio schimbare doar atunci a venit partea de pedeapsă. Am fost întrebat dacă cunosc o firmă de curățenie? Mătușa partenerului meu locuia în Győr și avea o clădire mai mare în curte, închiriată de o companie austriacă de curățenie. Ne-am întâlnit cu austriacul, care vorbea maghiară. Am spus că ar fi o curățare majoră în Karcag. Am dat o ofertă pentru curățare și am făcut-o timp de două weekenduri, iar șeful austriac a explicat cum să o facem. Am făcut-o împreună cu o mașină veche. Am câștigat atât de mulți bani, încât cele două mașini au rămas la noi plus salariul de trei luni. I-am spus șefului să îmi comunice dacă apare o muncă de curățat. Am făcut asta timp de 2-3 ani. Apoi partenerul meu a spus că nu mai dorește să continue această activitate. Soția lui i-a spus că se degradează ca inginer – și a plecat. Am început să fac menaj și am obținut în ce în ce mai mult solicitări. În 1999, am avut prima curățenie zilnică, care a început cu cunoștințele oficiale cu Direcția Apelor. Am început să curățăm unul dintre cabinetele spitalului pulmonar, care de fapt a început de la o conversație aleatorie. Am început cu biroul economic și doi ani mai târziu deja am curățat tot spitalul. În acel moment a început pregătirea profesională în Ungaria și am mers la diverse educații. Am ajuns să cunoaștem profesia, au intrat unelte și mașini mai bune, mai profesionale. A început programul de masterat și am început cursul cu 60 de persoane.

Educația pentru curățenie a început în Elveția în 1920, după care a început pe partea germană. Dezvoltarea mașinilor a început și în SUA la sfârșitul anilor 1920. Până în prezent în Ungaria nu se ocupă cu curățenia și dezvoltarea instruirii așa cum ar trebui. În Austria nu se poate face o activitate de curățenie doar cu un studiu de masterat. La noi oricine intră în municipalitate i se eliberează automat cardul de antreprenor. La noi astăzi în ochii clientului compania profesională de curățenie care este de 20 de ani pe piață este considerat la fel ca și o companie care tocmai a început activitatea.

M. Sz.: Poate cineva cu mult capital, dar fără cunoștințe sau experiență, să intre pe piață?

Da, aceasta există și acum. De asemenea ne-am creat concurența conform bunului obicei maghiar. Am creat o concurență mare pe piață. Da, acest fenomen există și în ziua de azi. Ca un obicei maghiar și noi ne-am creat concurența noastră. Atât de buni au fost, că aproape ne-a luat aproape toată cota de piață. Nu puteam să-mi păstrez doar contactele mele personale. Pentru acest lucru a trebuit să lucrez foarte mult, până când companiile și-au dat seama că serviciul său nu valorează nimic. Această companie este prezent și în ziua de azi pe piață.

M. Sz.: În ce constă succesul companiei? Care sunt bunele practici?

Munca și relația normală cu companiile la care am lucrat. Au realizat că pot avea încredere în noi și în munca noastră. Nu am pierdut niciodată o solicitare de serviciu din cauza greșelii noastre. Anterior, compania s-a ridicat de la zero. Menținerea calității și a încrederii a menținut compania.

Angajații trebuie să aibă posibilitatea de a lua decizii. Am creat sistemul piramidal cu un lider de grup și un lider de brigadă, de fapt am dezvoltat ierarhia. 15-20 de persoane a avut un manager de servicii, care a legat activitatea. În prezent acest număr este de 70 de persoane. Pe ei a trebuit să-l instrui și să educăm.

Transferul vast de cunoștințe profesionale a fost foarte important. Acum am examinat 65 de persoane. Avem 108 angajați cu dizabilități.

Nu de mult aveam un proiect de formare pentru lucrătorii cu dizabilități. Acești oameni bolnavi se învârt numai în jurul bolii lor. A fost foarte greu să-i ținem șase luni de instruire. Am creat ocazia de maximă absență. Am făcut tot posibilul, și am reușit. Avem 68 angajați pentru curățare. După ce persoana cu abilitatea de muncă modificată a trecut examenul și le-am promis că o să primească salariul minim al lucrătorilor calificați, complet s-a schimbat. El s-a ocupat întotdeauna de boala sa și a existat o dezbatere între angajatul cu capacitatea de muncă sănătoasă și între cei cu abilități reduse. De atunci nimeni nu a mers la concediu medical. S-a dezvoltat o relație umană foarte bună între ei, fiindcă deja nu se ocupă în mod constant de boala lor și de oamenii plini de sănătate, ci de muncă.

M. Sz.: Bunele practici ar putea fi extinse la alte sectoare pentru a reduce concediile medicale, pentru a spori colaborarea și pentru a atrage mulți lucrători inactivi pe piața muncii. Costurile de sănătate și volumul de muncă ar fi reduse.

El primește 60-70 de mii de forinți datorită bolii, și mai câștigă 160 de mii de forinți net în plus. Câștigă 240-250 de mii de forinți în șase ore. În educație, au dobândit cunoștințele pe care le poate folosi. Nu va lucra cu mopul mai vechi, ci va folosi mopul 40. Vor învăța tehnologii mai mici și vor fi imediat echivalentul uneia sănătoase.

M. Sz.: În ce direcție doriți să dezvoltați afacerea?

În vânzări, expansiune. Întorcându-ne la Székesfehérvár, am acceptat activități mai mici pentru a câștiga o rețea de contacte și mai târziu să obținem mai multe solicitări pentru serviciile noastre. muncă. Supa a costat mai mult decât carnea, dar ne-am angajat.

M. Sz.: Digitalizarea a adus schimbări în companie?

La noi există o singură dezvoltare în digitalizare. În 2018, am introdus ERP-ul, și CRM-ul. Am condensat stocul, managementul corporativ într-un singur program. Numai contabilitatea salarizării nu este încă inclusă în program. Mașinile evoluează singure. Tehnologia roboților este încă foarte dificil de introdus, este încă la începutul începutului. Ar trebui să fie inventată un nivel ridicat de educație. Un robot costă milioane de forinți. Roboții ne urmăresc, la aeroportul Ferihegy se poate vedea că în timp ce forța umană se lucrează la curățarea geamurilor un robot automat șterge pe jos. Pentru a înțelege o persoană din aria curățeniei câte responsabilitate este necesar pentru un robot, este necesar de un background serios de servicii, dar în momentul respectiv încă nu este rentabil. În cazul unor mașini mai mici, sau utilizarea unui aspirator modern deja este rentabil. Mașinile ieftine vor strica foarte repede. Aparatele de uz casnic nu sunt concepute pentru aceasta. Detergentul ieftin nu funcționează.

Un dozator de perete poate fi vizualizat chiar și cu o aplicație. 3-4 tipuri de detergent, pot urmări analize, se poate face un cost previzibil. Această funcționează în cazul hârtiei igienice, dozatorului de săpun etc. Pentru o companie de 700 de persoane, de exemplu, se poate realiza o reducere semnificativă prin introducerea unui distribuitor de săpun din spumă. Există îmbunătățiri semnificative, dar companiile nu investesc încă în asta.

M. Sz.: S-ar putea că ar trebui să fie angajat o persoană, care îi învață pe liderii de afaceri despre inovație și elementele de reducere a costurilor.

De multe ori lideri nu acceptă ajutorul nostru. Nici măcar nu se gândesc să se ocupe de așa ceva. Șeful unei mari companii este limitat, dar pe de o altă parte nu este nevoit să ia decizii singur. pe baza propriului său cap. Se ocupă doar cu lucruri care este pregătit și predat pentru el. Dacă profitul se realizează, atunci nici o pierdere nu contează.

M. Sz.: Cum ați putea crește numărul angajaților?

Pe măsură ce creștem, crește și angajarea noastră, numărul angajaților noștri. Dacă există o zonă nouă, numărul angajaților va crește. Este când pierdem teritoriul, dar rămâne numărul angajaților și rămân alături de noi. După cum apar teritorii noi, în așa fel crește și numărul angajaților. Partea de vânzări ar trebui să fie dezvoltată pentru a crește numărul de angajați. În prezent suntem doi la departamentul de vânzări.

Calitatea serviciului se vinde și ea însăși, dar nu este măsurabilă. Există o platformă de achiziții electronice care este dificil de operat. Chiar dacă există un antreprenor de afaceri mare, care nu înțelege platforma, totuși vrea să intre. Este foarte vizibil că piața este reamenajată și tocmai acești antreprenori care nu au nicio idee despre curățenie obțin toate achizițiile publice, la un preț care îți ții capul, astfel încât nici salariul nu iese din el.

M. Sz.: Ce venituri are compania?

Anul trecut se apropia de un miliard. Deja din luna mai încărcăm datele și registrele. Avem un card cu o posibilitate de credit de 100 de milioane, dar încă nu am fost nevoiți să-l folosim. A fost cazul că spitalul nu ne-a plătit și ne-am agitat destul.

M. Sz.: Ce abilități fac ca un tânăr să aibă succes în ziua de azi?

Corectitudine. Nu cu acela trebuie ocupat că dau o ofertă mai bună cu 10 forinți decât concurența. trebuie să mă ocup de coborârea la celălalt pentru 10 forinți. Acum, de multe ori în industria construcțiilor, se pare că zidarul poate acoperi foarte frumos și, în cele din urmă, proprietarul vede munca sa. Un zidar cu cunoștințe nu este ca un pavator, deoarece este o profesie separată. Considerăm că curățenia este o profesie. Cred că trebuie să fii angajat activității, este important să fii profesionist în ceea ce faci.

Cunoașterea profesională este pe primul loc. A doua este o atitudine corectă față de client, de angajați. Companiile de azi nu se ocupă de contractorii. Există o mulțime de educație mică astăzi. Mulți oameni vin acasă din străinătate, piața se va satura.

Să fie credibil. Noi dacă fixăm o dată, atunci suntem acolo. Întotdeauna trebuie căutat soluția. Am curățat 70-80.000 de metri pătrați noi cinci, acum putem merge în mai multe locuri. Banii motivează mulți oameni. Un manager al nostru poate câștiga o sumă de 300.000 de forinți net. Salariul este bun și volumul de muncă este acceptabil.

Este ca un pictor, care are și un rol greu, dar totuși nu atât de obositor. Le-am inventat abilități. Toată lumea începe cu un flux de lucru, învață să facă ferestre, tastând pe un singur disc și cu aceste cunoștințe de bază obține un salariu profesional. Cu un salariu profesionist, dacă ia parte la curățeniile de weekend, poate câștiga mult mai mult. Oricine învață să curețe covoarele sau tapițeria poate câștiga din nou mai mult. În orele suplimentare primesc o mie de forinți, dacă călătoresc la Budapesta, noi plătim călătoria, banii de îngrijire și este posibilitatea să-i trimit să curățe tapițeria și bacșişul este al lui. Evident, conducem și organizăm munca și pentru ei. Dacă au ore suplimentare, deoarece există o problemă imprevizibilă, aceasta este, de asemenea, plătită. Mai mulți s-au dus și s-au întors la compania noastră. Oricine pleacă în mod normal este binevenit înapoi la firmă. Atitudinea față de muncitor este foarte importantă.

M. Sz.: La ce nivel se află momentan profesia de curățenie?

Curățenia a fost pusă în categoria de turism ca profesie. Nu mai există pledoarie profesională. Acum vor face cursuri de menaj, vor fi antrenamente de gospodină. Tema educațională se concentrează pe sarcinile de menaj.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

7. EURO CONSULT Kereskedelmi és Szolgáltató Bt. – (EURO CONSULT Comerț și Servicii Bt.) Bichişciaba

Denumirea companiei: EURO CONSULT Bt.
Anul fondării: 2000
Venit anual: 78 milioane de HUF
Numărul angajaților: 7 persoane
Activitate: educația adulților
Persoana intervievată: Fábíán Ferenc, director



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Educația adulților.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

A fost fondată în 2001, încet devine deja o companie de 20 de ani.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei?

A început că au existat schimbări foarte mari în educație la acea vreme. Multe companii au început activitatea unde am văzut nevoia instruirea de IT și formare profesională financiară. Am început cu asta și apoi încet-încet, pas cu pas am extins paleta.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

Anul trecut am avut 7 angajați, acest număr am reușit să susținem și în anul aceasta.

M. Sz.: Cu ce fel de personal didactic lucrează compania?

În prezent, lucrăm cu 46 de profesori în diverse relații juridice. Există comisari, profesori antreprenori și uneori angajăm un lector profesionist în muncă atipică sau cu normă întreagă.

M. Sz.: Care era nevoia pentru care a fost fondată afacerea?

A fost în mod specific îmbrățișarea profesiilor cu deficit în județul Békés. Multă vreme, în strânsă cooperare cu Camera de Comerț și Industrie, ne-am organizat instruirile în zonele în care a fost cea mai mare cerere. Între timp, pe lângă instruirile și recalificarea pe piața muncii, relația cu companiile a devenit din ce în ce mai strânsă, și au început cursurile de calificarea profesională corporativă, instruirile și programele lingvistice.

M. Sz.: Câte cursuri ați ținut anul aceasta?

În acest an au avut loc de 10-15 cursuri.

M. Sz.: De ce este o afacere de succes? Care sunt bunele practici? Ce l-a făcut să poată supraviețui atâta timp?

Cred că capacitatea de a fi absolut actualizat și reînnoibil este teribil de important. Nu puteți spune niciodată că suntem pe drumul cel bun acum. Stăm pe un roller coaster permanent. Îi datorez foarte mult colegilor mei excelenți.

Unul dintre principalele noastre puncte forte este marketingul profesional bazat pe cercetările noastre de piață foarte serioase și regulate.

M. Sz.: În ce trebuie să se dezvolte compania?

Cred că este unde să ne dezvoltăm în ceea ce privește educația online. Cred că și așteptările companiilor s-au schimbat, la fel cum această situație de COVID pe întreaga piața muncii ne prezintă o nouă provocare. Cred că direcția este bună, doar metodologiile trebuie modelate puțin. Rămânem deschiși la noi domenii. Trebuie să procesăm noua legislație privind formarea profesională, iar instituția trebuie să se conformeze acestui lucru. Este nevoie de o mai bună armonie între educația de contact și educația online. Putem observa că a apărut o schimbare de proporții privind această întrebare.

M. Sz.: Digitalizarea a adus schimbări în viața organizației?

Profesiile au fost reamenajate fundamental. Au venit în prim plan pregătirile pe termen scurt, de înaltă tehnologie, care au apărut în nevoile de formare corporativă. Atât instruirea instructorului, cât și posibilitățile noastre de infrastructură trebuie extinse. Mă gândesc la faptul că în trecut utilizarea tablelor interactive în educația adulților nu era obișnuită, acum putem studia pe cele mai moderne tablouri interactive. De asemenea, folosim sisteme online care nu existau până acum. Încercăm să ne adaptăm la noile provocări în ceea ce privește infrastructura și pregătirea.

M. Sz.: Cum se va schimba ocuparea forței de muncă în companie?

În ceea ce privește viitorul apropiat, sunt încrezător că pot păstra acest număr de angajați. Scopul meu pe termen lung este să continuu dezvoltăm compania.

M. Sz.: Ce ar fi nevoie pentru creșterea numărului de angajați în regiune?

Cred că trebuie să ne desprindem de tendințele naționale, acesta este cel mai important lucru. Prin aceasta vreau să spun că județul Békés și Marea Câmpie de Sud au jucat întotdeauna un rol special. Mă gândesc la poziția acestei regiuni de lângă frontieră, la agricultură, dar, din păcate, un pic și la regiunile înapoiate și dezavantajate. De multe ori nu poți să forțezi programe, care funcționează în toată țara, dacă în regiunea noastră eșuează. Trebuie făcut lucruri mult mai specifice. Este nevoie de o cooperare mult mai puternică cu întreprinderile locale. Pe lângă cercetarea camerelor, sunt importante și anchetele personale; cum văd cum își planifică viitorul? Evident, trebuie să ne bazăm și pe investiții noi. Mă gândesc la investiția de elicoptere din Gyula, care ar putea stimula o nouă forță de muncă. Și, bineînțeles, să nu uităm că există numeroase subvenții pentru crearea de locuri de muncă, salarii și contribuții care îi obligă pe mulți angajatori să se extindă.

M. Sz.: Cum afectează frontiera ocuparea forței de muncă?

Poate crește, dar poate să și reducă ocuparea forței de muncă. De asemenea, poate crea concurență, dar o poate crește și pentru că, dacă ne gândim la programele comune ale consorțiului, dacă frontierele sunt interpretate corect, poate genera investiții foarte serioase pe ambele părți ale frontierei, ceea ce ar putea implica și un număr semnificativ de locuri de muncă. Au fost și proiecte, exemple bune pentru aceasta.

M. Sz.: De ce au nevoie tinerii antreprenori pentru a fii de succes?

Aș pune cel mai mare accent de a avea suficientă motivație antreprenorială, o viziune și un sistem de obiective foarte tangibil. Cea mai mare problemă este lipsa foarte mare de informații. Povestea „Let’s Jump into the Deep Water” s-a dovedit că nu funcționează. Este nevoie de multe informații, multă pregătire serioasă, pentru ca un start-up să aibă bazele potrivite. Se poate vedea, de asemenea, că dacă o afacere eșuează în prima perioadă, aceasta în mai multe cazuri poate însemna sfârșitul afacerii. O afacere de lungă durată, puternic în capital, poate ieși dintr-o criză temporară, dar un antreprenor nou fondat nu. Este foarte important să începem viața antreprenorială într-un mod armat cu informații, oportunități de proiecte, idei, obiective specifice, tangibile, motivație și să încercăm să punem totul într-o stare mentală adecvată. Mă gândesc la faptul că subiectul COVID poate distra atenția de la afacere.

M. Sz.: În ce măsură va sprijini noul sistem de formare profesională ocuparea forței de muncă și dezvoltarea competențelor?

Acest nou sistem are și părțile sale bune și mai puțin legitime. Există multe calificări profesionale care pot fi obținute în viitor, care nu este o calificare profesională OKJ, ci la o anumită calificare parțială. Este important, deoarece s-a dovedit că există multe spații de lucru în care nu este necesar ca cineva să studieze sute de ore când spațiul lor de lucru acoperă unul sau câteva spații de lucru. Mă gândesc la funcționarul contabil financiar. Există oameni în afaceri care se ocupă doar de salarizare, există oameni care se ocupă doar de proiecte, management sau contabilitate. Nu trebuie să cunoască toate ramurile profesiei. Evident, toate acestea sunt necesare în firmele de contabilitate.

Poate că va fi disponibil mai flexibil și mai rapid forța de muncă calificată.

M. Sz.: Ce face ca o afacere să aibă succes în afară de muncă?

A fost pregătit un astfel de studiu, care este metodologia formării noastre antreprenoriale. Instruirea, consilierea individuală, mentoratul, orientarea în carieră și dezvoltarea motivațiilor individuale funcționează într-un sistem foarte bine structurat. Toate acestea se pot face într-un cadru de 20-30 de ore, ușor, flexibil. Suntem mândri că am reușit să oferim tinerilor antreprenori o oportunitate exemplară și la nivel național. A existat un grup în care 15 din 18 potențiali antreprenori și-au înființat afacerea în termen de trei luni. Acum le-am monitorizat și au afaceri de succes chiar și după câteva luni. Acest lucru vorbește cu siguranță de la sine și poate fi o bună practică. Sunt mândru să întâlnesc cu afaceri mici, care au devenit antreprenori de succes.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

8. Famíliatészta Élelmiszeripari és Kereskedelmi Kft. – (Pasta Familia Alimente și Comerț Srl.) Mezőberény

Denumirea companiei: Famíliatészta Kft.
Anul fondării: 1996
Venit anual: 564 milioane de HUF
Numărul angajaților: 28 de persoane
Activitate: producția de paste
Persoana intervievată: Kovácsné Nagy Krisztina,
director



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Lucrăm în sectorul agricol, mai precis în industria alimentară și fabricarea pastelor uscate.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

În anul 1992.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

Anul trecut am lucrat cu 30-35 de persoane. Anul acesta am avut aproximativ același număr de angajați.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei?

A început ca o afacere de familie cu 3-4 persoane urmând o idee. Socrul meu a văzut un model pentru acest lucru, pe care ei înșiși au vrut să-l realizeze.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei de-a lungul timpului?

Nu s-a schimbat, avem aceeași profil de la începutul începuturilor.

M. Sz.: Cum sa dezvoltat compania?

Tehnologia de la acea vreme a făcut posibilă producerea pastelor de 10 ouă. Mai târziu nu a fost posibil aceasta, doar varianta cu cele opt ouă, acestea se predomină și în ziua de azi în vânzările noastre. De asemenea, am creat și integrat diferite familii de produse pentru nevoile consumatorilor. Așa a devenit varianta cu 4 ouă categoria de produse cea inovativă, cum ar fi paste sportive, durum și paste integrale. Avem peste 50 de tipuri de produse.

M. Sz.: De ce este afacerea unul de succes? Care sunt bunele practici?

Perseverență, sârguință, gândire inovatoare, multă muncă și minte deschisă.

Cred că este foarte important să ambalajul, să fii unic și păstrarea calității excelente.

M. Sz.: În ce trebuie să mai dezvolte compania?

În tehnologie. Pe măsură ce timpul se schimbă, tehnologia devine mai precisă, din ce în ce mai lipsită de resurse umane. În acest lucru oricând se poate dezvolta.

M. Sz.: În cazul în care compania aduce în companie mașini și tehnologii noi, aceasta va afecta numărul de angajați?

Semnificativ deja nu, pentru că aceasta s-a întâmplat deja. Mai degrabă am vorbi despre modernizare, în termeni de eficiență.

M. Sz.: Cum se va schimba ocuparea forței de muncă în companie?

Nu planificăm schimbare.

M. Sz.: De ce au nevoie tinerii antreprenori pentru a fii de succes?

Un antreprenor nou nu are o sarcină ușoară. Nu am putea începe cu condițiile de azi. Puteți începe o afacere mică, dacă este vorba despre o noutate. Nu mai este posibil să începeți cu succes în ariile obișnuite. Acolo unde concurența este foarte puternică și are o experiență de 10-20 de ani, nu poți concura cu ea. Dacă cineva vrea să facă paste uscate acum și vrea să înceapă o afacere în această arie, o să fie foarte greu pentru el. Competiția este foarte puternică, experiența competiției este foarte marcată. Piața este atât de îngustă încât este aproape imposibil să intră pe piață firme noi fără nume, fără un trecut în spatele ei. Există multe domenii în care pot fi create noutăți. Oportunitatea există întotdeauna în inovație, în decalaj de piață.

În cazul tinerilor, odată ce părinții au început o afacere, o abordare tinerească cu experiența persoanelor în vârstă este utilă. Tinerii sunt curajoși, îndrăzneți, ceea ce este foarte important. Când are 20-30 de ani de experiență ca și angajat, deja gândește altfel. Tinerii au curajul să înceapă o mulțime de lucruri, dar trebuie să experimenteze în conexiune cu întrebarea: în ce arie merită început o companie.

Limitele fiecăruia trebuie strânse și trebuie să vedem ce poate să reușească. Este recomandat să începi o afacere mai mică după care se poate gândi la extinderea companiei.

M. Sz.: Cât de ușor este să găsiți angajați?

Avem o echipă foarte bună, o companie bine organizată. Tinerii care vor să rămână aici își apreciază poziția. Industria noastră nu are nevoie cu adevărat de o forță de muncă calificată, avem ușurința cu asta. Nu este nevoie să angajăm un lăcătuș, un strung CNC, dar afinitatea pentru mașini este importantă. Avem mulți tineri și ei se pot descurca bine cu sistemul nostru.

M. Sz.: Compania folosește instrumente online?

Avem un magazin web care este realizat de o echipă web externalizăm, care are cunoștințe în toate domeniile și desfășurăm această activitate de marketing la sfatul lor. Avem guvernanta corporativă, operăm un sistem de operare corporativă SAP Business. Plasarea comenzii, întreaga operațiune este automatizată. Totul este conectat la tot.

Vedem totul de la început până la sfârșit, munca oamenilor care lucrează pe teren, locul lor, totul. Încercăm să gândim și să lucrăm la nivel de sistem.

M. Sz.: Cât de ușor a fost implementarea unui sistem de operare corporativă?

Îl dezvoltăm de câțiva ani și nu a fost ușor. Preluarea și operarea unei astfel de sistem este o sarcină de mai mulți ani.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

9. Foster Biztosítási Alkusz Kft. (Agenție de Asigurări) – Bichișciaba

Denumirea companiei: Foster Biztosítás Alkusz Kft.

Anul fondării: 1993

Venit anual: 315 milioane de HUF

Număr de angajați: 14 persoane

Activitate: finanțe, asigurări

Persoana intervievată: Fazekas István, director



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

F. I.: Finanțe, asigurări.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

F. I.: În anul 1993, de 27 de ani.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

F. I.: Numărul statistic din acest an este de 14 persoane, pe lângă care mai angajăm 28 de persoane într-o relație antreprenorială.

M. Sz.: Ce venituri are compania?

F. I.: Anul trecut a fost 280 de milioane, iar în anul acesta vor fi 315 milioane. Numărul de angajați din afacere a fost extinsă, am angajat un nou agent de vânzări, și nu în ultimul rând au crescut și primele de asigurare.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei?

F. I.: Scopul fondării a companiei a fost să facem bani, și pentru că am considerat că numărul produselor unui asigurător este prea puțin. Toți trei am fost anteriori agenți la aceeași agenție de asigurări. Multe dintre posibilitățile de afaceri nu s-au îndeplinit cu succes, deoarece o singură companie nu a putut să satisfacă nevoile. Efectiv putem să spunem că nu a putut să ofere o soluție pentru cererea apărută.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei odată cu trecerea timpului?

F. I.: Am avut mai multe încercări. Am vândut și am reparat mașini. Le-am cumpărat, le-am reparat, am închiriat, dar am avut chiar și un magazin de piese auto. Întotdeauna am inventat activități noi, dar a trebuit să dăm seama că cel mai bine este dacă rămânem la profesia noastră originală.

M. Sz.: Care este motivul succesului afacerii?

F. I.: Există continuitate în ea, atmosfera este familiară. De-a lungul anilor am realizat o relație strânsă cu clienții și în același timp am obținut o bază de clienți foarte largă. Această activitate este o lucrare continuă și sistematică. Încercăm întotdeauna să inovăm, să introducem lucruri noi. Încercăm lucruri noi în deservirea clienților și a agenților de vânzări. Acum lucrăm la o metodă de a scoate hârtia fizică din procesul de vânzare. Aceasta ar însemna pentru viitor că clienții au putea obține soluție pentru cererea ridicată fără să fie nevoiți să predă documente agenției. Nu există bariere tehnice în inventarea acestuia, avem doar nevoie de o „platformă informațională”. Colegul meu este foarte atent la toate, deci cu siguranță nu vom face greșeli.

Continuitatea și reînnoirea sunt cele două chei principale. Sprijinim întotdeauna agenții de vânzări. Prima parte este cea educațională oferind informații necesare pentru activitatea de zi cu zi. A doua parte constă în faptul că suntem întotdeauna primii, care dorim să îmbunătățim sistemul de bază de date. Programul nostru pentru anul viitor este introducerea sistemului CRM.

M. Sz.: Digitalizarea, Industria 4.0 a adus cu sine schimbare în organizație?

F. I.: CRM-ul de anul viitor, care va ajuta foarte mult pe agenții noștri. Voi crea un backoffice intern, care va sprijini acest sistem. Va exista un proces automatizat, în a 60-a zi va trimite notificările de aniversări, care va cuprinde oferta de preț pentru anul viitor și datele pentru restabilirea prețurilor. Pe baza acestora clientul va avea posibilitatea de a efectua modificarea contractului (bine înțeles aceasta va putea face și agentul în sistemul extern). CRM-ul este un lucru mixt, automatizând procesele, astfel încât să putem servi mai bine clienții noștri. De asemenea ei vor cunoaște mai bine compania Foster Kft, ajută la construirea mărcii și nu în ultimul rând ajută la trimiterea e-mailurilor informative. În plus față de polița de auto vom putea face și asigurare CASCO. Oferta tarifară va fi trimisă automat.

M. Sz.: Sunteți capabili să țineți pasul cu schimbările tehnologice?

F. I.: Este greu, deoarece există o diferență generațională între mine și co-conducătorul meu, dar întotdeauna rezolvăm sarcinile. Există o dezvoltare intensivă și constantă în viața companiei.

M. Sz.: Numărul angajaților crește sau scade?

F. I.: Echipa fixă este formată din 14 persoane, avem 3 manageri, pe lângă care avem echipa noastră de agenți subcontractați de 28-30 de persoane. În momentul actual mulți angajați lucrează în fundal, fiindcă sistemul nostru de notificare nu este automatizat. Trimitem și tarifăm contracte, după care urmează verificarea lor. Colegul meu duce parte profesională, eu partea economică, iar avem un coleg investitor.

M. Sz.: Cum ați putea crește numărul angajaților?

F. I.: Odată cu introducerea sistemului „fără hârtie”, una munca unei fete din echipă va fi eliberată, fiindcă nu v-om fii nevoiți să înregistrăm contractele sau ofertele. Totodată încerc să ofer tuturor o bază „de lucru” de 40-50 de milioane.

După dezvoltarea unui sistem CRM, aceștia vor putea desfășura activități cu valoare adăugată mai mare. Avem speranța că cu aceasta și rezultatele noastre vor fi mai bune. Avem 5-6 reprezentanțe auto și agenți imobiliari, păstrăm 10 colegi cu vârsta peste 60 de ani și putem aștepta că aceste resurse vor consolida propriul sistem. Din păcate în mai multe cazuri schimbarea generatională nu funcționează, și avem intenția să achiziționăm baza de clienți cu care lucrează. Un nou agent de vânzări nu v-om putea angaja.

M. Sz.: Așa cum schimbarea generatională nu este rezolvată în agricultură, din păcate este o problemă și aici.

F. I.: Încerc să dezvolt partea interioară a companiei, să-mi învăț angajații și să atrag tineri dornici de a munci în această arie. Măine v-om ține o prezentare, și între timp au și făcut cunoștință cu sistemul intern, obținând o gamă de informație largă pe care pot baza în timpul activității. Am trei ani să-i învăț aria asigurării, sistemele, sistemul WebPiare, sistemele tarifare de asigurare, în așa fel, încât de-a lungul timpului ei obțin o cunoștință cu care pot ocupa cu clienți.

M. Sz.: Considerați că cu trecerea timpului ei va putea prelua sarcinile, care nu pot fi automatizate?

F. I.: Da. Vom lansa apoi sistemul nostru de facturare online/ semi online. Clientul respectiv va putea face el însuși tarifarea și asigurarea, după care îl pot trimite într-un newsletter pentru a-și simplifica asigurarea. Va dura 3-4 până când noi v-om ajunge la nivelul dorit.

Vom integra continuu modulele de care clienții vor avea nevoie în sistemul CRM. În principiu agenții ar trebui să lucreze, dar nu toată lumea este motivată.

M. Sz.: Ce cunoștințe trebuie să aibă/să învață tinerii, dacă vor să devine persoane de succes?

F. I.: În principiu trebuie să învață profesia. Este esențial să aibă abilitățile de a vorbi limba oamenilor, pe care nu le învățăm niciodată. Persoana respectivă sau are abilitățile necesare pentru acest lucru sau nu. Elementele de bază pot fi stăpânite, dar mare parte va depinde de abilitățile persoanei.

M. Sz.: La ce trebuie să acorde atenție tinerii?

F. I.: Trebuie să învață în primul rând profesia și operarea sistemelor. Trebuie să lucreze împreună cu echipamentele și tehnologiile. Să aibă cunoștința de a folosi propriile sisteme, dar în același timp și sistemele asigurătorilor. Important este să nu fim nevoiți să rezolvăm astfel de probleme, pe care de exemplu sunt generate de agenții noștri mai în vârstă.

La tineri am observat că dacă este ceva arătat pentru ei odată sau de două ori, atunci deja știu ce trebuie să facă. Motivația la tineri este mai redusă. Nu este sigur că pentru tinerii contează doar banii, ci este foarte important pentru ei să se simtă bine în echipa în care lucrează. La noi sunt petreceri, ținem zi de naștere. Avem un coleg, căruia îi este foarte greu să se integreze, dar iubește comunitatea.

M. Sz.: Aveți și studenți care fac parte din formare duală. Cum îi puteți introduce în lumea muncii?

F. I.: Nu știu ce este soluția ideală. Acum încep să se integreze în echipa. Măine vom începe pregătirea lor. Pentru aceasta am și găsit deja un material simplificat din care vor putea învăța bazele. La început au avut un loc de muncă mai puțin bun, dar apoi aceasta s-a îmbunătățit constant. Le-am dat sarcini. A fost 3-4 luni când au sortat doar documente, după care au primit sarcini mai importante. Când i-am putut angaja cu ajutorul unui proiect, atunci ei nu au început de la zero și au putut să creeze valoare de la bunul început.

M. Sz.: Cât de mulțumit sunteți de studii superioare duale?

F. I.: A fost o mare bătălie în cadrul managementului, dar trebuie privită ca o creare de valoare. Nu putem spune după 3,5 ani că încă trebuie să rămâne aici, și vor lucra o zi într-o săptămână pentru salariile lor. Considerăm aceasta ca și un risc, pe care trebuie să suportăm. Plătesc 6 sau 8 milioane de forinți după ei. Această sumă poate reveni în câteva luni, dacă reușesc să predau cunoștințele. Ar costa mulți bani și timp să găsim de pe piața muncii persoane, care au dorința să se alăture de colegii noștri.

M. Sz.: Trebuie asumată un anumit risc pentru ca o afacere să avanseze.

F. I.: Colegul meu o tratează ca pe o cheltuială, eu o consider o investiție. Nu am plătit nimic până acum, va fi o investiție pe termen lung.

Se poate spune că în general digitalizarea este o oportunitate uriașă în compania noastră, dar trebuie lucrat în aceeași timp și cu resurse umane, cu formarea profesională, deoarece cele două elemente împreună pot oferi companiei noastre resursele potrivite. Doar digitalizarea nu valorează nimic fără oameni, iar oamenii trebuie să evolueze continuu, trebuie să lucreze împreună cu tehnologia, fiindcă ei comunică oportunitățile pentru clienți.

M. Sz.: Vă mulțumesc mult pentru interviu!

10. Gemma Cégcsoport –Grupul de Companii Gemma Bichişciaba

Denumirea companiei: Gemma Cégcsoport
Anul fondării: 2004
Venit anual: 4500 milioane de HUF
Numărul angajaților: 48 persoane
Activitate: comerț agricol și servicii
Persoana interviuată: Végváry Edina, director dezvoltare afaceri



M. Sz.: Care este numele exact al companiei?

Avem mai multe companii, dacă scriem acel Grup de companii Gemma, atunci acoperim toate companiile.

M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Una este comerțul agricol (Gemma Agro Kft.), cealaltă este serviciile agricole (Gemma Kft.). Gemma Kft. se ocupă de consultanță pentru protecția plantelor și are o parte de papetărie și construcții. Activitățile pot fi găsite pe site-ul www.gemmainfo.hu.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

Gemma Kft. a fost fondată în anul 2004-ben, iar Gemma Agro Kft. în 2010.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

Gemma Agro Kft. 12 angajați, Gemma Kft. 36 de angajați.

M. Sz.: Cât a fost venitul anual în anul trecut?

Cele două companii planifică pentru 2020 vânzări de 4,5 miliarde.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei?

În primul rând, a fost înființată Gemma Kft. István Matyi este unul dintre proprietari. A lucrat la IKR ca consultant și comerciant regional. A vrut să despartă de acea companie și au înființat Gemma Ltd. A început pentru prima dată cu activități comerciale agricole și cu sfaturi de experți, plus papetărie. Ulterior, pe măsură ce comerțul cu ridicata agricol a crescut din ce în ce mai mult, iar băncile nu doreau cu adevărat să acorde împrumuturi agriculturii prin urmare, au înființat Gemma Agro Kft. Compania mamă este Gemma Kft, filiala sa este Gemma Agro Kft. se ocupă cu comerț agricol. În prezent, întreaga activitate comercială agricolă din județele Békés și Csongrád-Csanád este sub numele se Gemma Agro Kft. De asemenea, îi sfătuim parțial pe acei parteneri - pe 20.000 de hectare - care cumpără materiale de la noi. Sunt cei care nu cumpără de la noi, dar îi dăm sfaturi de specialitate.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei de-a lungul timpului?

Consultanța agricolă a fost primul tip de activitate, urmată de comerț, în paralel cu papetăria și în 2017 activitatea de construcții.

M. Sz.: Cum s-a încadrat papetăria în portofoliu?

Soția domnului Matyi, și-a dorit un astfel de activitate, este o motivație internă și ea a crescut semnificativ recent.

M. Sz.: De ce este afacerea unul de succes? Care sunt bunele practici?

Interesant este că am construit un nou depozit și o clădire de birouri. Aici, expertiza este de asemenea primordială în comerț și consultanță. Avem nevoie de colegi excelenți în echipă, ceea ce este o realizare foarte mare. Colegii noștri cu educație agricolă avansată - ingineri fitosanitari, economiști agricoli - fac parte din echipă. Există un potențial în învățarea profesiei și în posibilitatea de a găsi un loc de muncă. Experiență profesională este foarte bună.

Punctul nostru forte este că am reușit să creăm o rețea de parteneri destul de extinsă în județele Békés și Csongrád-Csanád. Am deschis un magazin gazdă în Mezöhegyes. Noul centru logistic, clădirea de birouri și depozitul de intrare au fost construite pe 2.000 de metri pătrați. Acesta a fost ultimul proiect al nostru și a costat 550 de milioane de forinți. Am intrat în posesia pe data de 14 martie 2020. Am fost pe un site închiriat și acum ne-am mutat în propriul nostru site. Din considerentul că ceea ce am plătit pentru chirie până acum o să plătim pe credit.

Dezvoltarea este continuă, rețeaua noastră de parteneri se extinde și relația noastră cu furnizorii este foarte bună.

M. Sz.: În ce trebuie să mai dezvolte grupul de companie?

Conceptele din plan nu sunt publice. Integrarea nu este inclusă în activitate, dar funcționează astfel încât producătorul să poată plăti cu recoltă în schimbul materialului de intrare dacă dorește și încheiem un contract de cultivare în avans și legăm recolta la un preț. Cealaltă idee a noastră este la fel legată de dezvoltarea de recoltă.

M. Sz.: Digitalizarea a adus schimbări organizației?

Nu avem niciun sistem de operare corporativă. Am încercat-o de mai multe ori, dar pentru noi ar face procesele atât de complicate, deoarece lucrăm cu mai multe programe diferite. Un sistem de operare corporativă specific companiei ar costa foarte mult. Aproximativ 30-40 de milioane de forinți ar fi un sistem specific companiei. Există atât de multe pachete software încât ar fi nevoie de mult timp pentru a le introduce într-un sistem de operare corporativă.

Avem tablete pe care colegii pot accesa stocul. Colegii, atunci când sunt la un partener, pot vedea câte articole sunt în stoc pentru acel produs. Unul dintre colegii noștri are o dronă de pulverizare care prezice un viitor serviciu de pulverizare. Acum îl folosește pe propriul teren, dar nu are încă un cadru legal. Deocamdată nu este acceptat oficial de către autorități ca serviciu.

Avem un coleg din Chitighaz care a pus la punct o aplicație care compară diferiți pesticide cu grupurile de plante. Oricine dacă folosește programul, va introduce anumiți parametri pentru acea cultură și va apărea care este cel mai potrivit pesticid pentru această problemă. Ar merita să fie făcut și cu el un interviu.

M. Sz.: Compania este capabilă să țină pasul cu schimbările digitale?

Lucrăm într-un domeniu al software-ului și, deoarece nu va exista un sistem de operare corporativă separat, răspunsul meu este nu. Preferăm să folosim metode tradiționale.

În industria construcțiilor, nu ne ocupăm de proiectare, ci de construcții. Când creăm o ofertă de preț folosim un software gratuit. De obicei lucrăm cu comenzi finite și oferim o ofertă de preț la cererea clientului. Nu folosim programe de design interior 3D, demonstrații pentru că nu ne ocupăm de asta. Cumpărăm materia primă, oferim servicii de construcție, în consultare cu partenerii, alocăm bugetul. Dacă este necesar, vom subcontracta o parte din aceasta. Avem propria noastră echipă formată din 16 persoane din industria construcțiilor cu care lucrăm.

M. Sz.: Cum se va schimba ocuparea forței de muncă în companie? Va crește numărul?

Din păcate, acum am redus numărul de angajați cu 6, dar scopul este să-i păstrăm. Nu am redus în Agro, doar în Kft.

M. Sz.: De ce au nevoie tinerii antreprenori pentru a fii de succes?

Este o întrebare dificilă. Dacă cineva vrea să învețe mai departe, recomand cu siguranță agricultura. Am evoluat mult mai bine decât orice alt sector în această perioadă de pandemie. Din păcate, turismul este sectorul pe care aș recomanda, dar cred că dacă această perioadă se va termina, statul, văzând câte resurse oferă pentru turism, l-ar vedea în turism, în dezvoltarea turismului. Cu siguranță economie, contabilitate, finanțe. Acum, nu spun că cineva ar trebui să fie coafor, cofetar, cosmetician, pentru că eu cred că acele arii sunt foarte saturate. Cu siguranță eu acum nu aș putea deschide un restaurant. Acum industria serviciilor este sectorul în care nu merită investit energie.

M. Sz.: Care sunt calitățile și trăsăturile de personalitate care sunt esențiale pentru o afacere de succes?

Competență profesională, practicitate, motivație, creativitate, perseverență. Toleranța la stres, gestionarea conflictelor, spiritul de echipă și atitudinea de conducere sunt cu siguranță importante. Să nu vadă numai bani din afacere, ci rentabilitatea. Trebuie știut că totul începe cu investiții și când este deja o situație stabilă și o poziție pe piață, un fundal financiar, va permite să fie scos din profit, dar nicidecum la început. Și fructul trebuie așteptat până când crește și nu poate, sau nu este indicat culesul la început. Este nevoie de răbdare pentru afacere, deoarece ni i fructele nu culegem de pe copac până nu sunt coapte.

M. Sz.: În ceea ce privește regiunea, cum ar putea fi sprijinită ocuparea forței de muncă? Cum ar putea fi extinse locurile de muncă?

Spun detalii care mi se par bune. Subvențiile de investiții NFA care creează locuri de muncă sunt foarte bune. Am folosit deja două dintre acestea. Obțineți pentru un solicitant de loc de muncă înregistrat o sumă stabilită pe care trebuie să o cheltuiți pentru achiziționarea de active. Bani trebuie folosiți pentru a investi și a crea locuri de muncă, așa a început compania noastră de construcție. Sprijinul pentru extinderea ocupării forței de muncă pentru 6 + 3 luni este încă foarte bun. 6 luni de angajare subvenționată, 3 luni finanțată de surse proprii, aceste subvenții pot fi folosite pentru persoanele în căutarea unui loc de muncă înregistrate.

Ar fi necesar mai multe resurse pentru recrutarea tinerilor în căutarea unui loc de muncă sau în căutarea unui loc de muncă înregistrat. Avem experiența că persoanele care sunt o forță de muncă bună lucrează pe piață. În legătură cu un solicitant de locuri de muncă înregistrat, experiența noastră este că nu întotdeauna cineva primește statutul de solicitant de loc de muncă înregistrat datorită experienței sale profesionale bune. A fost cazul când am angajat pe cineva, au spus că este un bun profesionist, dar nu-i plăcea să lucreze. Ar fi fost un bun profesionist dacă ar vrea să lucreze și nu cu un salariu prost. Aș da un sprijin mult mai mare tinerilor începători de carieră. Vârsta de lucru este extins din ce în ce mai mult. Lucrăm încet până la vârsta de 65-68 de ani. Tinerii ies din universități și nu există locuri libere pentru tineri. Principala problemă este că există o mulțime de tineri începători de carieră, deoarece nu se poate înlocui o persoană în vârstă de 60-65 de ani din cauza vârstei protejate și trebuie create noi locuri de muncă pentru asta. Vine AirBus și tipografia Kner cu o nouă investiție la colegiu. Avem nevoie de afaceri noi, avem nevoie de noi investiții și avem nevoie de noi locuri de muncă, deoarece cele existente sunt foarte saturate. Sunt necesare companii noi, cum vine și compania Airbus în 2021 care va genera 2-300 de locuri de muncă.

M. Sz.: Grupul Gemma are un rol social foarte puternic în regiune. Ce sunt acestea și de ce își asumă compania aceste sarcini și costuri suplimentare?

Rolul nostru social a venit cu Parcul Castelului Tarhos ca idee. Este o valoare națională, legată de muzică, a fostei școli de muzică. Domnul Matyi István a cumpărat acest teren și complex imobiliar, considerând că va deveni un centru de cântec-muzică-cultural și de agrement. Aceasta nu este o clădire listată ca monumentală și, ca urmare, a trebuit să renunțăm la programul național castel - întrucât Szabadvígós, Geszt și Castelul Almássy din Gyula au primit finanțare - și noi am avea nevoie de sprijin ministerial unic, prioritar, pentru a-l renova. Până atunci, ca valoare națională, ca rol social, menținem continuu moștenirea de canto și muzicală a școlii de muzică, organizăm tabere și păstrăm continuu starea parcului castelului. Până în prezent, avem deja 500 de milioane HUF din bugetul nostru. Acesta a fost rolul social al domnului István Matyi, dorește să salveze această valoare pentru cultura națională.

M. Sz.: Ce activități culturale susține compania?

Tabere de muzică, „tratarea” limbi materne, formare a profesorilor, tradiție populară, tabără de dans popular, muzică populară.

Cum s-ar putea face această zonă mai dinamică în ceea ce privește dezvoltarea economică?

Pentru noi finanțare. Cu siguranță un fel de sprijin politic, chiar la nivel județean sau regional, pentru a aduce resurse, investiții în zonă. Békéscsaba și Gyula sunt evidențiate în ceea ce privește obținerea de resurse turistice semnificative. Localitatea Tarhos și celelalte localități sunt foarte excluse de la subvențiile de stat. Avem avea nevoie de un focus special pentru a ne face remarcați.

În activitățile noastre agricole nu avem nevoie de focus, așa că în cazul acestei activități nu facem marketing. Există o concurență foarte puternică în acest domeniu.

În cealaltă zonă, care este zona culturală, ar fi o nevoie de mult mai mare atenție specială, o sursă mai concentrată, un accent mai mare pe partea proiectelor.

Pentru ocuparea forței de muncă - dacă ne uităm la sediul din Tarhos - am promis că vom angaja 100 de persoane dacă Parcul Castelului Tarhos va fi realizat. Practic majoritatea muncitorilor dintr-un sat de 700 de oameni. Toată viața satului s-ar fi schimbat odată cu această investiție. Pentru noi dezvoltarea rurală este foarte importantă. O afacere pentru mediul rural este sloganul nostru. Puține companii pot spune de la sine că în ultimii 5 ani a crescut de la unsprezece oameni la peste treizeci de persoane, dacă ne uităm doar la Gemma Kft. Am introdus în mod inovator noi servicii și strategii precum. industria construcțiilor.

M. Sz.: Cum este cooperarea cu consiliile locale?

Avem o relație foarte bună cu municipalitatea Békés, fostul primar a făcut multe pentru localitatea Tarhos. Dr. József Kovács, deputat în Parlament, susține și el, dar nu au fost încă obținute rezultate. Avem sprijin spiritual în spatele nostru. Din păcate, lobby-ul din spatele nostru nu este atât de mare de cât ar putea fi. În spatele celor 4,5 miliarde venituri din vânzări se află o taxă semnificativă pentru afaceri. Ar trebui făcute o mulțime de schimbări în atitudinile și ideile conducătorilor așezărilor pentru a-și dezvolta satul. Multe depind de guvernul orașului, iar guvernul orașului ar trebui să lucreze foarte strâns cu astfel de afaceri.

Până când un deputat în Parlament nu cunoaște cele mai mari afaceri din orașul său, (deoarece nu știau că suntem în oraș și suntem printre primii 100 de contribuabili), nu am altceva de spus. Cred că ar fi potrivit să viziteze cei mai buni contribuabili o dată pe an și să întrebe cum poate ajuta în viitor?

Cred că există în prezent mari companii care pot fi folosite pentru a da un exemplu și a consolida acele companii în mass-media. Vine compania AirBus și cu aceasta subvențiile și accentul va fi acolo. Nu întâmplător angajații viitorului vor fi instruiți la Academia AirBus, vor exista subvenții salariale și există un obiectiv prioritar cu privire la ce tip de subvenții pot oferi dacă AirBus vine aici, există o subvenție guvernamentală prioritară pentru acest lucru. Dacă vă gândiți la asta, este o companie străină. O companie multinațională, cum ar fi Tesco sau orice

companie multinațională străină, are doar proprietate maghiară. Ei formează tineri și vor avea un loc de muncă sigur. Este perfect, există doar o mulțime de companii maghiare care ar fi demne de sprijin. Avem și noi program de internship, dar acum nu este fezabil, pentru că nu vrem să angajăm noi începători de carieră. Executivul mai vede că până când antrenează o persoană care abia acum intră pe piața muncii, îi învață, este conștient de tot, trebuie să fie foarte motivat, interesat, să ajungă la un nivel în care să poate lăsa să lucreze singur colega respectivă. Experiența este că durează doi până la trei ani înainte ca un medic plantă care a abandonat universitatea să poată lucra independent; nu există timp-energie și capacitate pentru aceasta. Este mult mai ușor să angajați pe cineva care lucrează în afaceri de cinci ani fără a fi nevoie să-i explicați ce este fiecare pesticid și puteți să-l lăsați să lucreze singur. În plus, este o responsabilitate imensă. Dacă un tânăr punem într-o poziție de depozitar pentru a fi conștient de materiale, stocuri, pentru a cunoaște agenții.

Există persoane potențiali care poate fi angajată pe piața muncii?

Da, lucrăm cu astfel de colegi. În ultimii doi ani, am consumat cinci furnizori regionali, chiar dacă au ieșit, nu au putut aduce rezultate. Au fost greșeli, ceea ce este normal de la un începător, dar unui partener nu îi pasă că cineva nu este pregătit. Nu poți ghici în această profesie. De asemenea, puteți pierde un partener foarte repede dacă nu aveți pregătirea profesională adecvată. Ca și în construcții. Este important ca fiecare tânăr să înceapă să lucreze. Mi se pare foarte bun programul KITE. Au și ei un program de internship, unde îi învață pe oameni de la început. Acum își recalifică medicii pe bază de plante pentru agricultura de precizie, agricultura cu drone. Acum, tinerii absolvenți încep elementele de bază și cei care sunt în profesie de mult timp vor începe să lucreze la agricultura de precizie. Tânărul începător poate ieși pe un teren cu colegul care are experiență și apoi începătorul va învăța lângă el după un timp. În spatele lor se află o resursă semnificativă, un sprijin semnificativ al statului și sprijin pentru ocuparea forței de muncă. Acolo ei poate permite să plătească două persoane pentru un loc de muncă. Un antreprenor nu poate face acest lucru. Pentru tineri la început acest lucru este excelent.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

11. HerbaPharm Europe Kft. – (HerbaPharm Europe Srl.) Bătănia

Denumirea companiei: HerbaPharm Europe Kft.
Anul fondării: 2017
Venitul anual: 118 milioane de HUF
Numărul angajaților: 10 persoane
Activitate: cercetare și dezvoltare biotehnologică
Persoana intervievată: Mákos Árpád director



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Categoria întreprinderilor mici, fabricarea și distribuția suplimentelor alimentare și a produselor cosmetice. Producem produse pe bază de plante, dar categoria este supliment alimentar și cremă cosmetică.

Producem produse, avem și o funcție comercială, avem și un magazin cu amănuntul, astfel încât clienții pot intra la noi în magazin. Avem un magazin online, dar vindem predominant prin intermediul revânzătorilor. 75% este vândut prin rețeaua de revânzători.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

Primele produse erau expuse pe rafturi în decembrie 2017. Compania a fost înregistrată în octombrie 2017.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

Anul trecut numărul angajaților a fost de 6, dar anul acesta ne-am extins la 10 persoane.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei?

Tehnologia unică de fabricație cu care am reușit să extragem o cantitate și o calitate a ingredientului activ (care a fost dovedită înainte ca compania să fie înființată de diverși voluntari), de aceasta ne-am gândit că pentru această tehnologie și această idee merită să începem o afacere.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei de-a lungul timpului?

Profilul nostru nu s-a schimbat.

M. Sz.: De ce este afacerea unul de succes? Care sunt bunele practici?

Această piață se confruntă cu o renaștere, am văzut că piața a crescut în ultimii 50-60 de ani, deci are relevanță - chiar dacă Ungaria nu este în fruntea acestei dezvoltări. Cealaltă este autenticitatea. Am ajuns la punctul în care suntem cunoscuți la nivel național cu un marketing extraordinar de puțin. Produsele noastre sunt bune și se vând singure. O mare parte din clienții noștri devin clienți fideli.

Autenticitatea și unicitatea sunt primordiale. Acest tip de activitate la nivel de fabrică, la fel cum mătușa Mari își face ceaiul de urzică în Bükkszentkereszt, nu este făcută de nimeni. Există fabrici mari, cu viziune de a produce cât mai mult, cât mai repede, pentru mult profit. Când cineva vine la noi, poate vedea că ne desfășurăm afacerea la un nivel mic, artizanal, nivelul nostru foarte simplu. Dacă un grup de 10 persoane vine la noi, cu siguranță din acest grup o să avem 30 de clienți, pentru că ei duc informațiile despre produsul. Ei nu întâlnesc cu astfel de produse în mediul lor.

M. Sz.: În ce trebuie să mai dezvolte compania?

Mai multe persoane au încercat să intre în companie. Întrebarea a fost întotdeauna cum putem produce mai mult, mai bine, mai repede. Noi nu suntem buni în astfel de concepții. Cel mai important lucru este să rămânem cu tehnologia originală de succes și autenticitate. Credibilitatea face parte din dezvoltare, astfel încât să nu se degradăm și să nu domine profitul.

Ceea ce trebuie să îmbunătățim este să facem produsul cunoscut pentru cât mai multe persoane. Nu totul este internetul, trebuie să mergem personali la oameni. Medicii nu lucrează online decât dacă operează sau consultă în caz de COVID. Se poate pune anunțuri cu telefoane și televizoare pe net, puteți vinde cantități mari, dar este un lucru cu totul diferit de acest produs. Produsul nostru este produs personal, cu care trebuie lucrat foarte mult. De aceea avem un turneu la țară, și reclame TV. Să află lumea numele nostru, astfel încât să putem informa în mod autentic oamenii că există produsul, existăm pe piață și cu ce ne ocupăm. Trebuie să creștem numărul de revânzători din țară, astfel încât să putem acoperi țara cel puțin la nivelul reședințelor de municipii a județelor.

M. Sz.: Cum se va schimba ocuparea forței de muncă în companie?

În orice caz, intenționăm să creștem numărul angajaților. Pe lângă faptul că cifrele noastre statistice au crescut, în cazul nostru aceasta este gândit înainte. Sperăm că COVID-ul se va încheia cândva și apoi vom putea începe colaborarea și cu partenerii străini. Există deja permise în progres, dar acum și turneul în țară a fost anulat. Credem că avem o mulțime de oportunități de creștere și, în același timp, pe lângă angajarea de oameni, am făcut o investiție în infrastructură de peste douăzeci de milioane de forinți, fără credit. Aceasta înseamnă că vom putea crește numărul actual de personal cu 5-6-7 persoane. În infrastructura actuală putem lucra cu 15-17 persoane fără să încălcăm legile curente. Evident, pentru acest lucru necesită un trafic mai mare.

Am planificat să atingem 150% din cifra de afaceri de anul trecut, dar am obținut doar 80% din cauza COVID-ului. De asemenea, este un lucru grozav că am putut să rămânem la acest nivel și nu în ultimul rând stabili.

Este important lărgirea gamei de produse. Există încă 8-10-12 produse pe care dorim să aducem pe piață, dar nu se poate totul dintr-o dată. Dacă ajungem la 35-36 de produse, ne vom opri. Nu putem sări, nu putem avea 100 de produse fără marketing și o gamă mai largă de distribuitori. Apoi, trebuie să ne oprim și să ne concentrăm doar pe marketing. Am vizat zone precum sistemul nervos, astmul, zahărul, artrita acută, pentru care privighetoarea neagră este bună.

Dacă vom avea acestea, cu siguranță vom fi nevoiți să facem un turneu în țară cu ele. Vânzările sunt mult mai durabile, mult mai eficiente atunci când suntem acolo personali.

Am primit utilaje și echipamente. Clădirea în sine și echipamentul vor fi reînnoite.

M. Sz.: De ce au nevoie tinerii antreprenori pentru a fii de succes?

Perseverența este cel mai important lucru. Se spune adesea că nu cel mai inteligent va fi cel mai de succes, ci cel mai persistent. Trebuie tolerat dificultățile. Bani nu trebuie scoși din companie. Dacă există o idee bună, o mulțime de antreprenori deja chiar la început scoate profitul din firmă. Aceasta este cea mai mare greșală pe care se poate face. Dacă ai un scop, trebuie să-l atingi, să-l vezi în fața ta, să-l construiești sistematic, și nicidecum să sari scări foarte importante. Pentru infrastructură ai nevoie de personal, pentru personal infrastructură, pentru număr de personal active, după care produse, pentru produse un distribuitor și compania se poate și funcționa cum trebuie. Trebuie să lucrezi, atât este povestea.

O mulțime de idei sunt irosite pentru că cineva vrea să se îmbogățească foarte, foarte brusc. Există o astfel de zicală că nu este necesar să te îmbogățești rapid, ci foarte mult. Trebuie să ai răbdare aici, nu te poți grăbi. Vor fi dificultăți, va exista zile grele, poate chiar o să fii pedepsit de amenzi, nu poți comercializa atât de mult, va veni un COVID. Orice va fi, acestea trebuie suportate și odată ce ai atins un nivel te poți gândi la următorul nivel. Până atunci, munca, munca și munca.

M. Sz.: Ce poate ajuta la dezvoltarea ocupării forței de muncă în viitor? Ce poate sprijini stabilirea companiilor în regiune?

Nu HerbaPharm are nevoie de Bătania, ci Bătania are nevoie de HerbaPharm. Cred că este uimitor faptul că nu există nicio industrie prelucrătoare în această regiune cu astfel de terenuri, astfel de oportunități etc. Importanța companiei HerbaPharm în sine este construirea mărcii, câștigarea de bani cu ea, să fim simpatici și să ajutăm compania cu produsele lor oamenii. Din punctul de vedere a localității Bătania, orientarea, eșantionul indicat de HerbaPharm, poate genera lucruri fenomenale. Producerea produselor pe bază de plante. Puteți ajunge cu ușurință la asta prin încheierea unui acord de integrare cu fermierii locali și producerea de produse speciale cu aceștia. Dacă producem produse speciale împreună cu ele, zona rurală va începe să devină o regiune de plante. Acestea apar în turismul rural, turismul balnear, medicină. Desigur, acesta este un vis, dar, din moment ce orașul Eger a devenit o regiune viticolă în 500 de ani, poate fi un pilon pe care această regiune săracă din punct de vedere demografic și în scădere lentă ar putea construi. Suntem cam la ora 25, pentru că încet nu va mai exista persoane, care să construiască asta.

În casa de plasament ar putea exista o medicină de specialitate. În Mexic oamenii merg pentru cure de apă, acupunctură, orice. Plătesc atât de mulți bani, încât este uimitor. Nu plătesc pentru medicina tradițională, ci pentru medicina naturală specială. Include, de la ventuze, milioane tipuri de masaj, hidroterapie. O regiune ar putea fi ușor dezvoltată de acestea. Ar putea fi o casă cu plante medicinale, trasee turistice, ceva puteam face cu mierea, case de probă. Aș privi oamenii cum arată capra, deoarece oamenii nu știu. Așa arată lavanda, așa arată cățina și așa

mai departe. Acest lucru se poate baza de la uleiuri la orice. Totul ar putea deveni o poveste complexă.

Este important să nu crezi în mass-media. Trebuie să lucrezi aici. Faptul că toată lumea crede că Bentley și tipul cu burta de zaruri și cu cât mai repede, cu atât mai mult, cu atât mai repede. Trebuie să ne întoarcem la rădăcini. Oamenii nu mai cred în munca grea. Toată lumea vrea să fie manager, DJ și celebre. După părerea mea aceasta este o problemă uriașă. Nu îmi caut angajați cu vârsta între 20-30 de ani. Doar un coleg avem cu vârsta între 20 și 30 de ani, deoarece tinerii efectiv nu au dorința de a lucra. Nu mă uit pentru că pentru acest grup de tineri telefonul înseamnă totul, nu sunt punctuali, nu sunt interesați de muncă. Peste 30 de ani puteți găsi deja oameni normali. Guvernul vede foarte bine că există o mare problemă cu formarea profesională. Întregul lucru nu mai are prestigiu. Știu o persoană, care ar fi putut merge ca feroviar, angajat pentru 300 de mii de forinți, dar a crezut că această poziție de feroviar în fața iubitei sale nu o să fie destul de bun. Preferă să meargă ca un lucrător public sau să angajeze ca un agent de asigurări pentru că aceste meserii sunt mișto. După scurt timp o să pleacă din poziția respectivă, pentru că va observa că nici acolo nu este atât de ușor. De ce nu poate angaja ca dulgher? În ziua de azi ar avea un salariu extraordinar de bun. Un tâmplar bun ar putea merge azi cu o mașină Mercedes. Interesul lor nu este deschis pentru așa ceva. Ce sugerează mass-media? Există astfel de spectacole idiot, „Való Világ”, tot feluri de show-uri. Nu spun că poemul ar trebui să fie important pentru toată lumea, dar nevoia de a readuce onoarea muncii și a profesiei este vitală.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

12. Alfa Kisosz Érdekvédő és Képző Egyesület – (Asociația Alfa Kisosz Pledoarie și Instruire) Bichișciaba

Denumirea companiei: Alfaképző KISOSZ
Anul fondării: 1987
Venit anual: 252 milioane de HUF
Numărul angajaților: 12 persoane
Activitate: educația adulților, reprezentarea interesului
Persoana intervievată: Czibula Zoltán, director



M.Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Suntem o asociație. Organizația de protecție a angajatorilor. Sarcina noastră educațională s-a format de ideea că am fost în contact cu întreprinderile mici și au avut nevoie de cunoștințe specializate. Aceste cunoștințe nu au putut primii în altă parte și de aceea am început să organizăm cursuri. Apoi a venit nevoia de a ne instrui și angajații. Așa că o facem de peste 30 de ani.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

Organizația națională a fost fondată în 1947 ca „KISOSZ”, iar în 1981 județele au devenit independente.

M.Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

Astăzi suntem 12, anul trecut am fost 14.

M.Sz.: Cât este venitul anual a firmei?

Peste 200 de milioane Ft.

M.Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei odată cu trecerea timpului?

Am început mai întâi cu comerțul și ospitalitatea, acesta este profilul nostru principal chiar și acum. A urmat cererile angajatorilor. De exemplu, un brutar este aproape de ospitalitate și cofetărie. Curățenia a devenit o profesie separată. Igiena este, de asemenea, importantă pentru ospitalitatea-comerț. Acum câțiva ani a venit pregătirea pentru stivuitoare. Am încercat să ne concentrăm asupra a ceea ce cereau angajatorii.

M.Sz.: În ce constă succesul companiei? Care sunt bunele practici?

Ne instruiem pentru nevoile angajatorilor, ținem întotdeauna practica într-o fabrică sau magazin specific. La noi practica are loc întotdeauna la site-ul exact unde se desfășoară activitatea de producție sau chiar serviciul. Instructori la noi sunt aleși din persoane care au succes în profesie și efectiv se lucrează în aria respectivă, și nu profesori cu normă întreagă. În cazul teoriei, aderăm la ca un instructor să aibă o diplomă de învățământ superior, în cazul practicii, este suficientă o educație secundară. Sunt învățați de cei care o fac de fapt.

Tratarea corespunzătoare a clienților este foarte importantă.

Furnizarea materialelor de studii create de noi sunt remarcabile. Avem site-uri în Budapesta, Szeghalom, Debrețin, județul Csongrád și încercăm să ne apropiem cât mai mult de participanții la instruire, prin urmare operăm un sistem unificat de guvernare corporativă bazat pe cloud. Avantajul acestuia este că angajații de pe diferite site-uri folosesc aceeași bază de date. Cei interesați pot aplica online și îi putem vedea și contacta imediat. Avantajul unei baze de date unificate este că, datele unor persoane deja înregistrate nu trebuie înregistrate din nou. Sistemul unificat ne permite să oferim materia noastră digitală participanților la instruire. Folosim sistemul Moodle, care corectează sarcinile de practică, ceea ce face, de asemenea, mult mai ușor pregătirea.

M.Sz.: În ce trebuie să mai dezvolte compania?

Schimbarea actuală a legislației a făcut ca totul să fie teribil de incert. Nu este indiferent cum le numim un curs. Un nume poate slăbi prestigiul profesiei și probabil că se vor aplica mai puține persoane. Nu există mediul juridic. De exemplu, cu o diplomă de asistent bucătar, nu știm dacă cineva poate deschide o bodegă. Mai există vechea reglementare, dar cea nouă nu a fost încă creată, care sunt reglementările oficiale și cum poate fi localizată în UE? Mulți oameni solicită un certificat Europass pentru că intenționează să lucreze în străinătate. Aceste traduceri încă nu există.

M.Sz.: Digitalizarea a adus schimbări organizației? A afectat nevoile clienților?

Da, desigur. Dar să nu uităm că învățământul la distanță este interzis în prezent. Este permis doar în timpul pandemiei, care a încetinit semnificativ dezvoltarea noastră digitală. Suntem pregătiți pentru predarea digitală la distanță, dar momentan nu este aplicabil din punct de vedere legal. Dacă îl configurăm în programul de formare atunci se poate, dar programele de formare care vor începe în ianuarie începem să le pregătim doar acum. să se facă acum. Anterior, a existat un syllabus pentru programele de instruire și, de asemenea, trebuie să evaluăm și nevoile angajatorilor.

Din păcate, nu pare să fie un obiectiv pentru un bucătar asistent să devină bucătar, nu sunt considerați ca bucătar. Există astfel de lucruri care nu sunt bine gândite. Acest lucru ar fi avut sens pentru sistemul de module, astfel încât oricare dintre modul pe care l-am făcut, să nu fiu nevoit să-l fac din nou. Am făcut un pas înapoi în comparație cu experiențele și practicile internaționale. Există o agenție în Islanda a cărei sarcină este să găsească oameni pentru a învăța și a examina competențelor lor. Sistemul nostru nu permite acest lucru. În sistemul actual, cel care a absolvit cursul nostru de bucătar și vine să facă profesia de cofetar, nu îi putem oferi o scutire de la examenul scris datorită examenului complex, chiar dacă cele două sarcini de calcul sunt exact aceleași. Viteza de rotație este importantă pentru ambele. Existau reglementări în trecut, potrivit cărora se putea acorda o scutire.

M. Sz.: Cum se va schimba ocuparea forței de muncă în companie?

Încă observăm dorința populației de a pleca în străinătate. Din numărul de solicitanți Europass, concluzionăm că există încă o intenție de a muta în străinătate. Ca urmare, în Ungaria poate apărea o lipsă de forță de muncă și, prin urmare, datele privind ocuparea forței de muncă se pot îmbunătăți.

M. Sz.: Cum s-ar putea dezvolta ocuparea forței de muncă în regiune?

Din păcate, mulți oameni nu vor lucra fără constrângere. Unii dintre cei care urmează o formare profesională în administrația publică nu vor să lucreze, nu vor să învețe profesia. Nu sunt interesați de muncă. Nu avem idee din ce trăiesc. Pentru mine, acest lucru este indescifrabil, un anumit procent nu vrea să iasă din acest nivel de viață. Mulți sunt încă în pregătire pentru beneficii legate de câștiguri. Mulți sunt mulțumiți de îngrijirea socială și nu vor să izbucnească din această viață. Cunosc pe cineva care lucrează în administrația publică și are, de asemenea, o diplomă de brutar-cofetar. Dacă ar fi vrut, ar putea lucra. Acesta este un grad ridicat de lene. Familia nu stă bine din punct de vedere financiară, dar totuși nu apare nevoia în familie să câștigă mai mult.

M.Sz.: La ce trebuie să acorde atenție tinerii pentru a deveni persoane de succes?

Aceasta este o întrebare dificilă. Văd că o proporție semnificativă a antreprenorilor începători preferă să își continue afacerea printr-o schimbare generațională. Piața este relativ acoperită, este dificil să intrăm într-un segment. Puteți pătrunde într-o zonă, de ex. acolo unde sunt necesare calculatoare și cunoștințe, dar ceea ce necesită capital este dificil. De exemplu, începerea unei afaceri comerciale sau de servicii este deja dificilă. Au avea nevoie de ajutor guvernamental și juridic. În cazul antreprenorilor individuali, am luat deja inițiativa către legislativ pentru a putea transfera într-o familie fără a plăti impozite. Acum acest lucru este posibil numai dacă antreprenorul moare prin moștenirea unuia dintre membrii familiei. Am inițiat faptul că, dacă cineva a atins vârsta de pensionare, poate iniția transferul afacerii către moștenitorul direct al unui membru al familiei fără a fi nevoie să plătească impozit la încetare. La încetare, activele existente sunt considerate venituri, dar în caz de deces, moștenitorul poate continua ca succesori legal. Conform normelor actuale, aceasta poate fi transformată într-o societate cu răspundere limitată de o singură persoană, dar și în acest caz există o plată de impozite inutilă. Propunerea noastră ar facilita transferul.

Sprijinirea șomerilor pentru a deveni antreprenori nu este o sarcină ușoară, deoarece există multe experiențe negative și aici. De multe ori antreprenorul sprijinit a eșuat și nu a avut din ce să plătească înapoi suma primită.

M. Sz.: Ce abilități trebuie să aibă tinerii pentru afacerea lor?

Cu siguranță este nevoie de cunoștințe profesionale. Dacă doriți o brutărie, trebuie să știți cum să faceți pâine. În plus, există oportunități de mentorat de care merită să profitați. De asemenea, și eu garantez un program de mentorat pentru o afacere din Bichișciaba. Aceasta funcționează în mod organizat și gratuit.

Ai nevoie de cunoștințe de marketing, atitudine adecvată, mentalitate. Trebuie să atragi cumpărători, aceasta fiind îngreunată acum de acest virus COVID. Este greu și pentru cei care erau deja pe piață înainte de pandemie, dar este și mai greu pentru antreprenori noi apărute pe piață. să nu înceapă unul nou.

M. Sz.: Ce direcție a trebuit să schimbați din cauza situației virusului?

Am fost pregătiți pentru învățarea la distanță cu ani în urmă, dar apoi a fost interzisă și acum ar trebui să facem de la o zi la alta,, dar în educația adulților nici nu avem voie să o facem în învățământul la distanță.

De parcă ar fi vrut în mod deliberat să nu facem nimic. Dacă am fi făcut activitatea noastră până acum, am fi murit de foame. A existat o piață și cererea angajatorilor, după care absolvenții noștri au fost angajați. De asemenea, am convenit cu companiile pentru a-și instrui colegii. Acum, de exemplu, 19 adulți au absolvit managerii de catering.

M.Sz.: De ce ar fi nevoie pentru a satisface nevoile angajatorilor companiilor?

În primul rând, există un mediu juridic cu privire la ce fel de educație are nevoie o persoană pentru a ocupa o funcție. Au fost introduși la doi ani de pregătire școlară, ceea ce încetinește ocuparea forței de muncă, nu accelerează. Aș fi relaxat lucrurile în așa fel încât - care este parțial inclus în legislație - aș putea găti mâncare în bucătărie ca ajutor bucătar. Îi învățăm de ce au nevoie. Dacă trebuie să prepari pizza, să faci pizza și să ai voie să lucrezi într-o pizzerie. Cu ajutorul bucătar, nu știi dacă se poate face. În Italia am auzit că în funcția de cererea angajatorului, potențialul angajat va fi instruit pentru poziția respectivă în doar câteva săptămâni. Dacă trebuie preparat pizza sau lasagna, atunci persoana va fi instruit pentru a face pizza și lasagna.

Fluxul de informații de la companii la instructori. Prin introducerea lor în centrele de formare profesională, flexibilitatea a fost îndepărtată de la formare. Centrele de formare profesională au fost transformate în nave materne de avioane mari, care vor avea dificultăți în mișcare spre direcția schimbării.

Nu cunoaștem posibilitățile de proiecte. Gama de instruirii susținute a reprezentat o parte semnificativă din veniturile noastre. Am instruit solicitanții de locuri de muncă înainte, dar nu știm încă pentru ce vom instrui și cum vor fi judecate cererile.

M. Sz.: Ați rezuma ceea ce considerați important?

Am vorbit despre tot. Consider că sistemul unificat de guvernare corporativă este inteligent, consider că programele digitale sunt importante și este importantă permiterea învățării digitale la distanță. Mulți bani din UE au fost cheltuiți pentru maghiarizarea Moodle, dar nici măcar nu sunt folosiți de centrele de formare profesională. Există un sistem gratuit pe care nu îl folosim. Profesorii trebuie să pună multă energie de a învăța să o folosească. Acest lucru ar fi trebuit să fie organizat de stat, astfel încât documentele digitale să fie centralizate. De asemenea, am reușit să o facem și noi astfel încât studenții să poată exersa și la examen să primească o sarcină diferită. S-ar putea face programe digitale uniforme, s-ar putea merge în acea direcție. De asemenea, am fi foarte bucuroși să împărtășim materia noastră, avem o mulțime de prezentări Powerpoint pe care le folosim în cursurile noastre. Mulți oameni nu folosesc funcția sa completă. La noi problema este că atunci când a fost interzis folosirea, atunci ne-am oprit cu folosirea ei și acum ar fi trebuit să învățăm din nou sistemul. Persoanele care au cunoscut sistemul au părăsit deja compania, dar am putea-o reporni. Ar trebui să mergem în direcția de a permite acest lucru în mod legal.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

13. Kopp Export-Import Kft. - Bichişciaba

Denumirea companiei: Kopp Export-Import Kft.
Anul fondării: 1992
Venit anual: 1043 milioane de HUF
Numărul angajaţilor: 26 de persoane
Activitate: construirea de clădiri rezidenţiale şi nerezidenţiale
Persoana interviuată: Kopp Márton, director de finanţe



M. Sz.: În ce sector se desfăşoară afacerea?

Suntem implicaţi în mai multe sectoare. Compania are un segment comercial şi unul de catering, în care operăm Taverna Veszely, iar profilul nostru principal este industria construcţiilor.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

A fost fondată în anul 1992.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaţilor companiei?

Lucrăm cu un total de 26 de persoane, precum şi cu un număr semnificativ de subcontractori

M. Sz.: Cât este venitul anual a firmei?

Am închis anul 2019 cu vânzări nete de puţin peste 1 miliard HUF.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei odată cu trecerea timpului?

Tatăl meu a început afacerea cu un profil comercial în 1990 sub forma unei societăţi individuale, iar în 1992 a devenit o afacere de familie datorită cantităţii de muncă rezultată din cererea mare, după care Szilárd Kopp, bunicul meu, a devenit şi el o figură definitivă a companiei. La scurt timp după aceea, a început extinderea profilurilor. Activitatea noastră principală a fost importul, renovarea şi vânzarea de mobilier antic şi de epocă cu o garanţie de trei ani. Aveam acoperire la nivel naţional, aveam şi revânzatori din Europa care vindeau mobilerele noastre. Activitatea a început de la o fabrică din Köröstarcsa. Comerţul cu mobilier antic a funcţionat foarte bine până în 2008, când a venit criza mondială şi a încetat cererea pentru mobilere de calitate. Mai târziu, tatăl meu, care lucra ca manager atunci şi acum – eu nu eram implicat în viaţa companiei la acea vreme - căuta o nouă direcţie, care era designul interior, astfel încât lucrătorii să nu trebuiască să fie trimişi în criză. În curând ne-am extins activităţile în toate domeniile industriei construcţiilor, astăzi putem întreprinde practic orice lucrare şi din 2008 industria construcţiilor este profilul nostru principal.

M. Sz.: În ce constă succesul companiei? Care sunt bunele practici?

Adaptabilitatea este cât de repede urmărim tendinţele pieţei şi dacă există o decizie de management, cât de repede o poate implementa compania. Cu cât o companie este mai mică, cu atât este mai uşor de gestionat, cu atât răspunde mai repede şi, pe măsură ce dimensiunea creşte ca o navă mare, devine mai dificilă şi mai lentă de gestionat. Am reuşit să menţinem rata

de creștere, fiind foarte concentrați pe urmărirea rapidă a pieței, pe măsură ce am crescut în dimensiuni, luând decizii rapide și controlate. Structura noastră organizațională joacă, de asemenea, un rol important în acest sens. Acum suntem mai mari decât am fost în 2008 sau chiar în 2019, aceasta necesită o adaptare constantă.

M. Sz.: În ce trebuie să mai dezvolte compania?

Trebuie să fim capabili să acordăm suficientă atenție fiecărui segment al companiei. Construcția este profilul nostru principal timp de 12 ani, ceea ce evidențiază că pe această arie punem accentul cea mai mare. Ospitalitatea și comerțul nu primesc atâta atenție cât ar trebui – în viitor trebuie să ne concentrăm mai mult asupra acestora.

M. Sz.: Digitalizarea a adus schimbări organizației? A afectat nevoile clienților?

Lucrăm cu un sistem centralizat de operare corporativă, am devenit o companie certificată ISO în acest an. De asemenea, lucrăm cu cel mai modern software în restaurant, cu PDA-uri, care simplifică și grăbește procesul de comandă. Birourile sunt, de asemenea, digitalizate la nivelul cerut, avem un server central și echipamente informatice de bază care sunt esențiale în lumea de astăzi.

M. Sz.: În industria construcțiilor mecanizarea a adus o schimbare din punctul de vedere a numărului de angajați?

În achizițiile noastre de echipamente, am acordat atenție posibilității de a oferi în mod continuu muncă colegilor noștri existenți. Există un fel de agitație în industria construcțiilor că vara numărul de oameni cu care lucrăm nu este niciodată suficient iar iarna este dificil să oferim cantitatea potrivită de muncă. Ne instruim în permanență colegii în funcție de nevoile pieței, deci cu cât cineva se pricepe la mai multe lucruri, cu atât este mai ușor să le oferim o muncă continuă. Creșterea numărului de angajații noștri este totuși continuă, dar simplifică semnificativ programele de lucru.

M. Sz.: Cum se va schimba ocuparea forței de muncă în companie?

Piața va dicta. În industria construcțiilor, aceasta este întotdeauna depinde de numărul contractelor încheiate, iar comerțul se desfășoară la un nivel normal și previzibil de ani de zile. Creșterea numărului angajaților din han este cu siguranță așteptat, deoarece funcționează de puțin peste 3 ani, iar dezvoltarea este semnificativă de la an la an. Virusul a îngreunat acum în mod evident calculele noastre anul acesta. Nici în situația actuală, nu avem motive să ne plângem.

M. Sz.: Cât de mulțumit sunteți de oferta de specialiști de pe piața muncii?

Există foarte puțini profesioniști, este dificil să găsești un specialist care să lucreze bine și aceasta este o provocare serioasă pentru toate segmentele companiei noastre. Nu există o problemă uriașă în comerț, dar situația în construcții și ospitalitate este foarte dificilă. Din fericire, am găsit profesioniștii potriviți, dar înlocuirea lor ocazional este o provocare uriașă.

M. Sz.: De ce au nevoie tinerii antreprenori pentru a fii de succes?

Pe măsură ce industria construcțiilor se dezvoltă, există o mare oportunitate aici. Cu un sistem KATA atât de favorabil, antreprenori individuali care lucrează în industria construcțiilor li se oferă tot ce au nevoie pentru a reuși. Piața este plină de oameni care au devenit antreprenori KATA, dar nu pot așeza o placă pe orizontală sau nu pot tăia în unghi drept. Cei care fac o treabă frumoasă se pot aștepta în zilele de azi la un trai sigur și la un salariu bun.

M. Sz.: Ce abilități trebuie să aibă tinerii pentru afacerea lor?

Chiar și atunci când contactăm clientul, este foarte important ce ton primim, deoarece clientul trage o concluzie potrivit acestuia. Cred că aceasta este o abilitate care poate fi îmbunătățită la toată lumea. Marketingul, comunicarea și managementul nu pot fi niciodată suficiente. Toate acestea sunt lucruri foarte importante, dar cel mai important lucru este să ținem de cuvânt, deoarece continuitatea are rezultatul. Cea mai mare valoare este atunci când ajungem undeva prin recomandare. Oricine pune puțină energie în publicitatea pe site-ul FB și își face marketingul acolo merită succesul, dar orice ar putea face omul dacă nu există performanță în spatele activității.

M. Sz.: Compania folosește instrumente de marketing online?

Da, avem și reclame Facebook, Instagram și Google Adwords. Acum lucrăm în principal cu reclame online.

M.Sz.: Ce investiții majore s-au făcut în ultimii ani?

Am construit noul centru de vizitare la CsabaPark, noi renovăm Casa Memorială Munkácsy, am participat la investiții energetice în școli și grădinițe, am construit un laborator de microbiologie la Budapesta pentru Ministerul Apărării. Am avut multe proiecte mari, am construit trotuare, piste pentru biciclete, am fost implicați în multe lucrări. Desigur, renovarea hanului Veszely noi am efectuat-o.

De asemenea, ne ocupăm de modernizarea energetică a condominiilor și a cooperativelor de locuințe. Am fost informați despre o lucrare din cauza schimbării a antreprenorului, terminând clădirea începută, care s-a dovedit că a fost o sarcină destul de dificilă. De atunci, există clădiri pe care le-am renovat de la început.

M. Sz.: Care este viziunea companiei, ce planificați?

Vom rămâne în această direcție și o vom face în anii următori cum am făcut până acum. Nu vedem necesitatea modificării sau extinderii profilului.

M. Sz.: Cum se poate extinde dezvoltarea ocupării forței de muncă în regiune?

Părerea mea este că doar cele persoane nu lucrează în zonă care nu vor să lucreze. Ospitalitatea este acum o excepție în timpul virusului, dar înainte s-a luptat cu o lipsă imensă de forță de muncă. Peste tot există un deficit general de specialiști, inclusiv, desigur, construcții și ospitalitate. Cred că este o problemă uriașă faptul că nu există mulți specialiști în județul Békés.

M. Sz.: Cum ar putea fi îmbunătățită formarea profesională?

Văd că tinerii nu vor să obțină o profesie. Practic, majoritatea ar dori o diplomă, în timp ce practica arată că, cu o bună calificare profesională, se pot câștiga mai mulți bani. Aici, faianțarii și zugravii câștigă o sumă de bani enorm de mult ca și antreprenorii individuali. Pentru mulți profesioniști nu este de ajuns limita KATA în acest an (12 milioane HUF). Pentru cei care lucrează frumos și la un preț bun și își asumă la fel de multă muncă ca în Germania, de exemplu, acest cadru se dovedește a fi prea puțin. Evident, există cheltuieli, dar ele pot prevala și în Ungaria.

M. Sz.: Ați aflat o tendință ca profesioniștii să vină acasă și să îi puteți angaja la companie?

Acum văd că oamenii au început să se întoarcă destul de încet în țară. Motivul pentru aceasta este impozitul, sistemul de impozitare KATA, așa cum am spus, este foarte favorabil, dar, din păcate, atât de încet încât nu urmează expansiunea pieței. Din 2017, a existat o astfel de consolidare pe piață, încât numărul de profesioniști care s-au întors din străinătate nu este suficient. Cred că migrația forței de muncă a încetinit acum, dar încă nu s-au întors suficienți.

M. Sz.: Compania are un rol social pe care l-ar putea evidenția?

Suntem sponsorii Clubului Athletic Kopp Békéscsaba de mai bine de 6 ani. În plus sprijinim organizații mici și mijlocii.

Consider că beneficiile de a deveni angajator sunt bune. Dacă cineva are o idee viabilă, atunci este o bună oportunitate de a-și face visele să devină realitate.

M. Sz.: Ce trebuie să aibă un tânăr pentru a deveni de succes?

Cu imaginație, rezistență și răbdare. Fantezia este deja necesară pentru idee. Povară să pună în aplicare și să facă o mulțime de muncă, deoarece de obicei lucrătorii independenți sunt întotdeauna cei mai ocupați. Și este nevoie de răbdare pentru a menține o persoană de cealaltă parte a calului, întrucât o cantitate semnificativă de bani trebuie investită în fiecare afacere pentru a avea o afacere previzibilă și profitabilă pe termen lung.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

14. KUKE Vendéglátó Kft. – Bichişciaba

Denumirea companiei: KUKE Kft.
Anul fondării: 1994
Venit anual 423 milioane HUF
Numărul angajaților: 41 de persoane
Activitate: ospitalitate
Persoana interviuată: Fodor Mihály director



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Ospitalitate.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

În anul 1994.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

Aproximativ 50 de persoane.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei?

Catering și evenimente. Mătușa Erzsike, crescută la restaurant ca bucătar și i s-a oferit ocazia.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei odată cu trecerea timpului?

Sunt în organizație de 8 ani, dar văd că dezvoltarea a fost dinamică.

M. Sz.: Cum s-a dezvoltat afacerea?

Catering a fost începutul și după aceea au venit solicitările la evenimente și ne-am prezentat și în locuri externe. Restaurantul actual a devenit o proprietate de închiriere, apoi a venit Kornélia Grill Bar, unde oferim deja catering a la carte, iar apoi am avut o altă dezvoltare Bistro-ul. Ceea ce aparține de companie este că multe bufete și cantine funcționează în operațiunea noastră. În prezent avem trei, dar am operat și patru cantine.

M. Sz.: În ce constă succesul companiei? Care sunt bunele practici?

Cred că fiabilitatea, este un anumit nivel de unicitate și în fiecare situație rezolvarea dorințelor oaspeților. Există momente în care zona tradițională trebuie păstrată, dar există momente în care sunt receptivi la o altă atracție din viața lor, dar sunt foarte curioși cu privire la aceasta.

M. Sz.: Care este raportul dintre meniu a la carte și organizarea evenimentelor?

Evenimentele atrag o mare parte a veniturii, dar cateringul este de asemenea important.

M. Sz.: Cu ce se distinge Kornélia de alte companii de catering?

Servicii de catering profesionist, atunci când vine vorba de a produce ospitalitate la nivel de restaurant pe un site în aer liber, suntem profesioniști la asta.

M. Sz.: De ce competențe ai angajaților este nevoie pentru ca cineva să lucreze cu succes La Kornélia?

Profesionalismul nu este primul lucru, ci o înțelegere profesională, netezimea pentru oaspete - într-un sens bun al cuvântului și o solvabilitate excelentă. Restul îl învață mai târziu.

M. Sz.: Digitalizarea a adus schimbări organizației?

Digitalizarea ne afectează constant. Există o mulțime de planuri online în zona mea, un aspect de cameră care poate fi utilizat pentru oaspeți. Pot prezenta un aspect animat mai mic. În restaurant și în zona de bucătărie, funcționarea sistemelor de restaurant și bucătărie, diferitele utilizări ale materialelor, inspecția bucătăriei, terminalele mobile, plăți online, plăți de transfer bancar.

Din punct de vedere al marketingului, site-ul nostru web este destul de popular printre oaspeții noștri. Folosim și rețelele sociale.

M. Sz.: Cum se va schimba ocuparea forței de muncă în companie?

Cred că va crește, deși situația actuală suprascrie aproape totul. Depinde cât de lungi vor fi închiderile.

M. Sz.: Ce trebuie să aibă un antreprenor individual pentru a deveni de succes?

Perseverența și continuitatea sunt primordiale. Perseverență financiară, deoarece este foarte lung să faci profitabilă o nouă afacere, mai ales în domeniul ospitalității. Perseverență materială și continuitate în moralul și producția muncii.

M. Sz.: Cât de ușor este să găsești profesioniști instruiți?

Este dificil și nu este sigur că calificările sunt remarcabile. Nu contează cât de calificat este un profesionist, căruia i se dă un certificat oriunde. Dacă nu are aptitudinea, perseverența și dorința de a lucra, nu contează deloc cu ce calificări profesionale este binecuvântat. Acest sistem a fost deja inversat. Un lucru este că ai calificări profesionale excelente în multe domenii și poți să excelezi la locul de muncă, dar 99,99% dintre oameni nu. Aceasta este cea mai mare problemă. Eu nici nu angajez studenți.

M. Sz.: Cum poate fi dezvoltată cultura muncii?

Am începe în domeniul educației. Tipul mai vechi de educație la care am avut parte și noi și părinții noștri. Dar grupul de vârstă după mine nu mai era educat spre muncă, ci despre orice altceva, confort care a adus cu sine că tinerii de azi nu doresc să lucreze. De multe ori tatăl și mama îi produc pentru el ceea ce are nevoie pentru bunăstare, pentru care el nu trebuie să lucreze nimic și nici măcar pentru banii de buzunar, copilul nu trebuie să lucreze.

M. Sz.: A fost o educație autoritară și a trebuit de lucrat pentru bani de buzunar, nu exista o lume confortabilă.

Chiar și acum, majoritatea studenților din formarea profesională sunt informați cu privire la ce au dreptul și ce nu pot face și care vor fi consecințele. Multe lucruri sunt fără consecințe. Cred că lipsește o educație consecventă și aceasta va fi o mare problemă.

M. Sz.: Cum poate cererea unui angajator să fie îndreptată către angajați de calitate?

Nu cred că întregul sistem de educație ar trebui transformat, dar fundamentele sale ar trebui schimbate din cauza atitudinilor. Elevii ar trebui să fie conduși la așa-numita muncă.

M. Sz.: Ce ar fi nevoie pentru ca o afacere să opereze cu mai mulți angajați?

Primul este stabilizarea pieței. Dezvoltarea și extinderea continuă este în planuri, dar pentru aceasta este necesară și piață. Nu este un secret faptul că intenționăm să preluăm restaurantul și bufetul Csaba Gyöngye. Cred că există multe zone neexploatate, posibilitățile și dotările sunt mai mult decât ceea ce a fost. Am reușit să ajung la un pahar de bere pentru că am rămas fără butoaie de bere pentru un concert corporativ plin. Nu cred că este o ospitalitate totală. Avem o mulțime de evenimente în decembrie la sfârșitul anului la companii, voi face evenimentul pentru angajații Csaba Gyöngye timp de un an. Dacă aș avea o cutie de instrumente, ar fi mult mai ușor. Primul meu lucru ar fi să deschid un birou de organizare a evenimentelor în Csaba Gyöngye. Am dori un bufet continuu. De multe ori, când ajung la un eveniment, bufetul este deschis, dar când programul s-a terminat, acesta este deja închis. De multe ori când organizăm un eveniment, vin oaspeții din afară să vadă dacă ai putea bea o cafea sau apă minerală? În această situație, clientul trebuie să fie servit și nu putem da nimic altcuiva. Se dezvoltă situații neplăcute.

Desigur, am dori să preiau pe bază de afaceri, deoarece văd potențial de afaceri în ea. Eu organizez evenimentul de la sfârșitul anului pentru 800 de persoane pentru banca Budapest Bank și am aceste comenzi în fiecare an. Nu este tot una dacă împachetez totul acolo sau dacă am o unitate mobilată.

Cum ar putea fi îmbunătățită formarea profesională?

Cunoștințele necesare dezvoltării sunt în mâinile formatorilor vocaționali și sunt transmise, doar că nu există intenția de a învăța acest lucru. Este nevoie și de perseverență în timp ce înveți lucrurile de la instructor.

Trebuie puse la punct fundațiile familiale, astfel încât să poată dobândi cunoștințe?

Nu cred că există o problemă cu tinerii. Cunosc mulți oameni care au copii de această vârstă. Părintele se plânge că copilul său nu face nimic. Atunci când un copil are o sarcină relativ serioasă din care ar putea să dezvolte copilul nu are chef, părintele îl protejează și preferă să o facă în locul copilului. Aici, problema este mai mult cu atitudinea părintească. Inacțiunea pe care o face copilul este predată părinților, nu există nicio așteptare de la copii. Nu spun că fiecare copil trebuie să facă ca mine să culeagă roșii, să spargă porumbul, lopata după porci.

Nu este nevoie de acest lucru, dar este nevoie de o anumită consistență. De ce trebuie să ajungă un copil la ora șase la serviciu? Pentru că atunci începe munca. Copilul spune că e prea devreme și îi somn. Da, și noi aveam somn, părinții noștri aveau la fel somn. Atâta timp cât lumea este lumea, ne ridicăm în zori și mergem acasă seara, dacă este nevoie. Există o grupă de vârstă ai cărei părinți lasă acest lucru.

Munca camerei i-a ajutat perfect pe părinți să facă cât mai bun pentru copil. Nu formarea profesională, ci copilul. Copilul nu trebuie să meargă devreme, să stea treaz până seara sau să fie copleșit. De ce să nu fie împovărat? Când va prinde un copil locul de muncă, dacă nu la o astfel de vârstă? Am fost mândru și mulțumit când am cumpărat ceva acasă pentru mamele mele din ceea ce am primit ca salariu în câteva zile. Să aibă toată lumea un telefon, dar nu au nici o țintă pentru care să pune pe de o parte bani. Nu-mi pare milă de ei, să trăiască așa cât pot, apoi vor fi ceva cu ei. La locul de muncă, cu siguranță nu vor fi capabili să reziste astfel și, mai presus de toate, nu vor avea o afacere de succes.

Baza este atitudinea. Mulți oameni nici nu vor să învețe, deoarece și un asistent poate câștiga 180 de mii de forinți.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

15. Netzita Kft. – (Netzita Srl.) Bichişciaba

Denumirea companiei: Netzita Kft.

Anul fondării: 1991

Venit anual: 55 milioane HUF

Număr de angajați: 10 persoane

Activitate: fabricarea țesăturilor industriale,
închirierea imobilelor

Persoana intervievată: Malatyinszki Tamás, director

Netzita Kft.

M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

M. T.: Compania Netzita Kft. Este o fabrică de țesături industriale. Cel mai cunoscut și preferat produs al nostru este plasa de țânțari și țesătura sită. Țesătura sită de exemplu se găsește în strecurătoare, există cinci tipuri de țesături de filtrare puțurilor, aceasta este utilizată în principal de săpători de fântână pentru a filtra nisipul, dar poate fi folosită și pentru a filtra lichidul de pulverizare sau orice altceva. În trecut am produs și țesături mai groase, care a apărut în țesăturile de prelucrare a proteinelor.

În plus, profiturile generate au fost investite în proprietăți imobiliare achiziționând la urmă imobiliare din centrul orașului pe care am închiriat-o. Există activitate economică în fiecare birou, aici se generează o cifră de afaceri semnificativă, le este mai ușor să plătească chiria lunară, decât în cazul unui apartament. În cazul în care un muncitor trăiește din salariu, rentabilitatea nu este la fel de bună ca în spațiile comerciale. Se poate cere o taxă de chirie mai ridicată pentru un magazin la parter sau pe partea stradală, decât pentru un apartament care este de obicei la etaj. Apartamentele se răspândesc în 20-25 de ani, iar spațiile comerciale în 10-11 ani. Mă aștept la o perioadă de recuperare a cheltuielilor de 10-14 ani. Astăzi nu există multe spații comerciale de vânzare, deoarece sunt prezenți pe piață investitori străini, care cumpără totul. Am investit în companii, în care pot ajuta în ceea ce privește partea de economisire. În firma mea de brokeraj, clienții au plătit 700 de milioane de prime în urmă cu 10 ani, acum suntem la 2,4 miliarde. Compania mea a investit chiar într-o companie imobiliară. Anterior, angajaților li se ofereau condiții proaste și am înființat împreună o nouă companie proprie.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

M. T.: În 28 octombrie 1991.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

M. T.: Lucrăm cu 10 persoane. 6 persoane în Mezőberény, aici în birou trei, și fiul meu care mă ajută la livrarea mărfurilor. Există 28 de persoane, care lucrează în compania de brokeraj și trei persoane care lucrează în agenția imobiliară. Mai mulți oameni ar putea lucra, dar nu putem găsi persoane cu calificare corespunzătoare, iar o diplomă tip „OKJ” nu mai este suficientă pentru acest tip de muncă. Cercetăm continuu posibilitatea angajării de oameni. Costul este același, dar probabil am putea să vindem mai multe imobiliare.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei?

M. T.: În 1988 a fost publicată noua lege economică și a fost publicată prima lege economică, după a fost posibil înființarea unei companii independente. Din 1986 până în 1990 am fost șeful departamentului tehnic la uzina Patex din Mezőberény. Știam despre această posibilitate, dar într-adevăr nu am putut începe un astfel de întreprindere. Am fost chemat înapoi la Compania de Construcții de Stat, atunci am devenit directorul general al companiei de închiriere de mașini și doi ani mai târziu am devenit directorul executiv și la compania „Darus Kft.” Am deținut în ambele afaceri o parte din companie. Am folosit scule foarte scumpe și am avut dorința ca aceste scule să aibă un proprietar bun, care are grijă de ei. Această am putut realiza doar ca și proprietari. Dacă persoana de macaraua nu este proprietarul, nu va avea grijă de ea în modul în care are grijă un proprietar. După aceasta am observat că este mai bine dacă într-o companie este un singur proprietar, deoarece nu trebuie să te conectezi întotdeauna cu cineva. Aveam o mulțime de idei în cap. În companii continuu am ținut întâlniri de membru și ceea ce am prezentat nu tuturor le-a plăcut. În prezent foarte mulți trăiesc din activitatea că cumpăr cât mai repede mașini mai mici cu care amenajează terenuri, eventual să implice la construirea caselor. Eu și soția mea am înființat societatea „Netzita Termelő és Szolgáltató Betéti Társaság”, deoarece am văzut că aceasta va fi viitorul. Compania „Darus Kft. și de atunci operează, iar cealaltă companie a fost desființată. La 5 mai 1995 am setat 5 mașini în Mezőberény cu tatăl meu, iar mașinile au operat între orele 6-14. Am avut o casă veche de familie acolo, în garajul căruia am lucrat. Am montat mașina de țesut, după care am început să producem plase de țânțari. Ulterior a existat o astfel de cerere pentru aceste produse, încât ne-am cumpărat biroul și cele două depozite.

În acel moment am început să trăim în epoca acumulării de capitale și a trebuit să decidem dacă cineva „dorea să fie deținător de sclav sau sclav”. Apoi a trebuit să decidem dacă își asumăm riscul și ne deplasăm într-o direcție de antreprenariat sau rămânem angajați.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei odată cu trecerea timpului?

M. T.: Profiturile din producție au fost investite în imobiliare și ulterior în companii. Problema cu producția este că atât de multe bunuri diferite au apărut pe piață de la aderarea la UE, încât în loc de 2-3 tipuri de produse trebuie să concurăm cu peste 25 de produse. Lucrăm aici, plătim salarii aici, plătim taxe publice aici și putem stabili un preț pe baza acestui lucru. De exemplu, am experimentat cu plase de țânțari din fibră de sticlă timp de șase ani, am găsit un producător de materii prime în Franța și am rezolvat impregnarea acestuia, dar a fost cu 100 HUF mai scump pe metru pătrat decât în Canada, unde au fost produse 100 de milioane de metri pătrați pe an. În perioada respectivă am produs 600.000 de metri pătrați, deci nu am dezvoltat această direcție în companie și producție. Este dificil ca producția să fie o forță motrice, deoarece pentru a se dezvolta în producție, o mașină de țesut costă 8-10 milioane de forinți, un muncitor conduce 8 mașini, ceea ce înseamnă 400 de milioane de forinți, în cazul țesutului impregnat este de 100 de milioane de forinți, clădirea 200 de milioane și nu am dorit să intru în capcana datoriei. Ca soluție am preferat să cumpăr imobiliare, deoarece acestea pot fi închiriate stabil în centrul orașului într-o locație bună, de fapt generează un venit constant. Tipurile mai vechi de mașini închid marginile țesăturii și asta este ceea ce le plac clienților. Avem în cunoștință viteza

mașinilor la care funcționează optim și mașinile sunt setate în așa fel. Achiziționăm materia primă din China, care s-a scumpit foarte mult, salariile la fel cresc în mod constant, astfel încât și prețul crește.

M. Sz.: Care este motivul succesului afacerii?

M. T.: Cred că este de succesul deoarece decizia este doar în mâinile mele, dar cei care sunt aproape de mine – fiul meu, soția mea, colegul meu – consult cu ei, fiindcă cu cineva trebuie să discut problemele, iar luarea decizii până la urmă tot o să fie sarcina mea. De obicei am idei bune, dintr-o mulțime de idei trebuie să elimin ceea ce nu se poate realiza, iar din esența ideilor trebuie puse în aplicare cele care pot fi susținute financiar. pe care o am pentru a pune în aplicare cele care pot fi susținute financiar. Pot accepta și posibilitatea dacă se formează o societate pe acțiuni (o echipă de patru sau șase persoane, care au experiență în profesia respectivă). De asemenea lucrez împreună într-o echipă de asigurări în care suntem trei proprietari. Aici la compania „Netzita Kft.” decid eu întotdeauna, dar peste câțiva ani aș vrea să transmit asta fiului meu peste.

M. Sz.: Care este nevoia dezvoltării companiei? În ce direcție doriți să dezvoltați afacerea?

M. T.: Viziunea este de a avea stabilitate. Nu putem sări într-o direcție foarte nouă, deoarece nu mai vreau să dezvolt producția, fiindcă că am trecut de 60 de ani. Anumite țesuturi speciale ar putea fi începute și dezvoltate. Din păcate, formarea în domeniul textilelor nu există în Ungaria. Nu avem inginer. Avem un inginer, care o să devină pensionar acum în 30 noiembrie. Avem mult noroc, fiindcă în continuu o să lucrează la noi. Fostul nostru inginer, care lucrează deja de la 14 ani la noi acum are 60 de ani ne-a comunicat că deja vrea să se retrage să fie cu familia. 46 de ani a lucrat la noi. Ceilalți s-au pensionat și nu există niciun specialist.

S-ar putea dezvolta o mașină largă, o mașină de 6-8 metri, o mașină mai rapidă, dar aceasta ar necesita schele speciale. Schela costă 100-150 milioane de forinți, aceasta ar putea produce orice țesătură, dar ar necesita un total de investiție plus clădirea. Fiindcă nu văd niciun progres în industria textilă nu am intenția să mă implic într-un astfel de investiție. În aria imobilelor la fel nu văd nicio dezvoltare, poate dacă compania ar avea un capital mai mare, ar putea fi dezvoltată cu o activitate de cercetare. O clădire de birouri poate fi amenajată din 1-2 miliarde de forinți. Împrumuturile pot distruge unele companii. Am putea implementa doar o dezvoltare pe care nu o văd încă, care ar fi propria noastră dezvoltare auto susținută și am putea genera un venit ridicat cu închirierea lor. Compania de brokeraj este în continuă evoluție, vin produse noi, pentru clienți negociem prețurile, astfel încât concurența nu poate să ofere un preț atât de scăzut ca noi. Din profiturile agenției imobiliare dorim să ne extindem în alte zone, de exemplu la Szolnok sau alte orașe. Compania „Netzita Kft.” cumpăra și ar închiria de la mine compania mea de agenție. Nu dorim ca cineva să ne expună odată dintr-o poziție pentru care am lucrat 10-15 ani.

M. Sz.: Digitalizarea a adus cu sine schimbare în organizație?

M. T.: În producție nu, deoarece la mașinile de țesut moderne de 50-60 de milioane de forinți totul este controlat de calculator, dar încă această dezvoltare nu am reușit să efectuăm.

Automatizarea contează foarte mult în compania de brokeraj, în compania imobiliară folosim tehnologia digitală și sistemele online pentru a ajunge la clienți. Datorită anunțurilor am fost nevoiți să dezvoltăm foarte mult.

M. Sz.: În ce măsură va schimba numărul angajaților?

M. T.: Nu cred că se va schimba. Dacă va apărea o oportunitate pe piață pe care o putem realiza atunci da, în caz contrar vom rămâne stabili la acest nivel.

M. Sz.: La ce trebuie să acorde atenție tinerii pentru a deveni persoane de succes?

M. T.: Este foarte important ca ei să își înceapă afacerea temeinic. Mai întâi să se stabilească profesional, apoi să-și asume riscul pentru a solicita un credit și să folosească oportunitățile oferite de stat. Se utilizează reduceri și scutiri de impozite. Dacă compania este stabilită profesional și are o piață, trebuie estimat veniturile la început. Este foarte important să fie rambursat mai întâi împrumutul și doar după aceasta să fie făcută un pas mare pe raza dezvoltării. Multe dintre afacerile mele a vrut să crească foarte repede la început, dar toată compania sa prăbușit. Problema este că situația economică mondială în sine poate răsturna o afacere. Un prieten al meu a construit un depozit frigorific de o sută de milioane de forinți, chiar și a funcționat foarte bine, dar din cauza crizei creditului, împrumutul de plătit s-a triplat și compania până la urmă a fost complet lichidată. Trebuie avut grijă ca compania să dezvolte treptat până când se ajunge la o stabilitate suficientă. Când se produce un rezultat, o rezervă, aceasta poate fi folosită pentru dezvoltare. Jumate sau trei sferturi să fie în bani. Trebuie plătite ratele, împrumutul, salariile angajaților, taxele publice, materiile prime, cheltuielile generale etc. Acest lucru în viața unei afaceri nu este ușoară. Dezvoltarea trebuie făcută în mod constant cu pași mai mici.

M. Sz.: Ce abilități fac ca un tânăr să aibă succes în ziua de azi?

M. T.: Pe lângă cunoștințele profesionale este necesar de cunoștințe financiare. Într-un fel trebuie născut pentru asta. Ciclul bani-marfă-bani este foarte important. Trebuie instruit profesional și să aibă cunoștințe financiare. Nu trebuie intrat în cele mai mici detalii, dar să vadă cadrele activității. Să știe că dacă intră un venit, atunci TVA-ul respectiv nu este banii lui și nici a companiei. Acolo rămâne foarte puțin profit, trebuie investit de câte ori este posibil. Un afacerist nu trebuie să fie iresponsabil și trebuie să aibă răbdare. De asemenea și noi am așteptat ani de zile până când am obținut primul milion de forinți profit. În primul an vânzările noastre a fost de 2,4 milioane, în al doilea 10, în al treilea 22, în al patrulea 22, în al cincilea 70 de milioane de forinți. Pentru creștere este nevoie de timp. Venitul întotdeauna trebuie întoarsă înapoi în afacere, nicidecum scos din firmă. De asemenea trebuie născut antreprenor, nu se poate învăța totul. Dacă cineva se înconjoară de profesioniști, o afacere poate funcționa foarte bine. Un lider are nevoie de o imagine bună asupra organizației. La o companie cu o mie de angajați sunt manageri funcționali. Un manager funcțional trebuie să aibă o cunoștință largă.

M. Sz.: Vă mulțumesc pentru interviu!

16. OrosCafe Kft. – (OrosCafe Srl.) Orosháza

Denumirea companiei: OrosCafe Kft.
Anul fondării: 2017
Venit anual:
Numărul angajaților: 13 persoane
Activitate: mass-media, publicarea ziarelor
Persoana intervievată: Nánási János director



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Mass-media, publicarea ziarelor

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

A fost fondată pe 9 iulie 2020. Înainte a fost „Média Kft.” De fapt putem spune, că compania este de mai mult de 20 de ani.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

13 persoane, care este numărul de angajați.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării companiei?

Pe de o parte, există un contract de servicii publice, care prevede că sarcina principală a presei Orosháza este de a informa populația despre evenimentele din oraș. Materialele trebuie publicate, care sunt în legătură cu deciziile orașului, ale guvernului local, ale organului reprezentativ, indiferent de partidele politice.

Scopul este de a informa populația despre toate lucrurile pe care municipalitatea Orosháza le oferă în legătură cu instituțiile conexe. Informații culturale, sociale și de sănătate. Trebuie să apară în toate cele trei medii: televiziune, scris și media online. În fiecare, cu o procesare adecvată. Aceasta depinde de locul în care trebuie să apare.

M. Sz.: De ce este afacerea unul de succes? Care sunt bunele practici?

Dacă vorbim despre realitate, aș evidenția cu siguranță resursele umane care lucrează în ea. Gândirea în echipă este de asemenea importantă. Subiectul dat să fie procesat de nu doar o persoană, ci de întreaga echipă. Mă gândesc aici, de exemplu, la televizor. Dacă aveți o idee, un material, atunci cum va arăta procesarea. Este important ca oamenii din Orosháza și cei din așezarea din jur să poată transmisia emisiunii.

M. Sz.: În ce trebuie să mai dezvolte compania?

Punctul nostru forte este munca în echipă, exploatarea sinergiilor și crearea echipei editorial în așa fel încât o persoană să primească sarcinile în modul corect - adică împărțirea sarcinilor - și în cadrul acestuia determinarea greutății a sarcinilor, modul în care sunt procesate.

Știrile trebuie procesate în fiecare mediu. Acestea ar trebui să fie ponderate și numai cele mai relevante subiecte ar trebui prezentate în toate cele trei medii. Fiecare material din două sau trei medii ar trebui să apară în stilul adecvat, iar conținutul editorial și materialul vizual ar trebui să fie editat cum trebuie. De asemenea, este important întărirea importanței materialelor vizuale.

M. Sz.: Ce impact a avut digitalizarea asupra afacerii?

În acest moment, digitalizarea a crescut la un nivel atât de mare, încât o mașină cumpărată în 2016 - care era atunci potrivită pentru sarcină - nu va mai fi adecvată în 2020. Echipamentul trebuie actualizat la fiecare 2-3 ani. Datorită aparițiilor la televizor și pe internet, se încarcă tot mai multe materiale video. Acest lucru poate fi văzut pe de o parte pe „Orosházi Városi Televízió” (Televiziunea Orașului Orosháza), pe de o altă parte, și în ziarul online OrosCafe. Un sistem informatic care a fost bun în 2016, în 2020 a trebuit să-l reînnoim complet. Aveam și tehnologii mai vechi, cum ar fi un player de difuzare, pe care trebuia să le înlocuim complet. Există o dezvoltare constantă, trebuie să ajungem constant la nivelul potrivit cu tehnica.

M. Sz.: Ce instrumente ar putea fi utilizate pentru creșterea numărului de angajați? Ce este nevoie pentru ca cât mai multe persoane să rămâne în zona aceasta?

În prezent există un deficit de forță de muncă. Există o lipsă de resurse umane instruite corespunzător. Pot spune că această lipsă se regăsește în fiecare domeniu al companiei noastre. Dacă vorbim despre pozițiile de jurnalist sau editor, majoritatea posturilor sunt ocupate, dar nu cu o echipă de calitate cu care ar trebui să fie. De exemplu, am încercat să luăm legătura cu Universitatea din Szeged, unde predă comunicarea și mass-media, în cadrul cărora sunt specializați. Cred că dacă ne gândim la un jurnalist, la un editor, s-ar putea să nu fie acoperiți de cunoștințe obținute în tematica mass-media și comunicare. Când cineva parcurge un curs de bază și trece la master, este posibil că nu este posesorul cunoștințelor de bază. Problema este că nu există resurse umane adecvate. Cei care ar fi potriviți nu sunt sigur că ar alege orașul Orosháza, ci vor merge mai degrabă la Budapesta. Trebuie să spun că nici la Szeged nu merg, ci toată lumea este orientată spre Budapesta sau granița de vest.

Chiar trebuie să fim atenți pe companii, dar și companiile trebuie să fie atente. De exemplu, care sunt nevoile lor de muncă, pe cine vor să angajeze. Nu văd de unde ar putea obține muncitori calificați. Probabil că există o lipsă de forță de muncă, o lipsă de forță de muncă calificată. Acest lucru este tipic pentru mai mulți antreprenori din zonă.

M. Sz.: De ce au nevoie tinerii antreprenori pentru a fii de succes?

Acum, de fapt, mulți oameni cred că toată lumea este păcălită puțin de sistemul fiscal KATA. Pentru ca cineva să fie un bun antreprenor, trebuie să aibă abilitățile potrivite. Celălalt lucru este necesitatea dobândirii a unei cunoștințe de bază despre economie și antreprenoriat. A face afaceri în mod echitabil se poate face prin cunoașterea deplină a pieței, cunoașterea punctelor forte și slabe, ce fel de piață de recrutare există, unde poate ajunge, cu ce activitate, serviciu poate dezvolta și nu în ultimul rând învățarea continuă. Tehnologia evoluează constant și nu ar trebui să te gândești să devii milionar imediat.

Partenerii care pot fi clienți externi sau interni trebuie contactați în mod corespunzător. Nu funcționează să fii antreprenor, să te îmbogățești de mâine și să mergi imediat cu super-mașini, să ai un super apartament și să faci super călătoriile în toate părțile lumii.

Tinerii de astăzi, cu vârste cuprinse între 21 și 22 de ani, dacă are o diplomă, crede că este cel mai deștept, cel mai priceput și chiar comunică asta. Eu personal despre aceste persoane nu văd că au posibilitatea de a deveni oameni de succes. Nu văd din așa ceva că va avea succes. Este nevoie de o umilință față de muncă pe care o face.

M. Sz.: Ce poate ajuta la dezvoltarea ocupării forței de muncă în viitor? Ce poate sprijini stabilirea companiilor în regiune?

Am depus un proiect pe professional.hu, cu tematica că căutam un editor online. A fost afișat că căutăm personal pentru un loc de muncă din Orosháza. Oamenii au depus aplicațiile fără să citească apelul. Își aruncă CV-urile și aplică din Budapesta, Győr sau doar din județul Nógrád. Nu știu ce cred acești oameni. Oamenii trebuie să fie responsabili și să știe ce vor și cum vor să o facă, să nu fie superficiali. În prezent, numărul de selectați este zero.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

17. Petőfi Kulturális Közhasznú Nonprofit Kft. - Orosháza

Denumirea companiei: Petőfi Kulturális Kht.

Anul fondării: 2002

Venit anual: 100 milioane HUF

Numărul angajaților: 57 de persoane

Activitate: operarea instituțiilor de artă

Persoana intervievată: Lajti Tímea, director



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Acest lucru este foarte complex. La noi compoziția activității este extrem de colorată. Ne ocupăm cu turism, cazare, educație publică, precum și sarcini obligatorii, organizarea de evenimente și marketingul orașului.

Activitatea principală este îndeplinirea sarcinii culturale publice.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

Ca și „Kft” funcționează de 10 ani. Acum, în contextul de 50 de ani de cercetare, am descoperit că funcționează de fapt din 1953. Funcționează în centrul orașului din 1970, mai întâi ca cerc de lectură și ca bibliotecă, mai întâi ca Kht, apoi ca Kft.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

A fost complet diferit anul trecut decât este acum. Anul trecut am lucrat cu 17 persoane în companie și apoi a venit partea de mass-media, cu ei am fost 30. Există o mulțime de lucrători ocazionali și avem un număr de lucrători contractuali. Numărul de angajați permanenți a fost de aproximativ 17 ani anul trecut și au fost cel puțin la fel de mulți oameni care s-au alăturat echipei ca lucrători ocazionali, pe bază de comision sau ca antreprenori. Acum avem în total 53 de angajați și avem și alți parteneri.

M. Sz.: Cât a fost venitul anual din anul trecut?

Operăm într-un sistem special, deoarece este complet diferit răspunsul, dacă întrebăm în feluri următoare: Cât a fost veniturile noastre? Venitul nostru combinat cu subvenția? Venitul nostru independent? Obținem asistență pentru îndeplinirea sarcinilor. Conform contractului de servicii publice, primim sprijin pentru operațiune. Există și câteva evenimente pentru care primim la fel subvenții: sărbători naționale, spectacole de teatru, găzduirea ONG-urilor. În plus depunem aplicări pentru proiecte. Avem chiar multe evenimente de proiect. Închiriem spații, facem publicitate - pentru că mass-media a făcut parte din noi. Din iunie, mass-media nu mai face parte de noi, dar în continuu avem partea de hotel, cazare și am primit și marketingul orașului.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei? Care este obiectivul principal? Care este misiunea?

Proprietarul își propune să opereze servicii, care pot aduce un plus vieții locuitorilor orașului din punct de vedere cultural și economic, luând în considerare nevoile și interesele orașului. De mult am trecut linia când doar construirea comunității sau serviciile culturale sunt importante pentru proprietar. Este important pentru funcționarea companiilor de aici - restaurante, magazin de cadouri, furnizor de servicii etc. - oricine vine aici și folosește serviciul nostru ar trebui să li se pară consumator. Este vorba și despre evenimente mari, au fost mari până acum și vor fi și mai mari în viitor. Aici putem furniza noi înșine spațiul pentru evenimente, cazare și servicii complexe. Toți furnizorii de servicii din oraș au, de asemenea, o oportunitate prin intermediul nostru.

M. Sz.: De ce este afacerea unul de succes? Care sunt bunele practici?

Este bine că orașul are propria companie de organizarea evenimentelor și cazare. Pe de o parte, pentru că cunoaște interesele locuitorilor orașelor, cunoaște compoziția demografică, are o experiență update.

Centrul de evenimente este oferit, nu numai propriile evenimente își poate desfășura în condiții ideale. O organizație externă dintr-un alt oraș care dorește să implementeze orice program îi putem oferi, de asemenea, un mediu de infrastructură corespunzător. Este bine pentru ei, deoarece pot veni într-un astfel de mediu și este bine pentru noi, deoarece ajută la reputația orașului Orosháza.

M. Sz.: De ce este util ca un oraș să opereze un hotel?

Ar putea fi mai bine să poată implementa un serviciu care să țină seama de interesele orașului. Orice serviciu pe care poate oferi un hotel privat, îl veți primi și aici. În același mod oferă un mediu cultivat, mâncare de calitate și spa. Dar dacă veniți la marile companii care își desfășoară activitatea în oraș ca parteneri de afaceri, este extrem de important pentru noi să le gândim diferit. Sunt contribuabili, plătesc impozite acestui oraș. Parteneriatele sunt diferite. Suntem loiali grupurilor de interese apropiate de oraș.

Pentru noi nu contează dacă un grup de artă, un grup de performanță sportivă sau un partener de afaceri al unei organizații economice ajunge în orașul nostru, trebuie să abordăm această problemă destul de diferit, deoarece interesul orașului este primordial. Trebuie să fim mai sensibili. Nu trebuie să operăm compania în pierdere, dar profiturile mari nu sunt prioritatea, trebuie să stăm în spatele ei, trebuie să susținem această activitate. Vom fi gata în curând cu spațiul comunității, cinematograful, pista de bowling și centrul de conferințe. Nu vorbim despre un hotel, ci despre o suprafață de șase hectare și jumătate, unde există posibilitatea de sport, divertisment și recreere. Fie că cineva vine singur sau într-o comunitate, toată lumea va găsi ocazia pentru ei înșiși, chiar dacă cineva vine la noi pentru muncă. Nu trebuie neapărat să vă gândiți la administrarea unui hotel așa cum ați face atunci când serviți o familie tradițională. Suntem diferiți de alții, că dacă vizitatorul ajunge în oraș în orice scop individual, sau în grup, sau chiar cu familia abordarea noastră față de oaspete va fie diferită.

Atitudinea noastră față de operarea hotelurilor este una în care avem în vedere interesele comunității și a orașului.

M. Sz.: În ce trebuie să mai dezvolte compania?

Orașul contribuie în prezent la dezvoltarea infrastructurii noastre cu un împrumut de dezvoltare. Acesta este utilizat pentru instalarea aparatelor de aer condiționat pe tot etajul 2. Am avut un singur etaj climatizat cu 25 de camere, iar acum o să avem tot etajul 2. În plus, vom renova complet 15-25 de camere. Nu știm numărul complet, deoarece cu siguranță vor exista surprize cu defalcările. Va fi un pas semnificativ în viața orașului montarea aparatelor de aer condiționat și renovarea camerelor.

Infrastructural, bucătăria este încă o problemă, în parte am dezvoltat deja lucruri mici. Este importantă o bună organizare a muncii. Există comori aici, dar nu la locul potrivit. Multe valori pot fi create prin încredințarea lucrătorilor cu o sarcină diferită sau mutarea lor într-o altă zonă.

În ceea ce privește personalul și colegii, pot spune că sunt profesioniști foarte buni lângă mine în munca mea de zi cu zi, care sunt colegi noi. Există mulți profesioniști buni și printre cei vechi, doar că ei nu știu încă că sunt buni profesioniști. Trebuie întors gândirea oamenilor, și trebuie făcut ordin în capul lor. Dacă există voința de dezvoltare, atunci o să avem o echipă de primă clasă. Dacă nu, trebuie schimbat și sortat în experți. Simt și cred că există o oportunitate mare în personalul nostru. Îndrăznesc să mă opun oricui consideră contrariul sau spune că nu se poate face bine. Acei lucrători de aici au ratat cea importantă împingere pentru a le arăta și a-i convinge că sunt buni profesioniști. Ei pot realiza foarte mult dacă vor.

Cel mai bine vândut produs din oraș este centrul spa care aparține proprietarului hotelului. Aici vorbim despre o gândire comună și în acest sens. De asemenea, este important și pentru spa să adauge mai mulți oaspeți, să intre în marketing cu evenimente și hoteluri. Cu o mie de fire, se leagă această companie de toată lumea și de orice din oraș. Discutăm cu orașenii despre evenimente, funcționarea casei de cultură, discutăm cu turiștii și oaspeții care vin la ei sau cu orice grup de interese. Cei mai mari 10 contribuabili ai orașului s-au așezat aici la această masă și am discutat cu liderii orașelor despre modul în care putem oferi companiilor orice servicii - fie că este vorba despre livrarea de alimente, gestionarea evenimentelor, conferințe, clienți de afaceri -. Evident, este în interesul proprietarului ca oamenii să se simte bine aici și să iasă toți vizitatori din hotel cu o experiență pozitivă.

M. Sz.: Aveți nevoie de o schimbare în marketing?

Suntem noi în toate. A trecut jumătate de an din aprilie de când am preluat funcția. Am fost închise timp de două luni și jumătate. Nu vreau să spun cifre, pentru că nu am închis încă acest an financiar, dar se pare că am obținut rezultate destul de frumoase, în ciuda faptului că COVID-ul a intrat în viața noastră pentru a doua oară.

Avem nevoie de marketing. De asemenea, am început o călătorie și în acest sens. Există deja modificări și avem nevoie de îmbunătățiri, dezvoltări suplimentare, dar mergem în direcția bună. Avem idei, profesioniști, numai avem nevoie doar de ceva timp pentru a implementa ideile.

M. Sz.: Digitalizarea a adus schimbări în viața companiei?

Pentru noi, o relație personală este cea mai importantă. Pe noi ne motivează când teatrul de 400 de locuri este plin, când sunt 3-4.000 de persoane afară la eveniment sau când putem primi oaspeții hotelului la ușă cu o mâncare delicioasă frumos servită. În marketing și pentru a ajunge la oameni da, dar altfel depinde de situație. Acum da, pentru că vom susține concerte online, vom difuza programe, ne-am deschis expoziția online. În mod normal foarte puțin.

M. Sz.: Cum se va schimba ocuparea forței de muncă în companie?

La începutul celui de-al doilea val a COVID-ului, vă pot spune că există o problemă uriașă și am făcut deja tot posibilul pentru a ne asigura că putem plăti salariile angajaților. Pentru aceasta, sprijinul municipal este inevitabil, oferă stabilitate. Sper că dacă cineva se uită la activitatea noastră, va vedea că merită să primim acest sprijin. Muncim foarte mult, ne-am săturat de această situație. I-am spus conducerii că, dacă rămânem numai șase și trebuie să gătim mâncare, livrăm-o, o vom face. Acum există un management cu care merită să mergem mai departe. Dar când va fi din aceste 53 de persoane, 20, 10 sau chiar șase, nu pot să spun în caz de urgență. În normalitate, da. Dacă revenim la normal - ceea ce cred că va dura cel puțin doi ani - atunci (acest lucru este valabil și pentru marketingul în oraș, PMK), va rămâne à la carte și vom avea nevoie de acel lucrător suplimentar dacă va fi mai mulți oaspeți la hotel și evenimente.

M. Sz.: Ce poate ajuta la dezvoltarea ocupării forței de muncă în viitor? Ce poate sprijini stabilirea tinerilor în regiune?

S-ar putea rezolva dacă ne-am întoarce unii la alții mai uman. Dacă nu invidia ar motiva oamenii. În acest sens, însă, liderii orașelor au un rol important, în special primarul. Caracterul și personalitatea sa influențează foarte mult caracterul întregii așezări. El a fost ales de locuitori. Cum ajunge la acești tineri, cum îi ajută - și nu neapărat financiar. Poate că aceasta este o viziune și visez, dar în ultimii 30 de ani mi-am realizat 90% din visele mele. Evident, într-un oraș mare, acest lucru este mai greu, dar poate fi rezolvat și acolo. Reprezentanții din diferite domenii trebuie să lucreze pentru a urmări aceeași abordare ca primarul și pentru a face aceeași treabă. În așezările mici este totul este complet dat. Până la 1.000 de persoane, nu înțeleg de ce ceva nu poate funcționa. Dacă de exemplu cineva deschide un mic magazin - a existat o inițiativă în Transdanubia. De asemenea, am fost găsit cu ideea că există un teren și vrem să creăm un nou tip de așezare acolo. Un medic, un negustor, un barman, o casă de cultură - se dă una din fiecare zonă.

Au fost convinși că, dacă se va face acest lucru, populația mai inteligentă va veni acolo și va exista crearea de valoare și atenție. Această se datorează faptului că cumpărăm sau folosim lucruri produse unul de celălalt. În orașele mici, cea mai mare problemă este că primari nu stau lângă oameni. Nu există construirea comunității, coeziune, loialitate, patriotism local, nimic. Toată lumea este închisă și fiecare își trăiește propria viață. Dacă evitați conducerea satului și dați un scop - de ex. plantați sensul giratoriu cu flori, municipalitatea va da floarea și haideti, ajutați-ne. Creând valoare, făcându-ți mediul mai frumos. De exemplu, fiul lui Lajos este mecanic auto. Primarul îi spune să nu mergi la un mecanic auto care este cu trei sate mai încolo, ci să ai încredere în el. O va putea face, dar pentru aceasta necesită un bun profesionist. Dacă

cineva își deschide magazinul, nu-i face rău. Uită-te la ce poate oferi, spune-i ce îți lipsește. Dacă mătușa Juliska are nevoie de 10 kg de orez B, data viitoare să facă cumpărături în magazinul respectiv. Locuitorii nu vor sprijini companiile multinaționale dacă primesc ceea ce este mai ieftin, sau chiar la același preț ca și la companiile multinaționale. Pe aceste companii mari nu-i pasă de ce aveți nevoie, oferă calitate ieftină și slabă în cantități mari. Dacă aș începe să adaptez oferta la nevoile din așezări sau raioane, nu ar fi nici o problemă. Dacă liderul ales ar sta lângă el și va da un exemplu că el însuși a băut cafea acolo, locuitorii aș urma pe el. Construirea comunității este cel mai important, și dacă vă pricepeți la asta, trebuie doar să puneți serviciul lângă ea. Poate că aceasta este doar o viziune, dar am încredere în ea. Toată lumea poate fi contactată. Dacă liderul este potrivit, atunci se poate rezolva. Există multe așezări pe cealaltă parte a Dunării, unde locuiesc, construiesc și operează în acest fel.

M. Sz.: De ce au nevoie tinerii antreprenori pentru a fii de succes?

Să nu vor să se îmbogățească rapid și să aibă succes instant. Să nu doresc să fie pe primul loc instant. Trebuie să aibă răbdare să aștepte acest lucru și nu aibă dorința întotdeauna recunoașterea socială, ci să fie de ajuns o recunoaștere normală pentru ei și familiile lor. Milioane vin când învață acest tip de smerenie când începe o afacere în orice profesie.

Cu siguranță este nevoie de cunoștințe, trebuie să fii un om de știință al unei profesii. Cu siguranță ai nevoie de trăsături de personalitate pentru a avea talent pentru asta. Chiar dacă voiam să fiu croitoreasă, nu puteam învăța în viață pentru că nu am nici răbdare, nici dexteritate pentru ea. Trebuie angajat buni profesioniști și aceasta costă bani. Nu începem o afacere cu ideea că am cinci angajați, și ei o să rezolvă totul. Mai întâi lucrez cu maximum o persoană și familia mea și dacă pun ceva pe masă, acesta poate fi extins ulterior. Să aibă cunoștințe, cunoștințe profesionale. În lumea de astăzi, deja o diplomă de colegiu ajută foarte mult. Nu neapărat în practică, în practică aveți nevoie de abilități. La aceasta trebuie adăugate cunoștințe teoretice. Credem că nu învățăm prea multe la școală.

Ba da. La școală, ei ne luminează despre lucruri - fie la o conferință economică, fie la o conferință profesională - când devii proprietarul cunoștințelor pe care nu le poți obține nicăieri altundeva, doar la școală. Poate că nu îl veți considera important atunci, dar mai târziu veți realiza că - cu cât sunteți mai în vârstă și mai experimentat - că ați câștigat mulți lucruri în acei ani. Exemplele de bune practici ar trebui cu siguranță luate în considerare. Nu este rușine să înveți de la ceilalți. Sunt în această arie de 30 de ani și mă uit în continuare la programul fiecărei case de cultură și îmi încurajez colegii să facă același lucru. Simțiți-vă liber să sunați colegi pentru că nu putem pierde nimic. Cel mult, o să primești un răspuns nu. Dacă este normal, vă va ajuta. În sectorul privat aceasta funcționează diferit. Toată lumea invidiază, își închide lucrurile, dar cred că trebuie să ne uităm la ceilalți, la ce sunt ceilalți mai buni, fie în marketing, fie în calitate, nu este rușine să învățăm de la alții. Să nu vrem să fim cei mai deștepti și mai iscusiți pentru că în ziua de azi nu vom putea fi. Perseverența, consecvența, impulsul, reînnoirea sunt esențiale. Nu trebuie supradimensionat aceste cuvinte, pentru că sunt în mulți oameni, doar că sunt speriați. Cel mai important, să nu ai dorința de a deveni milionar în două săptămâni!

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

18. Szitamax Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. – (Szitamax Comerț și Servicii Srl.) Bichișciaba

Denumirea companiei: Szitamax Kft.
Anul fondării: 1992
Venit anual: 110 milioane HUF
Numărul angajaților: 25 de persoane
Activitate: industria tipografică
Persoana intervievată: Szabó Béla, director



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Industria tipografică.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

În anul 1992.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

8 persoane.

M. Sz.: Ce venituri are compania?

110 milioane de Ft.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării companiei?

A fost o întreprindere forțată. Am fost trimis de la companie unde am lucrat.

M. Sz.: Care sunt activitățile dvs. exacte, cu ce puteți rămâne pe piață?

Proiectăm imagini corporative și tot ce conține de ea. Sigla companiei, de la mașinile de agenți până la mărfuri, la ambalarea produselor, publicație de PR, publicație profesională, haine de lucru, totul ce are embleme.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei de-a lungul timpului?

Întotdeauna pe piață noile tehnologii au modelat activitatea noastră actuală.

M. Sz.: În ce constă succesul companiei? Care sunt bunele practici?

Încorporăm întotdeauna noi tehnologii, pe care apoi introducem pe piață.

M. Sz.: Digitalizarea a adus schimbări în viața organizației?

Nu simțim încă impactul, dar cred că va simțim și noi în viitor. Compania va fi mai eficientă.

M. Sz.: Cum se va schimba numărul angajaților în companie?

Practic, această dimensiune de companie cu această cifră de afaceri, acest număr de angajați știe. Este încă posibil creșterea numărului de angajați a companiei cu maximum 10-20%, dar după aceea ar trebui gândit la un salt mult mai mare. Dacă ne-am gândi la o sumă care depășește 500 de milioane HUF, am putea crește numărul de angajați, dar atunci am avea nevoie de o structură complet diferită în companie. Ar trebui formată o bază de clienți diferită. Am ajuns astfel la maxim cu acest număr de angajați și structură de companii, după care sunt necesare alte instrumente mai inovatoare. După aceea, compania ar avea nevoie de manageri, de oamenii de sub manageri. Trebuie să vă gândiți la volume mai mari de muncă. Aici, microîntreprinderile ating limita performanței lor la în jur de 10 angajați. De aici, ei pot trece la una mai mare, dacă există piețe pentru serviciul/produsul respectiv, dacă își pot permite să intre pe piața europeană. În caz contrar va rămâne în acest sistem de întreprinderi mici și practic o să lucrează aici pentru un salariu mare. Un salt mai mare este necesar ulterior pentru a fi luat în serios și pe alte piețe.

M. Sz.: Trebuie să existe o dimensiune adecvată pentru a putea profita de eficiența tehnologică. Pentru aceasta este nevoie de instrumente și mașini, care pot extrage amortizarea, creditul și salariile.

În practică, nici banca nu împrumută 30 milioane HUF unei companii de o sută de milioane, deoarece factorul de risc este ridicat, să zicem de exemplu în cazul unei inovație. În cazul unei dezvoltări mai mari, 30 de milioane este o unitate foarte mică, deoarece o injecție de active începe de la 100 de milioane de forinți și după aceea mai este necesară și dezvoltarea organizațională pentru a avea un venit din vânzări de 500 de milioane. Nu am văzut nici o companie mică crescând până la 100 de milioane și apoi 200-300 de milioane pentru că efectiv se blochează. În cazul antreprenorului individual, de asemenea, este un plafon de 30 de milioane pe care un antreprenor individual nu îl poate sări. Dacă sunteți un antreprenor individual cu o profesie obișnuită, puteți ajunge la 30 de milioane, deoarece după aceea aveți nevoie de dezvoltarea unui sistem, trebuie să ieșiți din afacere și în acest fel reușiți să creșteți. La o afacere de 5-10 oameni, poate crește la 50-100 de milioane și apoi din nou avem nevoie de un sistem mai mare, mai multă inovație. Anterior, UE a oferit un sprijin foarte bun pentru fuziune pe un site comun.

Acesta a fost un ajutor nerambursabil cu o intensitate de 90% pentru o piață țintă similară. Dacă spunem că construim o expoziție și avem nevoie de un tâmplar, lăcătuș, decorator etc. apoi au reușit să lucreze într-o dezvoltare comună a sitului. În vânzarea încrucișată aceste se întăresc reciproc. A fost o direcție bună, dar companiile din Ungaria nu erau atât de dezvoltate în acel moment. Acum sunt deschise pentru aceasta, dar nu au bani. Dezvoltările occidentale au venit mai devreme decât ne-am dezvoltat noi în creier. În aceste gânduri, suntem în urmă în creier timp de 15 ani. Nu am învățat capitalismul, ci doar am băjbâit și nici antreprenorii nu au învățat. Nici pe piață nu existau companii multinaționale, unde micile IMM-uri maghiare puteau învăța structura organizațională, disciplina furnizorilor etc. Putem învăța multe de la companii multinaționale, gestionarea clienților, organizarea muncii și multe altele. Au un avantaj imens în timp. Ca și cum noi am intra pe piața din Cuba. Va exista din nou capitalism liber, dinastia Castro va dispărea și vor începe procese similare, ca și cum a fost la noi acum 30 de ani, în

timpul schimbării regimului. Privatizarea va începe acolo. Aceasta a fost la fel la noi când a trecut pe piața maghiară. Investitorii de aici care au venit aici au știut ce se va întâmpla și ce se va întâmpla. Cuba are o economie cu deficit mare și multe produse pot fi vândute, piața poate fi construită. Oamenii sunt într-un fel dependenți de a cumpăra.

M. Sz.: De ce au nevoie tinerii antreprenori pentru a fii de succes?

Trebuie să aveți răbdare din punctul de vedere a afacerii dvs., lucru pe care nu îl văd la tineri în multe cazuri. Acum sunt tot felul de cursuri, în ziua de azi nu trebuie să înveți de la ceilalți, dar totuși văd că nu întotdeauna funcționează ca tânărul să meargă la școală, iar după școală să mai meargă la cursuri. Această învățare până la moarte ar trebui să fie prezent în viața tinerilor, să nu fie rușine învățatul. Ei gândesc în felul următor: am învățat deja destul, doresc să încep viața antreprenorilor. Viața antreprenorilor constă la fel învățare continuă, doar că nu toți tinerii înțeleg acest lucru. Persoana de succes va fi una cea care este umilă față de muncă și învățare.

La fel am fost și eu când eram tânăr. Cred că este pur și simplu un nivel de maturitate socială. Mentorul meu mi-a spus să fiu revoluționar la 18 ani, dar dacă te gândești la fel la 50 de ani, ești prost. Nu poți fi revoluționar la 50 de ani.

M. Sz.: Ce alte bune practici ați putea menționa?

M-am uitat întotdeauna la concurenții de pe piață pentru a vedea în ce direcție merge compania. Le țin în minte până în ziua de azi. Văd multe companii care nu privesc concurența. Cunosc o companie care a cumpărat o imprimantă largă și a chemat decoratorii din zonă cu informația că poată imprima și spre surprinderea lui, a primit informația că mulți dintre ei au imprimantă. El nu a făcut nicio cercetare de piață sau viziunea sa asupra pieței este foarte îngustă. Nu se uită la cine și în ce direcție se dezvoltă, unde se mișcă. Acest lucru poate fi învățat la fel de la companii multinaționale. La Pepsi, fiecare acțiune este „codată” într-un fel până la ultimul moment, astfel încât concurenții să nu o poată copia. Există un nivel de bază de monitorizare automată a concurenței.

Văd că nu vrem să investim bani în coaching, în cunoștințe, pentru că nu simțim o rentabilitate imediată a investiției. Există un contraexemplu în acest sens, deoarece la Csaba Talk Gyula îi instruieste pe angajații lui. Are un coleg pe care a înscris la un curs special – poate lucra cu spumă ignifugă - și aceste cunoștințe păreau încă foarte scumpe atunci, dar acum o mulțime de oameni îl caută și vor să facă acel curs. Astfel de pregătire doar el are în zonă și fiecare companie de construcție o caută. Se simțea ca o risipă de bani atunci, dar acum își binecuvântează mintea să-și trimită omul la studiu. El vede cât de important sunt cursurile pe care se pot transforma în profit. Nu doar propria ta pregătire, ci și formarea angajaților este la fel de important. Nu este întotdeauna cel mai important lucru că persoana respectivă câștigă bani câștigă, ci și condițiile de muncă, atitudinea față de muncitori. Dacă respecti aceste lucruri și concurența dorește să angajeze unul dintre angajații tăi, nu este sigur că va reacționa pozitiv pentru această cerere. Acestea sunt lucruri importante. În urmă cu 15 ani, construirea echipei nu era încă importantă.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

19. TopLaptop Kft. – (TopLaptop Srl.) Bichişciaba

Denumirea companiei: TopLaptop Kft.
Anul fondării: 2008.
Venit anual: 529 milioane HUF
Numărul angajaților: 13 persoane
Activitate: vânzare cu amănuntul de calculatoare, unități periferice și software
Persoana intervievată: Balázs Zsolt director



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

În prezent, sectorul IT. Lucrez încă pentru o altă companie, Mix Hungary Kft, care construiește și operează rețele de telecomunicații. În prezent conduc două companii. Una este a mea, în cealaltă lucrez ca expert.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

În 14 octombrie 2008. Afacerea are 12 ani.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

13 persoane, dar se schimbă constant.

M. Sz.: Care este profilul principal?

La început am lucrat ca o companie comercială, acum ne-am îndreptat mai mult către servicii. Lucrăm ca o companie de proiect, serviciul a crescut foarte mult. Întrucât comerțul IT clasic a mers complet în direcția web și am văzut că la ceea ce putem fi buni este serviciul. Ideea este că a trebuit să restructurăm afacerea în ultimii ani și comerțul s-a restrâns complet pentru clienți persoane fizici. Mai degrabă, am prins proiecte mari, am făcut investiții mai mari și am construit compania pe baza de servicii.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei?

Practic, când am lucrat pentru o altă companie cu partenerul meu de afaceri în 2008, acea companie a încetat să mai existe. Am rămas aici în Békéscsaba cu un grup de parteneri vii și nu am vrut ca această activitate de 5-6 ani din timpul nostru să se piardă. Am început propria noastră companie cu această clientelă. A fost cam o situație de constrângere. Lângă am fost și antreprenori individuali, dar nu am vrut ca această piață să se piardă și ne-am înființat propria afacere.

Anterior, comerțul cu amănuntul era principalul obiectiv și publicul minim. În ziua de azi, piața este mai publică și mai puțin revânzătoare. Serviciul, stabilirea structurilor de rețea pentru administratori și suportul IT al sectorului IMM-urilor și al sectorului corporativ sunt semnificative. Lucrăm pentru EON, am lucrat pentru MOL ca subcontractor.

M. Sz.: De ce este afacerea unul de succes? Care sunt bunele practici?

Credem că oricine nu răspunde la condițiile pieței, pierde, cine reacționează la nivelul pe care îl poate păstra, cine poate răspunde eficient la condițiile pieței poate evolua. De asemenea și noi a trebuit să reacționăm, a trebuit să vedem poziția noastră pe piață într-un mod complet realist. Uneori a trebuit să luăm decizii complet dure, chiar și atunci când a fost vorba de închiderea magazinelor. Este important autocritica, evaluarea condițiilor pieței și crearea soluțiilor eficiente.

Desigur, pentru aceasta este nevoie de un cerc de angajați buni, de o mică echipă loială. Pot enumera mai multe aspecte importante. Principalul lucru este că sunt necesare decizii de conducere, un cerc de parteneriat bun, o structură bună a angajaților, care sunt buni profesioniști și loiali. Fără aceste aspecte nu puteam susține compania.

M. Sz.: În ce trebuie să mai dezvolte compania?

Căutăm în permanență punctele unde mai putem dezvolta. Piața se micșorează din ce în ce mai mult în ceea ce privește investițiile guvernamentale. Din partea comerțului, ceea ce am putea fi mai bun este să găsim noi piețe. De asemenea, avem loc de îmbunătățire în ceea ce privește comunicarea.

M. Sz.: Ce impact a avut digitalizarea asupra afacerii?

Practic, pot menționa ca o tendință că funcționarea afacerilor s-a digitalizat complet. Nu pot imagina o afacere fără o rețea IT. Contactul cu clienții s-a mutat în mare parte pe spațiul online. Este clar că acest lucru ne oferă în mod clar posibilități de muncă. Acestea trebuie configurate, întreținute și protejate de confidențialitate.

M. Sz.: Ce schimbare va aduce 5G companiei?

Practic, îl pot aborda din partea telecomunicațiilor, dezvoltăm în mod constant turnurile. Deoarece dezvoltăm o mulțime de rețele semiconductoare, există o mulțime de rețele EDGE care ne oferă exact lățimea de bandă, astfel încât aceste sisteme să poată funcționa ulterior. 5G se bazează pe rețeaua semiconductoare.

Chiar și acum, structura este foarte nouă și cu ochii și urechile deschise, așteptăm cu nerăbdare să vedem beneficiile direcției dispozitivului, comunicării sau conexiunilor VPN. Acesta este încă un semn de întrebare pentru noi. 5G este aici, știm, vedem, gestionăm, dar nu avem încă informații empirice. Așteptăm cu mare respect și cu nerăbdare.

M. Sz.: Cum se va schimba ocuparea forței de muncă în companie?

Căutăm în permanență colegi cu experiență și cunoștințe profesionale adecvate și căutăm în permanență de lucru pentru acești colegi. Dacă putem obține suficientă muncă, trebuie să punem în spate capacitatea umană potrivită. Lucrăm constant la acest lucru. Secțiunea transversală este îngustă, este dificil să găsești un coleg bun. A fost o perioadă de timp, când am reușit să creștem colegi din studenții noștri.

Sunt încrezător că vom avea de lucru și vom putea construi capacitate forței umane.

M. Sz.: De ce au nevoie tinerii antreprenori pentru a fii de succes?

Mai presus de toate, dacă un tânăr antreprenor are o idee bună, prima dată trebuie să hotărască mai exact ce își dorește să facă în cadrul companiei. Să dețină competențele profesionale pentru domeniul respectiv. În plus, este important să aibă o strategie financiară și umană adecvată. Este esențial un contabil bun care este mai mult un contabil fiscal care să-i spună la ce să fie atent în acest moment, care sunt noile reguli și așa mai departe.

După acestea poate să ne contacteze, îi dăm o rețea nouă pe care și o monitorizăm.

Este important să vezi cu ochii limpezi. Bani câștigați de multe ori nu sunt toți al antreprenorului, mai ales dacă este vorba despre o activitate de comerț. Trebuie cunoscut povara fiscală, și știut cum este construită piața. Un bun antreprenor cercetează piața, înconjoară concurența. Înainte de a începe o afacere, aș ține cont de acestea. Ceea ce contează este cât de mult pot realiza, ce condiții de piață există? Cât de saturată este piața? Cât de unică este activitatea? Cum pot să dau mai mult sau să dau altceva, fie în comerț, fie în serviciu.

Este nevoie de o structură bună în fundal, care să fie potrivit din punct de vedere financiar, legal, pentru a menține afacerea în ordine.

Disciplină, umilință în personalitate. Disciplina profesională, financiară. Este nevoie de un grad ridicat de muncă grea, viața antreprenorială este un lucru muncitor. În lumea de astăzi, există o bună oportunitate în mâinile celor care pot face afaceri. În orice caz, o mulțime de porți se deschid. Amintiți-vă, un antreprenor individual nu are un singur șef, ci toți clienții săi sunt șeful antreprenorului. Această situație de asemenea trebuie tratată în mod corespunzător și din punct de vedere moral.

Personal, aș desfășura un curs pentru tineri în care afacerile existente - companii care există de zece, douăzeci de ani - le-ar transmite informațiile experiențiale. Ceea ce au greșit aceste companii să nu facă antreprenorii noi fondate.

Bunicul meu a spus că modul în care nu trebuie să o faci este cel puțin la fel de important ca și metoda cum să o faci. Acesta poate să fie un pilon destul de important în viața antreprenorială. De multe ori poate fi important dacă știe că pe ce câmp minat să nu intre! Este important unde sunt capcanele. Este important să analizăm riscul, să adoptăm o abordare pro activă, un studiu de caz. Acestea nu sunt doar lucruri care sună bine. Nu poate fi ocolită la propriul său nivel. Este important să aibă informații de unde și spre unde se îndreptează. Trebuie să fie orientat spre obiective, să aibă o strategie financiară bună. Să fie conștient de sine și autentic, altfel va fi rănit în viața antreprenorială.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

20. UNIX TRANS Ipari, Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. – Okány (UNIX TRANS Industrie, comerț și servicii Srl.

Denumirea companiei: UNIX TRANS Kft.
Anul fondării: 2003
Venit anual: 544 milioane HUF
Numărul angajaților: 11 persoane
Activitate: Transport rutier
Persoana intervievată: Hógyes Imre director



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Transport rutier de marfă.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

A pornit ca societate individuală în 1996 și a fost transformată într-o societate cu răspundere limitată în 2003.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

11 persoane.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei?

Aveam 20-21 de ani. Nu am vrut niciodată să fiu angajat. Părinții mei erau și ei în afaceri.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei odată cu trecerea timpului?

De fapt, prin comerț, cumpărăm și vindem mai departe marfa. Vindem material împrăștiat, piatră, asfalt. De asemenea, ne-am extins cu subcontractanți suplimentari. Pentru a putea prelua cât mai multă muncă, a trebuit să implic și subcontractanți.

Un număr variabil de subcontractanți trebuie să implicăm (între 5 și 25).

M. Sz.: În ce constă succesul companiei? Care sunt bunele practici?

Punctualitate, fiabilitate.

M. Sz.: Digitalizarea a adus schimbări în viața organizației?

Da, sigur. A trebuit să ne adaptăm. Înainte erau doar ore manuale, dar chiar și acum mergem cu ceasuri și carduri digitale, trebuie să ne ținem de ore, trebuie să ne adaptăm.

M. Sz.: Cum se va schimba ocuparea forței de muncă în companie?

Nu mai vreau să cresc, asta îmi ajunge. Douăzeci și câțiva ani în profesie sunt suficienți. Site-ul trebuie extins, peste 10 mașini este nevoie deja de alte permise, intrăm într-o categorie diferită. Este suficient pentru mine.

M. Sz.: De ce au nevoie tinerii antreprenori pentru a fii de succes?

Este nevoie de răbdare. Fiecare tânăr dintr-un an sau doi își dorește să atingă nivelul pe care l-am atins eu în 26 de ani. Răbdare.

Ei trebuie să fie fiabili, punctuali, credibili. Am ajuns până aici pentru că nu am înșelat pe nimeni, am livrat livrările la timp, ceea ce am promis.

M. Sz.: În ceea ce privește regiunea, cum ar putea fi sprijinită ocuparea forței de muncă?

Nu mi-am putut da seama. Dacă ar fi mai mulți investitori pentru aceasta, mai multe construcții. Degeaba proiectele oferă mai mulți bani dacă nu există muncă.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

21. VASEX Kerekedelmi és Vállalkozási Kft. – (VASEX Comerț și Întreprindere Srl.) Orosháza

Denumirea companiei: Vasex Kft.
Anul fondării: 1990
Venit anual: 992 milioane HUF
Numărul angajaților: 25 de persoane
Activitate: Comerț cu amănuntul
Persoana intervievată: Polyák János director



M. Sz.: În ce sector se desfășoară afacerea?

Comerț cu amănuntul de feronerie, vopsele și sticlă. Ne ocupăm și de produse de investiții, ne marcăm ca un magazin de bricolaj.

M. Sz.: Când a fost fondată compania?

În 1990.

M. Sz.: Care este numărul statistic al angajaților companiei?

Anul trecut am avut 25 de angajați.

M. Sz.: Ce venituri are compania?

Un miliard de forinți.

M. Sz.: Care a fost scopul fondării a companiei?

După absolvirea facultății, m-am direcționat spre domeniul comercial. Compania făcea tranzacții cu produse din oțel, unde lucram. În jurul anului 1989 o mulțime de persoane au devenit șomeri, inclusiv și eu. Am vrut să continuu activitatea la care m-am priceput și care mi-o plăcut. și au fost pierdute o mulțime de locuri de muncă când s-a schimbat regimul, inclusiv locul meu de muncă. Am vrut să urmăresc ceea ce am înțeles și ceea ce am iubit.

M. Sz.: Cu câte persoane a început compania?

Eu cu tatăl meu, plus încă doi angajați principali.

M. Sz.: Cum s-a schimbat profilul companiei odată cu trecerea timpului?

În prima perioadă am crescut în comerțul cu profil din oțel, apoi până la sfârșitul anilor 90, marii jucători de pe piață au luat inițiativa în acest domeniu, oferta sa extins, așa că am apelat la comerțul cu alte câteva produse: vopsele, elemente de fixare, scule manuale. Aceasta a durat până la sfârșitul anului 2010. Acolo, în timpul crizei economice, am oprit comerțul angro și am început să lucrăm special cu un profil de retail. Apoi ne-am extins magazinul la o mie de metri pătrați și apoi am decis să deservim în primul rând utilizatorii finali prin activități de vânzare cu amănuntul.

M. Sz.: În ce constă succesul companiei? Care sunt bunele practici?

Afacerea are succes prin satisfacerea nevoilor reale, punând bunurile la dispoziția persoanelor cu o garanție locală. Avem un program larg de deschidere, suntem deschiși șase zile din șapte zile pe săptămână, avem un transport bun și avem multe locuri de parcare, se poate opri în fața magazinului. Avem o gamă largă de bunuri, păstrăm simultan 22.000 de produse pe rafturile noastre, ceea ce corespunde ofertei a 5 magazine specializate. Avem stocul complet și oferta a cinci magazine de specialitate.

M. Sz.: În ce trebuie să se dezvolte compania?

În principiu infrastructura noastră de comerț este destul de electric. Avem clădiri construite în 1960, 1990 și chiar din anii 2011-2012. Atât ruta clientului, ruta de marfă, cât și prezentarea mărfurilor pot fi gestionate cu aceste compromisuri. Dezvoltarea infrastructurii ar putea avea ca rezultat o experiență mult mai bună a clienților și eficientizarea activităților noastre. Pe această arie cu siguranță am avea nevoie de dezvoltare. Ținând pasul cu lumea digitală cu lumea, urmărirea mărfurilor în domeniul software este o provocare foarte grea, deoarece aceste produse și cunoștințele lor devin învechite foarte repede.

M. Sz.: Digitalizarea a adus schimbări în viața organizației?

Cu siguranță a adus schimbare. Astăzi, nu mai avem locuri de muncă în care alfabetizarea digitală nu este necesară. Aplicarea zilnică a tehnologiei informației este acum necesară în toate locurile de muncă. Nu există nicio slujbă în afacerea noastră în care calculatorul să poată fi evitat. Oricine are un nivel mai înalt de cunoștințe în alfabetizare digitală, el poate face o muncă mult mai confortabilă și mai productivă (achiziții, vânzări, ofertă de prețuri).

M. Sz.: Compania este capabilă să țină pasul cu schimbările digitale?

Situația noastră este foarte dificilă în sensul că alfabetizarea digitală nu mai este pe deplin suficientă pe piața muncii în cazul angajaților peste 35 de ani. Cunoștințele lor nu ne sunt deja suficiente, cei mai tineri ne părăsesc repede pentru că se dezvoltă într-un ritm foarte repede. Acești tineri sunt așteptați cu brațele deschise în aria industriei și administrației. În general noi obținem o ofertă peste cererea noastră din partea persoanelor peste 50 de ani dar și din partea lucrătorilor de 20 de ani. primim cereri de la lucrătorii de la vârsta de 20 de ani.

M. Sz.: Cum se va schimba ocuparea forței de muncă în companie?

Ne-am propus obiectivul de a menține nivelul, dorim să păstrăm angajații din punct de vedere a calității și a cantității. În fiecare an avem o fluctuație de 10-15% din cauza schimbării situației de viață, ne părăsesc din cauza unei mutări sau a altor ambiții și putem să spunem că înlocuirea lor este foarte dificil. Există cazuri în care trebuie să ne străduim de mai multe ori să găsim o forță de muncă adecvată pe termen mediu. Astăzi, datorită dimensiunii orașului Orosháza și a zonei sale de captare, dacă creșterea cererii de solvent ne aduce mai multe venituri din vânzări, aceasta va fi consumată în mare parte de gestionarea creșterii salariale necesare în fiecare an.

Având în vedere ultimii 5-7 ani, costurile forței de muncă s-au înmulțit. În comerț, este foarte dificil să creștem eficiența, deoarece nu putem crește prețul la nesfârșit.

M. Sz.: Care va fi impactul digitalizării asupra ocupării forței de muncă pe termen lung?

Digitalizarea este foarte necesară pentru a satisface așteptările statului. Astăzi, trei sau patru persoane se ocupă de sarcina de a implementa furnizarea datelor cerute în legea contabilității. Este nevoie de mult timp și energie pentru aceasta. Pe de altă parte, pentru traficul nostru de asemenea avem nevoie de digitalizare, care este rezolvat cu un software. Ne calculăm în viitor cu locuri de muncă digitale, unde va fi necesar un nivel ridicat de cunoștințe de calculatoare și aplicații.

M. Sz.: Cum poate ia compania lupta cu comerțul online? Pe termen lung ce strategie este utilizată?

Aceasta este o întrebare foarte interesantă. Este un risc foarte mare de a intra în comerțul online, deoarece este o profesie complet diferită față de comerțul offline și un risc foarte mare de a nu fii prezent pe platforma online. Conform strategiei noastre, în prezent nu avem un magazin web, nu avem un canal de vânzare online. Servim clienții noștri la nivel local, de pe raft. Noi bazăm pe clienți, care nu pot aștepta timpul de livrare pentru comerțul online și încercăm să oferim produse de care clienții au nevoie imediat și produse care nu suportă un cost de livrare. De exemplu un produs care costă 1000 de forinți nu suportă să fie adăugat un cost de livrare de 1900 de forinți. În prezent urmărim această strategie pentru a oferi o gamă largă de bunuri la nivel local.

Aparent, comerțul online este mai ieftin. Prețurile de aprovizionare în spațiul online sunt foarte mici. Celălalt lucru este că pentru a ajunge în fața consumatorului ca magazin web, trebuie suportat o mulțime de costuri de marketing pe Facebook și Google Adwords, iar pentru ca clientul să face clic pe produs este nevoie de prețuri foarte mici. Aceasta este deja o profesie complet diferită.

M. Sz.: De ce au nevoie tinerii antreprenori pentru a fii de succes?

Cred că merită construită o cunoștință foarte unică. Tinerii antreprenori trebuie să fie atenți la faptul că afacerea trebuie conectată de un serviciu. Comerțul poate fi interpretat numai prin mișcarea unor cantități mari de mărfuri. Dacă vă gândiți la comerț, gândiți-vă la segment. Dacă vând faguri de os, să vând cea mai mare cantitate și cel mai bun produs. Dacă cineva se gândește la un serviciu, trebuie să se gândească la un segment de activitate, unde poate fi construit un portofoliu de lucru. Fiecare afacere are nevoie de o anumită expertiză, dar nu poate plăti această expertiză prin intermediul unui angajat, ci o cumpără. Mă gândesc aici la securitatea muncii, protecția împotriva incendiilor, service-ul macaralelor, anti-înfundare etc. care sunt necesare în viața antreprenorilor, dar nu merită angajat o persoană în 8 ore pentru aceasta. Locurile de muncă profesionale sunt exact așa: în industria construcțiilor și transporturilor, există locuri de muncă, în care sunt necesare cunoștințe speciale și aceste cunoștințe nu pot apărea în cadrul unei companii, într-un angajat. Un nivel ridicat de cunoștințe poate fi vândut multor companii.

M. Sz.: Trebuie să se concentreze pe cunoștințe specializate pe care nu le pot permite ca un loc de muncă cu normă întreagă.

Da, de exemplu, taxa de mediu pentru produs, nu pot angaja un consultant, dar totuși trebuie să fac declarație, așa că folosesc un consultant care încă face acest lucru pentru 10-50-100 de companii. Astăzi, angajăm cel puțin 10 contractori externi, ale căror servicii le folosim în cazul necesității. Un bun exemplu este reparatorul de casă de marcat.

M. Sz.: Ce abilități trebuie să aibă tinerii pentru afacerea lor?

Trebuie să fie foarte hotărât, trebuie să aibă un scop de viață pozitiv. Trebuie să iubește cu adevărat ceea ce face și trebuie să facă această activitate foarte persistent. El trebuie să fie managerul, vânzător, furnizor de servicii. În practică, gama de calificare pe care trebuie să aibă un antreprenor este foarte complex. Evident, spațiul digital este instrumentul numărul unu pentru marketing. De asemenea, trebuie să miște bine în spațiul digital.

Trebuie să aibă o profesie iubită, cunoștințe de management pentru a putea conduce afacerea într-un sistem și o mare hotărâre de a face acest lucru. Pentru că vor exista probleme. Afacerea este un lucru foarte expus, un angajat lucrează și trăiește în condiții mai bune.

M. Sz.: Ce ar trebui făcut pentru extinderea sau menținerea locurilor de muncă create de digitalizare?

Nivelul de comunicare al oamenilor ar trebui îmbunătățit astfel încât să își poată exprima cel puțin nevoile, ceea ce pot oferi. Ei sunt apoi capabili să efectueze comunicarea pozitivă necesară pentru activitățile lor zilnice. Al doilea lucru este că, deși dezvoltarea digitală afectează în mod negativ numărul locurilor de muncă, totuși cea mai mare parte a muncii trebuie făcută pentru a cunoaște cât mai multe despre tehnologiile digitale. Nicăieri nu există un loc de muncă în care să nu fie nevoie să se utilizeze un fel de sistem digital. Managementul schimbării. Angajații devin confortabili la locul de muncă și nu își caută noi competențe, noi cunoștințe, ci se asigură doar că aceste elemente de confort sunt menținute. Acest lucru nu mai funcționează astăzi, deoarece lumea se schimbă foarte repede, astfel constant sunt create noi zone de confort prin combinarea pozițiilor în lumea muncii. Angajatul trebuie să intre în acest tip de modificare, pentru în acest tip de modificare ar trebui să fie introdus de angajat, astfel încât să nu fie acesta pierzătorul situației.

M. Sz.: Puteți spune bune practici care au făcut de succes compania Vasex Kft?

Interesele angajaților, interesele clienților, interesele furnizorilor și interesele proprietarului trebuie comunicate în mod constant și acest lucru ar trebui întotdeauna armonizat. Toată lumea se simte bine în afacere; furnizorului să-i placă să livreze, cumpărătorului să-i placă să cumpere, muncitorului ar trebui să-i placă să lucreze acolo, proprietarului ar trebui să-i placă să se afle în afacerea sa pentru că aceasta produce rezultate pentru el.

M. Sz.: Mulțumesc pentru interviu!

VIII. Prezentarea bunelor practici în anumite domenii ale afacerii

Am rugat 20 de lideri ai întreprinderilor care își desfășoară activitatea în județul Békés să ne spună motivul succesului și eficienței lor. Aceste întreprinderi includ microîntreprinderi și întreprinderi mici cu câțiva angajați cu o cifră de afaceri de câteva zeci de milioane de forinți și întreprinderi mijlocii cu o cifră de afaceri de câteva miliarde de forinți și un număr semnificativ de angajați. La selectarea întreprinderilor, am luat în considerare durata funcționării lor, structura activității lor în schimbare și potențialul lor de creștere.

Interviurile au confirmat că întreprinderile mici și mijlocii, cu 10-50 de angajați, sunt mult mai vibrante și mai stabile decât microîntreprinderile. Sectorul afacerilor mijlocii planifică și vizează extinderea afacerii, dezvoltarea site-urilor și dezvoltarea ocupării forței de muncă mult mai mult decât întreprinderile mai mici. Excepții sunt companiile de start-up (de exemplu, Herba Pharm Europe Kft.), care în ciuda existenței sale de câțiva ani, are venituri semnificative din vânzări și are aproape zece angajați. Practica arată că stabilitatea operațională a întreprinderilor mici și mijlocii, experiența managerilor lor și funcționarea sistemelor lor generează eficiență, extindere și dezvoltare semnificative. Eficacitatea utilizării subvențiilor este mult mai mare dacă aceste grupuri de antreprenori dispun de subvenții salariale, active și site-uri.

Scopul fondării unei afaceri este, în multe cazuri, să părăsească un loc de muncă anterior, să înceteze relația de muncă, adică să înceapă să funcționeze ca o întreprindere forțată. Antreprenoriatul familial este, de asemenea, decisiv, apărând în fundal chiar dacă profilul activității s-a schimbat deja în timp sau în același domeniu, dar într-un mod diferit. Cea mai mare parte a expertizei existente este utilizată de antreprenori pentru funcționarea lor, nu este obișnuit ca în întreprinderi să apară doar angajați care operează mediul profesional în așa fel încât proprietarul și managerul să nu înțeleagă domeniul dat.

Profilul și activitățile organizațiilor s-au schimbat rar în timpul activităților lor. Este posibil ca numărul site-urilor lor să fi crescut, profilul să se fi extins, dar activitatea de bază, industria fondurilor a rămas. Liderii au declarat că unul dintre secretele succesului lor este continuitatea operațiunilor, stabilitatea și perseverența în zona de activitate.

Bazele succesului, conform feedbackului lor, sunt cunoștințele profesionale stabile și perseverența. Un alt punct important este comunicarea cu angajații și clienții. Mai mulți oameni au spus că în activitățile lor de management pun un mare accent pe satisfacția angajaților și a clienților lor și și-au exprimat o mare umilință în acest domeniu. Al treilea domeniu comun este relația cu banii. Managementul veniturilor, reciclarea resurselor și investițiile continue în inovare și dezvoltare sunt elemente cheie pentru afacerile de succes. Al patrulea punct al succesului este monitorizarea continuă a mediului și a concurenței, adaptarea la schimbare și inovație. 4-5 companii au indicat, de asemenea, că alocă energie semnificativă pentru a monitoriza constant cele mai bune din domeniul lor și, dacă nu într-un sistem similar ca companiile multinaționale și investește pentru monitorizarea concurenței și pentru reînnoirea continuă.

Al cincilea element definitoriu este dezvoltarea și formarea continuă din partea lor și a angajaților lor. Formarea profesională de calitate, ca opțiune, poate fi una dintre cheile regiunii și, deși atitudinea, motivația și angajamentul angajaților au apărut, toți factorii, expertiza, deschiderea și flexibilitatea sunt încă în prim planul selecției.

Digitalizarea este văzută practic ca un instrument, dar nu se așteaptă o dezvoltare semnificativă de la aceasta. Conform literaturii, digitalizarea va declanșa în mod constant un proces de lucru în viața unei companii, dar nici munca vie, nici automatizarea completă a proceselor nu pot fi așteptate. Astăzi, calculatoarele, IT-ul și resursele semnificative sunt plasate în procesele administrative în fiecare flux de lucru al fiecărei companii, dar companiile se concentrează pe producție, servicii și oamenii din spatele acestora ca un creator de valori cheie. O proporție semnificativă a companiilor se așteaptă deja la cea mai mare expertiză informatică posibilă, dar chiar și în cazul persoanelor interviewate, a dominat utilizarea utilizată,

Pentru **tinerii antreprenori**, criteriul succesului a fost explicat în mai multe puncte. Cel mai important lucru este calitatea corectă a expertizei și competenței. A doua abilitate este răbdarea, perseverența. Ei au spus că tinerii în ziua de azi vor să reușească imediat în companii și la locul de muncă fără umilință, răbdare și practică. Antreprenorii care nu au reușit doresc să ia cât mai mulți bani posibil de la întreprinderi și să-i cheltuiască pe externalități. Mulți manageri au spus că au avut doar mici succese în primii câțiva ani și că au reușit să realizeze zeci de sute de milioane în vânzări de-a lungul deceniilor și că își investește în continuare rezultatele în afaceri. Autenticitatea și fiabilitatea sunt trăsături cheie, ele sunt formulate pur și simplu în așa fel încât ceea ce promit să fie ținut. Inițial, antreprenorul trebuie să înțeleagă multe activități; trebuie să aibă cunoștințe complexe despre profesie, procese financiare, marketing, contabilitate etc. Antreprenorii au evidențiat, de asemenea, entuziasmul, munca grea, determinarea și rezolvarea problemelor. Un antreprenor trebuie să fie capabil de a rezolva conflictele, atunci va avea succes dacă va trece testul timpului, va înapoia bani în companie, este credibil și persistent în obiectivele sale.

Pe baza răspunsurilor, **ocuparea forței de muncă în regiune** ar putea fi dezvoltată printr-o mai mare cooperare și un sprijin mai puternic pentru întreprinderile locale. Odată cu dezvoltarea potențialului economic, atragerea de noi afaceri în regiune, o rețea rutieră mai bună, proiecte de dezvoltare salarială, de mașini și de șantiere, companiile s-ar putea dezvolta mai bine. S-a subliniat, de asemenea, necesitatea dezvoltării formării profesionale, în multe profesii calificările nu înseamnă cunoștințe profesionale decisive și de vânzare, absolvenții nu au competențe semnificative - importante - pentru ei. Astfel de elemente de cunoștințe și trăsături de personalitate includ: cooperarea, flexibilitatea, umilința, adaptarea, răbdarea, fiabilitatea, independența și, în multe cazuri, fundamentele profesionale. Mai mulți lideri au spus că nu mai contează expertiza - el o va învăța - ci factorul uman, ce fel de personalitate, dacă vrea să lucreze, dacă vrea să se dezvolte și dacă este capabil să coopereze cu ceilalți și să rezolve probleme.

De asemenea, trebuie subliniat faptul că utilizarea produselor și serviciilor locale la nivel local - pentru populație și întreprinderi - ar ajuta multe companii să se dezvolte. Întreprinderile care lucrează în zone mai puternice din punct de vedere economic au explicat, de asemenea, că nevoile populației și ale antreprenorilor din regiune au rămas în urma celor din regiunile mai dezvoltate. Nu există doar un motiv financiar pentru aceasta, dar mulți nu știu de tehnologiile eficiente, instrumentele, produsele de calitate care sunt obișnuite în altă parte. Inerent acestei „ignoranțe” este că suntem cu 5-10 ani în urmă în industria alimentară, IT, tehnologie și în utilizarea dispozitivelor. Decalajul din spatele companiilor și persoanelor fizice înseamnă, de asemenea, o scădere a eficienței și profitabilității în comparație cu concurența, producția internațională, piața și serviciile. Procesul a apărut în industria alimentară, informatică, comerț, ospitalitate, agricultură. Dacă este dorit ca această zonă să se dezvolte, trebuie să aibă companiile cunoștințe superioare în această industrie, trebuie să aplice noi tehnologii, sisteme, procese de dezvoltare, să urmărească schimbările, să se adaptează, să inoveze continuu și să evoluează cu lumea.

IX. Rezultatul cercetării

Pentru a colecta posibilitățile de dezvoltare a ocuparea forței de muncă la nivel regional și a colecta bune practici, am intervievat microîntreprinderile, întreprinderile mici și mijlocii sub forma unui chestionar online. Grupul țintă a fost format din acele companii care și-au început afacerea din județul Békés și sunt bucuroși să-și împărtășească opiniile, calea spre succes. Un total de 53 de companii au răspuns, dintr-un total de 21 de sectoare. Aproape o treime dintre respondenți și-au început afacerea între 5 și 10 ani, în timp ce alți 36% și-au început afacerea între 10 și 30 de ani. Pe baza numărului statistic, 54,7% dintre respondenți (0-9 persoane) sunt clasificați ca microîntreprinderi, 39,6% (10-50 persoane) ca întreprinderi mici, iar restul de 5% (51-500 persoane) ca întreprinderi mijlocii. După activitate, 70% au răspuns din sectorul serviciilor, 11,3% din comerț, 9,4% din sectorul prelucrător, iar restul din alte domenii.

Începerea unei afaceri ar fi putut fi motivată de mai mulți factori. O parte semnificativă a celor spuse în interviuri a încercat să se elibereze de robia angajaților, în timp ce altele au început ca muncă forțată și au avut succes. Răspunsurile pre-formulate din chestionar au fost pregătite pe baza interviurilor. Aici, pe baza răspunsurilor cu mai multe întrebări, managerii și-au început afacerile pe baza progresului financiar (77,4%) și a dorinței de succes (67,9%). O proporție deloc neglijabilă din dorința de libertate (41,5%) și afacerea de familie, exemplul părintesc (34%) i-a încurajat să înceapă sau să continue o afacere. Desigur, au apărut și cazuri individuale (valorificarea oportunităților, deplasarea din cauza războiului, locuri de muncă proaste etc.), dar cele de mai sus reprezintă cea mai mare forță motrice.

Aproape două treimi dintre respondenți (66%) ar începe din nou afacerea, în timp ce alte 17% doar probabil, și aproximativ 20% răspunzând celor care nu sunt siguri sau au negat. Feedback-ul arată că entuziasmul pentru antreprenoriat în rândul respondenților este neîntrerupt și ei găsesc bucurie în activitatea independentă, în ciuda numeroaselor dificultăți și provocări. În următoarea întrebare, am examinat de ce tinerii de astăzi nu doresc să devină antreprenori? Pe baza întrebărilor cu alegere multiplă, pot fi observate cinci momente cheie:

- nu au capital (sau puțin) pentru începere;
- nu au idee de antreprenoriat (45,3%);
- nu au ajutor, mentor (56,6%);
- nu cunosc practica antreprenorială (60,4%);
- nu au curaj, un loc de muncă „fix” este mai sigur (54,7%);

Se poate observa că antreprenorii practicanți văd, de asemenea, impedimentul în mai mulți factori. Pe baza opiniilor, gândirea divergentă, recunoașterea oportunităților este una dintre căile și mijloacele de a dobândi mentalitatea antreprenorială. Ar fi oportun să se organizeze un schimb de idei orientat spre practică, instruirea generării de idei și gândirea împreună, dezvoltat împreună cu antreprenorii, în care tinerii să câștige încredere în sine și un mijloc de a-și atinge

obiectivele. Există multe forme de sprijin disponibile în capitalul inițial și există, de asemenea, posibilități pentru promovarea unui program de mentorat în mai multe forme.

Am adunat calitățile pe care antreprenorii practicanți le considerau importante și necesare pentru a conduce afaceri de succes. Sperăm că calitățile marcate vor da direcție și scop viitorilor antreprenori. Abilitățile indicate nu diferă de elementele formulate în interviuri. Cunoștințele și competența profesională aprofundată sunt evidențiate de aproape toată lumea cu formulări diferite. În plus, sunt evidențiate competențele financiare și competențele antreprenoriale. Fiabilitatea, precizia, umilința, angajamentul, dorința de dezvoltare, o bună comunicare, cunoștințele umane apar ca factori personali. Antreprenorii includ, de asemenea, capitalul de contact ca factor extern.

Succesul afacerii a fost, de asemenea, marcat în cea mai mare parte de expertiza, răbdarea și reținerea potrivite. S-a subliniat că, pe lângă credibilitate, acuratețe și fiabilitate, rezultatele care apar ar trebui să fie împărtășite, sârguință, perseverență și multă muncă necesară. Orientarea către clienți, atenția către oaspeți, clienții și flexibilitatea au revenit în mai multe răspunsuri. Din punct de vedere uman, factorul decisiv este că colegii și partenerii sunt selectați pentru sarcini în mod adecvat. Este important atât pentru producătorii, cât și pentru organizațiile de servicii să transforme rezultatul înapoi în îmbunătățiri și să nu-l scoată din afacere.

Datorită numărului semnificativ de afaceri de familie din Ungaria, am întrebat liderii companiei despre schimbarea generațională. Conform acestui fapt, aproape o treime dintre ei sunt afectați de problema schimbării generaționale, și aproape 85% dintre ei nu au o strategie de succesiune dezvoltată. Această sarcină este încă în fața întreprinderilor, deoarece un proces de predare neprelucrată poate însemna încetarea întreprinderii și valoarea sau proprietatea, la care s-a lucrat de mai multe decenii, poate dispărea.

X. Impacturi și oportunități transfrontaliere

Cooperarea dintre Ungaria și România în dezvoltarea economică continuă, comerț, ocuparea forței de muncă, protecția mediului, transport, logistică în multe domenii care afectează viața oamenilor. Una dintre posibilitățile apropierei frontierei este dezvoltarea comerțului și economiei bilaterale. În acest scop, în perioada de programare 2007-2013, Programul de cooperare transfrontalieră Ungaria-România a fost implementat utilizând sistemul instituțional comun și cadrul financiar comun continuarea a programelor INTERREG III.A. (Ungaria) și Phare CBC (România) 2004.¹ Au fost implementate 45 de proiecte pentru dezvoltarea pieței muncii și a educației, în timp ce 15 proiecte au fost implementate exclusiv pentru cooperarea piața muncii.

Acest program este continuat de Programul Interreg V-A România-Ungaria (Parteneriat pentru un viitor mai bun) în perioada 2014-2020, care este finanțat de FEDR. Cooperarea transfrontalieră și proiectele comune care vizează următoarele axe prioritare pentru ocuparea forței de muncă au primit finanțare nerambursabilă în cadrul cererilor deschise de propuneri:

- Dezvoltarea mobilității transfrontaliere durabile și eliminarea blocajelor (în ceea ce privește cooperarea și accesibilitatea);
- Dezvoltarea ocupării forței de muncă și sprijin pentru mobilitatea transfrontalieră a forței de muncă (în ceea ce privește cooperarea și ocuparea forței de muncă);
- Sprijin pentru cooperarea transfrontalieră între instituții și cetățeni (în ceea ce privește cooperarea dintre instituții și comunități).

Programele de mai sus aveau un puternic caracter transfrontalier și erau în interesul ambelor state. Al treilea amendament la Programul de cooperare a intrat în vigoare la 16 noiembrie 2020, iar partenerii trebuie să pună în aplicare programele cuprinse în acesta până la 31 decembrie 2023. Principalul obiectiv pentru ocuparea forței de muncă este promovarea ocupării forței de muncă durabile și de calitate și sprijinirea forței de muncă;

- Încetinirea creșterii emigrației din cauza potențialului economic slab și a lipsei parțiale a zonei eligibile din cauza oportunităților de muncă adecvate;
- Bariere administrative și probleme lingvistice, încetinirea mobilității pieței forței de muncă din cauza fluxului incorect de informații;
- Dezvoltarea unei piețe comune a forței de muncă poate reduce disparitățile regionale și transfrontaliere, poate crește nivelurile de ocupare, poate crește ratele de activitate și ocupare și poate atenua problemele structurale ale pieței forței de muncă.
- Ajută la îmbunătățirea condițiilor de infrastructură ale întreprinderilor care operează în zone eligibile, ceea ce poate duce la o rată mai mare de ocupare a forței de muncă.²

Ministerul Afacerilor Externe și a Comerțului a sprijinit minoritatea maghiară din România în cadrul Programului de dezvoltare economică Mureș sub formă de subvenții nerambursabile. Programul vizează creșterea nivelului de echipamente tehnologice și a capacităților de

¹ Sursă: <http://www.huro-cbc.eu/hu/>, descărcat, 2 decembrie 2020.

² Sursă: Cooperation programmes under the European territorial cooperation goal, https://interreg-rohu.eu/wp-content/uploads/2020/11/Programme_2014TC16RFCB049_4_0_en.pdf, descărcat, 2 decembrie 2020.

producție ale persoanelor fizice și juridice și de a utiliza mai bine capacitățile existente, instrumentele electrice agricole (tractoare) și dispozitivele cuplate, precum și alte echipamente, mașini și echipamente utilizate în cultivarea și producția agricolă și prin procurarea animalelor de reproducție.

A sprijinit antreprenorii individuali, microîntreprinderile mici și mijlocii pentru a-și crește nivelul de echipamente tehnologice și capacitatea de producție.³

Înființarea unei afaceri în România a avut, de asemenea, resurse semnificative, deoarece tinerii care au început o afacere în România au putut primi până la 50.000 de euro sprijin prin intermediul programului de stat Diaspora Start-Up. Scopul programului este de a atrage cetățeni români care locuiesc în străinătate și de a-i încuraja să-și înceapă propriile afaceri.⁴ În plus, a fost oferit sprijin pentru întreprinderile familiale existente și cooperarea între întreprinderile tinere în perioada 1 ianuarie 2017 - 28 februarie 2018.

Programul Interreg între România și Ungaria pentru 2021-2027 este în curs de dezvoltare, având următoarele obiective politice:

- O Europă mai aproape de cetățenii săi: prin strategii de creștere locală și sprijin pentru dezvoltarea urbană durabilă în întreaga Uniune;
- O Europă mai verde, fără carbon;
- O Europă mai socială: implementarea pilonului european al drepturilor sociale și sprijinirea ocupării forței de muncă de calitate, educație, competențe, incluziune socială și acces egal la asistență medicală;
- O Europă mai inteligentă: prin inovație, digitalizare, transformare economică și sprijin pentru întreprinderile mici;
- O Europă mai interconectată: cu transporturi strategice și rețele digitale;⁵

Ocuparea forței de muncă și educația de calitate vor apărea în programele de mai sus, iar dezvoltarea economiei va veni, de asemenea, în prim plan prin dezvoltarea competențelor.

Ungaria a definit direcțiile de dezvoltare în cadrul Conceptului de Dezvoltare Națională 2030 - Dezvoltare Națională și Dezvoltare Regională, care prezintă patru obiective de dezvoltare cuprinzătoare pe termen lung până în 2030. Două dintre aceste obiective (dezvoltarea economică pentru ocuparea forței de muncă care creează valoare, schimbarea populației, o societate sănătoasă și regenerabilă) au un impact asupra ocupării forței de muncă. Mai multe obiective specifice au apărut în această problemă de ocupare a forței de muncă:

- Creșterea capacității de reținere a populației din zonele rurale;
- Reducerea disparităților regionale, promovarea recuperării regionale și stimularea economiei;
- Spații conectate: asigurarea accesibilității și mobilității.⁶

³ Sursă: <https://szekelyhon.ro/static/anyaorszagi-tamogatasok-erdelyiek-szamara>, descărcat: 2 decembrie 2020.

⁴ Sursă: <https://www.maszol.ro/index.php/gazdasag/72078-50-ezer-euros-tamogatas-kaphatnak-a-fiatal-vallalkozok>, descărcat: 2 decembrie 2020.

⁵ Sursă: <https://interreg-rohu.eu/hu/5-tematikus-muhely-a-2021-2027-es-program-szakpolitikai-celkituzesenek-megismertetesere/>, descărcat: 2 decembrie 2020.

⁶ Sursă: <https://mkogy.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a14h0001.OGY>, descărcat: 2 decembrie 2020.

Creșterea competitivității, dezvoltarea economiei și dezvoltarea rețelei rutiere au toate un impact favorabil asupra mobilității și a ocupării forței de muncă. Cu toate acestea, nu trebuie să uităm că mobilitatea - și în special mobilitatea pentru ocuparea forței de muncă - este un proces bidirecțional. Dacă dezvoltăm rețeaua rutieră într-o țară, putem fi în măsură să facilităm emigrația, migrația sau chiar înființarea de site-uri de companii într-o altă țară.

Departamentul Economic și de Integrare Europeană al Camerei de Comerț și Industrie a Județului Békés și județul Békés asigură secretarul Secției maghiare-române a Camerei de Comerț și Industrie din Ungaria. Ei organizează constant evenimente, conferințe, întâlniri de afaceri. Pentru companiile înregistrate în organizație, se organizează în mod continuu consultări tematice, se organizează medieri partenerie româno-ungare și pot participa și la expoziții atât pe partea română, cât și pe cea maghiară. Camera este în legătură cu ambasadele și serviciile comerciale, camerele comune, sprijină activitățile administrative necesare pentru comerțul exterior (certificat Carnet ATA, semnătură Certificate of Origin, factură, legalizare documente). De asemenea, ajută antreprenorii în litigii internaționale și recuperare împotriva companiilor străine. BMKIK a participat la următoarele proiecte: RO-HU 2017, 2018, mobilitate - Leonardo da Vinci, transfer - Leonardo Innovation, mobilitate - Erasmus +, parteneriat - Erasmus.

Bunele practici transfrontaliere pentru dezvoltarea ocupării forței de muncă

Scopul rețelei transfrontaliere ROHU 331 pentru sprijinirea dezvoltării carierei profesionale în regiunea de frontieră este de a prezenta posibilitățile de formare profesională pentru a reduce lipsa de profesioniști. A fost înființat un centru mobil de orientare profesională pentru a introduce elevii în oferta de formare profesională, mutându-se în școli profesionale cu consilieri de orientare profesională. Achiziții de echipamente și conferințe de orientare profesională legate de centrul mobil de orientare profesională au avut loc anual în Békéscsaba și în trei centre raionale. Proiectul a implementat o aplicație gratuită de îndrumare profesională, care este capabilă să ofere informații despre formarea profesională, este posibilă căutarea unei instituții de formare și a unui loc de internship, precum are o bază de date filtrabilă. Prin implementarea proiectului este de așteptat să reducă deficitul de profesioniști, permițând mai multor persoane să aplice pentru ocupații de penurie și să corespundă mai bine nevoilor și resurselor de angajare în viitor.

Proiectul ROHU 380 Verba Docent își propune să promoveze oportunități de formare și de angajare pentru persoanele aflate în căutarea unui loc de muncă și pentru cei excluși social. 220 de persoane vor participa la 13 cursuri de formare în cadrul programului, vor avea loc 4 târguri de locuri de muncă și vor avea loc 3 conferințe în perioada 01.03.2019 și 31.08.2021. Programul este gratuit pentru beneficiarii. De asemenea, în Gyulavári va fi înființat un Centru de Instruire și Social, al cărui scop este să satisfacă nevoile de formare suplimentară ale celor defavorizați. Partenerul român va înființa de asemenea, un centru de instruire și cu ajutorul bazelor de date ale celor doi parteneri, va avea ocazia să coordoneze oferta și cererea de forță de muncă de pe ambele părți ale frontierei la târgul de locuri de muncă.

XI. Rezumat

Scopul principal al cercetării noastre este de a ajuta și motiva înființarea întreprinderilor din regiune prin colectarea de bune practici antreprenoriale care susțin dezvoltarea ocupării forței de muncă. Scopul nostru este, de asemenea, să prezentăm modul de gândire al întreprinderilor de succes, să explorăm domeniile în care este nevoie de sprijinul lor pentru a-și crește capacitățile de producție și servicii, extinderea întreprinderilor și creșterea numărului de angajați.

Pentru a dezvolta ocuparea forței de muncă, Guvernul Ungariei a făcut pași semnificativi, la care Uniunea Europeană a contribuit cu resurse semnificative în perioada de programare 2014-2020. În ceea ce privește rezultatele, rata șomajului a scăzut la 3,5% până în octombrie 2019 de la 12% în 2012, înainte de a crește din nou la aproximativ 5% în urma concedierilor legate de virus. În octombrie 2020, rata șomajului a fost de 4,3% în Ungaria, astfel încât 202 de mii de oameni încă nu au putut găsi un loc de muncă. Rata șomajului pentru persoanele cu vârste cuprinse între 15 și 24 de ani este încă remarcabil de ridicată (12,2%)⁷

În loc să asigure ocuparea forței de muncă publice și să sprijine economia socială, accentul politicii de ocupare a forței de muncă a devenit piața primară a muncii. În legătură cu criza virală, au existat concedieri semnificative, pe care guvernul a încercat să le atenueze cu intervenții specifice de dezvoltare economică. A existat un declin marcat în sectorul turistic; în ospitalitate, servicii de cazare. În această situație, întreprinderile - pe cât posibil - au încercat să păstreze numărul de angajați, pentru a asigura o muncă continuă cu mijloace de muncă atipice (telelucrare, angajare cu fracțiune de normă).

Zona Békéscsaba și Oradea și baza extinderii ocupării forței de muncă este de a profita de oportunitățile inerente forței de muncă locale și de a consolida poziției față de zonele centrale. Este necesar să se utilizeze mai bine condițiile locale, producția de produse specifice regiunii, tehnologii intensive în artizanat și introducerea pe piață a produselor cu valoare adăugată ridicată. O proporție semnificativă a produselor agricole lasă județele fără prelucrare. Dacă se îmbunătățește rata de prelucrare, se poate începe producția intensivă în artizanat, cu valoare adăugată ridicată, iar straturile excluse anterior de la angajare (femei, persoane cu dizabilități, șomeri de lungă durată, începători de carieră) pot fi reintroduse pe piața muncii.

Este oportun familiarizarea guvernelor locale și organizațiilor din regiune cu tehnicile de dezvoltare economică locală pentru a consolida sectorul de afaceri prin utilizarea acestora. Următoarele astfel de instrumente sunt sprijinite: incubatoare antreprenoriale, organizarea integrărilor economice, crearea unui mediu tehnologic inovator. În plus, este necesar să se modeleze atitudinea populației și să se reafirme motivațiile de muncă în cazul tinerilor și grupurilor defavorizate. În județul Békés au început dezvoltări semnificative în direcția înființării parcurilor industriale, în 2023 aproape 100 de hectare vor fi disponibile pentru companii.

⁷ Sursă: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/mun/mun2010.html>, descărcat: 4 decembrie 2020

În cercetarea noastră, am prezentat posibilitățile de înființare și exploatare a întreprinderilor individuale și corporative, grupându-le în funcție de caracteristicile lor, astfel încât cei din fața întreprinderii să poată decide care este cea mai potrivită pentru ei. Conducerea unei afaceri este o sarcină complexă care necesită cunoștințe și practică multidisciplinare. Antreprenoriatul necesită trei abilități de bază: abilități și cunoștințe profesionale, abilități de conducere care asigură conducerea unei afaceri și abilități antreprenoriale care sunt abilități personale. Toate cele trei sunt esențiale pentru o operare reușită. A fi antreprenor necesită o abilitate mult mai complexă decât angajarea unui angajat, așa că, pentru a face acest lucru, am prezentat modalitățile de educare a afacerii și posibilitățile acesteia.

Oradea și Békéscsaba sunt două zone de frontieră ale celor două țări, situate departe de centrele care oferă locuri de muncă semnificative. Această vulnerabilitate se reflectă în terenurile arabile, resursele umane și mediul natural. Existența urbană nu există fără existența rurală și dacă cele două regiuni nu pot lucra împreună în echilibru, nici dezvoltarea complexă nu poate avea loc. Specificul ruralității se reflectă și în funcțiile economice, ecologice, sociale și culturale. Este o valoare pentru ambele regiuni care trebuie să fie echilibrată și dezvoltată. Această dezvoltare este facilitată și susținută de dezvoltări conduse de comunitate și de programe LEADER.

Dintre cele 21 de companii prezentate, au apărut microîntreprinderile, întreprinderile mici și mijlocii, cu venituri variind de la câteva zeci de milioane la vânzări de peste un miliard. Managerii sunt de acord că expertiza este esențială pentru începerea oricărei afaceri și este important ca un antreprenor nou-înființat să aibă cel puțin o experiență minimă în domeniu. Pe lângă expertiză, perseverența, continuitatea și răbdarea sunt cele mai importante elemente. Succesele imediate, rapide și iresponsabilitatea în aparențe au fost experimentate de mulți antreprenori fără succes. Un alt factor cheie este comunicarea cu angajații, clienții și partenerii, precum și cunoașterea și implicarea sistemelor IT în procesele de afaceri. Gestionarea veniturilor, investirea veniturilor și gestionarea banilor sunt la fel de importante ca monitorizarea continuă a concurenței și investițiile continue în inovare și dezvoltare. În plus față de cele de mai sus, antreprenorii trebuie să rezolve cu succes conflictele emergente și să aibă o etică semnificativă a muncii, determinare și entuziasm în fața adversității.

Pentru a dezvolta ocuparea forței de muncă regionale, respondenții au indicat cooperarea antreprenorilor, a guvernelor locale și a organizațiilor neguvernamentale. Aș dori, de asemenea, să realizeze achiziționarea de servicii și produse locale din sectorul municipal și privat. Camerele au un rol de mediator în acest sens, dar chiar și așa nu știu sau, în multe cazuri, nu cumpără produsele și serviciile întreprinderilor locale. Din păcate, întreprinderile din regiune sunt mai modest echipate decât cele din regiunile mai de succes, deci nu pot profita de avantajele digitalizării. Pe lângă formarea unei atitudini antreprenoriale, proiectele de dezvoltare de instrumente, instrumente de dezvoltare a ocupării forței de muncă și transferul de bune practici sunt de o mare importanță. Dezvoltarea sectoarelor intensive în cunoaștere și dezvoltarea produselor și serviciilor cu valoare adăugată ridicată sunt esențiale pentru dezvoltarea regiunii. În plus sunt necesare îmbunătățiri semnificative în motivația angajaților, atitudini și formare profesională pentru ca angajatorii dintr-o regiune să prospere și pentru ca tinerii să fie antreprenori.

În plus față de stimulentele financiare, viitoarele întreprinderi înființate pot fi susținute prin generarea de idei, predarea abilităților antreprenoriale, rețelelor și transferului de informații. Cea mai mare provocare este că nu pot testa și implementa ideile lor în practică, nu există o rețea de mentorat care să le poată oferi sprijin. Există o lipsă de cunoștințe în care pot crea un model care funcționează minim dintr-o idee, nu își pot dezvolta, prezenta și testa în mod corespunzător ideea de afaceri cu părțile interesate. Se recomandă implementarea acestor activități și algoritmi într-o școală sau un sistem de mentorat.

Dezvoltarea ocupării forței de muncă este posibilă numai cu un concept cuprinzător. Dacă sistemul de învățământ devine deschis transferului unei mentalități antreprenoriale și mediul de susținere este capabil să susțină ideile cu resurse financiare, atunci zonele defavorizate vor putea începe afaceri comercializabile în secolul 21, iar ocuparea forței de muncă va deveni mai flexibilă și mai echilibrată.

XII. Bibliografie

- Trezoreria Statului Ungariei, M. (2016. 11 29). Informații pentru microîntreprinderi, mici și mijlocii pentru a determina ratingul și pentru a identifica partenerul și afiliații. Sursă: Trezoreria Statului Ungariei: Informații pentru microîntreprinderi, mici și mijlocii pentru a determina ratingul și antreprenorii conexe
- Bálint, E. (2018. 01 13). Așezări în declin și în creștere: Oradea a intrat în top 10. Sursă: „Kronika Online”: <https://kronikaonline.ro/gazdasag/apado-es-gyarapodo-telepulesek-nagyvarad-is-bekerult-a-top-10-be#>
- Barta, T., & Tóth, T. (1994). *Antreprenoriat*. Budapesta: „Szókratész Külgazdasági Akadémia Kft.”
- Bauer, B. (1998). Eficacitatea educației și a consilierii antreprenoriale. „*Új Pedagógiai Szemle*”, 48. an, nr. 7-8. 45-65.
- Bedő, G., & Varga, S. (1998). Științe managementului de afaceri. Budapesta: „PERFEKT Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Részvénytársaság.”
- Boda, G., Révész, T., Losonci, D., & Fülöp, Z. (2019). Cu privire la oportunitățile de creștere și de ocupare a forței de muncă. „*Közgazdasági Szemle*”, LXVI. an, 376-417.
- Bogáth, Á. (2012). *Rolul atitudinii antreprenoriale în dezvoltarea afacerii*. Sursă: http://kgk.uni-obuda.hu/sites/default/files/07_Bogath_Agnes.pdf
- Bokor, J. (2002). Științe managementului de afaceri. Bichișciaba: „Booklands 2000 Könyvkiadó Kft”.
- Cséfalvay, Z. (2017). *Marea schimbare de epocă*. Budapesta: „Kairosz Könyvkiadó Kft.”
- Fazekas, K. (1993). Programe regionale de dezvoltare a ocupării forței de muncă în economiile de piață dezvoltate. *Revista Muncii*, 37, 27-33.
- Finta, I. (2015). Instrumente și limitări ale dezvoltării regionale și rurale integrate în Ungaria. Spațiu și societate, 132-148.
- G. Fekete, É. (2013). Extinderea ocupării forței de muncă pe piața primară a muncii locale. Broșuri Strategice din Ungaria de Nord, X. a. nr.2, 70-81.
- Kluwer, W. (2020. 10 22). *Legislații în vigoare*. Sursă: Legea CXV. Din 2009. despre antreprenori individuali și companii individuale: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a0900115.tv>
- Kozma, G. (2017). Studiu socio-geografic al funcției moderne a așezărilor postindustriale. *Teze de disertație de doctorat*. Debrecin.

- KSH. (2018). *Caracteristicile întreprinderilor mici și mijlocii, 2018*.
<https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/kkv18.pdf> Sursă: Oficiul Central de Statistică
- KSH. (2018. 09 27). *Metodologie - Ocuparea forței de muncă și șomajul*. Sursă: Oficiul Central de Statistică: <http://www.ksh.hu/docs/hun/modszgyors/fogmodsz1808.html>
- KSH. (2020. 10 29). *Județe în focus – Primul semestru al anului 2020*. Sursă: Oficiul Central de Statistică: <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/megy/202/index.html>
- KSH. (2020. 09 29). *Ghid rapid - Ocuparea forței de muncă, 2020. iunie-august*. Sursă: Oficiul Central de Statistică: <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/fog/fog2008.html>
- KSH. (2020. 10 24). *Clasificări - Sistem uniform de clasificare sectorială pentru activități economice*. Sursă: Oficiul Central de Statistică: https://www.ksh.hu/teor_menu
- Lányi, B. (2017). Impactul trăsăturilor de personalitate ale întreprinzătorilor inițiali asupra prezenței inovatoare pe piață - în special în sectoarele sănătății și biotehnologiei medicale. *Publicații din Europa Centrală, 10. a. nr.2, 77-90*.
- Lengyel, L. (2001.). *Cunoștințe antreprenoriale*. Nyíregyháza: Centrul de Educație și Formare în Comerțul Exterior.
- Mihalkovné, S. K. (2013). Personalitatea unui antreprenor de succes în creștere bazat pe un sondaj de chestionar NEO-PI-R. Teză de doctorat. Budapesta: Universitatea Corvinus din Budapesta.
- NGM. (2014. ianuarie). Stabilirea evoluțiilor ocupării forței de muncă pentru perioada 2014-2020 - o strategie politică. Ministerul Economiei Naționale.
- Oláh, J. (2003.). Oportunități de dezvoltare a așezărilor din districtul statistic Nagykálló în cadrul dezvoltării rurale. *Disertație doctorală*. Debrecin: Universitatea din Debrecin.
- Parlament. (2014.). Dezvoltare Națională 2030 – Conceptul de Dezvoltare Națională și Regională. Monitorul Oficial, 2014. nr.1
- Paktum, F. (2017. 02 08). *Consiliul Județean Békés*. sursă: Strategia de Ocupare a Forței de Muncă în Județul Békés: http://www.bekesmegye.hu/wp-content/uploads/2017/02/Foglalkoztatasi_Strategia_170208_v2.pdf
- Pálinkás, J. (2000). *Organizarea afacerilor*. Budapesta: Colegiul Gábor Dénes.
- Cod Civil*. (2020.. 10. 22.). Sursă: cod civil nou. – carte VIII. (dispoziții finale): <https://ptk2013.hu/uj-ptk-normaszoveg/uj-ptk-viii-konyv-zaro-rendelkezesek/746>
- Részegi, R. (2020. 10 24). *StuDocu*. Sursă: Întreprinderi – Gruparea întreprinderilor notă: <https://www.studocu.com/hu/document/debreceni-egyetem/vallalati-gazdasagtan/lecture-notes/a-vallalkozasok-vallalkozasok-csoportositasa-jegyzet/2453500/view>

- Ries, E. (2013). Lean Startup. How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses? *Random House*, 37-38.
- Runnby, A. (1996.). Mobilizarea comunităților locale. *Parola* 2. nr, 4-6.
- Szomor, T. (1997). *Ghidul profesorului pentru predarea programului Junior Achievement*. Szeged: Junior Achievement Fundație din Ungaria.
- Szűcs, I. (2001). Descoperire în formarea antreprenorială. „*Pedagógiai Szemle*” 2001/6.
- Szűcs, K. (2017. 12 7). *Camera de Comerț și Industrie Pécs-Baranya*. Sursă: Cine poate fi o afacere în stadiu incipient?: <https://archiv.pbkik.hu/hu/kereskedelemfejlesztes/cikkek/ki-lehet-korai-fazisu-vallalkozas-103248>
- Timmons, J. A. (2004). *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. Boston: McGraw-Hill/Irvin.
- Tóth, J. (1981). Unele aspecte teoretice și practice ale interacțiunii dintre rețeaua de așezare și mediu. *Notificare geografică*, 30, 2-3., 267-292.
- Tóth, L. (2015.). *Economia afacerilor II*. Eger: Editura Líceum.
- Vecsenyi, J. (1999). *Organizații și strategii de afaceri*. Budapesta: Editura Aula.
- Zachár, L. (2009.). *Competențele-cheie ale Uniunii Europene - Manual de formare*. Székesfehérvár: Editura Perfekt.

XIII. Anexe

1. Întrebări ale chestionarului

Chestionar de antreprenoriat

Cercetarea noastră este realizată de Fundația pentru Dezvoltarea Întreprinderilor din Județul Békés în cadrul Programului de Cooperare Interreg V-A România-Ungaria (în continuare: Programul). Titlul proiectului este „Centre for Sustainable Development Les”, cu un număr de identificare ROHU-388 și un nume prescurtat CDDL. Timpul pentru completarea chestionarului este de 10-15 minute. Vă mulțumim pentru răspunsuri!

Bloc statistic

1. În ce sector se desfășoară activitatea companiei?
2. Când a fost fondată compania?
 - a. Mai mult de 30 de ani
 - b. Între 10 și 30 de ani
 - c. Între 5 și 10 ani
 - d. Între 1 și 5 ani
 - e. Mai puțin de 1 an
3. Care a fost numărul statistic mediu al întreprinderii dvs. în ultimul an?
 - a. 0-9 persoane
 - b. 10-50 de persoane
 - c. 51-100 de persoane
 - d. 101-500 de persoane
 - e. Mai mult de 500 de persoane
4. În ce domeniu se desfășoară activitatea companiei?
 - a. producție
 - b. servicii
 - c. comerț
 - d. alte

Ocuparea forței de muncă

5. Numărul de angajați din compania dvs. în ultimele șase luni:
 - a. a scăzut semnificativ
 - b. a scăzut
 - c. nu s-a schimbat
 - d. a crescut în măsură mică
 - e. a crescut semnificativ
6. Dacă numărul angajaților s-a schimbat, vă rugăm să justificați motivul!

7. De ce ați avea nevoie pentru a-ți putea crește numărul angajaților?
- Taxe mai mici
 - Comenzi majore
 - Eficiență mai mare
 - Forță de muncă mai calificată

Încurajarea, creșterea și dezvoltarea antreprenoriatului

8. Ce v-a motivat să vă începeți afacerea? (Răspunsuri multiple posibile)
- Afacere de familie (părinții mei)
 - Mai multă libertate
 - Progres financiar
 - Dorința de succes
 - Alte:.....
9. Dacă ar fi să începeți afacerea acum, ați face din nou?
- categoric da
 - probabil da
 - nu știu
 - probabil nu
 - cu siguranță nu
10. După părerea dvs., ce îi ține pe tinerii de astăzi departe de a-și începe propria afacere?
Răspunsuri multiple posibile!
- nu au capital de pornire
 - nu au idei antreprenoriale
 - nu au ajutor, mentor
 - nu sunt familiarizați cu practica sau metodologia antreprenorială
 - nu au curaj, este mai sigură un loc de muncă „fixă”
 - alte:
11. Vă rugăm să indicați cele cinci caracteristici necesare pentru a conduce o afacere de succes.
12. Care este secretul afacerii dvs. de succes? De ce ați avut nevoie pentru a fii de succes?
13. Vă rugăm să descrieți ce bune practici și exemple există în compania dvs.?

Schimbare generatională, instruire

14. Sunteți afectat de problema schimbării generaționale?

15. Aveți o strategie de succesiune dezvoltată?

16. În ce mod veți încerca să înlocuiți managerii și proprietarii care lucrează în organizație în viitor?

- a. În cadrul familiei
- b. În cadrul organizației
- c. Cu un specialist extern
- d. Alte...

17. La ce intervale participă conducerea companiei dvs. la formarea profesională sau de management? Marcați răspunsul corespunzător!

	Pe lună	Trimestrial	La fiecare jumătate de an	Annual	Mai rar
Formare profesională					
Pregătirea conducerii					
Alt curs					

18. Ce proporție dintre angajații dvs. beneficiază de formare profesională cel puțin o dată pe an?

	0-20%	20-40%	40-60%	60-80%	80-100%
lucrători intelectuali					
lucrători manuali					

19. Vă rugăm să indicați cât de mulțumit sunteți de fiecare domeniu al afacerii dvs.

	pe deplin mulțumit	mulțumit	Moderat mulțumit	În mică măsură nemulțumit	Complet nemulțumit	irelevant
resurse umane						
achiziție						
producție						
vânzare						

asigurarea calității						
cultura organizațională						
procesele financiare						
inovație, dezvoltare						

Mulțumim pentru răspunsuri!

2. Întrebările interviului aprofundat structurat

Întrebările interviului aprofundat structurat

1. În ce sector se desfășoară activitatea companiei?
2. Când a fost fondată compania?
 - a. Mai mult de 30 de ani
 - b. Între 10 și 30 de ani
 - c. Între 5 și 10 ani
 - d. Între 1 și 5 ani
 - e. Mai puțin de 1 an
3. Care a fost numărul statistic mediu al întreprinderii dvs. în ultimul an?
 - a. 0-9 persoane
 - b. 10-50 de persoane
 - c. 51-100 de persoane
 - d. 101-500 de persoane
 - e. Mai mult de 500 de persoane
4. În ce domeniu se desfășoară activitatea companiei?
 - a. producția
 - b. servicii
 - c. comerț
5. Care a fost scopul principal a fondării companiei?
6. S-au schimbat profilul și activitatea companiei în timpul funcționării sale?
7. În ce constă succesul companiei?
8. Ce bune practici ați putea menționa care au făcut ca afacerea dvs. să fie unul de succes?
9. În ce considerați că compania necesită dezvoltare?
10. Digitalizarea, IPAR 4.0 a adus o schimbare în organizația dvs.?
11. Afacerea este capabilă să țină pasul cu schimbările tehnologice și digitale?
12. Veți crește, reduce sau nu veți schimba numărul de angajați în viitor?
13. Care este motivul acestuia?
14. Ce le-ați recomanda celor care abia încep o afacere pentru următoarea generație de antreprenori?