CASEPÉNZ

PÉNZÜGYES VIDEÓK SCRIPT

2018. 04. 02.
Bizalmas

1. Személyes pénzügyek

István: Sziasztok! Újra itt vagyunk a Case Solvers-től, ebben a videósorozatban a pénzügyekről fogunk beszélgetni. A Mézga családdal már találkoztatok; most arra gondoltunk, hogy a pénzügyeket a legfiatalabb családtagon, Aladáron keresztül fogjuk bemutatni nektek.

Jocó: Olyan pénzügyi témákról fogunk beszélni, amik a való életben is hasznosíthatóak. Egyébként nem kell megijedni, a pénzügyeket sokat túlmisztifikálják: valójában "csak" egy kis logika és matek kell hozzá.

Réka: Ebben a videóban a személyes pénzügyekről lesz szó, később pedig azt nézzük meg, mi történik, ha valaki vállalkozást indít: hogy működnek a cégek pénzügyei. No de, először nézzük a személyes pénzügyeket.

István: Aladárnak alapvetően kétfajta pénze lehet: készpénze *(kacsint)* és számlapénze. Tegyük fel, hogy az utóbbi időben Aladár sokat hallott a pénzügyi tudatosságról, meg egyébként is tisztában szeretne lenni azzal, hogy mennyi pénze van. Szóval felírja, mennyi pénzt kapott húsvétra: a szüleitől 6000 Ft-ot, Hufnágel Pistitől pedig 15 dollárt, ami körülbelül 5000 Ft.

Jocó: Igen ám, de költött is: az ócskapiacon vett egy régi rádiót 4000 Ft-ért, és Blökinek is vett kutyatápot 1000 Ft-ért.

Réka: Májusban ~~más~~ újabb bevétele nem volt, de az előző hónapból maradó pénzt természetesen ekkor is elkölthette... és költött is belőle. *:)*

István: Ezeket is összeírtuk. Nézzünk meg a példa kedvéért még egy hónapot: vásárolt egy sorsjegyet 500 Ft-ért, amivel 2000-et nyert. Az iskola büféjében többször is vásárolt 1500 Ft értékben.

Jocó: Ha összegezzük a tételeket kijön, hogy Aladárnak 13000 Ft bevétele volt ebben a negyedévben, és ebből 10000 Ft-ot költött el. Tehát ha az elején üres volt a zsebe, akkor a negyedév végére 3000 Ft-ja van, ennyi az eredménye.

Ft	Április	Május	Június
Bevételek	11000	0	2000
	6000 5000		2000
Kiadások	5000	4500	500
	4000 1000	4500	500 1500
Eredmény	6000	-4500	1500

Réka: Itt az ideje nevén nevezni a gyereket: az elmúlt pár percben Aladár eredménykimutatását ~~csináltuk meg~~ állítottuk össze. Eredménykimutatásnak hívjuk, amikor összegyűjtjük egy személy (vagy cég) összes bevételét, majd levonjuk a kiadásokat.

István: Igen, és ez most nagyon egyszerűnek tűnhet, onnantól viszont már izgalmas, ha belegondoltok egy vállalat életébe: ott sokkal több pénzmozgás történik egy adott hónapban. Ezzel szemben már Aladárnál is tudjuk csoportosítani a pénzmozgásokat. Ahogy látjátok, a kiadások között voltak Étel/ital jellegűek, Elektronikai és Egyéb kategóriába sorolhatók.

Ft	Április	Május	Június
Bevételek	11000	0	2000
Rokonoktól Barátoktól	6000 5000		2000
Kiadások	5000	4500	500
Elektronikai Étel/ital Egyéb	4000 1000	4500	500 1500
Eredmény	6000	-4500	1500

Jocó: A bevételeket is lehet csoportosítani például aszerint, hogy milyen forrásból érkeztek: a családtól vagy azon kívülről. Kész is, ez már egy ~~teljesértékű~~ teljes értékű eredménykimutatás. Erre alapozva Aladár tud tervezni is: például, hogy kb. mennyi kiadása lesz jövő hónapban. Ugye látszik is, hogy bajban lesz, pénzforrás után kell néznie.

Réka: Leleményes a fiú és meggyőzi MZ/X-et, hogy küldjön neki fénypostán egy nagyobb összeget… *(csettint)* A pénz meg is jött - bár az ablaküvegezésre rögtön költeni kell belőle *:)*

István: MZ/X egy jótanácsot adott: ne a párnahuzatban tartsa a pénzét.

Jocó: Nem sokkal ezután Aladár utánanéz, milyen lehetőségei vannak. Ha bemegy a bankba (vagy általánosabban egy pénzügyi szolgáltatóhoz, mert ide tartoznak a bankokon kívül még másfajta szervezetek is), akkor hasonló termékeket lát:

- **Bankszámla és bankkártya**
- **Megtakarítás**
- **Befektetés**
- **Hitelek**
- **Biztosítások**

Réka: A bankban Aladárnak azt is elmondják, hogy legelőször egy bankszámlára lesz szüksége. Emlékeztek: a készpénz mellett ez a másik fajta pénz, amivel rendelkezhet valaki. Ahhoz, hogy tudja használni a bankszámláját, Aladár be is rakja az MZ/X-től kapott ~~pénzt~~ összeget. Ezt most már eléri, és a bankkártyájával - mert ilyet is adnak a bankszámla mellé - tud készpénzt felvenni ATM-ből, vagy a boltban tud közvetlenül kártyával fizetni.

István: Egyébként a diákok kedvező feltételekkel nyithatnak számlát, ez elég jó dolog. Például a szüleidnek egyszerűbb, ha minden hónapban csak át kell utalni egy bizonyos összeget, mint készpénzzel bénázni. A bankkártyás fizetés ráadásul elég kényelmes, és én szeretem azt is, hogy online gyorsan tudom csekkolni, mire is költöttem mostanában. Már csak néhány helyen nem lehetséges a bankkártyás fizetés, például sülibüfékben. Ilyenkor meg fel lehet venni készpénzt egy ATM-ből.

Jocó: Visszatérve, Aladárt nem olyan fából faragták, hogy rögtön elverje a pénzt. Ahogy én ismerem, utánanézne a megtaka-

rításoknak és a befektetési lehetőségeknek. Egyszóval annak, hogyan tudná tovább gyarapítani a hirtelen jött vagyonát.

Réka: A megtakarítási számla olyan, mint egy bankszámla, amiről nem költhetsz. Azért cserébe, hogy ezen a számlán parkolod a pénzed, kapsz egy kis kamatot a banktól. A banknak azért éri meg kamatot adni, mert a sokak által nála tartott pénzösszegeket egyben kezelheti, például kiadhatja hitelnek – amin elég sokat keres. Szóval ezért kap Aladár kamatot a megtakarításai után. A kamat (és az eredeti megtakarítási összeg is) később elkölthető, de onnantól nem kamatozik tovább

István: Az eggyel menőbb megoldás a pénz gyarapítására a befektetés. Itt arra kell gondolni, hogy Aladár több hónapra vagy akár évre lemond a pénzéről, és átadja a banknak vagy más pénzügyi szolgáltatónak, például egy ún. alapkezelőnek. Cserébe ez a pénzügyi szolgáltató hozamot fizet Aladárnak. Mivel ez egy hosszabb távú dolog, nagyobb a kockázat is – ugyanúgy, ahogy a potenciális nyereség.

Jocó: Egy tipikus befektetés a részvényvásárlás: ekkor számlapénzen vesznek részvényeket, amiket később újra el lehet adni (jó esetben magasabb áron), közben pedig a részvény után lehet osztalékot kapni (ez olyasmi, mint a kamat). Minél nagyobb a kockázat, annál nagyobb a hozam, azaz az eredmény; de annál könnyebb elveszíteni is a pénzünket. Aladárnak perpill nincs szüksége a fénypostás pénzre – kivéve amiből az ablakot megcsináltathatja –, ezért úgy dönt, hogy egy mérsékelten kockázatos, középtávú befektetést indít.

2. Vállalati pénzügyek - Becslés

István: Robogunk tovább a pénzügyes videókkal. Ebben az epizódban a becslésről lesz szó. Tegyük fel, hogy Aladár olyan jól intézte banki ügyleteit, hogy befektetései segítségével szép összeget gyűjtött össze, ezért két barátjával egy pizzázó nyitását fontolgatják. Nem egy 200 Ft / pizzaszeletes helyet, nem is egy Jamie Olivert, hanem egy középkategóriás, kényelmes, barátságos pizzázót.

Jocó: Mielőtt belevágnak, felhívják MZ/X-et, aki azt tanácsolja, mindenképp számoljanak utána a dolognak, mert egy új üzlettel könnyű megborulni. Szóval a srácok most szeretnék

valahogyan kiszámolni, mekkora bevételre és kiadásra számíthatnak a pizzázóból. Segítsünk nekik!

Réka: Mivel a jövőről beszélünk, ezért az összegeket pontosan kiszámolni nem lehet, csak becsülni: a becslés viszont meglepően jó eredményeket szokott hozni. Ugyanúgy, mint a személyes pénzügyeknél, itt is vannak bevételek és kiadások, ezek különbsége pedig az eredmény: ha az eredmény pozitív, akkor profitról beszélünk, ha negatív, akkor veszteségről. Nyilván egy ilyen vállalkozás célja elkerülni azt, hogy a kiadások meghaladják a bevételeket, mert egy veszteséges céget nem éri meg üzemeltetni.

István: Kezdjük a bevételek becslésével. Tegyük fel, hogy egy óra alatt 10 vevő jön be a pizzázóba. Ez azt jelentené, hogy kb. 5 asztalra van szükség, ami reális. Amikor pizzázóba megyek, általában egy pizzát rendelek és mellé ~~valami~~ egy üdítőt: a kettő együtt mondjuk 1500 Ft. Ez egy szorzás innen: 10 vendég jön be óránként, mindenki költ 1500 Ft-ot: ez óránként 15000 Ft. Ha napi 8 órát van nyitva a pizzázó, az 8 * 15000 Ft = 120 eFt bevétel naponta, szorozva 20 hétköznappal, ez durván 2,5 mFt bevétel havonta.

Jocó: Aladárék hétvégente inkább pihennének, ezért csak a hétköznapokkal számolnak. Nem biztos, hogy ez a legjobb üzleti döntés, hiszen sokan pont hétvégén mennének pizzázni… de oké, ez az első vállalkozásuk *:)*

Réka: És van egy másik bevételi ág is: a rendelés. Mit szólnátok, ha feltételeznénk, hogy az még egyszer ennyi bevételt hoz? Az ilyen rövidítések egy becslésbe belefférnek szerintem.

István: Azzal mi legyen, hogy reggel kevesebben pizzáznak, mint este? Tehát, hogy a kereslet szezonális. Igen, a szezonalitás bejön, de az egyszerűség kedvéért feltételezhetjük, hogy a 10 ember egy átlag: reggel lehet, hogy csak 8 vevő van, este meg 12. Oké.

Jocó: Még egy dolog: kiszámoltuk, hogy bejön 2,5 mFt az ott evő vendégektől és még 2,5 millió a kiszállításból. Ez a bruttó bevétel, tehát benne van az ÁFA is. Ezt az ÁFA-t Aladáréknak be kell fizetni az államnak: 5 millióból kb. 4 marad náluk. Tehát a nettó árbevétel 4 mFt.

Réka: Nézzük a kiadásokat. Vannak fix kiadások, pl. a bérleti díj és a rezsi. Ezek azért fixek, mert a bérleti díjat meg

a rezsit akkor is ki kell fizetni, ha nem adnak el egyetlen pizzát sem. Mézgáék a 7. kerületi Ökörcsíny utcában laknak: ezen a részen egy 70-80 négyzetméteres kis üzlethelyiség bérleti díja az internet szerint... most nézem... olyan 200-250 eFt. Ez a hely korábban is pizzázó volt, szóval nem kell költeni kemencére és berendezésekre.

Jocó: Jól hangzik - miért 70-80 négyzetméterest néztél?

Réka: Csak mert azt mondtuk, hogy átlagosan 10 fő lesz ott, ők elférnek kényelmesen 50 négyzetméteren, és kell még 20-30 nm a konyhának.

Jócó: Szuper.

István: Milyen egyéb fix kiadások vannak még? Nézzük csak. Fizetni kell a rezsit (áram, víz stb.), ez mondjuk havi 50 eFt abból kiindulva, hogy egy kicsivel kisebb lakásért én mennyi rezsit fizetek.

Réka: A változó kiadásokra térve, nézzük meg a tényleges tevékenység, a pizzaárusításhoz kötődő dolgokat. Meg kell venni az alapanyagokat. Egyszer hallottam, hogy egy pizza eladási árának csak a felébe kerülnek a hozzávalók.

Jocó: Azért, hogy ne érjen minket kellemetlen meglepetés, a kiadásokat mindig egy kicsit felül-, a bevételeket pedig alulbecsüljük. Tegye ki akkor az alapanyagköltség a bevétel 60%-át. Van sok egyéb költség is: dobozokat kell venni a kiszállított pizzákhoz, költeni kell hirdetésekre stb. Ez mondjuk még egy 20%-nyit elvisz a bevételből.

István: Jó, van még valami?

Jocó: Hm… kiszállításra a családi autót, a makrancos paripát használhatják, így arra nem kell költeni. Munkaerőre szintén nem kell költeni: Aladárék a nyáron szabadidejükben viszik a pizzázót, és abban állapodtak meg, hogy a végén három egyenlő részre osztják a profitot.

Réka: Apropó, profit. Mennyi is az annyi *(nevet)*?

István: Volt havi nettó 4 mFt árbevételük, és a kiadások mindent összeadva 300 eFt fix és 3.2 mFt változó költség. A pizzázó profitja így havi kb. 500 eFt. Ebből még kell pl.

nyereségadót fizetniük, a végén kb. 400 eFt marad minden hónapban.

eFt	Augusztus	Feltételezések
Bevételek	4 000	
Helyben fogyasztás	2 000	(10 vendég/óra * 1500 Ft/vendég * 8 óra * 20 nap) - ÁFA
Kiszállítás	2 000	Egyenlő a Helyben fogyasztással
Kiadások	3 500	
Bérleti díj + Rezsi	300	70-80 nm-es üzlethelyiség
Alapanyagok	2 400	A Bevételek ~60%-a
Egyéb változó költségek	800	A Bevételek ~20%-a
Kiszállítás	0	Mézgáék autója ingyen használható
Munkaerő	0	Az alapítók maguk viszik a pizzázót, fizetést nem vesznek fel
Adózás előtti eredmény	500	

Jocó: A bevételek magasabbak tehát a kiadásoknál, ami jó hír. Ez a becslés azonban azt is megmutatja, hogy nem sok profit marad a vállalkozásban; és azt még bele sem vettük, hogy a pizzázó megnyitásakor kevesebb vendég lesz, mondjuk csak nyár végére fut fel a biznisz. Ez plusz egy ok, hogy érdemes lehet kicsit magasabb áron adni a pizzákat, amikor megvolt a felfutás.

Réka: Ezt a folyamatot, tehát amikor belőjük egy eladásra kínált termék árát, árazásnak nevezzük. Az árazásnál figyelembe kell venni, hogy mennyibe kerül a termék előállítása, mennyiért adják el a hasonló termékeket (mondjuk egy másik pizzázó), és hogy mennyiért hajlandóak megvenni a vásárlók az adott terméket.

István: Egy kis áremelés ezek alapján beleférhet - nem kifejezetten drága még ez a pizzázó -, és ha Aladárék lelkesedéssel csinálják, a tucatpizzázóknál kicsivel magasabb ár is működhet. A számok így már meggyőzőek Aladár-nak, ezért megnyitják a Köbüki Pizzázót.

Réka: Ami a becslés során nagyon fontos, hogy ne riadjatok vissza az ismeretlentől: a jövőről beszélünk és természetes, hogy nincs mindenre adatotok. Józan paraszti ésszel gondoljátok végig a dolgokat: lesznek számok, amiket alulbecsültök, lesz, amit felül, de a nap végén ezek egész jól kiegyenlítik egymást és jó lesz a becslésetek végeredménye.

3. Verseny és versenystratégiák, Marketing, Innováció

István: Újra itt vagyunk! Egész szépen megy az üzlet Aladárnak és barátainak, amikor egyszer csak nyílik egy gyrosos a sarkon. Mi történik ekkor a pizzázóval? Mondhatnánk, hogy semmi, hiszen aki pizzát akar enni, az úgyis hozzájuk megy majd. Ez azonban nem igaz, hiszen az emberek általában azt az igényüket akarják kielégíteni, hogy éhesek, és erre a pizza és a gyros is megfelelő.

Réka: Szakszóval azt mondjuk, hogy adott egy fix kereslet (ugyanannyi ember akart enni mint eddig), de a kínálati oldalra új szereplő lépett be – a gyrosos. Ezt a helyzetet úgy nevezzük, hogy a pizzázó a gyrosos versenytársa, hiszen versenyezniük kell a vásárlókért. De hogyan tudják ezt megtenni? Ki kell találni egy tervet, egy stratégiát, amivel jobbak lehetnek a gyrososnál és az emberek hozzájuk mennek enni.

Jocó: Több ötlet is felmerülhet. Aladár egyik társa mondjuk bedobja, hogy csökkentsék az árakat. Ha ők a legolcsóbbak, az biztosan bevonz új embereket.

István: Már eleve nem volt nagyon magas a profit, ezért ez nem a legjobb út. Stratégiai szempontból sem passzol, mert Aladárék inkább kiemelkednének a tömegből: pontosabban azt mondjuk, hogy megkülönböztető stratégiát folytatnának.

Réka: Van egy harmadik stratégiai opció is, ezt fókuszálásnak hívják: ha pl. egy ~~adott~~ konkrét vevői kör igényét szeretnék csak kielégíteni. Mondjuk a kerületi egyetemistáknak akarnák a legjobb articsókás pizzát adni, de ez talán már túl szűk.

Jocó: Igen, maradjunk szerintem a megkülönböztető stratégiánál. Tehát Aladárék sok vásárlót szeretnének azon keresztül, hogy kitűnnek a többi környékbeli kajálda közül.

István: A vásárlók meggyőzésének legalapvetőbb módja a marketing. Nézzük csak, milyen felületeken tudják hirdetni magukat Aladárék. Először is, a reklám lehet online vagy offline.

Réka: Online kategóriába tartozik például a közösségi médián való hirdetés vagy a banner reklámok.

Jocó: A promóció hagyományosabb módja az offline hirdetés, ez történhet plakátokon, szórólapokkal, tévében, rádióban vagy újságban.

István: A korábban megtanult opciós fa módszerével értékelhetjük ezeket a lehetőségeket például aszerint, hogy mennyire költséges, mennyi időbe telik elkészíteni, és kb. mennyi embert érünk el az adott hirdetéssel.

Réka: Ezeket átgondolva Aladárék számára a facebookos hirdetés és a gerillamarketing ~~látszik~~ tűnik a legjobb opciónak. Gerillamarketing lehetne pl. hogy ajándékot adnak a pizza mellé, vagy szervezni egy flashmob eseményt, ahol ingyen pizzát osztogatnak, ezzel is megismertetve az emberekkel a terméküket.

Jocó: Mint minden tervnél, itt is sok múlik az implementáción. Egy flashmob előtt például érdemes utánanézni a jogi kérdéseknek: kitől kell engedélyt kérni területhasználatra.

István: Ez egy esetprezentációban technikailag annyit jelent, hogy a javaslat részleteinél és az időtervnél betesztek egy "Területhasználati engedély kérése" pontot.

Réka: Át kell még gondolni a pénzügyi hátteret is: egy ilyen, kisebb költséget meg lehet finanszírozni a korábbi hónapok profitjából. Persze előtte becsüljétek meg, mennyi extra bevétel származna egy ilyen akcióból, és a költségekhez képest ez megéri-e. A következő videóban majd megnézzük, honnan lehet finanszírozást találni, ha a vállalkozás saját pénze már nem elég.

Jocó: Van még egy dolog, amit át kell gondolni egy marketing kampánynál: azt, hogy mi is lesz az üzenet. Az üres marketing béna: meg kell mondani a célközönségnek, hogy miért jöjjenek a Köbüki Pizzázóba.

István: Például felhívhatnák a figyelmet valamilyen újításra, innovációra. Ilyen volt pár éve a vékonytésztás pizza, utána pedig a csökkentett szénhidráttartalmú Fitness pizza.

Réka: Aminek én személyesen tökre örülnék, mint innováció, az az, ha jobb dobozokat használnának a kiszállításnál.

Jocó: Vagy még jobb minőségű alapanyagokat szerezzenek be, pl. ne legyen száradt a paradicsom... szólhatnának MZ/X-nek, hogy kéne egy kis űrparadicsom *(nevet)*.

4. Banki termékek és a vállalatfinanszírozás alapjai

István: Itt vagyunk az utolsó pénzügyes videóval. Legutóbb ott hagytuk abba, hogy Aladárék pizzázója marketing kampányba fogott és elkezdtek innoválni is. Nos, ez annyira bejött, hogy Huffnágel Pisti átszólt, Kőbányán is jó lenne űrparadicsomos pizzát enni. Ezzel el is érkeztünk egy újabb dilemmához: hogyan növekedjen egy sikeres vállalkozás.

Réka: Már meg sem lepődtök szerintem, hogy előhúzzuk az opciós fát. Aladárék nyithatnak egy új boltot a 7. kerületben, vagy akár más kerületekben is. Ezt úgy hívjuk, hogy maradjanak a meglévő piacon (7. ker) vagy új piacra lépjenek be (pl. 10. kerület).

Jocó: Ezek az opciók tovább bonthatók: a meglévő termékkel (pizza), vagy valami újjal nyomuljanak (pl. hamburgerező).

István: Szerintem egyébként érdemes lenne megmaradniuk a jól bevált terméknél. Pizzában már elég jók, nem biztos, hogy érdemes váltani burgerre.

Réka: Oké, és a piacokról mit gondoltok? Ha tényleg olyan jó a pizzájuk, akkor miért ne vinnék el több kerületbe is.

Jocó: Persze, legyünk ambíciózusak. Akkor új pizzázókról beszélünk több kerületben. Nyilván, itt az egyik akadály a pénzügyek lehetnek: az első pizzázó megnyitásánál nem voltak beruházások, mert a hely korábban is pizzázó volt. Az új üzleteknél azonban ez már nem feltétlen igaz: egy pizzázó elindításához kell mondjuk 5 mFt a kemencére, eszközökre, bútorokra.

Réka: Meg kellenek új alkalmazottak is, komolyabb IT rendszer, hogy a sok kiszállítást koordinálják…

István: Igen, itt elég sok pénzről beszélünk, de ezen a ponton tegyünk egy lépést hátra és nézzük meg, hogyan is működnek egy vállalkozás pénzügyei ~~alap~~ normál esetben.

Réka: Szóval, egy vállalkozás is tartja és kezeli valahol a pénzét. Ez a legtöbb esetben egy bankot jelent. A lakossági termékekhez hasonló termékek elérhetőek a vállalkozásoknak is: Egy cégnek is lehet bankszámlája, megtakarítási számlája, vagy bankkártyája. Tud hitelt felvenni, hogy abból finanszírozza a növekedését.

Jocó: Ezen kívül – mivel általában egy cég több pénzt kezel, mint egy magánszemély – a cégek több és komplexebb pénzügyi/ banki termék közül tudnak választani.

István: Beszéljünk most arról, hogy milyen pénzügyi segítséget tud a Köbüki Pizzázó igénybe venni a terjeszkedéshez, hiszen a saját pénze már nem elégséges. Több helyről is jöhet a pénz: pl. barátokról, a közösségtől vagy egy banktól. Ezek egy bizonyos sorrendben következnek egymás után, és összesítő néven finanszírozási lépcsőknek hívják őket:

Réka: Az elején minden vállalkozás oda szokott fordulni, ami könnyen elérhető: az ismerősökhöz. Ezt 3F-nek hívják: Founders, Friends és Family. Az alapítók és a barátaik még elég fiatalok, nem nagyon van befektethető pénzük. És a Mézga családnak szintén nincs annyi, hogy egy ilyen terjeszkedést megfinanszírozzanak.

Jocó: A következő finanszírozási forrás a közösség, angolul crowdfunding. Ilyenkor egy weboldalon (pl. A Kickstarteren) meghirdetjük a tervünket és ha tetszik a leendő vevőinknek, akkor összedobják a szükséges összeget. Kickstarteren tipikusan a nagyon innovatív dolgokat lehet megfinanszíroztatni, egy pizzázónak más lehetőség után kell néznie.

István: Itt jönnek képbe a bankok. Ha egy vállalkozás már bizonyított, a bankok szívesen beszállnak megfinanszírozni a növekedést, hiszen nagyobb eséllyel visszakapják a pénzüket (és a kamatot), mint egy kezdő cég vagy startup esetén. A bankhitel jó megoldás lehet a Köbükinek, meg tudnak nyitni új pizzázókat és a profitból szép lassan visszafizetik a hitelt és a kamatokat. Az első lépés, hogy összeállítják az üzleti tervüket, ami olyasmi, mint a PowerPoint prezi, amiről korábban beszéltünk. Ebben nagyon részletesen meg kell mutatni, mire is használnák a hitelt, mennyi eredményt ter-

melnének az új pizzázók és milyen ütemben tudnák visszafizetni a pénzt a banknak.

Réka: És ha egy cég tényleg befut és nagy lesz, bejönnek olyan egzotikus finanszírozási módok mint a kockázati tőke vagy a részvénykibocsátás.

Jocó: Ez viszont egy másik téma lesz: most megköszönöm nektek a figyelmet. Sok sikert a versenyzéshez és ne feledjétek: a pénzügyektől nem kell félni. Sziasztok!