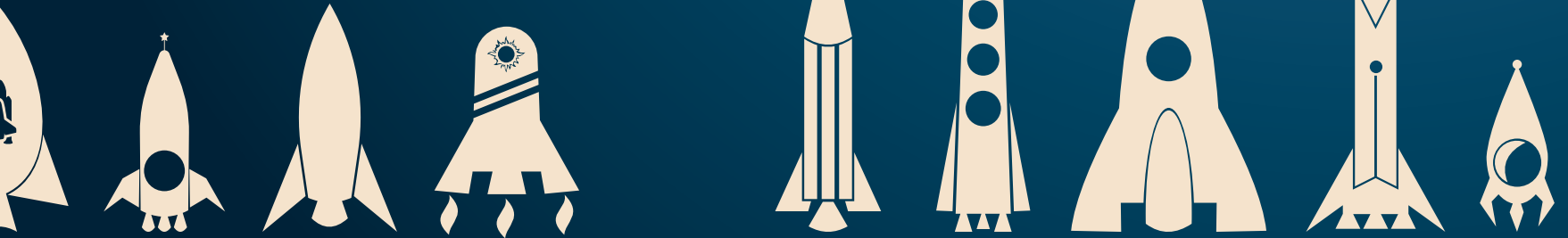


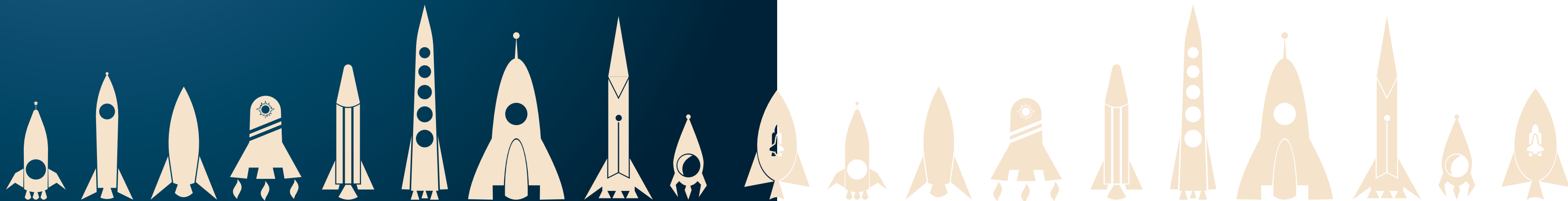
Turcsán
Tamás
Péter



A
16
legfontosabb
dolog,
amit
tudnod
kell



a **startupokról**



A
16
legfontosabb
dolog,
amit
tudnod
kell

a startupokról

	Bevezető - Korányi László	3
1.	Amikor még nem voltak startupok	5
2	Miért pont startup?	8
3	Az ötlet nem elég!	11
4	Egyedül nem megy!	14
5	Tervezhető-e a jövő?	17
6	Céget alapítok	20
7	Hogy lesz ebből startup?	23
8	Üzleti logika / üzleti tervezés	26
9	Ki fizet majd nekünk?	29
10	Segítség, sikeres lettem!	32
11	Több pénz kellene	35
12	Meetupok, startup versenyek, inkubátorok, akcelerátorok	38
13	Határtalan lehetőség	41
14	Tanácsok a sikeresektől	44
15	Ajánlott olvasnivalók, közösségek, weboldalak	47
16	A hazai ökoszisztéma	49
+1	Szómagyarázó	50

Készítette: Turcsán Tamás Péter
SmartUP Communications
2013. 03. 31.



Bevezető



A startupokról a következő oldalakon sokat olvashatsz - elnézést, ha valakit zavar, de ez egy olyan szubkultúra, ahol tegeződnek és rengeteg angol szót használnak.

Itt szeretnék kiemelni még egy idegen szót, az „entrepreneur”-t. Magyar-ra egyértelműen vállalkozónak lehet fordítani, csak az íze lesz nagyon más. Nálunk sajnos a „vállalkozó” a legtöbb ember számára az ügyeskedő, a simlis, sőt az adócsaló szinonimája lett. Ezzel szemben az „entrepreneur” az innovatív, eszes, sikeres üzletember szinonimája, aki értelmes kockázatot is vállalva, hozzájárul nemcsak a maga, hanem a társadalom gazdagodásához, munkahelyek teremtéshez és a magabiztos polgárok etikájának elterjedéséhez.

Természetesen a sikert nem lehet garantálni, de ennek az etikának az is része, hogy a kudarc után fel kell tudni állni és az is, hogy a társadalom se bukott embernek tekintse azt, akinek egyszer nem sikerült, hanem becsülje, hogy megpróbálta és arra biztassa, hogy ne adja fel, mert legközelebb majd sikerül.

A startup mentalitás és szemlélet egyre inkább megjelenik a szociális, társadalmi célú vállalkozások kapcsán is, és már látszik, hogy a „social entrepreneurship” friss levegőt visz ebbe a szektorba is.

A legfontosabb azonban az, hogy a startup életforma jó és izgalmas, sok-sok kihívással, ami ki tudja hozni az emberből a legjobbakat! Ismerek országokat, ahol a szülők legalább olyan büszkén mondják, hogy a fiamnak vagy a lányomnak startup cége van, mintha azt mondanák, hogy a gyerekem jól menő orvos vagy ügyvéd. Remélem ez nálunk is így lesz nemsokára.

Bízom abban is, hogy ez a füzet a konkrét, hasznos és fontos ismeretek átadásán túl, ahhoz is hozzájárul, hogy hazánkban is úgy tekintsenek a vállalkozókra, mint ahogy sok más helyen az „entrepreneur”-re néznek.

Korányi László
Nemzeti Innovációs Hivatal
Megbízott elnök

”The value of an idea
lies in the using of it.”

Thomas A. **Edison**



Amikor még nem voltak startupok

Közép-Európa startup központja lehetünk – fogalmazták meg már többen is mostanában. A legjobb startuppereink kiválóan szerepelnek a nemzetközi versenyeken. A Prezi, a Ustream és a LogMeIn mellett számos, nemzetközi szinten is jegyzett magyar vállalkozást sorolnak jelenleg is az innováció élvonalába.

Silicon Valley, New York, London, Berlin ma a startup világ hagyományos fővárosai, de látható hogy Finnország, vagy Észtország, Chile néhány év alatt képes volt komolyan felzárkózni a legnagyobbak mögé. Izrael évek óta szintén tudatos innovációs stratégiával építkezik ezen a területen. India és Kína hatalmas összegeket áldoz az innovációra, technológiai fejlesztésre. Magyarországnak most lehetősége van felzárkózni, Budapest szinte minden lehetőséggel rendelkezik ahhoz, hogy startup fővárossá váljon. Ehhez azonban rengeteget kell még dolgoznunk közösen, a magyar startup ökoszisztéma minden tagjának hozzá kell adni a saját tudásának legjavát a munkához, a nagy közös cél elérése érdekében.

Meg kell tanulnunk azokat a módszereket, metodikákat, amivel akár a tengerentúlon is szerezhethetünk ügyfeleket, a lokális gondolkodást globálissá kell változtatnunk. Elég bátornak kell lennünk ahhoz, hogy merjük nagyot álmodni. Nagyon fontos megemlíteni azonban, hogy a vállalkozások elindításához nemcsak innovatív gondolkodás és bátorság szükséges. Az igazi tehetségek általában már korán megmutatják képességeiket. A mai középiskolák és egyetemek tehetséges tanulói olyan lehetőségeket használhatnak, amelyek az előttük járó nemzedékek építettek fel.

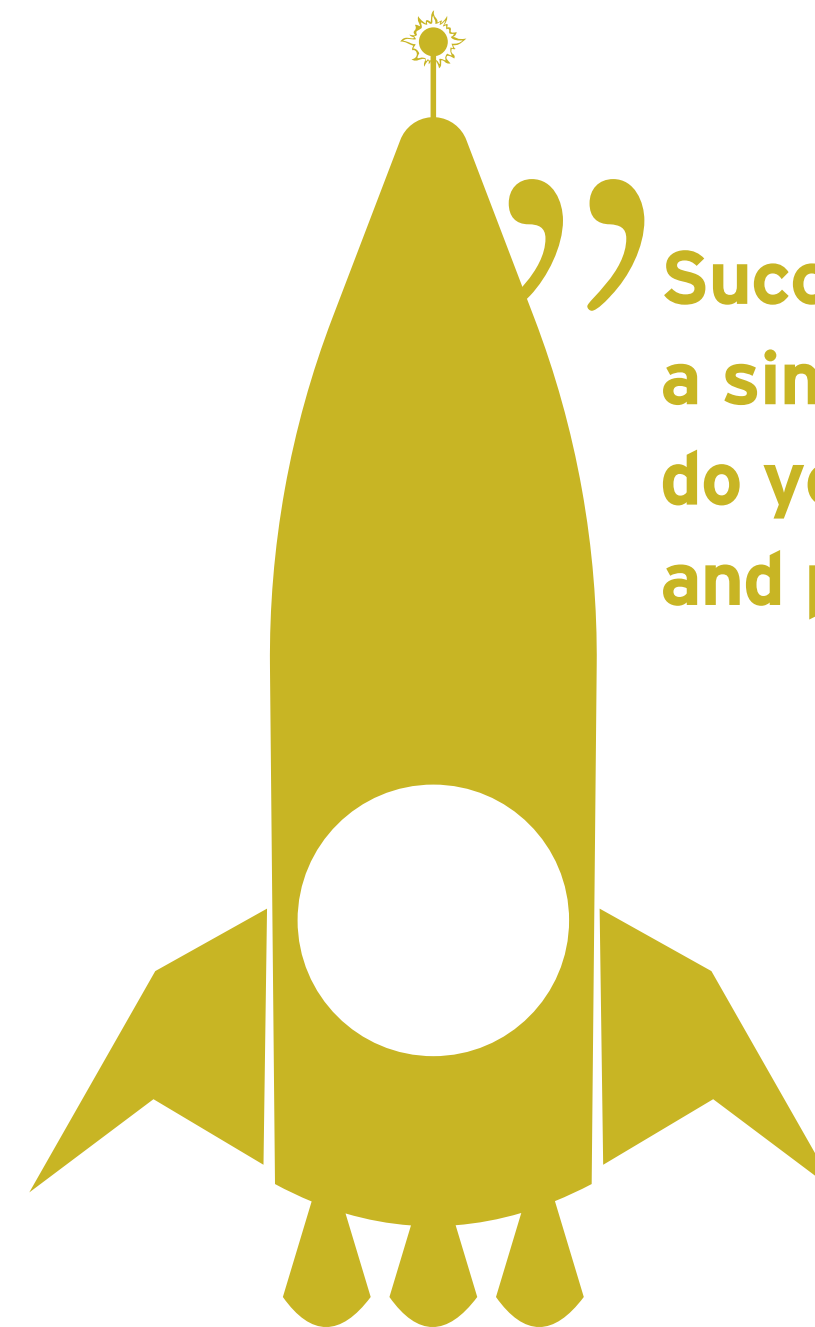
Amikor nem voltak még startupok, azaz nem használtuk még ezt a megnevezést, akkor sem pihentek az ötletgazdák. Az emberi elme folyamatosan azon dolgozik, hogy miként változtassa meg a körülötte lévő világot. Érdeemes végiggondolni, hogy az álmokból egyre gyakrabban válik valóság, a pár éve még tudományos fantasztikumnak gondolt ötletekből egyre több ma már beépült a mindennapjainkba.

20 éve, amikor három társammal az egyik első számítógépes játéklapot – a Gurut – alapítottuk, nem tudtam, hogy egyszer majd visszagondolva startupként emlékezem a vállalkozásunkra. Azóta már túl vagyok néhány internetes kalandon, és ma is úgy érzem, hogy az egyik legfontosabb dolog új dolgokkal gazdagítani a világot, a legnagyobb csoda számomra megoldást találni mások problémáira.

A magyar ötletgazdák büszkék lehetnek elődeikre, hiszen ha csak a Nobel díjasainkat tekintjük, egészen fantasztikus, hogy ennyi elismert tudóssal járultunk a világ nagy eredményeihez. Akár egy egész vaskos könyv szólhatna azokról, akiknek a munkája hozzájárult ahhoz, hogy ma számítógépeken dolgozunk, egyre alacsonyabb fogyasztású autókkal járunk dolgozni, vagy a zsebünkben folyamatosan csörgő mobiltelefonon bosszankodunk.

Gondoljuk végig, hogy Semmelweis Ignác múlt század közepén egyetlen ötletével minimálisra csökkentette a gyermekhalandóság legnagyobb kockázati faktorát. Méltatlanul kevésbé ismert magyarjaink egyike Galamb József, aki a Ford első sorozatgyártásban készülő híres T-modelljét tervezte. Bár azt gondoljuk – mivel Edison így emlékezett – hogy Puskás Tivadar a telefonközpontot találta fel, a pontos megnevezéssel Telefonhírmondónak szabadalmaztatott és Budapesten megvalósított eszköze volt az eddig ismert első elektronikus hír- és műsorszolgáltató megoldás a világon, a rádió és internet őse.

A számítógép atyjaként emlegetett Neumann Jánosról is kevesen tudják, hogy a nevéhez köthető még a játékelmélet és a kvantummechanika alaptételének megfogalmazása. A legnagyobbak nyomdokain járó Bojár Gábor által alapított Graphisoft Parkban a leginnovatívabb világcégek munkatársai dolgoznak a jövő nagy találmányain, a jelen működő megoldásain.



”Success has
a simple formula:
do your best,
and people may like it.”

Sam Ewing



Miért pont startup?

Nem minden kezdővállalkozás startup. A most nyitott tejivó például nem startup, legalábbis nem hívjuk annak. A startupok általában nagy növekedési potenciálú, dinamikusan fejlődő cégek világszerte. Nagyon sokan azt gondolják, leginkább internetes vagy technológiai fejlesztéseket sorolunk ebbe a kategóriába, pedig léteznek az oktatásban, biotechnológiában, robotikában, divatban, környezetgazdálkodásban, energetikában, megújuló energiában, zöld-technológiában, gyártás- és csomagolás-technológiában működő innovatív vállalkozások is. Az alap definíció része, hogy jó ötletből elinduló, gyorsan fejlődő, általában kétévesnél fiatalabb vállalkozás, amelyben az értéket az újszerű megközelítés, a nagy ötlet vagy a technológiai újdonság képviseli.

A 2020-ig tervezett innovációs stratégia külön foglalkozik a startupokkal és a belőlük felépülő startup ökoszisztémával, hiszen a gyorsan fejlődő kezdővállalkozások fontos részei lesznek a jövő gazdaságának.

Miért is indíts startupot? Már az egyetemen is több ötletedet jónak tartották? Nem érzed a sajátodnak a multik kötöttségeit? Úgy gondolod, hogy az ötleteid megvalósítására megvan benned a szükséges hit, kitartás és szorgalom? Szeretnéd kipróbálni magad akár egy nemzetközi csapatban is? Itt az ideje, hogy elgondolkozz azon, érdemes lenne létrehoznod egy startup vállalkozást.

Persze rengeteget kell tanulnod ahhoz, hogy sikeres startupper, entrepreneur lehess. De a startupok világában semmi sem lehetetlen. Annyira nem, hogy egyes adatok szerint a Szilícium Völgy ötletgazdáinak többsége „külföldi.” A startup világ mindenki számára nyitott, globális, nemzetközi együttműködések alapuló ökoszisztéma, amelyben könnyedén találhatsz társakat határoktól és nyelvi korlátoktól függetlenül.

A startup élet sem mentes a nehézségektől, tény, hogy az elinduló projektek többsége nem éri meg a második születésnapját. Vállalkozásod minden hibájából tanulhatsz, ha elég ügyes vagy mások hibáiból tanulva is kikerülheted a csapdákat, akadályokat.

Hangolódj a sikerre! A magyar kreativitás és innovatív gondolkodás világszerte híres. Noha jelenleg nem vagyunk a világ vezető innovátorai között, szinte mindenhol elismerik mérnökeink, tudósaink, feltalálóink tehetségét. Pont ez a tehetség, amire érdemes a jövődet alapozni. A tudás mindenképpen kifizetődő befektetés. A világon mindenhol kamatoztatható a jó ötletekből kiinduló innováció. A startupok az innováció világának a legmarkánsabb képviselői, amelyek gyorsan képesek, akár több millió ember problémáira megoldást találni.

A startupok megváltoztatják a vállalkozásról alkotott képünket, és átformálnak mindent, amit eddig a közösségről, a munkavégzésről, a finanszírozásról, a mobil használatról, a cégvezetésről, vagy a zenehallgatásról, szórakoztatásról, televíziózásról információ-áramlásról, médiáról gondoltunk. A startup lét egy életforma, amely arra született, hogy átformálja az eddig ismert világunkat valami jobbá, használhatóbbá, működőbbé.

Startup tanácsadóként naponta találkozom lelkes ötletgazdákkal, csillogó szemű startupperekkel, akik még nagyon az útjuk elején tartanak, de tudják, mit akarnak. Benne van minden lehetőség az ötletükben, hisznek a sikerben, és tudják: Startupnak lenni jó!

”I begin with an idea
and then it becomes
something else.”

Pablo Picasso



Az ötlet nem elég

Egészen pontosan az ötlet magában nem elég. Milliónyi ötlet születik naponta, amelyek többsége sosem valósul meg. Az ötletek, inspirációként folyamatosan hajtják előre a világot. Biztos neked is van olyan ötleted, amit érdemes lenne megvalósítani.

Az ötletek azért születnek, mert valamilyen problémára keresünk megoldást, vagy egy már meglévő megvalósítással nem értünk egyet. Nagyon ritka, hogy igazán új ötlet születik, viszont sokszor már az is komoly változásokat eredményezhet, ha más nézőpontból közelítünk meg egy problémát.

Első lépésként tehát azonosítanunk kell a problémát. Ezeket többségében egyáltalán nem kell keresnünk, legtöbbször az talál meg bennünket. Ha egy kérdés sokakat érint, máris a közelébe jutottunk valaminek, amire nem ártana megtalálni a legjobb megoldást. Így indul az innováció folyamata.

Azt már az elején nagyon fontos tisztázni, hogy nem minden ötlet üzlet. Számtalan világmegváltó, karitatív, vicces, vagy haszontalan ötleten törhetjük az agyunkat. Ezek többsége persze sosem válik valóra. Az üzleti ötletekből is csak akkor lesz később bevételünk, ha gondosan megtervezzük, kidolgozzuk, leteszteljük, megvalósítjuk, piacra visszük.

Egyesek szerint egy projekt életében így az ötlet 1 százalék, a megvalósítás 99 százalék. Sajnos ezt a legtöbbször a befektetők is így gondolják. Addig, amíg az ötleted csak a fejedben vagy papíron létezik, szinte semmit sem ér. Egy kidolgozott ötlet már komoly előrelépés a folyamatban, de addig is elég kanyargós út vezet. A legegyszerűbb probléma is elég bonyolult ahhoz, hogy végtelen számú megoldást találjunk rá.

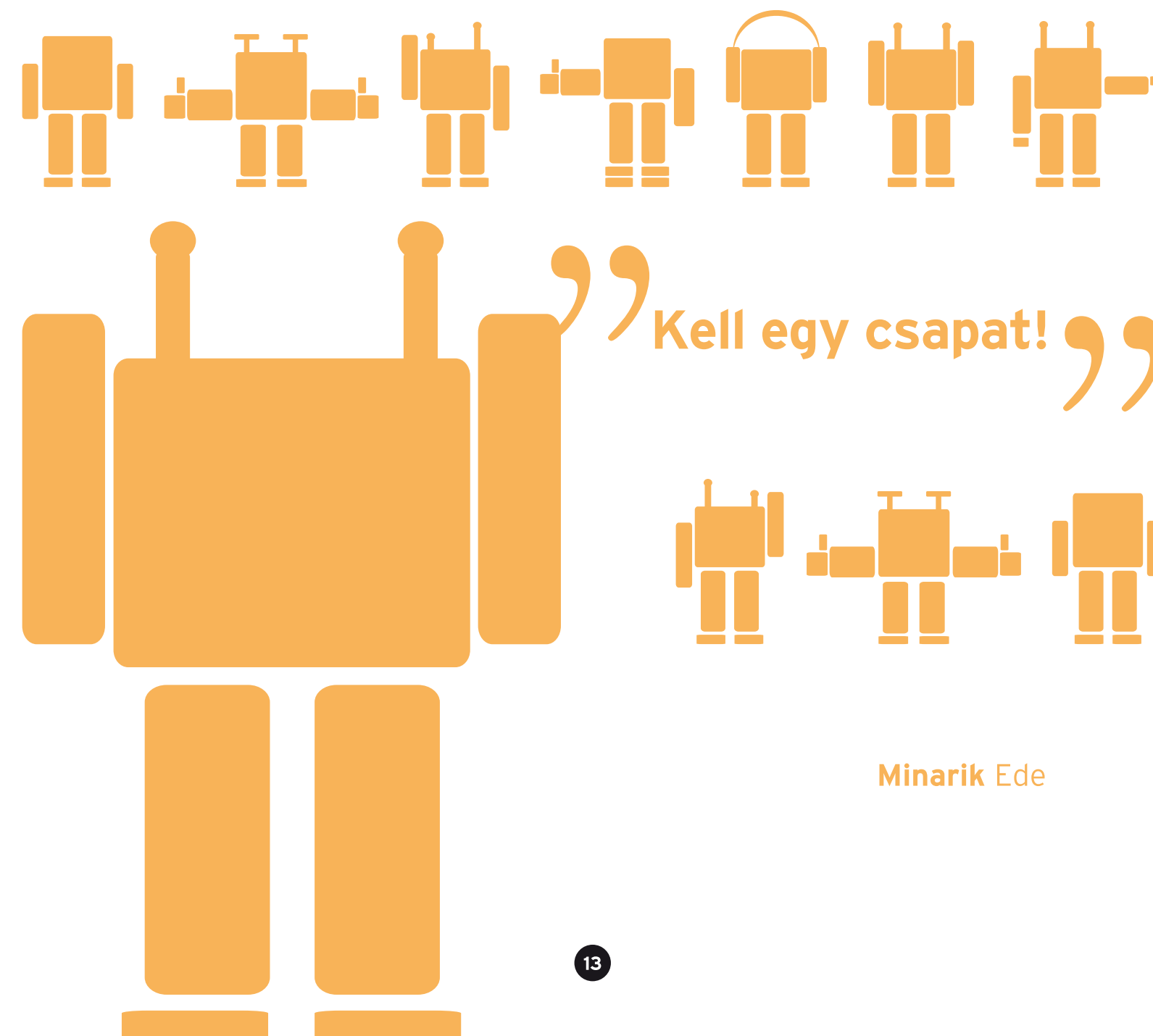
A sikeres ötletek többsége általában nagyon egyszerű megoldást kínál valamilyen valós problémára. Kihangsúlyozva, hogy egyszerű megoldást és a valós problémára, érthető választ kínál egy olyan kérdésre, ami sokakat foglalkoztat. Az ötleted kidolgozása előtt meg kell vizsgálnod, hogy valódi problémára találtál megoldást, vagy kifordítottad a világot, és a megoldásodhoz keresel problémát.

Mindannyian szeretjük a saját ötleteinket, de megkérdezve másokat kiderülhet, hogy valami elkerülte a figyelmünket. Ez jobb esetben csak egy apróság, amit beépíthetsz később a megoldásba, rosszabb esetben egy már meglévő, általad még nem ismert konkurencia, amely lehetetlenné teheti a megvalósítást. Ha az ötletedre sokan mondják, hogy őrültség, komolyan gondolkozz el rajta, hogy valóban van-e értelme nekivágni. (igaz, hogy mindig éltek meg nem értett zsenik). Persze léteznek életképtelen, hasznavehetetlen, túlbonyolított ötletek is, amelyeket szinte lehetetlen megvalósítani, és lássuk be, többségükre nem is igazán éri meg időt és pénzt pazarolni.

Az igazi jó ötletek tehát első látásra is érthetőek, átláthatóak, tisztán körvonalazható célokat fogalmaznak meg, van megfelelő méretű piacuk, valós vásárlói igényekre épülnek, egyszerű választ adnak egy problémára, vagy hiánypótló megoldást nyújtanak egy közösség gondjaira.

A zseniális ötletek pedig utat mutatnak a jövő felé, Leonardotól az első repülő megszületéséig több száz év gondolkodás vezetett el, sikerek és kudarcok, amelyek többsége mégis gazdagabbá tette az emberiséget.

Technológiailag fejlett világunkat is az ötletek viszik előre, ne add fel az első nehézségeknél...





Egyedül nem megy

Az egyik legfontosabb kérdés, hogy kikkel vágsz bele életed nagy kalandjába. Érdemes jól átgondolni és a legmegfelelőbb csapatot összeválogatni. A siker titka a sokféle kompetenciában rejlik.

Akire mindenképpen szükséged van: aki víziót-, stratégiát épít, menedzseli a projektet, leprogramozza, üzemelteti, megálmodja, megtervezi, megrajzolja, értékesíti, terjeszti, népszerűsíti, partnerekkel tárgyal, vezeti, bevezeti, összefogja, elviszi startup versenyekre, nyilatkozik a médiának, közösséget épít hozzá, kapcsolatot tart a felhasználókkal, partnerekkel és befektetőkkel... Nagyjából ennyi a feladat. :)

Ötletgazdaként el kell döntened, készen állsz-e arra, hogy olyan csapatot állíts össze, amely képes a projektet végigvinni úgy, hogy már az elején, kevés pénzből is a legjobb embereket állítod a feladat mellé.

A legjobb embereken van a hangsúly, mert már három-négy embert megtalálni is igen nagy dolog, de ha a startup elindul, fel kell nőni egy nagyobb szervezet vezetéséhez. Fel tudsz-e építeni egy 15 emberrel dolgozó kisvállalkozást, amely az igények növekedésével akár 100 munkatársért is felelős lehet? Ehhez sziklaszilárd alapokra van szükség, hiszen a pénz, a siker és a lehetőségek szélesedése a feladatok megsokszorozódásához vezet. A gondok és a bootstrapping időszak – amikor még kevés a pénz, de sok a munka – igencsak megviselhet egy gyengén összerakott szervezetet.

„Van egy jó ötletem, kérek 40 milliót, hogy felvehessem azt a tizenkét embert, aki majd megcsinálja a projektet.” - Nincs olyan jó ötlet, amivel elmehetsz egy kockázati tőkéhez, és az majd ad annyi pénzt, hogy az elkövetkező években ne kelljen azon gondolkodnod, hogy kit veszel fel, és hogy fizeted majd havonta a bérét. Amit saját

erőből elérsz, az annál értékesebb lesz a későbbiekben, ezért érdemes a projektet minél messzebb elvinni saját forrásokból. Ha túl korán fordulsz kockázati tőkéhez, üzleti angyalhoz, túl nagy részesedést kell majd adnod a befektetőnek azért, hogy a kezdeti kockázatokat felvállalja.

Ha a közeledben nincsenek hozzád hasonlóan gondolkodó társak, keress azok között, akik hasonló dolgokkal foglalkoznak. Általában a közösség a legjobb választás hiszen, a barátok, egyetemista társak és az ismertebb startupperek sok esetben szívesen segítenek egy-egy projekt elindításában. Látogass el startup eseményekre, ismerkedj, barátkozz, építs kapcsolatokat! Ha felfigyelnek rád, könnyebb lesz megtalálni azokat, akikkel képes leszel együtt dolgozni a közös sikerért. Néhány hónapig mindenki tud időt és energiát áldozni egy ígéretes ötlet megvalósítására, ez legtöbbször elég arra, hogy elkészüljön valami látható, bemutatható a projektből. Ha ehhez sikerül valamilyen startup versenyen némi sikert is elérni, hozzáadódhat egy kis média figyelem is, ami a befektető keresés időszakában már igen jól jöhet.

Meddig érdemes eljutni? - kérdezheted most magadban. A válasz nehéz, hiszen vannak, akik egy sikeres startup versennyel már prototípus fázisban beverekszik magukat egy nagyobb nemzetközi akcelerator programba, illetve akadnak olyanok is, akik már kész, működő termékkel, szolgáltatással is finanszírozás után loholnak. Ezért fontosak a fentebb emlegetett képességek, hiszen csak az igazi „rocksztárok” képesek arra, hogy felhasználóikat, befektetőiket meggyőzzék arról, hogy érdemes őket választani.

Nem mindegy tehát kikből áll a csapat, mert, ahogy Minarik Ede a Régi idők focijában az „aranycsapatról” álmódott, úgy neked is egy hiánytalan, összetartó, tehetséges, fáradhatatlan csapatot kell felállítanod, amely kibírja a sikerhez vezető hosszú úton adódó nehézségeket, problémákat.

”The future depends on
what you do today.”

Mahatma **Gandhi**



Tervezhető-e a jövő?

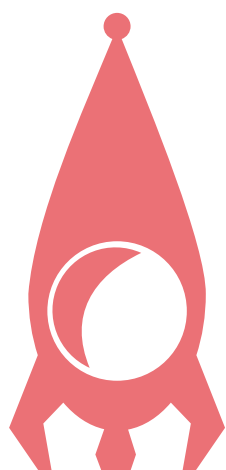
Az egyik első és legfontosabb lépés, az ötlettől a megvalósulásig vezető úton, a vízió felállítása. A vízió pontosan definiálja a megvalósítás folyamatát, megfogalmazza a közeli és távoli terveket. Irányt mutat a fejlesztőknek, lelkesíti a csapatot és segíti a projekt megvalósulását azzal, hogy a befektetők és a partnerek számára körvonalazza az ötlet jövőjét, a csapat ambícióit.

Érdemes az ötlet pontos megfogalmazásakor a víziót is megalkotni. A vízió nem annyira gyakorlati útmutató, inkább valami láthatatlan vezérfonal, amibe megkapaszkodhatunk, ha elbizonytalanodnánk.

A vízió elkészítése mellett nem árt egy kicsit számolni is, hiszen sokan sokkal többre értékelik az Excel táblázatokat, mint a lelkesítő jövőképeket. Érdemes felmérni a célpiacot, a termékünk, szolgáltatásunk iránti keresletet és a várható kiadásokhoz mért nyereséget. Egyértelműen definiálni kell, hogy ki mikor, és hogyan fog fizetni szolgáltatásunkért, a projektünk által előállított valódi, esetleg virtuális javakért.

Értenünk kell a megcélzott vásárlók, ügyfelek motivációit, a piac szereplőinek működését. Pontosán kell látnunk az igényeket, az aktuális trendeket, fel kell készülnünk az esetleges változásokra, szezonális, vagy egyéb hullámvázásokra. Meg kell tudnunk becsülni a kezdeti érdeklődést, hiszen ha projektünk találkozik a felhasználók igényeivel, megtörténhet, hogy képtelenek leszünk kiszolgálni a hirtelen megnövekvő keresletet.

Válaszokat kell tudnunk adni a leendő befektetőinknek, árról, kiadásról, bevételről, nyereségről, darab és felhasználó számról, szerverkapacitásról, hely és munkaerőigényről. Át kell látnunk, hogy mindezek miként változnak, ha lokálisan megvalósított pilotot globális nemzetközi terjeszkedéssel váltjuk le. Stratégiát kell



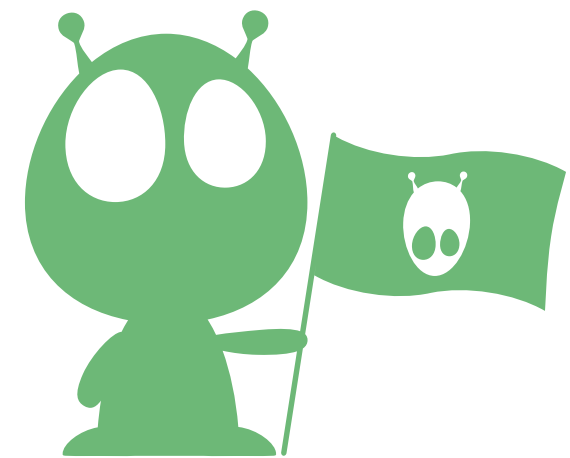
kialakítanunk a fejlődésre, terjeszkedésre, növekedésre, tőkebevonásra, marketingre és PR-kommunikációra, bevezetésre és piaci terjeszkedésre. Ha ezek mindegyike világos, akkor is történhetnek meglepő, vagy váratlan dolgok, amik miatt gyorsan kell majd pivotolnunk - újraterveznünk - a projektet.

Nagyon fontos, hogy mindezeket fókuszáltan tudjuk megmutatni másoknak is. Ehhez kellenek azok az alap dokumentumok, amelyek nélkül képtelenség a projektet prezentálni.

Az előzetes tervezéshez nélkülözhetetlen az üzleti logika kialakítása, és annak pontos megfogalmazása. A különböző tervezést segítő eszközök, mint a Business Model Canvas, a Lean Canvas, a SWOT analízis abban segítenek, hogy pontos képet alkossunk a projektről. Segítségükkel könnyebb vizualizálni a problémákat, lehetőségeket, előnyöket, hátrányokat. Az anyagokat sokszor átgondolva, az egész csapattal megvizsgálva, valós adatokkal, információkkal kell feltölteni úgy, hogy azokra a későbbiekben is tudj hivatkozni.

Mivel a befektetők szeretik a tömör, jól fókuszált anyagokat, bemutatkozáshoz nélkülözhetetlen egy rövid bemutatkozó, amely egy hagyományos one-pager, vagy executive summary - magyarul vezetői összefoglaló - is lehet. Ennek tartalmaznia kell a projekt minden fontos jellemzőjét, a cég, illetve az ötletgazda adatait. Nem maradhatnak ki belőle a rövid és hosszú távú célok, a vízió, a céges stratégia, egy rövid piac- és konkurenciaelemzés, az üzleti lehetőségek, az üzleti modell, a fejlesztés állapota, a megvalósulás ütemezése, a csapat összetétele, a megfogalmazható versenyelőnyök, az értékesítési és marketing stratégia, nem utolsósorban néhány sarokszám, ha már van termék, vannak ügyfelek, felhasználók.

”It’s more fun to be a pirate
than to join the navy.”



Steve Jobs

A cégalapítás az egyik legfontosabb pillanat egy startup életében. Ezzel válik, az ötlet igazi vállalkozássá, s az ötletgazda ezzel lesz hivatalosan is a tulajdonosa egy jövőbeli sikertörténetnek. Innentől fogva nincs védőfelszerelés, biztonsági háló, a társaidért való felelősség az aláírás pillanatától érvényes.

Jogilag ilyenkor tisztázódik a startup tulajdonosainak tulajdoni hányada, minden korábbi ígéret most válik készpénzzé. A cégalapításban persze a siker és a kudarc egyaránt benne van, még akkor is, ha jogászt vonsz a megvalósításba. A korrekt szerződés, alapító okirat mindenképpen tisztázza a cégen belüli tulajdoni arányokat, így lesznek kisebbségi és többségi tulajdonosok. Néha kiváló befektetés kisebbségi tulajdonosnak lenni egy nagyra nőtt vállalkozásban, s van, hogy nem igazán éri meg többségi tulajdonnal rendelkezni egy működésképtelen szervezetben.

Nem érdemes túl sok tulajdonossal elindítani egy vállalkozást, mert csak a döntési folyamatokat lassító, használhatatlan vezetői struktúrát okoz a szétagrozott tulajdonosi szerkezet. Ezzel szemben a másik véglet is káros lehet. A cégalapításkor az is eldől, hogy az induló csapatból ki lesz tulajdonos, és ki dolgozik majd alkalmazottként tovább a sikerért. Vannak, akik nem szeretnek kockáztatni, és ragaszkodnak a biztos havi juttatáshoz, s vannak, akik kezdetben idejüket, munkájuk és pénzüket is kockáztatják a csapat sikeréért. Ezeket a szempontokat figyelembe kell venni a cégalapítás után is. Persze a biztonságra törekvés siker esetén a nyereségből, exitből, a tulajdonrész eladásából való részesedést is csökkentheti. Mindenkinek el kell dönteni, hogy mennyit vállal a közös terhekből. Ezen kérdések tisztázása után lehet csak belevágni egy cégalapításba.

Rendkívül fontos a szerepek pontos tisztázása, mindenkinek tudatában kell lenni annak, hogy milyen kompetenciái, feladatai és jogkörei vannak a megszülető szervezetben. Delegálni kell a felelősségeket, a hierarchiát és a döntési jogköröket és a feladatokat a későbbi félreértések elkerülése végett.

A célnak éppen megfelelő méretű céget kell felépítened, hiszen a túl kicsi szervezet képtelen lesz a feladatok ellátására, a vásárlók, ügyfelek elvárásainak kielégítésre, a túl nagy viszont szervezetlen és pazarló működése miatt felesleges kiadásokat generálhat. A szervezeti forma kialakítása azért is fontos, mert személyre lebontva megmutatja a cég működési sémáját, az alá, fölé és mellérendeltségi viszonyokat. Tervezhetővé teszi a későbbi növekedést, illetve a részfeladatokat is lebontja a vállalkozás vezetőire és alkalmazottaira egyaránt.

A szervezetfejlesztés részleteiben most nem mélyedünk el, de ez a kérdés csak tovább bonyolódik, ha a cégben dolgozók száma jelentősen megnövekszik, külföldre nyit irodát, vagy képviselőt. Egy azonban bizonyos, olyan ütőképes döntési struktúrát kell kialakítani, amely kis és hatékony menedzsmenttel is jól működő és rugalmas üzletmenetet biztosít. A döntési jogköröket meg kell osztani, hiszen az egyszemélyi felelősség egy idő után a növekedés gátjává változtathatja a céget megalapító ötletgazdát. Ez nem jelenti azt, hogy a döntések teljesen kikerülnek az alapítók kezéből, de a stratégiai kérdések kivételével a mindennapi feladatokat a menedzsment különböző szintjei veszik át. Így biztosítható a felmerülő problémákra adandó gyors vezetői döntések meghozatala.

A cégalapítás nehéz kérdés, előkészítése komoly odafigyelést, sok egyeztetést igényel, viszont megfelelően végrehajtva mindenki sajátjának érzi majd a céget, a víziót és a célokat, amiért érdemes akár erőn felül is dolgozni, sikerre vinni a nagy közös álmot.

”You jump off a cliff and
you assemble an airplane
on the way down.”



Reid Hoffmann



Hogy lesz ebből startup?

A recept adott: végy egy csapat tehetséges fiataalt, adj hozzá egy ötletet, jó adag lelkesedést, rengeteg tanulást, számtalan üveg Coca Colát és pizzát. A végeredmény legtöbbször valami meglepő webes, vagy technológiai újdonság lesz, startupba csomagolva. A recept valóban ez, ebből azonban a tapasztalatok szerint nem lesz semmi, mert számos alapvető tudás és kompetencia hiányzik a startupok részéről. Ezek hiányában pedig a startup legtöbbször nem jut el a befektetőkhöz.

Az első lépésként érdemes megtervezni pontosan, miként is lesz az ötletből működő vállalkozás. Ez a stratégiai tervezés általában nem nélkülözheti az úgynevezett SWOT analízist, amelyben megmutatkoznak a startup erősségei és gyengeségei. A SWOT elemzéssel feltérképezhetjük egy piac, iparág, üzlet, termék, szolgáltatás stb. piaci életképességét, illetve megismerhetjük, hogy mely feladatok a legfontosabbak stratégiai szempontból. A SWOT négy alapvető kérdésre keresi a választ:

Strengths - erősségek - olyan belső tényezők, amik jól működnek a projektben.

Weaknesses - gyengeségek - olyan belső dolgok, amik jelenleg nem erősségei a projektnek, de jól is működhetnének. Hatásunk van rá, javítható problémák.

Opportunities - lehetőségek - külső tényezők, amelyek kedvezőek a projektre nézve, ezekre építve lehet működőképes a vállalkozás.

Threats - veszélyek - külső tényezők, olyan akadályok, negatív tényezők, amelyekre nincs hatásunk, és csökkentik a siker esélyeit, sőt kockázatot is jelentenek a projekt jövőjére.

A projekt megszületése csak ezen tények összegzése után lesz megalapozott, illetve a befektetők számára készített bemutatkozó anyagban is előny, ha pontosan meg tudjuk fogalmazni ezekre a kérdésekre a választ. A munkába vonj be olyan szakembert, aki készített már üzleti tervet!

A projekttervezés időszakában át kell gondolni a kezdeti lehetőségeket, a megvalósítás ütemét, a szükséges kompetenciákat, az ehhez kapcsolódó szervezési és finanszírozási feladatokat. Olyan ez, mint egy hatalmas „ellenőrző lista”, az összes elem figyelembevételével. Persze a megvalósítás közben ez a lista bővülni is tud, hiszen az aktuális problémákra új megoldásokat kell találni.

Nagyon fontos az alapító társak személye és kompetenciái. Ez a csapat adja majd össze később a startup induló lehetőségeit. Ha ez a kezdőcsapat hiányos, később kell majd embert találni a megfelelő helyekre. Amerikában általában 3-4 ember indít el egy projektet, s az anyagi lehetőségeik függvényében növesztik nagyobbra a vállalkozást. Rendkívül fontos, hogy az alapítók ne hasonló területeket képviseljenek, hanem többféle szakértelemmel rendelkezzenek. Ne maradjon ki az elemző, üzleti szemléletű csapattag, legyen az ötletgazdán kívül valaki, aki a kommunikációs vonalakat viszi, keressünk embert a technikai, technológia kérdésekre, és egy sales-marketing szakembert, aki majd eladja a termékünket, szolgáltatásunkat. Ha mindezek adottak, már csak arra kell figyelniük, hogy kezdő csapatunk létszáma ne legyen túl nagy, vagy túl kicsi a megvalósítandó célhoz. Az ötlet sikere egyértelműen a megvalósításon múlik. A projekt hazai, vagy akár nemzetközi lehetőségei pedig azon, hogy a csapat meddig jut el saját erőből.

Az első időszak így leginkább arról szól, hogy mennyire tudjuk motiválni társainkat arra, hogy a közös álom először tervvé, projektté, prototípussá, végül termékké, szolgáltatássá növekedjen. Ehhez sokszor elég a szakmai hitelesség, a kitartás és bátorság. A sikerhez azonban még egy kis szerencse is kell.

”The best way to predict
your future is to create it.”

Peter F. Drucker





Üzleti logika, üzleti tervezés

Az egyik legfontosabb tanács, amit érdemes megfogadni, hogy előbb legyen vásárlód, felhasználód, mint startupod! Ebből a mondatból is kiderül, hogy az üzleti logika a startup építés egyik legelső lépése. Már akkor tisztában kell lennünk ezekkel a kérdésekkel, amikor még csak tervezgetjük az ötlet alapján későbbiekben megvalósuló vállalkozásunkat. **Piacot lehet teremteni is, de sokkal egyszerűbb keresni.**

Ha startupunk egy valós problémára kínál megoldást, még nem biztos, hogy üzleti lehetőség is van benne, hiszen nem minden ötlet hordoz magában egyértelmű üzleti lehetőségeket is. Az üzleti logika ott kezdődik, amikor megfogalmazzuk, hogy kik és miért is fizetnek majd a termékünkért, szolgáltatásunkért. A pontos üzleti tervezést és a szépen tervezett táblázatokat természetesen nem pótolja a jól végiggondolt üzleti célok megfogalmazása, de az elején ennél többre általában nincs is szükség.

Mindennek meg van a maga ideje, mondhatnánk, hiszen minden startup életében eljön az az idő, amikor professzionális tervekkel kell előállnia. Ez a pillanat attól függ, hogy meddig szeretnénk saját erőből eljutni, hiszen ha már seed - megvető - fázisban tőkét vonnánk be, akkor viszonylag hamar el kell majd készíteni azokat a fránya táblázatokat. Az viszont tény, hogy soha, egyetlen startup üzleti terve nem alakult úgy, ahogy az a táblázatokban le volt fektetve.

Az üzleti lehetőségek tisztázása egyébként nem csak a befektetők meggyőzése szempontjából fontos, a saját csapatunk felé körvonalazódó vízióban is lényeges elem lehet. A csapatunk - főleg ha bootstrappelünk - akkor tart majd ki a projekt mellett, ha pontosan látja, hogy meddig kell ingyen, vagy nagyon kis fizetésért dolgozni. **Mindenkinek lendületet adhat egy reális számokon alapuló, ambiciózus fejlődési lehetőség.** Ezt a víziót aztán majd a felhasználók ítélete, a valóság élesben igazolja, vagy cáfolja, és akkor lehet gondolkozni az újratervezésen, irányváltáson.

Az üzleti logika inkább becsléseken alapul, a piac megismerésével kezdődik. A felhasználóink, vásárlóink feltérképezésével nyerhetünk képet a keresletről, illetve kuthatjuk a piaci szereplők által le nem fedett szegmensek, hiányzó szolgáltatások, termékek iránti igényeket is.

Sajnos a kiválóan kialakított üzleti logika és az aprólékosan felépített üzleti terv sem jelent garantált sikert, hiszen a piac reakciója majdnem kiszámíthatatlan, a siker és a bukás lehetősége ugyanúgy benne van egy vállalkozásban. Egy kedvező piaci rés felismerése hozhat gyors sikert, vagy egy kedvezőtlen gazdasági-politikai változás akár a teljes üzleti környezetet kiszámíthatatlanná teheti. Megjelenhet egy hatalmas versenytárs, vagy olyan sok kicsi konkurens, amiktől elfogyhatnak a felhasználók, s ezzel a lehetőségeink. Ezért kell minél szélesebb piacra tervezni, kevésbé másolható, duplikálható megoldást kínálni, a lehető legjobb minőségben és áron. Bizony ezek nem a legkönnyebben tervezhető dolgok.

Míg az üzleti logika megfogalmazáshoz általában elég a csapatunk, tanácsadókkal megerősített együttgondolkodása, az üzleti tervet érdemes profira bízni. Az üzleti tervezés igen komoly feladat, amelyet a startup részéről folyamatos adatokkal kell segíteni. Készítése rendszeres konzultációt igényel, mivel azt végül a startuppereknek is érteniük kell, egyáltalán nem mindegy, hogy kivel készíttetjük. Ez a munka bizalmat igényel mindkét oldalról, hiszen a startup jövője múlhat rajta. Az elkészült tervet nem csak értelmezni kell majd, hanem megvalósítani is, így a projekt egyik legfontosabb stratégiai tervévé kell válnia. E nélkül valójában tényleg betarthatatlan, értelmetlen számözn marad, táblázatokba formázva.

”Give them quality.
That’s the best kind of advertising.”

Milton S. **Hershey**



Ki fizet majd nekünk?

Az, hogy ki is lesz az, aki majd pénzt ad a termékünkért, szolgáltatásunkért, stratégiai kérdés. Nagyon pontosan fel kell mérnünk a célpiacot, a leendő ügyfeleinket, a konkurenciát, és a rendelkezésünkre álló sales és marketing lehetőségeket. Egyértelmű, hogy egy zsúfolt piaci szegmensben nehéz bármiféle eredményt elérni, de az is elgondolkoztató lehet, ha senki sem csinál hozzánk hasonlót. Valahogy a kettő között kell megtalálnunk a vevőinket főleg azért, mert ha nem tudjuk validálni a vállalkozásunk által megcélzott felhasználói réteget, akkor nagyon nehéz meggyőzni a befektetőket arról, hogy sikeres lesz a cégünk. A legnagyobb hiba ezen a téren, ha azt gondoljuk, hogy mindenkinek egyformán fontos a projektünk. Ezt senki sem fogja nekünk elhinni. Ezért a piacfelmérésnek egyértelmű célja, hogy megtaláljuk azt a kérdést, igényt, problémát, amelyre a megoldásunk ad választ. Egy jól körülhatárolható és fizetőképes piaci szegmens sokkal nagyobb értéket képvisel, mintha szolgáltatásunk mindenki számára hasznosnak látszik.

A legfontosabb, hogy ne csak a lokális lehetőségeket vizsgáljuk meg, hanem globálisan tervezzünk. A nemzetközi lehetőségek lényegesen nagyobb piacot kínálnak a sikerhez. Látva a hazai sikertörténeteket, a Prezi, a Ustream vagy a LogMeIn esetében is a globális gondolkodás alapozta meg a kitörés esélyét. Természetesen a terméknek, szolgáltatásnak maximálisan versenyképesnek kellett lennie. E nélkül nem tartanának ott, ahol ma. Ezt az attitűdöt érdemes azoktól megtanulni, akik képesek voltak sokmilliót teremteni maguknak, európai szinten is példaértékű fejlődést elérni. Ezek a cégek mindezek mellett olyan céges kultúrát tudtak kialakítani, amelyben a céges vízió mindenki számára érthető, kitűnőek a munkakörülmények, a nemzetközi csapat annyira inspiráló, hogy az alkalmazottak kreativitására építkezve nagyszerű eredményeket lehet elérni.

A verseny pedig hatalmas, világszerte jobbnál jobb ötletek születnek, az internet szabadsága globalizálta a kommunikáció és a kooperáció fogalmát. Egy jó startuppal könnyű eljutni nemzetközi versenyekre, nem okoz nehézséget elérni a célközönségünket a közösségi média különböző csatornáin keresztül, illetve társakat találni egy új projekt elindításához. Egyre több olyan online eszközt találunk, amely a munkánkat segíti minden területen.

A legjobbak számára a média sem elérhetetlen ma már, hiszen a szakmai blogok legtöbbször a beszállítói a legnagyobb online magazinoknak, a startupok pedig tudnak olyan érdekesek lenni, hogy akár egy blogbejegyzés is rengeteg felhasználót érjen el. A hírérték az egyetlen szempont, s ha valaki tud egy jó sztorit szolgáltatni, nyitott kapukat találhat akár az elérhetetlennek gondolt média termékekben is. Egy ilyen jól eltalált média megjelenés lehet az első találkozás a felhasználóink széles tömegeivel, s ha ezt megerősítjük - célcsoportunknak címzett - további üzenetekkel, akkor kis szerencsével rákerülhetünk a nemzetközi startup ökoszisztéma térképére. A siker tulajdonképpen csak rajtunk múlik.

Az így megszólított - termékünk, szolgáltatásunk iránt érdeklődő - felhasználóknak pontosan meg kell tudnunk mutatni, hogy milyen előnyökkel rendelkezünk versenytársainkkal szemben. Az egyszerűség, az átláthatóság és a felhasználók igényeinek teljes körű ismerete nélkülözhetetlen ahhoz, hogy nagy felhasználói bázis alakuljon ki az érdeklődőkből. A bonyolult megoldások többsége sosem lesz sikeres. A felhasználók az egyszerű dolgokat szeretik. A már meglevő megoldásokhoz képest az érték sokszor az egyszerűbb kezelhetőség, az érthetőbb működés, a szebb arculat, vagy a speciális feladatok hatékonyabb megvalósításának lehetősége. Az fog fizetni nekünk, akinek ezeket kínáljuk.

”Failure is success
if we learn from it.”

Malcolm **Forbes**



Segítség, sikeres lettem!

Ki ne szeretne sikeres lenni? Azok, akik megtapasztalták ezt az érzést, tudják, hogy legalább annyira nehéz elviselni, mint a kudarcot. A startupok világa sokaknak kínál lehetőséget arra, hogy megmérhessék saját tehetségüket, értéküket, szerencséjüket. Az igazi sikerhez azonban nemcsak jó ötletre, hanem a bátorság, a kitartó munka és a jó adag hit mellett némi szerencsére is szükség van. A legtöbben azért nem vágnak bele a nagy kalandba, mert biztonságosabbnak látszik a mások által kitaposott úton haladni, néhányan pedig gyakran a siker kapujában torpannak meg.

A jó ötletek szavatossága gyorsan lejár, könnyen megeshet, hogy már most is dolgozik valaki azon a megoldáson, amit éppen csak kitaláltunk. Végtelen mennyiségű ötlet születik a világon, amelyek nagy többsége sosem válik valóra. Az ötletgazdák nagy része pedig képtelen a megvalósított ötlete működtetőjévé válni. Így sokszor különválik a megálmodó, a megvalósító és a működtető személye. Mindegyikük számára más a személyes siker. Rendkívül ritka, hogy valakiben mindhárom attitűd megtalálható, de mivel a startupok világában senkitől sem várják el, hogy mindenhez értsen, praktikus, ha a csapat tagjai ebben is sokfélék. A sokszínűség itt is a siker egyik záloga.

A siker gyakran egybeforr egyfajta megszállottsággal, egy jó értelemben vett örültséggel – kitartással, eltántoríthatatlansággal. Ez szinte természetes is, hiszen a startupok életciklusuk első szakaszában úgy érhetnek el hatalmas sikereket, hogy közben üres a zsebük. Az álmaikat megvalósító, lelkes ötletgazdákból, ügyes grafikusokból és tapasztalatlan értékesítőkből álló kezdővállalkozások többsége sajnos nem éri meg a második születésnapját. Az első időszak általában az út- és befektető keresés jegyében telik. Attól függően, hogy ki mennyi tartalékkal rendelkezik, vagy mennyire tudja a 3F (Family, Fools and Friends) háromszög anyagi lehetőségeit

igénybe venni, rövidebb vagy hosszabb ideig képes önmaga finanszírozni a fejlesztést. Nagyobb sikert – nemzetközi szintű piacra lépést – azonban önerőből általában nagyon nehéz elérni. Ehhez általában nem elegendő a 3F, sőt legtöbbször még az angyaltőke segítsége sem.

Persze nem az a siker egyetlen jele, ha cégünkbe komolyabb kockázati tőke áramlik. Az első lépés a jól működő csapat, ütőképes szervezet kialakítása. A jól tervezett és prognosztizált mérföldkövek betartása és elérése szintén lehetnek a siker jól látható lépcsőfokai. Sőt, az ilyen kis eredményeket is meg kell becsülni, hiszen ezek vezetnek végül a nagyobb lokális, vagy akár globális sikerekhez.

A startup versenyek kifejezetten jó lehetőséget kínálnak arra, hogy akár már korai fázisban megmérjük ötleteink versenyképességét, értékét. Az itt megszerzett tapasztalatokat – bármilyen eredményt is érünk el – azután érdemes beépíteni a projektbe. A kritika, a felhasználók véleménye, és a szakértők, mentorok tanácsai a projekt sikerét segíthetik. Sajnos az itt elért eredmények nem jelentenek garanciát semmire, az itt megszerzett támogatások, inkubációs lehetőség, vagy mentori tanácsok legtöbbször csak egy következő fázis eléréséig juttathatja a csapatot.

A nemzetközi versenyek, akcelerator programok csak akkor hatékonyak, ha azokon a projekt olyan fejlődést képes produkálni, amelyet a későbbi felhasználók visszaigazolnak. Nem mellékes az sem, hogy az ilyen programok segíthetik elő azt, hogy komolyabb befektetők látókörébe kerüljünk, tapasztalt startupperekkel ismerkedjünk, nemzetközi csapatot alakítsunk ki. Az első nagyobb kockázati tőkebefektetés így inkább a nagy munka kezdetét jelző mérföldkő, egy ígérvény a sikerre.



”Money often costs too much.”

Ralph Waldo **Emerson**



Több pénz kellene!

A startupok életében előbb-utóbb elérkezik az a pillanat, amikor elfogy a saját tőke. A 3F (Family, Friends and Fools – család, barátok és bolondok) kezdeti időszakot támogató anyagi lehetőségeit ekkor más forrásokkal kell megerősíteni. Ekkor a kezdő vállalkozások többsége azonban még nem érett arra, hogy komolyabb tőkét vonjon be. Az ilyenkor elérhető források között megjelenhetnének a hitelek is, de a banki források a hazai startup ökoszisztéma számára még nem kínálnak speciális lehetőségeket. Így a legnagyobb t, az itt tátongó finanszírozási szakadékot azok az üzleti angyalok hidalhatják át, akik kisebb-nagyobb összegekkel támogatják a projektek fejlődését.

Az angyalok személyes viszonyba kerülnek a csapatokkal és legtöbbször kisebb hozamelvárás és kisebb részesedés mellett fektetnek a remélt sikerbe. Pont ez a személyesség a legnagyobb rizikó ebben a fázisban. Az angyalok nagyon különböző habitusa, kockáztatási hajlama és anyagi lehetőségei miatt csak bizonyos ideig jelentenek segítséget a projekteknek. Ha az angyal által biztosított pénz korábban fogy el, mint ahogy azt a projekt fejlődése megkívánná, megoldhatatlan problémával szembesülhet a csapat. Ha a startupnak nem sikerül piacra lépni, első ügyfeleit megszerezni, az angyalnak elmehet a kedve a további finanszírozástól.

A korai (seed), magvető fázisban levő startupok számára ezért sokszor a speciális tőkealapok jelentenek inkább segítséget. Itthon a Jeremie 2 alapok közül 4 kínál ilyen megoldást azoknak, akik rendelkeznek már valamiféle üzleti aktivitással. Természetesen ezek az alapok is elvárnak bizonyos szintű üzleti tervezést, üzleti logikát úgy, hogy anyagi lehetőségeik kétéves befektetési periódusban mintegy 80 millió forintig terjednek.

Azoknak a projekteknek, amelyek komolyabb üzleti potenciállal rendelkeznek, a Jeremie 1 alapok, illetve a Jeremie 2 növekedési alapjai, illetve a hamarosan megjelenő Jeremie 3 alapok jelenthetnek megoldást tőkebevonási kérdésekben. A Jeremie alapok jórészt európai uniós forrásokból, illetve 30 százalék saját forrásból investálhatnak. Az általuk kínált tőke hozamelvárása általában lényegesen magasabb, mint az angyalok, vagy a seed alapok által elvárt megtérülés. A több pénzért általában nagyobb üzletrészt és több jogot is igényelnek. Az ilyen alapok 100 milliós befektetés alatt nem-igen tesznek ajánlatot, noha nincs definiált befektetési minimum, de létezik felső határa a befektetésnek. A Jeremie alapok többsége nem igazán startupok finanszírozására koncentrál, de bizonyos esetekben jó megoldást jelentenek a nagyobb tőkeigényű, kiváló fejlődési esélyekkel rendelkező, jó hozamú vállalkozásoknak.

További lehetőséget jelenthetnek a magántőkéből építkező kockázati tőkealapok, állami tőkealapok, illetve uniós pályázatok, amelyek lehetőségei sokszor testre szabottabb megoldást kínálnak a hazai tőkekínálatban. Néha pedig egy külföldi befektető hozhatja meg a sikert.

A folyamatosan formálódó hazai tőke kínálattal kapcsolatban sokan úgy gondolják, hogy a vállalkozók számára elérhető források ugyan bőségesen állnak rendelkezésre, mégis az itthoni feltételek időnként gyengébbek a nemzetközileg kínálgató lehetőségekhez képest. A magyar startup ökoszisztéma fontos része a befektetői oldal, a folyamatosan növekvő startup világgal párhuzamosan változik, bővül, fejlődik. A néhány éve még hiányzó finanszírozási formák új lehetőségeket jelentenek a startupok jelene, jövője szempontjából. A legjobb kiválasztása azonban egyáltalán nem egyszerű feladat.

Komolyan fel kell készülni a befektetők kérdéseire, mert a tőkebevonás nem gyerekjáték. Itthon egy átlagos Jeremie befektetést megszerezni viszonylag hosszú folyamat. Azt is tudnod kell, hogy nem mindig a legtöbbet ígérő ajánlat a legjobb a céged jövője szempontjából.

”Winning isn't everything,
but the will to win is everything.”

Vince Lombardi



Meetupok, startup versenyek, inkubátorok, akcelerátorok

Mielőtt belevágnál élesben a nagy kalandba érdemes kipróbálni magad a startup világ legjobb tanuló pályáján. A hazai ökoszisztéma mostanában bővelkedik azon lehetőségekben, ahol megismerheted a leendő társaidat, meghallgathatod azokat, akik valamennyivel már előtted járnak.

A meetupok, startup témájú összejövetelek, előadások és konferenciák kiválóak arra, hogy felépítsd azt a kapcsolatrendszert, amelyre a továbbiakban szükséged lesz. Az izgalmasabb előadók mellett a látogatók között is találsz majd olyanokat, akikkel érdemes megismerkedni. A meetupok világszerte a startup világ belépőpontjai. Az ilyen rendezvényeken könnyedén megmérheted az ötleted értékét, a nézők között a hozzád hasonló startupperek, leendő vállalkozók, álmodozók szívesen vitatkoznak majd veled a projektedről. Természetesen újságírókat, tanácsadókat, tőkebefektetőket, üzleti angyalokat is találhatsz egy ilyen eseményen. A rendezvények igazi értékét sokszor az előadások utáni kötetlen beszélgetések képviselik. Kifejezetten a startup világ kapcsolatrendszerének megteremtésén dolgozik a Záboji Péter által alapított First Moday, amely a hagyományos keretek elvetésével, hónapról hónapra kapcsolja össze a startupok és a befektetők széles táborát.

A bátrabbaknak ajánlható ötletversenyek, fejlesztői hétvégék jelenthetik a következő lépést a sikerhez. A „hackathonok”, startup weekendek többsége két-három napos lehetőséget kínál az ötletgazdának a csapatépítésre, validálásra, fejlesztésre. Ezek egy része egyetemistákat célozva építi az utánpótlást, míg mások inkubátor, vagy akcelerátor programjaikhoz gyűjtögetik a tehetséges csapatokat. A legszínvonalasabbak ezek közül mentorokkal, jól tervezett metodikával, felkészült oktatókkal, és az elkészült projektek elbírálására alkalmas szakértőkből és befektetőkből verbu-

vált zsűrivel „kényeztetik” a leendő startuppereket. Az ilyen hétvégék lehetnek a nagyobb versenyek előszobái.

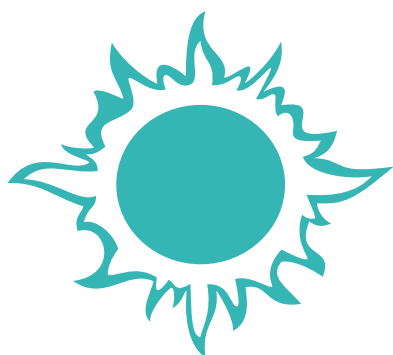
A kezdőknek, és haladóknak egyaránt ajánlott eljárni a témában rendezett konferenciákra. Tavasszal és ősszel számos ilyen esemény kínál szakmailag izgalmas hazai és külföldi előadókat. A Startup Underground ezek közül talán a legrégebben foglalkozik a startupok jelenével és jövőjével. A divatos startup konferenciák, techshow-k jó része startup versenyeket is kínál azoknak, akik már képesek ötleteiket megfogalmazni, mások előtt prezentálni. Erre természetesen némi felkészítést is adnak a szervezők azok számára, akiket az előre meghirdetett versenyekre jelentkezők közül érdemesnek találnak a bemutatkozásra. Az ilyen versenyeken a média is jelen van, tehát a nyertesekre némi reflektorfény is vetül. A látogatók pedig az előadások közötti szünetekben a saját startupjaik jövőjét építik, a leendő befektetéseiket keresik. Izgalmas, pezsgő világ ez, amelynek érdemes részesévé válni.

Budapestet mostanában a legnagyobb nemzetközi startup versenyeknek is meglátogatják. Az angol Seedcamp, a finn Startup Sauna, a Singularity University Global Impact Competition vagy a Microsoft Imagine Cup versenyen komoly eredményeket elérő versenyzőket nemzetközi mentorálási lehetőséggel, pénznyereménnyel, vagy akár egy seed-befektetéssel gazdagíthatja egy jól sikerült prezentáció.

Hasonló versenyekre külföldön is benevezhetsz, Berlin, London, vagy akár a tengerentúli startup központok számos esélyt kínálnak a megmérettetésre. Az ilyen versenyekre azonban nem árt komolyan felkészülni. Erre ma már több hazai tanácsadó, inkubátor kezdeményezés és akcelerátor is szívesen felkészíti a bátor startuppereket. A Colabs és a Kitchen Budapest mellett a nemrégiben alapított iCatapult is komoly szakmai programokat futtat azzal a céllal, hogy a hazai projekteket nemzetközileg is sikeressé tegye. Tanulni mindenkitől lehet, ezeket a lehetőségeket érdemes kihasználni mindenkinek.

”Álomban és
szerelemben
nincs lehetetlenség.”

Arany János



Határtalan lehetőség

A startupperek alapvetően optimista emberek, hisznek a saját képességeikben, önmaguk építik a jövőjüket, és sokszor csak azon múlik a sikerük, hogy mennyire mernek nagyot álmodni. Az internet korában lecsökkentek a távolságok, eltűntek azok az akadályok, amelyeket korábban határok és kilométerek, mérföldek jelképeztek. A világ szinte bármely helyén elindíthatjuk a vállalkozásunkat, akár a számítógépünk előtt ülve. Nem nehéz nagyot álmodni, s nem lehetetlen hozzá akár a világ bármely tájáról társakat, befektetőt találni.

Videó-konferenciával, Google Hangouttal válthatjuk ki a korábban hosszas repülőutakat, így szinte bárhol folyamatos kapcsolatot tarthatunk a partnereinkkel, alvállalkozóinkkal, távmunkában dolgozó fejlesztőinkkel. Valós idejű videós megoldásokkal válthatjuk le az eddig személytelen ügyfélszolgálatunkat.

A legjobb nemzetközi blogokat olvashatjuk, tematikusan tallózhatjuk a világsajtót. Mindent megtudhatunk a célpiacunkról, leendő ügyfeleinkről. Online kérdőíveken faggathatjuk potenciális felhasználóinkat. A Google segítségével gyakorlatilag szinte minden témában megkereshetjük a bennünket érdeklő publikációkat, szakmai anyagokat. Folyamatosan mérhetjük a szolgáltatásaink iránti érdeklődést, az elemző programok eredményeinek segítségével kidolgozhatjuk a leghatékonyabb arculatot és működési módokat. Blogokat írhatunk a saját témánkban, s akár nemzetközileg is elismert szakértővé válhatunk, ha kellőképpen érdekes tartalmat sikerül tartósan előállítanunk.

A YouTube segítségével milliókkal oszthatjuk meg a projektünk üzeneteit, a Facebook csoportunk rajongó táborunk építését egyszerűsíti. Pontos és precíz üzeneteket, híreket küldhetünk a Twitterrel azoknak, akik kíváncsiak projektünk híradásaira.

A LinkedIn csoportokban szakmai vitákat folytathatunk a világ legjobb szakértőivel, olyan szakemberekkel vehetjük fel a kapcsolatot, akiket korábban egy óceán és sok ezer kilométer választott el tőlünk. Elérhetjük a legjobb kompetenciával rendelkezőket, követhetjük tevékenységüket, olvashatjuk publikációikat, megnézhetjük előadásait és prezentációikat.

Online egyetemeken tanulhatunk azoktól, akik már elindítottak sikeres vállalkozásokat. Úgy végezhetünk el kurzusokat, hogy gyakorlatilag ki sem mozdulunk otthonról. Oktató anyagokat oszthatunk meg a neten, konferenciákat, sajtótájékoztatókat, illetve gyakorlatilag bármit közvetíthetünk, akár valós időben. Bármit letölthetünk, elolvashatunk, online könyvtárakban kutathatunk.

Crowdsourcing oldalakon találhatjuk meg azokat az alvállalkozókat, akik az általunk felkínált összegért megtervezik logónkat, grafikai arculatunkat. Az első vázlatoktól az utolsó simításokig gyakorlatilag mindent képesek vagyunk online eszközökkel megvalósítani, termékeinket, szolgáltatásainkat webshopokon keresztül bárki megveheti.

Olyan webes szolgáltatásokon mutatkozhatunk be üzleti koncepciónkkal, amelyet közvetlenül a befektetők, üzleti angyalok használnak. Sőt, a közösségi finanszírozás módszereivel már akkor eladhatjuk a termékeinket, amikor még prototípus fázisban vannak. A Kickstarter segítségével akár dollár milliókat összegyűjthetünk úgy, ha projektünk megtetszik az oldalt látogató felhasználóknak.

A lehetőségek sora végtelen, éljünk velük!

”When it comes to winning,
you need the skill and the will.”

Frank Tyger



Tanácsok a sikeresektől

Összegyűjtöttük a legjobb tanácsokat egy csokorba. Megfogadhatod, vagy elvet-heted ezeket, de egy bizonyos, ezek a tippek egyszer már működtek. Miért ne működnének neked is?

- A legjobb ötletek egyszerűek, és választ adnak valamilyen kérdésre, megoldást nyújtanak valamilyen problémára. Ne próbáljunk meg visszafelé gondolkozni, mert csúnya kudarchoz vezethet egy olyan ötlet, amely csak a mi problémánkon segít. Az ötlet és az üzlet között nincs mindig egyenlőségjel.
- Az ötlettől a sikerig hosszú és néha igen kanyargós út vezet. Csak a legjobbak jutnak el a célig. Ha valóra akarod váltani álmáidat, nyitottnak, kitartónak és következetesnek kell lenned. Higgy a projektedben, tégy meg mindent a sikeréért és reménykedj benne, hogy a szerencse melléd szegődik.
- Építs olyan csapatot, amelyet megálmodtál! Ne elégedj meg a félmegoldásokkal, a lelkes amatőrökkel, viszont az unatkozó profikat kerüld el! Olyanokat válassz magad mellé, akikkel húsz év múlva is szívesen dolgoznál.
- Mutasd meg, hogy az adott téma szakértőjeként érdemes meghívni téged szakmai eseményekre, meet-upokra, konferenciákra! Oszd meg a világgal a tudásodat, és ha elég érdekesek a gondolataid, számos új emberrel gazdagodik majd a kapcsolatrendszered! Ne feledd, ez rengeteg tanulást is igényel! Készülj fel a saját startupodból úgy, hogy a lényegét bármikor el tudd mesélni akár két percben is!
- A szakértők, mentorok, tanácsadók és jogászok legtöbbször pénzbe kerülnek. Ha sok millió forintot költöttél a fejlesztésre, áldozz arra is, hogy megfelelő kapcsolatokkal rendelkező, hozzáértő szakembert találj azokra a feladatokra, amihez nem értesz. Tervezd bele a költségvetésedbe a díjukat! Később sokkal drágább lehet, ha megspórolod a munkájukat.

- Egy fejlesztés alatt felépített márkanev, cégstratégia és jövőkép fontos üzenet mindenki számára. Ha sikerül eljuttatni az üzeneteidet még az elindulás előtt a célközönségednek, könnyebb lesz bevezetni a terméket vagy szolgáltatást is. Olyan ez, mint megérkezni valahová, ahol szeretnéd, hogy minél többen várjanak; ha nem értesíted őket, akkor egy lélek sem lesz az érkezési oldalon.
- Üzenj a sajtó és blogok segítségével itthon és külföldön egyaránt! A kiválóan tervezett piaci bevezetés az igazi értékeidet megmutatva nem csak a felhasználók felé közvetíti a professzionalizmusodat, hanem a befektetők számára is megmutatja, hogy a menedzsment képes végigvinni a terveit.
- A befektetők nem az ötletbe, hanem a csapatba fektetnek. Ezért kell a csapatodat tehetséges, sokféle képességgel és megfelelő tudással felvértezett emberekből felépíteni. A befektetők többsége nem azt várja tőled, hogy mindenhez érts. Elég, ha pontosan és összeszedetten képes vagy átadni az ötleted lényegét. Arra ne is számíts, hogy túlzásokkal vagy megalapozatlan ígéretekkel leveszed őket a lábukról!
- Minden prezentációd első 3 mondatába csomagold be a lényegét, érthetően és határozottan, a többi majd jön magától. Ne bonyolódj szakmai részletekbe, a befektetők, ügyfelek nem kíváncsiak ezekre!
- Nincs magyar startup! Mindenki a nagy ötleteket várja a világon. Ne zárd ki magad abból a sokmilliós piacból, amely vevő lehet az ötletedre! A versenyek, mentorok, akceleratorok hivatalos nyelve az angol, de Berlinben, Bécsben, Londonban esetleg New Yorkban ugyanúgy az ötleted lényegét kell megmutatnod.



”We shape our tools and afterwards our tools shape us.”

Marshall **McLuhan**



Ajánlott olvasnivalók, közösségek, weboldalak

A kérdéseid legtöbbszörre találhatsz válaszokat azokon a weboldalakon, amelyek kifejezetten a startupok problémáival, híreivel foglalkoznak. Az Insiderblog, a Kockázati Tőke blog, a Startupcafe, a Startupdate és a Megoldás Most bejegyzéseit ezért érdemes figyelemmel kísérni. A Player.hu Startvonal sorozata szintén adhat inspirációkat a projektindításhoz. A Figyelő Feltörekvő rovatában hetente olvashatsz azokról a csapatokról, akik már elértek valamit. A HVG és mellékletei is gyakran ír a témában jó anyagokat.

Angol nyelven a legnagyobb amerikai és angol blogok mellett hazai forrásokból is tájékozódhatsz. A CEE startups blog, illetve az European Entrepreneurship Foundation blogja a nemzetközi ökoszisztémához kapcsolja a hazai startup világot. Mindezeket a forrásokat folyamatosan tallózza a legnagyobb hazai LinkedIn startup közösség a StartUP Hungary, illetve a Facebookon található Magyar Startup közösség. Ezen csoportok tagjai olyan startupperek, tanácsadók, befektetők, akik szívesen vitatkoznak egy-egy témáról. A magyar LinkedIn közösség startup szekciójában sok komoly nemzetközi szakember is megtalálható, a csoport mintegy harmada amerikai, angol, német, finn startup vállalkozó, befektető.

A startupperek többsége valódi közösségi összejöveteleken találkozik egymással, illetve akadnak olyan közösségi irodák, coworkingek, ahol jelentős startup élet folyik. A közösségi irodák olcsó és komfortos lehetőséget biztosítanak a városi nomádok életét élő startuppereknek arra, hogy legyen egy biztos pont, ahol ügyfeleiket fogadhatják. Az ilyen munkahelyet választók aztán a kávészünetekben, ebédidőben gyakran megvitatják az éppen aktuális problémáikat. A coworking irodák egy részében tudatos inkubáció is folyik, de téves elképzelés azt gondolni, hogy egy üres iroda startuppereknek – értékes programok és szakmai vezetők nélkül – majd inkubátorként fog funkcionálni. A Colabs, a DBH Green Office, a L'office, a Kaptár és a TheHub.



A hazai ökoszisztéma (ki-kicsoda)

hu rendszeresen szerveznek eseményeket, workshopokat, ahol belefuthatunk érdekes emberekbe, válaszokat kaphatunk kérdéseinkre, társakat találhatunk legújabb ötletünkhöz. A meetupok többsége csak érintőlegesen kapcsolódik a startup világhoz, de vannak kifejezetten a startupok bemutatkozására vállalkozók is. Ezek közül a Meetoff, a MM Klaszter Hightech Pub, és a New Tech Meetup startupoknak célzott rendezvényein érdemes megjelenned.

A budapesti ötletgazdák széles program kínálatból válogathatnak, míg a vidéki rendezvények sajnos eléggé ritkák. A nagyobb egyetemek környékén egyre több startup/spinoff rendezvény szerveződik, Szeged, Győr és Miskolc startup közössége is egyre aktívabb. A budapestiek a Corvinuson, a BME-en, az ELTE-n, az Óbudai Egyetemen vagy a Pázmányon, az egyetemi startup élet rendezvényein próbálják ki tehetségüket. Projektjeidet üzleti terv versenyeken, 24 órás programozói versenyeken, mobilos fejlesztői eseményeken tesztelheted. A Colabs, a Hackathon-in-a-Box és az iCatapult vidéki programokat is szervez.

Vállalkozói témájú előadásokat, rendezvényeket látogathatsz az angol és az amerikai nagykövetségen. Az Amcham és a HVCA szervezésében találhatsz befektetésekkel kapcsolatos előadásokat, konferenciákat. Az Innovációs Szövetség és a Fivosz is bekapcsolódott a startupok inkubálásába, oktatásába. A Nemzeti Innovációs Hivatalban futó Go!nno program, és Kaleidoszkóp program hasznos lehet számodra is.

Személyesebb hangú, angol nyelvű rendezvényeket, az EEF kínálatában, szakmai előadásokat workshopokat pedig a CEU és az ESSCA programjai között találhatunk. A havi rendszerességű „International geek-together” eseményein egy laza sörözés mellett megismerkedhetsz a Budapesten élő külföldi „geek” sokszínű világával. Ha meghívnak, nem hagyhatod ki a minden hónap első hétfőjén megrendezett First Monday-t, ahol Záboji Péter tanácsai mellett a hazai ökoszisztéma számos fontos szereplőjével megismerkedhetsz.

Összefoglalva, itt megtalálhatod az eddig emlegetett szereplőket. A sikeres startupperek többsége a későbbiekben szívesen lesz mentor, tanácsadó, üzleti angyal vagy befektető. Egy saját startuppal ennek az igen komplex rendszernek részese lehetsz, és hogy meddig jutsz a történetben, csak rajtad múlik.

Startupok/spin-off vállalkozások

Nagy növekedési potenciállal rendelkező kezdő vállalkozások. Kell hozzá egy jó ötlet, egy csapat, némi pénz, és sok kitartás. Startup minimum skillset = Hacker + Hustler + Designer + Sales

Egyetemi intézményrendszer/ Technológiai és Tudástranszfer irodák

Az egyetemi rendszerben működő tudás-intenzív központok. Az irodák feladata az egyetemi startupok/spinoff vállalkozások támogatása, segítése, tanácsadás, rendezvények szervezése.

Klaszterek / innovációs klaszterek

A klaszter társult tagok gazdasági együttműködésére, azonos üzleti érdekek és célok elérése érdekében, közös képviselőre alakult, regionális szinten működő szervezetek.

Véleményvezérek / Stakeholderek

Az ökoszisztéma meghatározó szereplői: bloggerek, újságírók, szakértők, tanácsadók, üzleti angyalok, kockázati tőkések, politikusok, sikeres és startup vállalkozók, akik sokat tesznek az ökoszisztémaért.

Tanácsadók / Pályázatírók

Azon szakemberek, akik saját területükön a startupok segítését vállalják fel. Coachok, mentorok, jogászok, szervezetfejlesztők, befektetési szakemberek, marketingspecialisták, PR-Kommunikációs tanácsadók, közvetítők.

Üzleti Angyalok / Business Angel

Az üzleti angyal olyan magánszemély, aki a saját pénzéből fektet be, jellemzően a vállalkozás indulásakor, esetleg más fázisában. Néhány tíz millióig számíthatunk rájuk, ha megtetszik nekik a projekt.

Kockázati tőkealapok

Befektetésekre koncentráló magán, vagy állami társaságok. Itthon jellemzően inkább a Jeremie alapok ismertek. A Seed alapok startupokba, a növekedési alapok érettebb vállalkozásokba fektetnek tőkét.

Inkubátorok, Akceleratorok, Közösségi Laborok

A startupok oktatását felvállaló szervezetek, a projektek fejlődését, versenyképességét erősítő szakmai mentorokkal dolgozó szervezetek. Részesedésért néhány milliót is kaphatsz tőlük.

Állami intézmények

Az innovációs stratégiáért, pályázatokért, támogatások kiosztásáért felelős szervezetek. Egyre több speciális startup témájú pályázatot írnak ki, de néha bele férhetsz a K+F szervezeteknek kiírtakba is.

Média

Újságok, blogok, ahol szívesen írnak a projekted sikereiről, versenyekről. A hírérték a legfontosabb a számukra. A híreinket és a nemzetközi sikereket szinte biztosan érdemes eljuttatni hozzájuk.

Közösségi irodák

Kezdő vállalkozásoknak tervezett irodák, ahol bérelhetsz akár néhány órára is munkahelyet magadnak. Más startupperek, mentorok és tanácsadók is gyakran felbukkannak az ilyen helyeken.

Szómagyarázó

Kihagytunk a történetből - teljesen tudatosan - egy csomó bonyolult kifejezést, mert azt gondoljuk, ha szükséged lesz rá, akkor majd megtanulod a többiektől, mások hibáiból, vagy a sajátjaidból. Néhányat azért mégis összeszedtünk, hogy legyen honnan kezdeni a tanulást.

Elevator pitch

2 perces startup prezentáció, amelyet a legendák szerint a főnököddel egy liftben utazva adsz elő a siker reményében. A startup versenyeken - lift nélkül - akár 10 perces is lehet. Rövid, tömör, érthető.

Bootstrap

Befektetés előtt az ember lelkesedésből dolgozik, ahhoz hogy sikeres légy, ezt be kell vállalnod az elején.

Onepager / elevator statement / executive summary

Egy - maximum 3 - oldalas, szépen szerkesztett, átlátható befektetői összefoglaló a projektről. A minimum követelmény: Kinek, milyen problémájára ad választ, milyen módon, kik a vevők, kik a versenytársak, hogy lesz belőle pénz, kik a csapat és miért pont ők, mivel vagytok jobbak másoknál, mikor és mennyi pénz kell.

Term sheet / letter of intent

Viszonylag érthetőbb nyelven befektetői szándéknyilatkozat. Minden startup álma, hiszen az egész befektető keresésnek az egyik legfontosabb eleme, hogy kapjunk végre valakitől egy ilyet. Persze nem mindegy, milyen feltételekkel. Ügyvédet szerezz hozzá, mert ehhez nem árt egy szakértő.

Due Diligence

Ez egyfajta cégátvilágítás, ami a Term Sheet aláírása után történik. Ekkor végzik el az adott társaság működéséből, vezetői és tulajdonosi háttéréből adódó potenciális biztonsági és egyéb kockázatok felmérését, elemzését. Megvizsgálják a technológiai kérdéseket, és ha minden rendben, akkor nyertél.

Valuáció

Nehéz pontosan megállapítani valaminek az értékét, ami éppen csak megszületett. Alexander Field szerint, ez nagyjából úgy működik, mint a 2+2. Ha veszel, akkor 3, ha eladsz 5. A cég értéke pont annyi, amennyit gondolnak róla, vagy adnak érte. Ezért mindent meg kell tenned, hogy értékesnek gondolják.

Cash Flow

Egy vállalkozás esetén a pénzforrások képződésének és felhasználásának folyamata egy meghatározott időszak alatt. Bevételek, kiadások, költségek, adók meg ilyenek. Nem árt hozzá egy könyvelő.

Lean Startup

Eric Ries alkotta metodológia, amelyet világszerte előszeretettel használnak a startupok. Lényege három szó és a mögöttük rejtőző tartalom. Build. Measure. Learn. Építsd gyorsan fel, ismertesd meg másokkal és tanulj a visszajelzésekből! Szóval ne féltsd az ötletedet és készíts mielőbb működő prototípust, teszteld másokon és javíts rajta a kritikák alapján! (Olvasd el Eric Ries: The Lean Startup című könyvét!)

CEO / Chief executive officer

Ez azt jelenti a neved után, hogy te vagy a főnök. Ideje felnőni a feladathoz, hiszen egy céget vezetsz, embereket veszel fel, ügyfeleket, befektetőt, partnereket szerzel, fizetést osztasz, stratégiát tervezel, értekezleteket tartasz, nyilatkozol, partikra jársz, vagy egyszerűen csak relaxálsz az irodádban az egész napos munka után. Persze mindezt úgy, hogy rajtad is áll, hogy a tiéd lesz-e a következő nemzetközi sikertörténet. A lehetőségeid végtelenek, te döntesz.



Nemzeti Innovációs Hivatal

A Nemzeti Innovációs Hivatal (NIH) a 303/2010. (XII. 23.) kormányrendelet értelmében a Kormány kutatás-fejlesztésért és technológiai innovációért felelős szerve.

A Nemzeti Innovációs Hivatal fő tevékenységei:

- KFI stratégiai tervezés és elemzés
- a KFI Obszervatórium és a Kaleidoszkóp rendszer működtetése
- részvétel a KFI szakpolitika fejlesztésében, alkalmazásában
- nemzetközi KFI együttműködések koordinációja és ösztönzése

Nemzetközi tevékenységek:

- külföldi beruházások Magyarországra vonzása
- a nemzetközi és EU-s KFI szakpolitika harmonizációja
- a kétoldalú tudományos és technológiai együttműködés koordinációja

A NIH KKV-támogató tevékenységei:

- elősegíti a piaci szereplők hozzáférését a nemzeti KFI eredményekhez
- támogatja a KFI szereplők közti kutatási együttműködést és erősíti a hálózatosodást
- innováció menedzsment feladatokat lát el
- fokozza a KKV-k innovációs aktivitását

A célok elérése érdekében a NIH szoros együttműködésben áll kormányzati szervekkel, minisztériumokkal, hivatalokkal, az MTA-val, felsőfokú képzési és kutatói intézményekkel, nemzeti és regionális szervezetekkel és a KFI-ben érintett piaci szereplőkkel.



Kaleidoszkóp

A Kaleidoszkóp (a név a KFI sokszínűségére utal) a Nemzeti Innovációs Hivatal információs rendszere. A Kaleidoszkóp célja egy egységes KFI adatbázis létrehozása, amely tartalmazza a szektor releváns intézményeit, vállalatait, valamint azokat az adatokat és elemzéseket, amelyek a szakpolitikai döntéshozatalt segítik. Az adatbázisra támaszkodva a KFI terület szereplői bevonhatók a szektor problémáinak feltárásába és a lehetséges megoldások kidolgozásába. A rendszer adathalmaza és szolgáltatásai segítséget nyújtanak továbbá a közszféra intézményei és egyéb szervezetek hálózatosodásában, stratégiaalkotásában és piacelemzési tevékenységében.

A Kaleidoszkóp üzemeltetője a Nemzeti Innovációs Hivatal KFI Obszervatórium Főosztálya.

A Kaleidoszkóp honlapja: www.kaleidoszkop.nih.gov.hu

A Kaleidoszkóp fő céljai:

- elősegíti a KFI szektor hálózatosodását
- segíti a tényeken alapuló döntéshozatalt
- támogatja a nemzeti és a nemzetközi statisztikai
- tevékenységet
- megalapozza a stratégiaalkotást a KFI területén

A Kaleidoszkóp szolgáltatásai:

- általános és ágazati KFI elemzések és statisztikák
- elemzésre alkalmas adatforrások
- információk a közfinanszírozású KFI projektekről
- a magyar kutatási infrastruktúrák regisztere
- térképalapú kereső a KFI szervezetekről és vállalkozásokról
- projektpartnerek és projektlehetőségek felkutatása



A szerzőről

Turcsán Tamás Péter

Startup tanácsadó, közösségi média szakértő és társadalmi innovátor. A SmartUP Communications vezetőjeként a hazai startup ökoszisztéma egyik szervezője. Jelenleg a hazai innovatív kezdővállalkozásokat segíti, oktatással, mentorálással, kapcsolati tőkével, PR-kommunikációval.

Startup és mobilos események szervezője. A Hackathon-in-the-Box egyetemi üzleti ötletverseny sorozat alapítója. A Guru/PC Guru és a PC-X (ma GameStar) alapítója. Az Origo Szoftverbázis alapítója. Számos online szolgáltatás elindítója. A közösségi finanszírozás szakértője. Jelenleg is foglalkozik saját startupok indításával.

A Linkedinen működő legnagyobb hazai startup közösség – a StartUP Hungary csoport – vezetője. Újságíró és blogger. Rendszeresen publikál a HVG, a Figyelő, a Player.hu és az Insiderblog.hu oldalain. A hazai startup konferenciák rendszeres előadója.

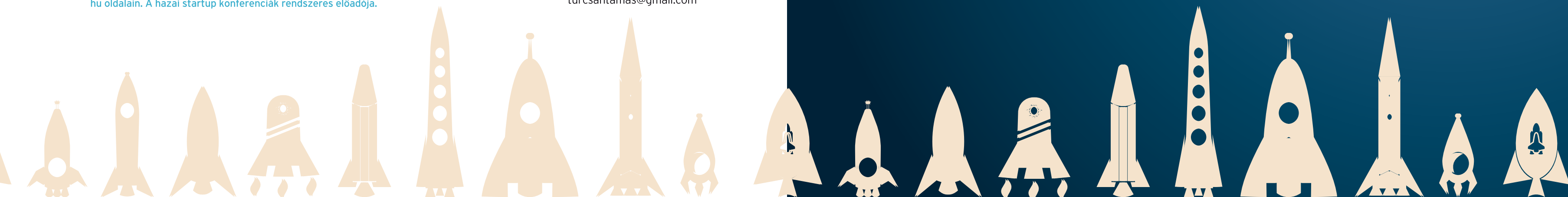
Köszönetek és források

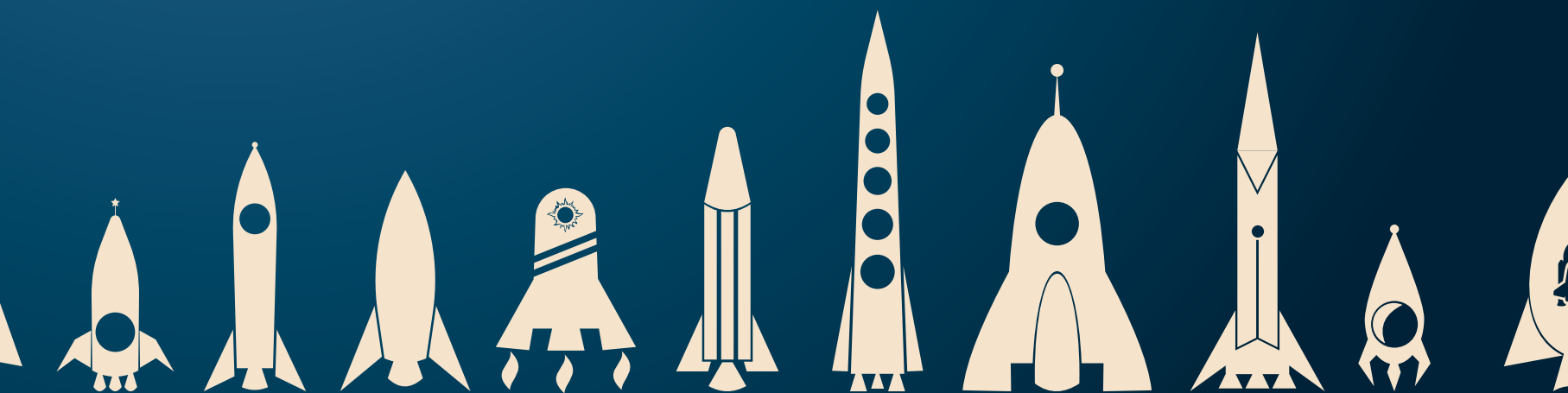
Köszönetet szeretnék nyilvánítani a kiadvány megszületéséért azoknak, akik inspirálták vagy fizikailag is segítették a munkámat, illetve Nemzeti Innovációs Hivatalnak a kiadvány megjelentetésért.

Köszönettel tartozom azoknak, akik fáradhatatlanul dolgoznak az ökoszisztéma építésén. Nem készítettem névszerinti felsorolást valószínűleg azért, mert úgysem lenne teljes, hiszen a hazai startup ökoszisztéma egésze folyamatosan inspirál a további munkára.

Külön köszönet azoknak, akikkel naponta együtt dolgozhatok a Hackathon-in-a-Box egyetemi ötletverseny sikeréért, a TheHub.hu-nak az ihlető környezetért, az újságíró és blogger kollégáknak a jó ötletekért és a családomnak, hogy elviselik az éjszakai munkavégzésemet.

Turcsán Tamás Péter
turcsantamas@gmail.com





Kaleidoszkóp
A NEMZETI INNOVÁCIÓS HIVATAL
INFORMÁCIÓS RENDSZERE