



**EUROPEAN FOODBUSINESS TRANSFER LABORATORY FOR STIMULATING  
ENTREPRENEURIAL SKILLS, FOR FOSTERING INNOVATION AND FOR BUSINESS  
CREATION IN THE FOOD SECTOR / FOODLAB**

## Jó Gyakorlatok Európai Fehér könyve

Deliverable száma		<b>D.4.9.</b>	
Munkacsomag száma	<b>WP4</b>	Munkacsomag címe	<b>Creation of European Foodbusiness Transfer Laboratory</b>
Feladat száma	<b>T4.4</b>	Feladat címe	<b>Analysis of spin off / entrepreneurship / innovation transfer best practices in the different European countries</b>
Szerzők		<b>Benoît PLISSON</b>	
Státusz (F: final; D: draft; RD: revised draft):		<b>F</b>	
Dokumentum neve:		<b>FOODLAB- D4.9 European white book</b>	
Projekt kezdete és hossza		<b>2015 január 1; 36 hónap</b>	



## Tartalomjegyzék

Táblázatok listája.....	5
Rövidítés jegyzék.....	6
1 Bevezetés .....	7
2 Kompetenciák kézikönyve (D4.1).....	8
3 Országok összehasonlítása (D4.2).....	10
3.1 Szellemi tulajdonjog-védelemi rendszerek összehasonlítása .....	10
3.2 Akadémia-ipari társfejlesztés – OLASZORSZÁG .....	11
3.3 Akadémia-ipari társfejlesztés – SPANYOLORSZÁG.....	12
3.4 Akadémia-ipari társfejlesztés –FRANCIAORSZÁG .....	12
3.5 Akadémia-ipari társfejlesztés- MAGYARORSZÁG.....	13
3.6 Etikai kódex (D4.3.1) .....	13
3.7 Szerződések szerkezete (D4.3.2).....	15
4 On-line eszközök az innováció és a vállalkozói tudatosság fejlesztésére (D4.6) .....	18
4.1 Vállalkozó tudatosság fejlesztésére szolgáló szoftver specifikációja (D4.5).....	18
4.2 Kézi útmutató az eszközök használatáról és az on-line tartalomkezelésről (D4.7).....	19
4.3 Üzleti modell (D4.7.2) .....	19
4.3.1 Értékajánlat .....	19
4.3.2 Vevői csoportok.....	20
4.3.3 Értékesítési csatornák .....	21
4.3.4 Vevői kapcsolat - Market stratégia .....	22
4.3.5 Kulcsfontosságú erőforrások, képességek és alapvető kompetenciák.....	22
4.3.6 Kulcstevékenységek .....	23
4.3.7 Kulcsfontosságú partnerek.....	23
4.3.8 Bevételi források .....	24
4.3.9 Költségstruktúrák .....	24
4.3.10 Végső tesztelés.....	25
4.4 Üzleti terv (D4.7.3) .....	25
4.4.1 Az üzleti terv összefoglalója .....	25
4.4.2 Tulajdonos háttere .....	26
4.4.3 Termék és szolgáltatás .....	26

4.4.4	Piac .....	27
4.4.5	Piackutatás .....	27
4.4.6	Marketing stratégia .....	27
4.4.7	Verseny-társ-elemzés .....	28
4.4.8	Gyártási folyamat .....	28
4.4.9	Pénzügyi adatok .....	29
5	Siker történetek (D4.8) .....	30
5.1	Esettanulmányok az innovációs transzferre .....	30
5.2	Üzleti inkubátor .....	30
6	Összefoglalás .....	32



## Táblázatok listája

Táblázat 1: Üzleti modell- értékajánlat .....	19
Táblázat 2: Üzleti modell- vevői csoportok .....	20
Táblázat 3: Üzleti modell- Értékesítési csatornák .....	21
Táblázat 4: Üzleti modell- Vevői kapcsolat - Market stratégia .....	22
Táblázat 5: Üzleti modell- Kulcsfontosságú erőforrások, képességek és alapvető kompetenciák.....	22
Táblázat 6: Üzleti modell-Kulcstevékenységek .....	23
Táblázat 7: Üzleti modell-Kulcsfontosságú partnerek .....	23
Táblázat 8: Üzleti modell- Bevételi források .....	24
Táblázat 9: Üzleti modell-költségstruktúrák .....	24
Táblázat 10: Üzleti modell-végső tesztelés .....	25
Táblázat 11: Üzleti terv-Az üzleti terv összefoglalója.....	25
Táblázat 12: Üzleti terv- Tulajdonos háttere.....	26
Táblázat 13: Üzleti terv- Termék és szolgáltatás.....	26
Táblázat 14: Üzleti terv-Piac.....	27
Táblázat 15: Üzleti terv: Piackutatás .....	27
Táblázat 16: Üzleti terv: Marketing stratégia.....	27
Táblázat 17: Üzleti terv: Versenytárs-elemzés.....	28
Táblázat 18: Üzleti terv: Gyártási folyamat .....	28
Táblázat 19: Üzleti terv: Pénzügyi adatok .....	29

## Rövidítés jegyzék

KKV: kis- és középvállalkozásoknak

NGO (Non-Governmental Organizations): nem kormányzati szervezetek

WP (Work Package): Munkacsomag



# 1 Bevezetés

A Fehér Könyv célja az élelmiszeripari innováció elősegítése a Foodlab project során összegyűjtött jó gyakorlatok bemutatásával.



## 2 Kompetenciák kézikönyve (D4.1)

Az élelmiszeripari innováció elősegítéséhez és különböző szereplők, így tudományos közösség és az ipar, közötti tudás átadás javításához szükséges kompetenciák felmérésére 7 európai országot lefedő felmérést végeztünk. A kérdőívet egyetemi hallgatóknak, tanároknak, és kvv-knak küldtük ki, arra a kérdésre keresve a választ, hogy melyek azok a kompetenciák melyek szükségesek egy sikeres spin-off vállalkozás létrehozásához.

Az online kérdőív kidolgozása és terjesztése a Foodlab projekt partnerek (ipari érdekelt felek és iparági szövetségek) feladata volt. Alábbiakban részletezzük a felmérés eredményét.

**Egyetemi hallgatók által biztosított adatok összefoglalása:** Összesen 66 válasz érkezett. A válaszadók átlag életkora 26 év volt. A válaszadók 71%-a vett már részt valamilyen innovatív projektben, míg 32%-knak volt tapasztalata egy vállalkozás létrehozásának folyamatában. A hallgatók saját értékelésük szerint, erősségük a kreativitás, termékfejlesztés, projekt management és a fenntarthatósággal kapcsolatos témakörök, míg a jogi szempontok, kereskedelmi stratégia és marketing stratégia kidolgozás, iparosítás vagy csomagolás nem tartozik az erősségük közé. Franciaországban a válaszadó hallgatók 96%-a számár már hasznosnak bizonyult tanulmányai során egy oktató jelenléte, míg Olaszországban a válaszadóknak csak 30%-a vélekedett így. A hallgatók az oktatók felkészültségét jónak ítélték, főleg az ipari magvalósítás, termékfejlesztés, érzékszervi vizsgálatok, a termékek beltartalmi minőségének meghatározása és a projekt management terén. Míg a piaci felmérések, csomagolás, ellátási lánc, fogyasztói felmérések és a szellemi tulajdon jogi szempontok esetén kevésbé jártasnak ítélték az oktatóikat. Az válaszadó egyetemi hallgatók 37%-ának nyílt lehetősége egy ipari partnerrel való együttműködése a projektje során. Az ipari partnereiket a következőképpen jellemezték a hallgatók: kompetenciák megfelelőek a termelés tervezés, ipari megvalósítás, termékfejlesztés, ellátási lánc, illetve a projekt management területén. Azonban a termékek beltartalmi minőségének meghatározásában, a csomagolások terén, érzékszervi vizsgálatok területén, piaci felmérésekben, a marketing mix meghatározásában értékelték úgy, hogy az ipari partnerek nem rendelkeznek a kellő kompetenciával. Továbbá a kreativitást, az élelmiszerjogot és az öko-konceptiók kidolgozását sem sorolták az erősségeik közé. A válaszadó hallgatók 8%-a részesült inkubátorok által nyújtott támogatásban vagy pénzügyi segítségben (13%-k pedig pénzügyi támogatást kapott). A hallgatók saját projektjeiket versenyeken, a közösségi oldalakon keresztül népszerűsítik, illetve a válaszadók 35% nyert már díjat versenyen.

**Egyetemi tanárok/oktatók által biztosított adatok összefoglalása:** Összesen 31 egyetemi oktató töltötte ki a kérdőívet. A válaszadók átlag életkora 43 év volt. Foglalkozásukat tekintve mérnökök és/vagy professzorok voltak a válaszadók. A válaszadók fele dolgozott már vállalatnál, és 38%-uk az élelmiszeriparban. A válaszadó oktatók 81% már felügyelt már olyan élelmiszeripari innovációs projektet, melyből vállalkozás alakult, illetve piacra bocsátható termék keletkezett. Saját kompetenciájuk megfelelőként jellemezték az alábbi témakörökben: kreativitás, termékfejlesztés, projekt management, etika, míg kevésbé megfelelőnek a kereskedelmi és marketing stratégia kidolgozásában, jogi kérdésekben, üzleti terv kidolgozásában, élelmiszerjog és érzékszervi vizsgálatok területén, a csomagolások és az ipari megvalósítás területén. Hallgatóik képességeit jónak értékelték a termékfejlesztés, érzékszervi vizsgálatok, élelmiszerminőség és –biztonság területén, fenntarthatósághoz kapcsolódó területeken, illetve az élelmiszerjog és projekt management területén.



Kevésbé jártasnak ítélték a hallgatókat a szellemi tulajdon védelemhez kötődő területekben, az üzleti terv kidolgozásában, a csomagolások területén, marketing mix kidolgozásában és az ipari megvalósításban. Az innováció-átadás hatékonysága érdekében az egyetemi oktatók szerint hallgatók vállalkozói tudatosságának fejlesztését az oktatásuk minél korábbi fázisában el kell kezdeni, emellett ipari partnerek bevonása szükséges az oktatásba, illetve lehetővé tenni a hallgatók könnyebb együtt működését a vállalkozásokkal.

**Kkv-k által biztosított adatok összefoglalása:** 46 vállalat töltötte ki a szétküldött kérdőívet. 46% a válaszadó vállalatoknak több, mint 100 alkalmazottal rendelkezik. 14%-uk a kis- és mikro-vállalatok közé tartozott. 88%-a a vállalatoknak rendelkezik R&D osztállyal és 92%-ának van a innovációval foglalkozó alkalmazottja. 76%-ra az a jellemző, hogy a kutatás-fejlesztés házon belül valósul meg, míg mások külsős kutató centereket bíznak meg. 69%-a a megkérdezett vállalatoknak már segített hallgatói innovációs projektet. 63%-uk rendelkezik innovációs díjakkal kitüntetett projektekkel és 69%-a ezeknek sikeres vállalkozássá alakult vagy sikeresen fejlesztett ki terméket a piacra. A vállalatok saját kompetenciáikat az alábbiak szerint látják, megfelelő tudással rendelkeznek termékfejlesztés, projekt management, élelmiszerjog, csomagolás, üzleti terv területén. Kompetenciáikban hiányosságot látnak a jogi területen, kereskedelmi és marketing stratégia területén, etika, fenntarthatóság és öko-szemponatok területén. Segítségért általában egyetemekhez/ iskolákhoz fordulnak (37%), kevesebb vállalt kér segítséget más kkv-tól vagy technikai centertől (24%). Az ipar megítélés szerint, a hallgatók érzékszervi vizsgálatok területén megfelelő tudással rendelkezni, azonban a többi területen a rendelkezésre álló tudásuk nem elegendő. A vállalati felfogás szerint a hallgatók nem értik a gazdasági működéseket.

Összefoglalva a kérdőíves megkeresésben résztvevők egyetértenek, hogy nem megfelelőek a kompetenciák a Kereskedelmi és marketing stratégiák kidolgozásánál és a jogi kérdésekben. A hallgatók és az oktatók esetén a csomagolás, az ipari megvalósítás és az üzleti terv kidolgozása szintén gyengébb pontnak tűnik. Az ipar pedig öko-szemponatok, etika és fenntarthatóság témakörében igényel további oktatást.



### 3 Országok összehasonlítása (D4.2)

Szellemi tulajdonjogok védelme a jogrendszerek többségében szabályozott. Eltérések figyelhetők meg az országok szabályozási rendszereiben a szellemi tulajdonjog, illetve az ipari tulajdonjogokat illetően.

#### 3.1 Szellemi tulajdonjog-védelemi rendszerek összehasonlítása

Amennyiben egy eljárás vagy termék innovációnak számít, szabadalom alá vonható. Abban az esetben tekinthető az eljárás vagy a termék innovációnak, ha az új, tudományos közleményben még nem jelent meg, illetve egyéb módon sem ismertették még, illetve ha innovatív tevékenység eredménye, és iparilag alkalmazható.

Műszaki jellegű találmány műszaki eljárással előállított vagy bármilyen iparág által alkalmazott megoldás.

A szabadalomra jogosult személy általában maga a feltaláló. A szerzőség erkölcsi joga a szerző megemlékezésének joga.

Szellemi tulajdonjog kérdése érdekesen alakul például akkor, ha a találmány egy munkaszerződés keretében, vagy egy egyetemen belül kerül kifejlesztésre vagy más állami alkalmazott által.

- Munkaszerződés esetén: **Franciaországban** a munkáltatónak joga van a szabadalmi bejelentésre, és a munkavállaló szabadalmi bejelentést kérhet, illetve a munkáltató a találmány tulajdonosa lehet, vagy jogosult a találmány kezelésére, ha megfelelően kifizeti a feltalálót (ha a találmány a munkahelyen szerzett ismeretek révén kerül kifejlesztésre). Mind a korábbi esetekben mind a munkáltató, mind a munkavállaló tájékoztatási feladatokat lát el. A Décret kijelenti, hogy amikor a közintézmény nem használja ki a találmányt, a szerző gazdaságilag kihasználhatja azt. **Magyarországon**, ha a találmány a munkavégzés eredményeképp jön létre, akkor a munkáltatónak joga van a szabadalom bejelentésére („szolgáltatási találmány”). Abban az esetben, ha a dolgozó saját eredménye a találmány, akkor csak az alkalmazottnak lehet szabadalmi kérelme („alkalmazotti találmány”), de a munkáltató használhatja a találmányt. A feltaláló díjazását biztosítják. Mind a munkáltató, mind a munkavállaló tájékoztatási feladatokat lát el. **Spanyolországban**, ha találmány a munkavégzés eredményeképp jön létre, akkor a munkáltatónak joga van a szabadalmi kérelem benyújtására és a vállalat nem tartozik semmilyen díjazással az alkalmazott felé. Abban az esetben, ha a találmány a munkahelyen szerzett tudásnak köszönhető, a munkáltatónak találmány kezelésére és felhasználására joga van. A feltaláló díjazását biztosítják **Olaszországban**, ha találmány a munkavégzés eredményeképp jön létre, akkor a munkáltatónak joga van a szabadalmi kérelem benyújtására, azonban a feltalálót megilleti a szerzőség erkölcsi joga. A vállalat nem tartozik semmilyen díjazással az alkalmazott felé, azonban a találmányt, az alkalmazott munkakörét és a munkakörnyezetet figyelembe véve bizonyos díjazás juttatható az alkalmazottnak. Ha a találmány nem a munkaszerződés végrehajtása, hanem a munkahelyen szerzett ismereteknek köszönhetően, a munkáltató a találmány kizárólagos használatát vagy a szabadalmi eljárást választhatja.

- Egyetemi fejlesztés vagy állami alkalmazott munkája eredményeképpen létrejött találmányok esetén, a feltalálót megilleti a szerzőség erkölcsi joga, minden disszeminációs tevékenységnél nevét fel kell tüntetni. **Franciaországban** az egyetemi kutatások keretén belül létrejövő találmányokat nem foglalja magában a szabályozó rendszer. A szabadalmi törvény egyik cikke tartalmaz egy olyan záradékot, mely szerint minden olyan esetben az alkalmazottat illeti a szabadalmi jog, ha nem munkaszerződés keretében valósult meg a kutatás. **Magyarországon** a jogrend szintén nem foglalkozik külön az egyetemi kutatások szabadalmával, azonban kitér arra, hogy az állami alkalmazottak tevékenységéből származó szabadalmakra alkalmazható a „szolgálati találmány” és „alkalmazotti találmány” definíciója. **Spanyolországban** az egyetem által eredményezett találmány az egyetem tulajdona. **Olaszországban** a találmány szerzője az egyetlen olyan személy, aki jogosult a szabadalmaztatható találmányból eredő jogokra, a találmány hasznosítását az Egyetem kezeli, és a feltaláló jogosult a találmány hasznosításának legalább 50%-ára.

## 3.2 Akadémia-ipari társfejlesztés – OLASZORSZÁG

Kétféle szerződésforma létezik:

- Kutatási szerződés: A Vállalt megbízza az egyetemet egy tudományos kutatási feladat elvégzésével. Az eredmény a vállalatnak fog tartozni.
- Akadémia-ipari egy-működési szerződés: Kutatási feladat közös kivitelezése az ipari és a vállalat között a saját kompetenciák figyelembe vételével.

**Szerződések felépítése:** *vö. D4.2 - Comparative analysis of national specificities*

**Költségek:** A szerződés tartalmazza a kutatási tevékenység kivitelezésének árát. Általában ezt teljes egészében vagy részlegesen a vállalat fizeti. A vállalt kivitelezési ár fedezi a kutatási megvalósításának költségeit. Lehetnek reális költségek, általános költségek, adminisztratív költségek és egyéb költségek.

**Szellemijogvédelem:** A tulajdonjoghoz kapcsolódó szabályok és kitételek a szerződés külön záradékát képezik, melyet minden megegyező félnek hitelesítenie kell. Együttműködés keretén belül megvalósuló kutatások során a szabadalmi jog azt a felet illeti, akinek a legnagyobb az érdeke a projekt megvalósulásában. Ha egy egyetem a szabadalom kérelmezője, akkor a szerződésben külön ki kell tenni, hogy a vállalat kereskedelmileg hasznosíthatja a szabadalmat vagy a terméket, amely a szabadalom eredménye.

**Technológiai transzfer:** Egy termék kifejlesztése során van szükség a technológiai transzferre. A vállalat képes a szabadalom védelméért fizetni minden olyan piacon ahol a termék esetleg megjelenik. A technológiai transzfer lehet egy stratégiai megoldás az egyetem számára, annak érdekében, hogy a szabadalomhoz köthető költségek megfizetését elkerülje.

**A szellemi tulajdonjogokra vonatkozó szabályok:** Az iparjogvédelmi kódex foglalja magában a szabadalmakra vonatkozó szabályokat, illetve azon esetekre is kitér, ha az egyetemi kutatás keretében valósul meg a találmány. Ha kutató-feltalálót, akit mindig megillet a szerzőség erkölcsi joga, aktívan részt kíván venni az eredmények kommunikációjában, akkor a vállalatnak és az egyetemnek meg kell egyeznie az eredmények alkalmazásában.



**Titoktartási megállapodás:** Az egyetem és a vállalat vagy állami szektor közös kutatásban vesznek részt, akkor egy olyan szerződéses kapcsolat kezdődik, mely a kutatás kivitelezéséhez szükséges időtartalomra vonatkozik, illetve később meghosszabbítható.

### 3.3 Akadémia-ipari társfejlesztés – SPANYOLORSZÁG

Különböző típusú szerződések vannak: Szerződés arra az esetre, ha az egyetem tanácsadást/technológiai támogatást nyújt a vállalat számára. Anyag átruházási megállapodás a megrendelő számára; Tudományos együttműködési megállapodások az egyetem és a vállalat között egy oktatási szerződés finanszírozására; Keret megállapodás az együttműködésben a közreműködő szervezeteken belül oktatási tevékenységek kivitelezésére; Tudományos egyetemi együttműködés a munka befejezéséig; Szabadalomra vonatkozó engedély; Magán vagy állami szervezetekkel létrehozott szerződések; Technológiai támogatás vagy az Együttműködési Egyezmény.

**Szerződések felépítése:** vö. D4.2 - *Comparative analysis of national specificities*

**Szellemijogvédelem:** A tulajdonjoghoz kapcsolódó szabályok és kitételek a szerződés külön záradékát képezik, melyet minden megegyező félnek hitelesítenie kell. Együttműködés keretén belül megvalósuló kutatások során a szabadalmi jog azt a felet illeti, akinek a legnagyobb az érdeke a projekt megvalósulásában. Ha egy egyetem a szabadalom kérelmezője, akkor a szerződésben külön ki kell tenni, hogy a vállalat kereskedelmileg hasznosíthatja a szabadalmat vagy a terméket, amely a szabadalom eredménye.

**Technológia transzfer:** Az egyetem rendelkezik a jogokkal, azonban ha az nem rendelkezik, velük akkor át száll az egyetemi alkalmazottra. A legtöbb spanyol egyetem rendelkezik tudás és technológia transzfer osztállyal, amely támogatást nyújt a már szabadalmazott szolgáltatásokkal, szerződésekkel és vállalkozások létrehozásában.

**Titoktartási megállapodás:** Az egyetem és a vállalat vagy állami szektor közös kutatásban vesznek részt, akkor egy olyan szerződéses kapcsolat kezdődik, mely a kutatás kivitelezéséhez szükséges időtartalomra vonatkozik, illetve később meghosszabbítható.

### 3.4 Akadémia-ipari társfejlesztés –FRANCIAORSZÁG

Szerződés köthető az akadémia- vállalat együttműködésére: project definíciója, a részt vevő felek jogai és kötelezései és az elért eredmény hasznosítása.

**Szerződések felépítése:** vö D4.2 - *Comparative analysis of national specificities*

**Költségek:** lásd. Olaszország.

**Szellemijogvédelem:** A tulajdonjoghoz kapcsolódó szabályok és kitételek a szerződés külön záradékát képezik, melyet minden megegyező félnek hitelesítenie kell. A kutatás során egyik fél által szerzett új ismeretek, szabadon felhasználhatóak a fél által, a többi részt vevő pedig engedélyt kérhetnek az ismeret felhasználására, vagy ha kettő vagy több fél által elért ismeretről van szó, akkor egy közös megállapodást köthetnek.



**Technológia transzfer:** Franciaországban a tudományos kutatások és találmányok hasznosítása fontos szerepet játszik ezért gyakran előfordul, hogy az egyetemek hallgatók rendelkezésére bocsátanak eszközöket, módszereket és pénzügyi támogatást a kutatási tevékenység kivitelezéséhez. Összességében az intézmény által összegyűjtött pénz szimbolikus, és nem fedezi teljes mértékben a hallgatók projektjeinek fenntartási költségeit.

**A szellemi tulajdonjogokra vonatkozó szabályok:** Lásd Szellemitulajdon-védelem.

**Titoktartási megállapodás:** Az egyetem és a vállalat vagy állami szektor közös kutatásban vesznek részt, akkor egy olyan szerződéses kapcsolat kezdődik, mely a kutatás kivitelezéséhez szükséges időtartalomra vonatkozik, illetve később meghosszabbítható.

### 3.5 Akadémia-ipari társfejlesztés- MAGYARORSZÁG

Szerződések köthetők szakmai gyakorlatok kivitelezésére vagy titoktartási kötelezettségre.

**Szerződések felépítése:** *vö D4.2 - Comparative analysis of national specificities*

**Titoktartási megállapodás:** Az egyetem és a vállalat vagy állami szektor közös kutatásban vesznek részt, akkor egy olyan szerződéses kapcsolat kezdődik, mely a kutatás kivitelezéséhez szükséges időtartalomra vonatkozik, illetve később meghosszabbítható.

### 3.6 Etikai kódex (D4.3.1)

E fejezet szerződés sablonként szolgálhat az egyetemek vállalkozások közötti közös-fejlesztési projektek esetén. Az Etikai kódex célja, hogy felállítsa az etikai normákat és kötelezettségvállalásokat, melyek szükségesek a projekt zavartalan működéséhez és kölcsönös bizalom felállításához. A kódexben minden résztvevő személy nevét tartalmazza, akik részt vettek a projekt kidolgozásában.

#### 1) 1. Rész: Címek és definíciók

A projekt különböző tevékenységek tervezése, míg a közös-fejlesztésben legalább két résztvevő kerül bevonásra. A résztvevők mindegyik jogalanyok, akikre Partnerként, Résztvevőként, Felekként lehet utalni. A részt vevő felek lehetnek felsőoktatási intézmények, melyek a nemzeti/regionális hatóságok által jogilag elismertek, magán vagy állami tulajdonú vállalkozások, nem kormányzati szervezetek (Non-Government Organizations (NGOs)) és nonprofit vállalkozások. A projekt követelményeit a szerződés külön szakasza. A projektek együttes fejlesztésének követelményeit az egyetemek és a vállalkozások által kötött szerződés vagy megállapodás konkrét rendelkezései jelzik

#### 2) 2. rész: Általános elvek

A Projekt-együttműködésben részt vevő Felek megállapodnak abban, hogy biztosítják az egyetemek és / vagy a vállalkozások által meghatározott valamennyi etikai követelménynek való megfelelést; külön hivatkozással az egyetemek etikai kódexére; biztosítani kell a kutatási tevékenységek megfelelő gondossággal való végrehajtását, az átláthatóságot és egyértelmű kapcsolatot a szerződő felek között. Emellett meg kell határozni a feladatokat és felelőségeket, az információ, tudás megosztás módját, a

projekt eredményeinek megfelelő monitorozása érdekében meg kell határozni bizonyos ellenőrző tevékenységeket, illetve a szerződésben foglalt kötelezettségek bizalmas kezelését is biztosítani kell.

### 3) 3. rész: Közös-fejlesztési projektek kivitelezése

A résztvevő felek által kivitelezett feladatléírás és kivitelezési ütemterv minden résztvevő számára elérhető (ezzel lehetőséget biztosítva a felek számára, hogy saját feladataikhoz szükséges összes adat a rendelkezésükre áll). A projektbe bevont személyek feladata és kötelezései egyértelműen meghatározottak. A projektbe bevonható személyek a projekt kivitelezése érdekében az egyetem vagy a vállalat által alkalmazott egyetemi hallgatók, projektvezető, aki felügyeli és biztosítja a vállalat feladatok határidőn belüli teljesítését.

### 4) 4. rész: Résztvevő felek kötelezettségei

A résztvevő feleknek a szerződésben foglalt kötelezettségeiknek eleget kell tenniük, feladataikat el kell végezniük, együtt kell működniük a partnerekkel. Meghatározott intézkedéseket is hoznak a többi fél részére átadott információk vagy anyagok pontosságának biztosítására, valamint a projekt együttes fejlesztése során előállított információkra. A Felek olyan mechanizmust biztosítanak, amely lehetővé teszi, hogy a projekt-fejlesztés egy meghatározott feladatra felvett személy bejelentse a váratlan többletkötelezettségeket.

### 5) 5. rész: Eredmények és a védelem formái

Az eredmények elérésekor a feleknek meg kell tenniük az összes szükséges intézkedést az említett eredmények védelmére. A szellemi tulajdonjogok kérdését a jogrendszerek többsége szabályozza. A szellemi tulajdonjogokra vagy az ipari tulajdonra vonatkozó szabályok az ügy elemzésénél figyelembe veendő valamennyi szabály alapját képezik. Előfordulhat, hogy a találmányt egy olyan kutatási projekt fejlesztésében valósítják meg, amelyet egy üzleti vállalkozás teljes egészében vagy részben finanszírozza, és amelyet egy egyetemi tanszék koordinál. Ebben az esetben a feltalálót a találmány "erkölcsi" szerzőjének kell elismerni, és a nevét fel kell tüntetni munkája és egyéb releváns tevékenységeinek terjesztésében. A vállalkozásoknak és egyetemeknek megállapodást kell kötniük a találmány tulajdonjogával kapcsolatban. A feleknek olyan megállapodást kell találniuk, amely a találmány különböző érdekeinek kiegyenlítésére szolgál. A találmány szerzőjének nevét az eszközök védelme és hasznosítása ellenére közzé kell tenni. A Felek tájékoztatják egymást minden olyan információról, amely a projekt együttes fejlesztésének végrehajtásához szükséges, és közli az eredmények felhasználásával kapcsolatos szándékukat.

### 6) 6. rész: Az adatok titkossága és terjesztése

A Felek mind a projektek együttes fejlesztését megelőzően, mind az azokból származó eredményekről a titkosságra vonatkozó szabályokat határozhatnak meg. A titoktartási követelmények felsorolásakor a Felek figyelembe veszik különböző érdekeiket. A titkossági követelményeknek lehetővé kell tenniük a projekt együttes fejlesztésének eredményeinek teljes / részleges terjesztését, figyelembe véve a projektek elvégzéséhez szükséges időt, illetve hatályban maradhat a projekt végét követően is.

### 7) 7. rész: Hatálybalépés és időtartam



A Felek az Etikai kódexben is elismert résztvevőkké válnak, ha az abban leírt szabályokat elfogadják és hitelesítik. Az etikai kódex életbe lép az abban meghatározott napon és hatályát nem veszti el addig, amíg minden részt vevő fél be tartja, az abban foglaltakat. Hivatkozást kell tenni Alkalmazandó Joggal és a viták rendezésével kapcsolatos projekt-együttműködésre vonatkozó konkrét szerződésre, ideértve az esetleges felmondás esetét is.

### 3.7 Szerződések szerkezete (D4.3.2)

#### 1) 1. Rész: Címek és definíciók

A definíciókat az a D4.3.2- The university/business project co-development dokumentum első fejezete tartalmazza.

#### 2) A projektek kivitelezése

**Előzmények:** A háttérrel kapcsolatos információk (a Felek által a projekt előtti információk és ismeretek), a háttérhez való hozzáféréshez való jog, valamint az engedélyek és a háttérhasználati jogok tekintetében léteznek bizonyos szabályok.

**Elért eredmények:** Ha a kutatási tevékenységet követően egy találmány megvalósul, fontos figyelembe venni olyan kérdéseket, mint például a találmány tulajdonjoga és a feltalálót illető jogdíjak, valamint a találmány oltalmi körébe tartozó tevékenységek.

#### 3) Kutatási tevékenységek és a kutatásba bevont személyek

**Szervezet:** Mind az egyetem, mind a vállalkozás részéről az elvégezendő kutatási tevékenységeket és projekt megvalósulását meg kell tervezni. Az egyetemek és vállalkozások részéről delegált, a projektben részt vevő minden egyes személy feladata és felelőssége meg kell, hogy feleljen az etikai kódexben meghatározott etikai normáknak. A Felek megteremtik a projekt megvalósulásához szükséges környezetet, helységeket, berendezéseket.

**Az érintett személyek feladatainak ellenőrzése:** A projektben részt vevő személyek által végzett tevékenységek nyomon követése érdekében kölcsönösen elfogadott intézkedéseket kell alkalmazni, továbbá a projekt munkadokumentumait egy webes platformra szükséges feltölteni heti rendszerességgel, havi web konferenciák; időszakos találkozók szervezése szükséges; illetve a haladás és a zárójelentések készítése.

#### 4) Technológia transzfer

A technológiai transzfer megkönnyíti az egyetemek és vállalkozások közötti párbeszédet. Új együttműködéseket, új tudást eredményez, stratégiai értéket teremthet az egyetemi kutatások számára, illetve találmányok kereskedelmi hasznosítási lehetőségeit tárhatja fel. A technológiaátadásnak számos módja létezik, így a megbízási kutatás, együttműködés, tanácsadás, konferenciákon való részvétel és kiadványok készítése. A projekt lezárultával elképzelhető, hogy a vállalkozás meg akarja vásárolni a találmányt/ terméket vagy a kutatást végző hallgatók saját vállalkozásba kezdene.



Fenti esetekben, ha a vásárlás megvásárolná a találmány/ terméket, akkor egy megegyezésen alapuló összeget kell az egyetem felé folyósítani, mely eloszlik az egyetem és a projekten dolgozó hallgatók között. Ha a hallgatók egy rész saját vállalkozásba kezdene, akkor egy megegyezésen alapuló összeget kell az egyetem felé kifizetniük, mely megoszlik az egyetem és azon hallgatók között, akik nem vesznek részt az új vállalkozásban.

Országok között megoszlik, hogy melyik technológiai módszert alkalmazzák.

## 5) Szellemi tulajdonjogok és ipari tulajdonjogok

**Alkalmazandó szabályok:** az alkalmazandó szabályok azok, amelyeket a felek között hatályos különböző szellemi tulajdonra vonatkozó szabályok tartalmazznak. A felek szabadon köthetnek szerződéseket a szellemi tulajdonjogok átruházásáról a hallgatóról az egyetemre, illetve megállapíthatják a jogdíjak összegét. Amikor a felek konzorciumot alkotnak, az általános szabály az, hogy "az eredmények a konzorcium tulajdonát alkotják". A tulajdonjog lehet: egyetlen tulajdonjog, közös tulajdon, megosztott tulajdon.

**Jó Gyakorlat:** A projekt Vezető partnere nyújthat be szabadalmi kérvényt, a többi partner a szabadalom használatára nyújthat be kérelmet. A szabadalmi bejelentésre való jogosultság a felek innovációs készségeitől függ. A jogdíjakat rögzíteni kell. A felek tájékoztatási feladatokat látnak el.

**Hozzáférési jogok az új ismeretekhez és az engedélyekhez:** Ha az egyik felet nem ismerik fel az új ismeretek tulajdonosaként, akkor hozzáférési jogot kell biztosítani számára az új ismeretekhez. Ezenkívül jogdíjakat kell fizetni ennek a félnek. Azok a felek, amelyek nem az új ismeretek tulajdonosai, de rendelkeznek engedéllyel, használhatják ezeket az új ismereteket.

## 6) Titoktartás és disszemináció

A titoktartás szükséges a projekt befejezéséig. A védelem lehet átmeneti. A tudományos publikációk esetében megállapodást kell kötni a Felek érdekeinek kiegyensúlyozása érdekében.

## 7) Az egyetemek és a vállalkozások közötti kiegészítő megállapodások

Az egyetemi / üzleti projektek kooperációjának elősegítése érdekében: technológiai támogatásra és átadásra szakosodott intézmények / szervezetek létrehozása szükséges. A felek megállapodást kötnék a verseny korlátozásáról. A "kizárólagossági" megállapodást alá kell írni. Kommunikációnak egyik fél hírnevére sem szabad károsnak lennie. Az eredmények médiában való megjelentetése során figyelembe kell venni a titoktartási feltételeket. A disszeminációs tevékenységeket szerződésben kell rögzíteni.

## 8) Pénzügyi rendelkezések

Anyagi tőkének rendelkezésre kell állni a projektek pénzügyi támogatásához. A felmerülő költségek pontos értékét a szerződésbe bele kell foglalni.

## 9) Hatálybalépés és időtartam

A szerződéses sablont úgy kell kialakítani, hogy megfeleljen az egyes közös fejlesztési projektek sajátosságainak. A szerződéses sablon továbbra is a projektek együttes fejlesztésének befejezését követően is fennmarad, amíg a felek nem teljesítik a kötelezettségek teljesítését. A szerződéses sablon



továbbra is a projektek együttes fejlesztésének befejezését követően is fennmarad, amíg a felek nem teljesítik a kötelezettségek teljesítését.



## 4 On-line eszközök az innováció és a vállalkozói tudatosság fejlesztésére (D4.6)

Az online eszköz segítséget nyújt az egyetemi hallgatóknak/ kkv-knak az új élelmiszeripari termékfejlesztésben olyan aspektusokat is bemutatva, melyek nem képzik az egyetemi tananyagok tárgyát, ezzel ösztönözve a hallgatók vállalkozói tudatosságát.

Az online eszköz lehetővé teszi üzleti modell, üzleti terv felállítását, illetve a pénzügyi terv létrehozását. Az üzleti modell lehetővé teszi, hogy a felhasználó ellenőrizze, hogy terméke megfelel-e az üzleti körülményeknek, a nyersanyag ár, gyártási terv, gyártási ár, marketing és szállítási költségek tekintetében. Az online felület lehetővé teszi egy összefoglaló riport generálását, mely tartalmazza az üzleti modellt, üzleti tervet, pénzügyi tervet és a termékleírást.

### 4.1 Vállalkozó tudatosság fejlesztésére szolgáló szoftver specifikációja (D4.5)

Az online felületen az üzleti modell, üzleti terv és a pénzügyi terv is külön szekcióként jelenik meg. A kitöltést segíti a szekciókhoz rendelt kérdések.

#### 1) Üzleti modell: *vö alább és D4.7.2 – Üzleti terv*

Az üzleti modell megalkotása az első lépés. A canvas modell felépítését követve 9 alegységből áll a szekció: kulcstevékenységek, kulcsfontosságú erőforrások, kulcspartnerek, értékajánlat, vevői csoportok, vevői kapcsolat, értékesítési csatornák, költségstruktúrák és bevételi források.

A szekciók mindegyik kérdések sorát tartalmazza, mely segíti a felhasználót az üzleti modell megalkotásában. *Vö. D4.7.2 - Business Model*

#### 2) Üzleti terv: *lásd alább és a D4.7.3 - Business Plan című dokumentumban*

#### 3) Pénzügyi terv –az üzleti tervhez tartozó excel fájl

Az országok legtöbbje rendelkezik egy az adott ország nyelvén megjelenő az üzleti tervhez tartozó excel fájjal. Három ország (Olaszország, Franciaország és Spanyolország) rendelkezik saját üzleti terv modellel.

A Foodlab project keretében kidolgozott excel fájl a szoftver szerves részét képezi, ami elérhető angolul, franciául és spanyolul.

#### 4) Üzleti modell, üzleti terv és termék adatlap riport

Az üzleti modellt, az üzleti tervet és a terméklapra vonatkozó jelentéseket a felhasználó által a különböző összetevőkön belül töltött elemek kibontásával és formázásával hozza létre.

#### 5) Szoftver specifikáció

- **Szoftver célja:** Az élelmiszeripari termékspecifikációk elkészítése az üzleti modell, üzleti terv és pénzügyi terv kidolgozásával együtt.

- **Eszközfelület:** Az üzleti modell és terv álszekciói ablak formájában jelennek meg. Az eszköz működésével kapcsolatos további információkat a D4.5 dokumentum tartalmazza.
- **Pénzügyi terv:** A pénzügyi terv kitöltésére két lehetőség van. Az egyik, hogy a felhasználó saját Excel fájlt használja erre a célra, vagy pedig a szoftver által biztosított táblázatokat.
- **Architektúra:** Ez az eszközbeállítás lehetővé teszi, hogy az egyes felhasználók biztonsági másolatot készítsenek a munkájukról.
- **Regisztráció:** a szoftver online működik, illetve használata regisztrációhoz kötött.
- **Használati utasítás:** Használati utasítások elérhetőek lesznek pdf formátumban a weboldalon. Ezen felül különböző Foodlab eszközök a projekt weboldalán keresztül elérhetőek lesznek.
- **Szoftverfrissítés:** Szoftverfrissítés esetén a felhasználókat értesíti rendszer, így a felhasználóknak lehetőségük lesz az új verzió letöltésére.
- **Megállapodás az adatvédelemről és a védelemről:** A felhasználóról / termékről származó adatok a felhő adatbázisban kerülnek tárolásra, így a felhasználó bármikor lekérheti és módosíthatja azokat. Ez az információ csak a felhasználó tulajdonát képezi.
- **Szoftver fenntartása és hozzáférés:** A szoftver a Foodlab projekt időtartama alatt szabadon használható mindenki számára, aki érdekelt. A projekt befejezése után az eszköz karbantartásra kerül, és a hozzáférés csak három évig garantálható az FOODLAB partnerek számára.

## 4.2 Kézi útmutató az eszközök használatáról és az on-line tartalomkezelésről (D4.7)

A D4.7 dokumentum segítséget nyújt a D4.5. És D4.6. Pontban leírt és fejlesztett on-line eszközök használatához. Az első rész (D4.7.1) tartalmazza az utasításokat a szoftver telepítésére és eltávolítására vonatkozóan (mind MAC, mind Windows rendszerekre). A második rész (D4.7.2) az üzleti modell megvalósításának teljes kézikönyvét tartalmazza, míg a harmadik rész (D4.7.3) az üzleti terv kidolgozásának felhasználói kézikönyvét tartalmazza. További telepítési útmutató. mp4 fájl formátumban is feltöltésre kerül.

## 4.3 Üzleti modell (D4.7.2)

### 4.3.1 Értékajánlat

Táblázat 1: Üzleti modell- értékajánlat

Termék érték	Miért vennék ezt a terméket meg a fogyasztók?
Ajánlatok összehasonlítása	Miért kellene a mi ajánlatunkat választani a többivel összevetve?



<b>Kényelem</b>	Miért kényelmes a termék?
<b>Íz</b>	A versenytársak termékpozíciója (érzékszervi jellemzők).
<b>Készétel</b>	Ha készterméket gyártunk, mik a funkciói
<b>Adagolás</b>	Mekkora adagot/ mennyiséget akarunk árusítani? Írja le ezt a funkciót
<b>Egészségre vonatkozó állítások</b>	Az EU-normákra vonatkozó egészségre vonatkozó állítások
<b>Dúsított vagy funkcionális termékek</b>	A termék dúsított vagy funkcionális jellemzőkkel rendelkezik, ezt írja le
<b>Allergének</b>	A termék tartalmazhat allergéneket? Ha igen, jegyezze fel őket
<b>Csomagolás</b>	Ismertesse csomagolását
<b>Hozzáadott szolgáltatás</b>	Ha javítani szeretné termékét szolgáltatások hozzáadásával, írja le ezt a funkciót
<b>Terület, eredet, OEM és OFJ</b>	Új terméke van az OEM-nek, a PDG-nek, a termelési fegyelmi? Melyik?
<b>Környezetbarát</b>	Ha mérsékelt hatással van a környezetre, írja le, miért?
<b>Fenntarthatóság</b>	Próbáljon ki egy jelentést a termék fenntarthatósági problémájáról
<b>Organikus - Biodinamikus</b>	Ha a termék megfelel az ökológiai és a biodinamikus szempontoknak, írja le ezt a funkciót
<b>Vállalati társadalmi felelősségvállalás</b>	A vállalati társadalmi felelősség valorizálása, ezt a funkciót írja le
<b>Etika</b>	Az etikai érték leírása
<b>Új alkalmak / barátság</b>	Ha a termék megfelel az « új fogyasztási módoknak »

#### 4.3.2 Vevői csoportok

Táblázat 2: Üzleti modell- vevői csoportok

<b>Célcsoport</b>	Le tudná írni az ügyfelét?
<b>Célcsoport lakhelye/ helyszíne</b>	Hol található az ügyfél?
<b>Az ügyfelek üzleti választása</b>	Milyen tényezők segítenek ügyfeleinek abban, hogy melyik vállalkozást válasszák?

<b>Eladási képesség</b>	Ha már eladta a termékeket / szolgáltatásokat az ügyfeleknek, magyarázza el eladási készségeit
<b>Vásárolni való hajlandóság</b>	Már aláírta a szerződést az ügyféllel a termékfejlesztés során?
<b>Piaci rés</b>	Ha a termék nem mindenkinek szól, miért?
<b>Érzékeny/ Beteg emberek</b>	Ha a termék megfelel a beteg emberek fogyasztásának, magyarázza el, miért?
<b>Alultáplált csoportok</b>	Ha a termék illeszkedik az alultáplált embereknek, vagy valamilyen hiányzó étrendet kínál, magyarázza el, miért?
<b>Tömeges piac</b>	Ha termék tömegpiacra készül, magyarázza el miért?

### 4.3.3 Értékesítési csatornák

Táblázat 3: Üzleti modell- Értékesítési csatornák

<b>Használható csatornák</b>	Mely csatornákat szeretne kiszolgálni?
<b>Modern kiskereskedelem</b>	Ha úgy gondolja, hogy a termék megfelel a modern kiskereskedelemnek, magyarázza meg, miért és adjon további részleteket
<b>HORECA</b>	Ha úgy gondolja, hogy a termék eladható a szállodákba, éttermekbe, vendéglátóiparba, magyarázza meg, miért és adjon további részleteket
<b>Különlegesség</b>	Ha úgy gondolja, hogy a termék illeszkedik a szaküzletekbe, magyarázza el, miért és adjon további részleteket
<b>Ínyenc</b>	Ha úgy gondolja, hogy a termék illik az ínyenc üzletbe, akkor magyarázza meg, miért és adjon további részleteket
<b>Franchise</b>	Ha úgy gondolja, hogy létrehoz egy franchise-hálózatot, magyarázza meg, miért és adjon további részleteket
<b>Saját csatorna</b>	Szerinted létrehozta / használta a saját csatornáját?
<b>E-kereskedelem</b>	Ha tervezi ennek létrehozását
<b>Ideiglenes bolt</b>	Hol indíthatja el a terméket? Megfontolta az ideiglenes áruház opciót?
<b>Sport, események</b>	Ha a termék címezve a sportágak és az események, magyarázza meg, miért és adjon további részleteket
<b>Háztól-házig</b>	Használja az ajtó-értékesítési stratégiát?

<b>Csatorna keverék</b>	Megfontolta-e azt a lehetőséget, hogy több csatornát használjon?
<b>Egyéb eszközök terjesztésére</b>	Ha más terjesztési eszközöket is előírányoz, adjon további részleteket
<b>Postai szolgáltatás támogatása</b>	Ha figyelembe akarja tekinteni a postai szolgáltatási támogatást, írja le

#### 4.3.4 Vevői kapcsolat - Market stratégia

Táblázat 4: Üzleti modell- Vevői kapcsolat - Market stratégia

<b>Határozza meg az ügyfélkapcsolatot</b>	Mi teszi a terméket vonzóvá a fogyasztók számára és mi tarja meg az ügyfeleket / fogyasztókat?
<b>Jelölés</b>	Jelölés ellenőrzésre gondolt?
<b>Weboldal</b>	A weboldal fejlesztése jó módja lehet a fogyasztókkal való kommunikációnak
<b>Közösségi média</b>	Arra gondolt, hogy ezeket a médiumokat használja?
<b>Fogyasztói szervezetek</b>	Lehet-e a fogyasztói szervezetek a tiltakoznak a termék ellen?
<b>Panasztételi eljárások</b>	Gondolt már a panaszkezelési eljárásokra?
<b>Hirdető</b>	Tervezett egy reklámkampányt?
<b>Vevőszolgálat</b>	Milyen szolgáltatásokat tervez az ügyfél számára?
<b>Kommunikációs tevékenységek és események</b>	Volt egy kommunikációs terv

#### 4.3.5 Kulcsfontosságú erőforrások, képességek és alapvető kompetenciák

Táblázat 5: Üzleti modell- Kulcsfontosságú erőforrások, képességek és alapvető kompetenciák

<b>Alapanyagok</b>	Mi a nyersanyag, amire szüksége van a termék előállításához?
<b>Csomagolóanyagok</b>	Milyen csomagolásban látja a terméket
<b>Vagyon</b>	Melyek vagyontárgyakkal rendelkezik? Készítsen egy listát
<b>Helyiség</b>	Mit használhatsz? Sorold fel őket
<b>Pénzügy</b>	Adja meg a rendelkezésre álló anyagi forrásait
<b>Know-how - humán erőforrás</b>	Melyek a készségeid és kompetenciád?

<b>Berendezések és technológiák</b>	Milyen felszerelést és technológiát igényel? Van felszerelése?
<b>IPR és szabadalmak, védjegyek</b>	Ha egy vagy több szabadalmat / védjegyet alkalmaz a projekthez, jegyezze fel őket

#### 4.3.6 Kulcstevékenységek

Táblázat 6: Üzleti modell-Kulcstevékenységek

<b>Termék design</b>	Ismertesse termékének tervezését
<b>Termékinformáció</b>	Ismertesse a termék előállítását mögött meghúzódó technikai folyamatot
<b>Külső források</b>	Ha külső forrásokat használ, írja le miért?
<b>Validációs vizsgálat</b>	Ha elvégezte a termékjellemzők egyes validálási tesztjét, írja le az eredményeket
<b>Táplálkozási értékek</b>	Ha értékelte a termék tápértékét, jegyezze fel
<b>Táplálkozási profilok</b>	Az Ön termékének megfelelő táplálkozási profilja van a célzott ügyfeleknek?
<b>Kóstolás és érzékszervi elemzés</b>	Tesztelte a termék érzékszervi tulajdonságait?
<b>Kockázatértékelés (csak élelmiszerbiztonság)</b>	Írja meg a kockázatértékelési tervet
<b>Új termékek fejlesztése</b>	Véleményezte a kísérlet eredményeit, hogy kisméretű termelést hajtson végre?
<b>Ipari gyártás (nagyon nagy ugrás előre)</b>	Írja le, ha kis méretből ipari méretekbe léphet
<b>Problémamegoldás és oktatás</b>	Írja le, hogy tervez-e rendszeres képzést?
<b>Minőségirányítás és kockázatértékelés</b>	Ismertesse a készenléti tervét.

#### 4.3.7 Kulcsfontosságú partnerek

Táblázat 7: Üzleti modell-Kulcsfontosságú partnerek

<b>Kulcsfontosságú partnerek</b>	Kivel szükséges a rendszeres együttműködés?
----------------------------------	---



<b>Kulcsfontosságú partnerek motiválói</b>	Melyek ezen a partner kapcsolatok ösztönzői?
<b>Nyersanyag beszállítók</b>	Van-e olyan szállító / partner, aki megoszthatja Önnel a projektet?
<b>Technológiai beszállítók</b>	Ki a legfontosabb technológiai beszállítója?
<b>Hitel és pénzügy</b>	Ha finanszírozási partnerre van szüksége, írja le
<b>egyetemek</b>	Ha egy egyetemet szeretne bevonni a projekt egy konkrét feladatához, adjon meg további részleteket
<b>Kutatási ügynökségek</b>	Ha tervet szeretne egy műszaki központtal együttműködni a projekt egy konkrét feladatához, adjon meg további részleteket
<b>inkubátorok</b>	Ha egy inkubátorral szeretne dolgozni, adjon meg további részleteket
<b>Kiskereskedők</b>	Ha van olyan kiskereskedő, aki érdeklődik a termék iránt és partnerként szeretne önnel együtt működni, adjon meg további részleteket
<b>E-kereskedelem</b>	Ha az ön terméke alkalmas E-kereskedelemre, adjon meg több részletet

#### 4.3.8 Bevételi források

Táblázat 8: Üzleti modell- Bevételi források

<b>Bevétel meghatározása</b>	Hogyan fogunk bevételt generálni?
<b>Bevételi lehetőségek</b>	Bevételi opciók leírása
<b>Piac és piaci részesedés</b>	Mekkora a piac? Mekkora részesedése lehet belőle?
<b>Trendek</b>	Ismertesse a piaci trendeket

#### 4.3.9 Költségstruktúrák

Táblázat 9: Üzleti modell-költségstruktúrák

<b>Költségvezérelt szerkezet</b>	Ha stratégiája költségvezérelt, írja le
<b>Értékvezérelt szerkezet</b>	Ha stratégiája értékvezérelt, írja le
<b>Marketing költségek</b>	Milyen marketingköltségeid vannak?
<b>Források és eszközök</b>	Ismertesse a források, az eszközök és a tevékenységek költségeit
<b>Az ügyfélszolgálat költségei</b>	Írja le az ügyfélszolgálat költségeit



<b>Bevételkiesés költségei</b>	Ismertesse a bevételkiesés költségeit
<b>Költségelemzés</b>	Írja le költségelemzését

#### 4.3.10 Végső tesztelés

Táblázat 10: Üzleti modell-végső tesztelés

<b>Az új termék érdekessége és relevanciája</b>	Jelentős a terméke a piacon?
<b>Hajlandóság</b>	Fizetési hajlandóság van a megrendelőnél?
<b>A fogyasztó preferenciái és prioritásai</b>	A termék megfelel-e a célcsoport általános preferenciáinak (fő és másodlagos)?
<b>Megfelelnek a társadalmi tendenciáknak</b>	A termék megfelel a következő évek társadalmi trendjeinek? Miért?
<b>Érzékenységvizsgálat</b>	Tudja-e, mennyire megbízható az üzleti terve? Miért?
<b>A versenyzők ellenőrzik</b>	Megvizsgáltad, hogy mit csinálnak a versenytársak?
<b>Helyettesíti a termékeket</b>	Ellenőrizte, a hasonló termékeket a piacon?
<b>Új piaci bevezetési utak</b>	Gondolt-e új piaci vezetési módokra?

#### 4.4 Üzleti terv (D4.7.3)

##### 4.4.1 Az üzleti terv összefoglalója

Táblázat 11: Üzleti terv-Az üzleti terv összefoglalója

<b>Termék / szolgáltatás</b>	Mi az Ön terméke / szolgáltatása? Röviden írja le
<b>Vállalkozás neve</b>	Mi a cége neve?
<b>Tulajdonos neve</b>	Hogy hívják a tulajdonosokat?
<b>Cég címe és irányítószáma</b>	Adja meg az cég címét és a postai irányítószámát?
<b>Céges telefonszám</b>	Mi az Ön céges telefonszáma?
<b>Cég e-mail címe</b>	Mi az cég e-mail címe?
<b>Szlogen</b>	Mi a cég szlogene? (könnyen felidézhető kifejezés, hogy segít, hogy az emberek felismerjék a termékét)
<b>Rövid bemutatkozás</b>	Hogy mutatná be röviden (1 percben) a vállalkozását?

<b>Célzott fogyasztó / vásárló</b>	Melyek a célzott fogyasztói, vásárlói közegek?
<b>Üzleti célok</b>	Meg tudná magyarázni vállalkozás céljait?
<b>Üzleti filozófia</b>	Mi a fontos az Ön cége számára? Mi a vállalati küldetés?
<b>Erőségek és alapvető kompetenciák</b>	Melyek a cég erősségei és az alapvető kompetenciái? Melyek azok a tényezők, amelyek segítenek a vállalat sikerében? Melyek teszik a vállalatot versenyképessé?
<b>Pénzügyi összefoglaló</b>	Mi az üzleti összefoglaló?
<b>Hitel</b>	Rendelkezik hitellel? Ha igen, adjon meg részleteket (A hitel felhasználásának módja, hogy jövedelmezőbbé váljon a vállalkozásod)
<b>Jövőbeli tervek</b>	Melyek a jövőbeni tervek?

#### 4.4.2 Tulajdonos háttere

Táblázat 12: Üzleti terv- Tulajdonos háttere

<b>A vállalat tulajdonosa(i)</b>	Kik a tulajdonosok? Mi a feladatuk a vállalatnál?
<b>Üzleti motiváció</b>	Miért szeretne saját vállalkozást?
<b>Előző munkatapasztalat</b>	Van korábbi munkatapasztalata?
<b>Képesítések és oktatás</b>	Milyen a képesítésekkel rendelkeznek?
<b>Üzleti képzés</b>	Részt vet üzleti képzésen?
<b>Hobbi és érdeklődési kör</b>	Mi a hobbi és az érdeklődési köröd?
<b>További információ</b>	Van további információ, amit írni szeretne?

#### 4.4.3 Termék és szolgáltatás

Táblázat 13: Üzleti terv- Termék és szolgáltatás

<b>Termék / szolgáltatás részletei</b>	Ismertesse részletesen az eladni kívánt terméket / szolgáltatást
<b>Innováció</b>	Ismertesse az innováció mértékét a termékében, az olyan tényezőket, amelyek versenyelőnyt / hátrányt jelenthetnek
<b>Licencek védelme</b>	Védi a terméket licencekkel?
<b>Gyártási folyamat</b>	Ismertesse a gyártási folyamatot



<b>További információ</b>	Van további információ, amit írni szeretne?
---------------------------	---

#### 4.4.4 Piac

Táblázat 14: Üzleti terv-Piac

<b>Piac</b>	Ismertesse a piacot, amelyre a termékét szánja
<b>Célzott fogyasztó / vásárló</b>	Hogy jellemezné a fogyasztóit
<b>Az ügyfelek földrajzi elhelyezkedése</b>	Hol találhatóak az ügyfelek?
<b>Ismétlődő bevételek</b>	Gondtál arra, hogyan tartsa meg a fogyasztókat?
<b>Az ügyfelek választását befolyásoló tényezők</b>	Milyen tényezők segítenek ügyfeleknek abban, hogy melyik vállalkozást válasszák? Mi ösztönzi az ügyfeleket a termék megvásárlására?
<b>Akadályok</b>	Melyek, azok az akadályok a vállalatszámára melyek megnehezíthetik a piacra lépést? Hogyan fogja leküzdeni az akadályokat?
<b>Gazdasági környezet</b>	Írja le, hogyan befolyásolhatja a vállalkozását a gazdasági környezet változásai
<b>További információk a piacról</b>	Van olyan fontos információ a piacról, amelyet hozzá szeretne adni?

#### 4.4.5 Piackutatás

Táblázat 15: Üzleti terv: Piackutatás

<b>Piackutatási módszerek</b>	Írja milyen piackutatási módszereket alkalmaz.
<b>A piackutatás eredményei</b>	Ismertesse a kérőíves megkérdezések, interjúk eredményeit
<b>További információ</b>	Van további piackutatással kapcsolatos információ, amely fontos lehet?

#### 4.4.6 Marketing stratégia

Táblázat 16: Üzleti terv: Marketing stratégia

<b>Marketing stratégia</b>	Ismertesse marketingstratégiáját (definiálja marketingcéljait, és miután elmagyarázta, hogy mely csatornák fogják használni őket)!
----------------------------	--



<b>Alacsony költségű média</b>	Azonosítsa azon módszereket, melyek alacsony költség vonzatú promóciós módszereket és magyarázza el, miért akarja, vagy miért nem akarja használni ezeket.
<b>Média</b>	Milyen médiumokat fog használni és milyen gyakran? Miért használja ezeket?
<b>Üzleti kép</b>	Milyen képet szeretne vetíteni? Ki szeretné látni a vásárlóit?
<b>Árazás</b>	Mennyire fontos az ár, mint versenyképességi tényező? Magyarázza meg az árak beállításának módját. Adj hozzá egy kis "kitöltést" a költségvetés egyes tételeihez - Csökkentse a terv pontosságát
<b>Javasolt hely</b>	Elemesse a helyszín-kritériumokat, amelyek hatással vannak a fogyasztókra
<b>Elosztási csatornák</b>	Hogyan fogja eladni a terméket / szolgáltatást? Milyen disztribúciós csatornákat használ leginkább?

#### 4.4.7 Versenytárs-elemzés

Táblázat 17: Üzleti terv: Versenytárs-elemzés

<b>Versenytársak előnyei</b>	Melyek a versenytársak előnyei a vállalkozáshoz képest
<b>Közvetett versenytársak</b>	Van közvetett versenytársa? Ha igen, írja le őket
<b>A termék(ek) összehasonlítása</b>	Miért hasonlíthatóak össze a termékek vagy szolgáltatások a versenytársakkal? Mutassa be a termékek hasonlóságait és különbségeit.
<b>Konkurens elemzés (Competitive Analysis)</b>	Módszer, mellyel a vállalkozás összehasonlítható 2 versenytárral

#### 4.4.8 Gyártási folyamat

Táblázat 18: Üzleti terv: Gyártási folyamat

<b>Termelés</b>	Hogyan készülnek termékei / szolgáltatásai? (Termelési technika és költség, minőségellenőrzés, fogyasztói szolgáltatások, készletfelügyelet, termékfejlesztés)
<b>Kiszállítás az ügyfeleknek</b>	Milyen módszereket kínál a termékek kiszállítására?
<b>Különleges helyiségek</b>	Szüksége van speciális helyiségekre a termék / szolgáltatás előállításához? Ha igen, írja le őket
<b>Felszerelés</b>	Milyen felszerelésre van szüksége?

<b>Közlekedés logisztika</b>	<b>és</b>	Milyen szállítóeszközök szükségesek az áru átvételéhez és a termék elosztásához?
<b>Jogi követelmények</b>		Vannak olyan jogi követelmények, melyeknek meg kell felelni-e? Ha igen, jegyezze fel őket
<b>Biztosítás</b>		Van-e biztosítási követelmény, amelynek meg kell felelni-e? Ha igen, jegyezze fel őket
<b>Leltár</b>		Milyen készletet fog kezelni? Átlagos érték készleten? A forgalom mértéke és hogyan viszonyul ez az iparági átlaghoz? Szezonális felhalmozódás?
<b>Gyártási kiegészítő információk</b>		Van további információ a gyártási folyamatokról? Ha igen, jegyezze fel őket
<b>Vezetés személyzet</b>	<b>és</b>	Kire van szüksége a termeléshez?

#### 4.4.9 Pénzügyi adatok

Táblázat 19: Üzleti terv: Pénzügyi adatok

<b>Előrejelzett jövedelem</b>	Mekkora a várható jövedelme? Ismertesse a legrelevánsabb adatokat
<b>Gyártási költségek</b>	Mik a termelési költségeid? Ismertesse a legrelevánsabb adatokat
<b>Befektetési költségek</b>	Milyen befektetési költségei vannak? Ismertesse a legrelevánsabb adatokat
<b>Mérleg</b>	Írja le mérlegét, írja le a legfontosabb adatokat
<b>Haszon és veszteség</b>	Írja le az eredmény kimutatást, írja le a legfontosabb adatokat
<b>Finom eredmények</b>	Ismertesse végeredményeit

## 5 Siker történetek (D4.8)

### 5.1 Esettanulmányok az innovációs transzferre

**Bevezetés:** A fejezet célja, hogy olyan eseteket mutasson be, amikor sikeres együttműködést bontakozott ki egyetemek és vállalkozások között. A sikertörténeteket a Foodlab partnerek kérdőíves megkérdezések szerint gyűjtötték össze.

**Az eredmények felhasználásának joga:** Az összegyűjtött esettanulmányok 80% esetén a diákcsoport használhatja az elért eredményeket további üzletépítésre. Az esetek 20%-ban az egyetem rendelkezik ezzel a joggal és a start-up csak engedély kérését követően használhatja az eredményeket. Csupán az esetek 20%-a esetén beszélhetünk szabadalomról, melyek esetében a start-up számít tulajdonosnak.

**Disszeminációs tevékenységek új start-upok bemutatása érdekében:** Az esetek 80%-ban az egyetemmel közös disszeminációs tevékenységet folytatnak a start-upok. Kölcsönös és sokszor informális megállapodás révén valósul meg, hiszen mindkét érintett félnek érdeke fűződik a közös kommunikációs terv kialakításához.

**További segítség:** A start-upok számára szinte elengedhetetlenek olyan segítség forrás felfedezése, mely anélkül nyújt támogatást, hogy külsős részvényeseket kellene bevonni a vállalkozásba. Ilyen segítség lehetnek a különböző versenyek, pénzügyi támogatások stb.

**Versenyek:** Az esettanulmányok 60%-a nyert valamilyen innovációs versenyt, mely egyértelműen nagy előnyt jelentett további finanszírozás szerzésében. A versenyek által a "projektek"/ termékek ismertségre tehetnek szert és segíthetnek kapcsolati háló kialakításában. A különböző országokban, sokféle verseny típus elérhető: nemzeti, nemzetközi, privát és európai.

**Összefoglalás:** Az egyetemek vagy inkubátorok támogatás a start-up létrejöttékor nagyon fontos, hiszen ezáltal kedvezőbb környezet teremődik a vállalkozás számára.

### 5.2 Üzleti inkubátor

**Bevezetés:** A fejezet célja, hogy olyan eseteket mutasson be, amikor sikeres együttműködést bontakozott ki inkubátorok és vállalkozások között.

**Általános információk:** Az inkubátorok különböző körülmények között jöttek létre. Három inkubátor az adott terület politikai berendezkedés következtében jött létre, míg egy inkubátor egy magán, élelmiszermérnöki egyetem által. A legtöbb inkubátor a 2000-es évek után jött létre. Némelyikük több száz start-upot képes segíteni évente, de olyanok is akadnak, akik kisebb kapacitással rendelkeznek.

**Tevékenységi terület:** Számos inkubátor az élelmiszeriparra szakosodott, azonban ezen a területen belül nagyon különböző start-upokat is vállalnak (mezőgazdaság, R&D, gyártás, szolgáltatás, élelmezés etc.

**Inkubátorok ajánlatai:** Leggyakrabban az inkubátorok személyre szabott támogatást ajánlanak olyan stratégiai területeken, mint a marketing, illetve esetenként technikai területeken is. Esetenként az inkubátor kisüzemű laboratóriumokkal is rendelkeznek, termékfejlesztés és azok ipari léptékű gyártása



érdekében (FOODSAKER és AGROPOLE). Illetve, például az AGROPOLE területet is biztosít, a saját gyárt felépítésére, de ez azonban nagyon ritka.

Ezen felül az inkubátorok segítséget nyújtanak a start-up-nak befektetők szerzésében és esetleges terjeszkedésben is. Egyesek már meglévő partnereiken keresztül teszik ezt, mint például a SMART FOOD PARIS, aki olyan multinacionális kapcsolataira épít, mint a Carrefour, a Danone, az Elixor, a Pomona, az Up group, a SEB group, a Bel és a Michelin group.

**Túlélési arány:** A kb. 3 év után az inkubátort elhagyó start-upoknál 80%-os túlélési arány figyelhető meg. A magas arány az inkubátorok hatékonyságát mutatja.

**Alkalmazottak létszámának növelése:** A start-upok is bővítik az alkalmazottak létszámát, ami akár egy jó indikátorszám is lehet a sikeresség mérésére. Például a FOODSHAKER, ami egy kis inkubátor, 16

**Inkubátori tevékenység hossza:** Az inkubátorok számos szolgáltatási csomagot ajánlanak. Átlagosan a start-upok egy évig veszik igénybe ezeket a szolgáltatásokat, de lehetőség van akár 2-4 éves szolgáltatási csomagokra is. Az 1- 1,5 éves időszakot az magyarázza, hogy a piac túl gyorsan, túl sokat változik ahhoz, hogy tovább maradjanak a cégek az inkubátor kezelésében. A piacra lépést követően, a vállalkozás valószínűleg növeli állományát, nagyobb irodára less szüksége, gyárra lehet szüksége, illetve a titoktartási követelményeket is be kell tartani. Azonban a kapcsolat a vállalat és az inkubátor között továbbra is fennmarad, hiszen az előbbi az inkubátor ökoszisztémájának részévé vált.

**Inkubátorban dolgozók:** Az inkubátor dolgozói általában marketing és pénzügyi háttérrel rendelkeznek, továbbá tapasztalattal bírnak az innovációs kapacitás elősegítésében.

**Összefoglalás:** Az inkubátorok szervezett struktúrák, amelyek segítik az innovatív projekteket és vállalkozókat a sikerhez Vezető úton. A példákon keresztül láthattuk, hogy jelenlétük pozitívan járul hozzá az innovációs kapacitás növeléséhez.



## 6 Összefoglalás

A vállalászói szellemre vonatkozó iránymutatások a következő módon foglalhatók össze:

- Megfelelő partnereket kell kiválasztani, projekten kívül és belül egyaránt
- Piaci célok pontos ismerete
- Pénzügyi támogatások növelése
- Jogi háttér ismerete

Projektek kivitelezésében, ismertségének kiterjesztésében és kapcsolati hálózatok kiépítésében fontos szerepet játszanak az inkubátorok és a közszférából érkező támogatások.

A Fehér könyv azon elemek felismerésben kíván segítséget nyújtani, melyek elengedhetetlenek a projekt kivitelezéséhez.

