

ÜZLETI KÖRNYEZET FEJLESZTÉSI PROGRAM · VESZPRÉM · 2026

Gyakorlati tudás, kapcsolatépítés, azonnal használható megoldások

Az Üzleti Környezet Fejlesztési Program veszprémi rendezvénysorozata: nyolc alkalom, huszonhárom előadó, több száz vállalkozó

Kiadja: Veszprém Vármegyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány

A program a Nemzetgazdasági Minisztérium Üzleti Környezet Fejlesztési Programjának támogatásával valósult meg.

TARTALOM

Nyolc alkalom, egy közösség

Egy program, amely nem előadásokat, hanem használható tudást ígért a Veszprém vármegyei vállalkozóknak, és februártól szeptemberig nyolc alkalommal be is váltotta az ígéretét.

1 Köszöntő 3

2 A program dióhéjban 4

3 Rendezvényeink 6

3.1 Valódi cégépítési tapasztalatok, jogi alapok és AI-alapú marketing · 2026. február 20. 6

3.2 Fenntartható fejlődés és AI a KKV-k versenyelőnyéért · 2026. március 26. 9

3.3 Jót tenni, okosan fejlődni – CSR és innováció KKV-knak · 2026. április 21. 13

3.4 MI-alapú kollégák és küzdelem a láthatóságért · 2026. május 26. 16

3.5 A toborzás sales – a vonzó álláshirdetés ereje · 2026. június 30. 19

3.6 Fejben dől el? Mentális tőke a vállalkozói növekedés szolgálatában · 2026. július 14. 21

3.7 Építs stabil céget! – Jogi alapok és eredményes toborzás · 2026. szeptember 8. 23

3.8 Fenntartható gazdaság, működő mikrovállalkozások és a hitelezés fontossága · 2026. szeptember 22. 25

4 Eredmények számokban 29

5 Kik jöttek el? 32

6 Partnerek és együttműködések 33

7 Hogyan értük el a vállalkozókat? 35

8 Zárszó és impresszum 36



Előadás és közönség a Pannon Egyetemen, 2026. július 14.

1. FEJEZET

Köszöntő



Szekfü Tibor elnök



Vonnák Péter ügyvezető igazgató

Kedves Vállalkozó, kedves Olvasó!

Amikor 2026 elején útjára indítottuk az Üzleti Környezet Fejlesztési Program veszprémi rendezvénysorozatát, egyetlen egyszerű ígéretet tettünk: nem elméletet hozunk, hanem olyan tudást, amelyet a résztvevők másnap reggel már használni tudnak a saját vállalkozásukban. Ötleteket, sablonokat, kipróbált módszereket, és egy közösséget, ahol a Veszprém vármegyei vállalkozók egymásra is találhatnak.

A Veszprém Vármegyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány több mint három évtizede dolgozik a megye mikro-, kis- és középvállalkozásaiért. Ismerjük azokat a kérdéseket, amelyek egy néhány fős cég vezetőjét nap mint nap foglalkoztatják. Hogyan építsek olyan rendszert, amely nélkülem is működik? Mire figyeljek jogilag, mielőtt baj lesz? Hogyan találom meg és tartom meg a jó embereket? Mit kezdjek a mesterséges intelligenciával? Ezekre a kérdésekre kerestük a választ februártól szeptemberig, nyolc alkalommal, Veszprémben és a Balaton partján: egyetemi oktatókkal, ügyvédekkel, HR-szakemberekkel és cégvezetőkkel, a zárórendezvényen pedig a gazdaságpolitika és a fejlesztési finanszírozás döntéshozóival, akik a saját tapasztalatukat hozták el.

Ez a kiadvány azért készült, hogy az elhangzott gondolatok azokhoz is eljussanak, akik nem tudtak ott lenni, és hogy azok, akik ott voltak, újra felidézhessék a legfontosabb tanulságokat. A rendezvények mellett a számokat is megmutatjuk: kiket értünk el, hányan jöttek el, milyen együttműködések születtek. Büszkék vagyunk arra, hogy a sorozat során a Pannon Egyetemmel és a megye vállalkozói szervezeteivel olyan partnerségek jöttek létre, amelyek a program lezárása után is velünk maradnak.

Köszönjük az előadóknak, hogy megosztották tudásukat, partnereinknek, hogy hírét vitték az eseményeknek, és mindenekelőtt a résztvevőknek, hogy időt szántak a fejlődésre. A programot a Nemzetgazdasági Minisztérium Üzleti Környezet Fejlesztési Programja tette lehetővé; köszönjük a bizalmat.

Jó olvasást és eredményes vállalkozást kívánunk!

Szekfü Tibor
elnök

Vonnák Péter
ügyvezető igazgató

Veszprém Vármegyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány

2. FEJEZET

A program dióhéjban

Egy program, amely nem előadásokat, hanem használható tudást ígért a Veszprém vármegyei vállalkozóknak, és februártól szeptemberig nyolc alkalommal be is váltotta az ígéretét.

Mi az az ÜKFP?

Az Üzleti Környezet Fejlesztési Program (ÜKFP) a Nemzetgazdasági Minisztérium kezdeményezése, amelynek célja, hogy a mikro-, kis- és középvállalkozások, kiemelten a Budapesten kívüli, vidéki vállalkozói közösségek naprakész, a gyakorlatban hasznosítható tudáshoz jussanak tudásmegosztó, ismeretterjesztő és szemléletformáló rendezvényeken keresztül. A program azokra a kérdésekre keres választ, amelyek a vállalkozások mindennapi működését és növekedését a leginkább meghatározzák: a digitalizációra és a mesterséges intelligenciára, a fenntarthatóságra, a munkaerő megtalálására és megtartására, a finanszírozásra és a tudatos cégépítésre.

Veszprém vármegyében a programot a Veszprém Vármegyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány valósította meg 2026. január 7. és szeptember 30. között. Az Alapítvány 1992 óta, több mint három évtizede dolgozik a megye vállalkozásaiért: pénzügyi, üzletfejlesztési és képzési szolgáltatásokkal, mikrofinanszírozási programokkal és hálózatépítéssel segíti a mikro-, kis- és középvállalkozásokat a fejlődésben. Az ÜKFP-sorozat ebbe a küldetésbe illeszkedett: célja, hogy ne csupán elméleti tudást, hanem azonnal használható, gyakorlatias eszközöket adjon a vállalkozások vezetőinek: kézzelfogható ötletekkel, sablonokkal, kipróbált módszerekkel és kapcsolatépítési lehetőségekkel.

Kinek szólt?

A sorozat célcsoportja a Veszprém vármegyei és a környékbeli mikro-, kis- és középvállalkozások vezetői és tulajdonosai voltak, ágazattól függetlenül, az induló vállalkozóktól a bejáratott cégek vezetőiig. Mindenki, aki gyorsan bevezethető megoldásokat keres a hatékonyabb működéshez: a folyamatok egyszerűsítéséhez, az adminisztráció automatizálásához, a digitális értékesítéshez, a jó munkatársak megtalálásához és megtartásához vagy éppen a fejlesztési források fogadásához. A rendezvényeken a vállalkozók mellett vállalkozásfejlesztési szakemberek, a partnerszervezetek képviselői és a téma iránt érdeklődő egyetemi hallgatók is részt vettek; a Pannon Egyetem helyszínként és partnerként egyaránt a sorozat mellé állt.

A rendezvények receptje

Minden alkalom ugyanarra a jól bevált, gyakorlatorientált formátumra épült. A programot Szekfü Tibor, az Alapítvány elnöke és Vonnák Péter ügyvezető igazgató köszöntője nyitotta, ezt követte két–négy (a zárórendezvényen hét), egyenként 35–50 perces előadás, amelyek nem elméletet, hanem saját tapasztalatból származó, másnap alkalmazható tudást hoztak. A délelőtti, egy alkalommal délutáni programokat minden esetben kapcsolatépítés zárta: kötetlen beszélgetés az előadókkal és a többi résztvevővel, ahol a kérdéseknek, a tapasztalatcserének és az új üzleti kapcsolatoknak is jutott idő.

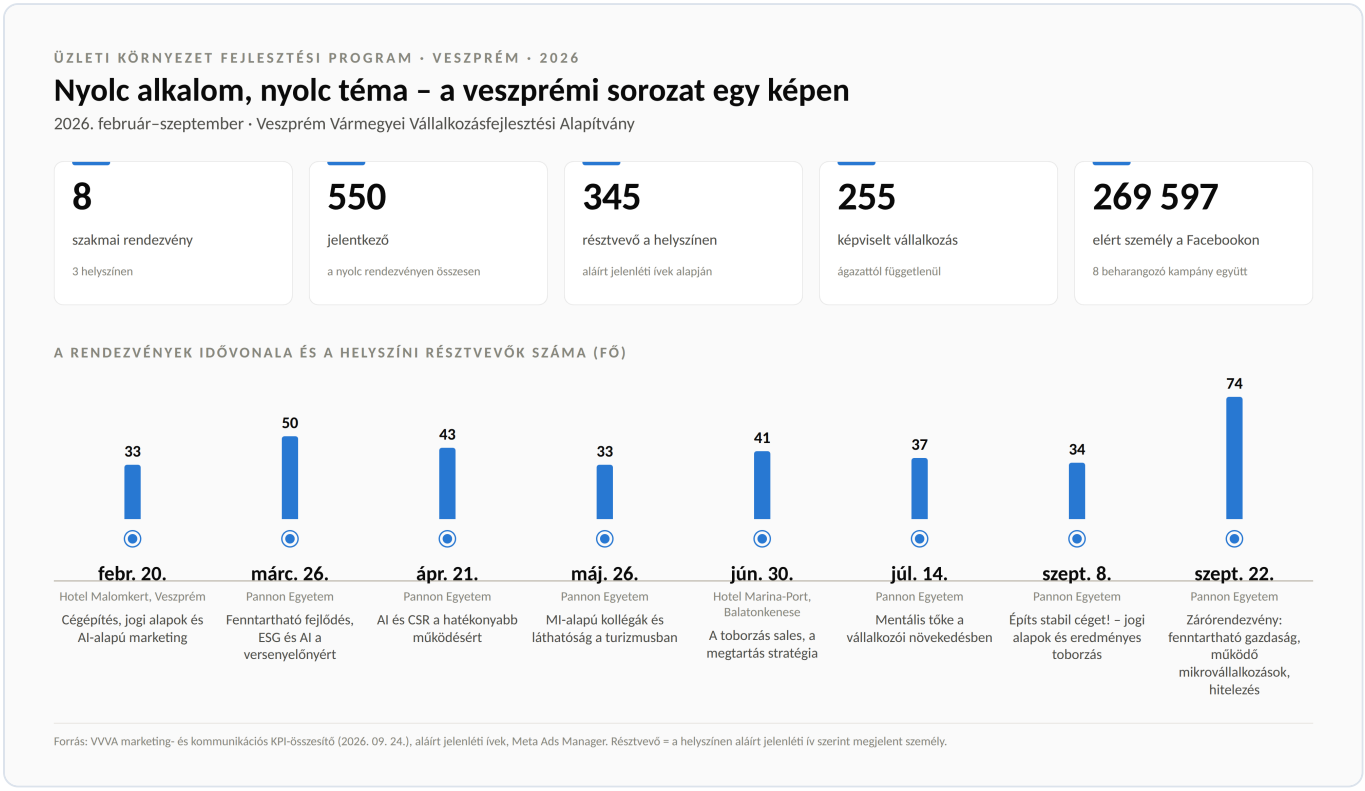
A részvétel előzetes regisztrációhoz volt kötve: jelentkezni a program weboldalán (uzletikornyezetfejlesztesiprogram.hu), valamint Google- és Facebook-űrlapon lehetett, de a helyszínen csatlakozók előtt sem zárult be az ajtó. Az előadásokról videófelvételek készültek, amelyek a YouTube-on utólag is megtekinthetők, így az elhangzott tudás azokhoz is eljut, akik személyesen nem tudtak ott lenni.

A sorozatot egy játék is végigkísérte. Aki a helyszínen kitöltötte a jelentkezési lapot, minden alkalommal esélyt kapott egy értékes online tudásanyag megnyerésére, a rendezvényeken összegyűjtött szelvények pedig a szeptember 22-i zárórendezvényen kisorsolt fődíjra, egy AI-alapú, szerkeszthető és marketingoptimalizált Webautomata weboldalra is esélyt adtak. Minél több veszprémi ÜKFP-eseményen vett részt valaki, annál nagyobb eséllyel indult a fődíj sorsolásán.

Nyolc alkalom, nyolc téma

Februártól szeptemberig nyolc rendezvény valósult meg három helyszínen: a nyitó alkalom a veszprémi Hotel Historia Malomkertben, a nyári program a balatonkenesei Hotel Marina-Portban, a többi hat a Pannon Egyetem veszprémi campusán. A témák íve tudatosan épült egymásra: a cégépítés gyakorlati és jogi alapjaitól a fenntarthatóságon, az ESG-n és a vállalati társadalmi felelősségvállaláson át a mesterséges intelligencia mindennapi használatáig, a turisztikai vállalkozások online láthatóságától a toborzáson és a megtartáson át a vállalkozói mentális tőkéig; a szeptember 22-i zárórendezvény pedig a

gazdaságpolitika, a fejlesztési finanszírozás és az európai mikrofinanszírozás döntéshozóival, a sorozat legnagyobb közönsége előtt zárta a kört.



A veszprémi sorozat egy képen: kulcsszámok, idővonal és a helyszíni résztvevők száma rendezvényenként.

A sorozat számokban

A nyolc rendezvényre összesen 550-en jelentkeztek, és 345-en jöttek el személyesen, 255 vállalkozást képviselve. Ez alkalmanként átlagosan 43 résztvevőt jelent, jóval a program által vállalt, rendezvényenként legalább 25 fős közvetlen elérés felett. Az elért kör azonban ennél jóval szélesebb: a beharangozó Facebook-kampányok együtt 269 597 embert értek el, több mint 818 ezer megjelenítést és közel 20 ezer kattintást hoztak; az Alapítvány hírlevele alkalmanként 279–972 címzetthez jutott el; a program weboldalának rendezvény-aloldalai a nyolc időszakban összesen közel 5 500 látogatást regisztráltak; az első négy rendezvény tizenegy előadásvideója pedig a kiadvány lezárásáig több mint 27 ezer megtekintést ért el a YouTube-on.

A sorozat mögé együttműködő partnerként a Pannon Egyetem, a Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetségének Veszprém Vármegyei Szervezete, a Man at Work Humánszolgáltató és Személyzeti Tanácsadó Kft., a MELÓ-DIÁK Észak-Dunántúl Iskolaszövetkezet és a Pro Albensis Üzleti Szolgáltató Nonprofit Kft. is beállt. A részletes eredményeket, a vállalt indikátorok teljesülését és a partnerségeket a 4–7. fejezet mutatja be.

1. RENDEZVÉNY · 2026. FEBRUÁR 20., PÉNTEK · 11:30–13:30 · HOTEL HISTORIA MALOMKERT, VESZPRÉM

1 Valódi cégépítési tapasztalatok, jogi alapok és AI-alapú marketing

Modern KKV-fejlesztés: digitalizáció, innováció és AI-alkalmazások

Hogyan lesz egy jó ötletből működő cég, és hogyan marad az? A sorozat nyitórendezvénye három nézőpontból járta körbe a cégépítést: egy bakonyi élménypark tulajdonosának tapasztalataival, egy ügyvéd taktikai eszköztárával és egy reklámügynökség mindennapi AI-gyakorlatával.



A nyitórendezvény közönsége a Hotel Historia Malomkertben, 2026. február 20.

A RENDEZVÉNY SZÁMOKBAN

29	11 205	552	1 294
képviselt vállalkozás	elért személy	hírlevél-címzett	videómegtekintés
	Facebook-kampány, 02. 03–19.	VVVA hírlevél	3 előadásvideó, 2026. szeptemberi állapot

Miről szólt?

A veszprémi sorozat februári nyitányán a cégépítés állt a középpontban, nem tankönyvi értelemben, hanem úgy, ahogy a mindennapokban történik. Az előadások tudatosan épültek egymásra. Először arról volt szó, milyen szemlélet és milyen rendszer kell ahhoz, hogy egy vállalkozás a tulajdonos nélkül is működjön; azután arról, milyen jogi alapokat érdemes már az indulásnál és a növekedés során lerakni, hogy a lelkesedésből ne káosz legyen; végül arról, hogyan lehet a felépített folyamatokat a mesterséges intelligencia segítségével felgyorsítani és automatizálni. A Hotel Historia Malomkert termében így egyetlen délelőtt alatt kirajzolódott egy induló vagy növekvő kisvállalkozás teljes íve: a vízió megfogalmazásától az első alkalmazottig, a szerződésektől az AI-asszisztensekig.

Az előadók és előadásaik

Jáger Balázs

Sobri Jóska Élménypark (Kislőd), tulajdonos

„Cégépítés mesterszinten”

Jáger Balázs nem receptet hozott, hanem egy személyes fejlődéstörténetet: azt, ahogyan egy építőipari vállalkozásból és egy eredetileg eladásra szánt bakonyi tóból Kislődön az ország egyik legszínesebb

élményparkja született, 36 hektáron, több mint ötven egyedi játékelemmel. Az előadás vezérfonala a rendszerszemlélet volt: a cégépítés hosszú tanulási folyamat, amelynek során az ember rendszert, csapatot és bizalmat épít, és bizalom nélkül nincs semmi. A jéghegy-hasonlattal mutatta be, hogy a vendégek csak a felszínt látják, az ötletet és a terméket, miközben a tulajdonos munkája a felszín alatt zajlik: a folyamatokban, a pénzügyekben, az emberekben. Végigvezette a hallgatóságot a túlélés, a stabilizálás és a skálázás szakaszain, és arról is nyíltan beszélt, mikor kezdett baj lenni: amikor egy napon három csapatépítő tréning volt, és rájött, hogy nem tud, és nem is akar mindent egyedül csinálni. A megoldás az elengedés volt, és egy kolléga, aki a maga módján jobban oldotta meg a feladatot.

Miért volt ez érdekes a vállalkozóknak? Mert a Pareto-elvre és egy hazai felmérésre építve konkrét eszközt adott a csapat értékeléséhez: az elégedettség és a lojalitás tengelyén elhelyezett „apostolok”, „túszok”, „rebellisek” és „zsoldosok” típusai minden cégvezető számára ismerősek. A tanulság provokatív, de gyakorlatias: a vezetői energiát ne a motiválatlanok megmentésére, hanem az elkötelezett kevesekre és az újakra fordítsuk, és fogadjuk el, hogy a vállalkozás növekedésének valódi korlátja maga a vezető.

> „Akkor építettél céget, amikor már nem te dolgozol a rendszerben, hanem a rendszer dolgozik helyetted.”
>
> Jáger Balázs



Jáger Balázs: cégépítés mesterszinten

Dr. Bajcsay Gergely

ügyvéd, Bajcsay & Partners Ügyvédi Iroda

„Cégalapítás és cégépítés jogi oldalról”

Az ügyvéd előadása arra a kérdésre kereste a választ, hogy tényleg olyan nehéznek kell-e lennie a cégépítés jogi oldalának, és bebizonyította, hogy nem. Egy kitalált, de nagyon is ismerős vállalkozó, „Albert” esetén keresztül mutatta be, mi történik, ha a növekedés megelőzi a rendszert: csúszó ajánlatok, egy adatvédelmi incidens, ki nem fizetett számlák, egy túlórapénzt követelő volt kolléga, egy elvitt logó és problémás alvállalkozók. A rendezőelv egyszerű: a cég jogi folyamatai három területre oszthatók, az ügyfélszerzésre (ajánlat, szerződés), a termelésre (alvállalkozók, munkavállalók) és a céges vagyon védelmére (védjegy, követeléskezelés); ha mindent a megfelelő „fakkba” teszünk, a káoszból rendszer lesz.

Az előadás fejezetről fejezetre egy-egy tévhitet is eloszlatott. Igen, egyéni vállalkozásból lehet egy lépésben Kft.-t alapítani, de a jogutód a korábbi kötelezettségeket is örökli. Nem, egy e-mail-váltás nem pótolja a tételes szerződést és a teljesítésigazolást. A munkaszerződés írásban, egyértelmű munkarenddel és a szellemi alkotások rendezésével készüljön; az indoklás nélküli felmondás nem harminc napig, hanem fél évig támadható. A domain nem védjegy, a levédett logót pedig használni is kell, különben öt év után elveszíthető. Egymillió forint feletti, húsz napja lejárt, befogadott számlánál a felszámolási fenyegetés erősebb eszköz, mint a fizetési meghagyás; aki pedig részletfizetést kér, az elismeri a tartozását. A résztvevők ráadásul egy ingyenes, a három területet végigkérdező jogi audit-kalkulátort is kaptak, amellyel otthon is felmérhették, hol tart a cégük.

> „Tartsd meg a rendet, és a rend megtart téged.”
>
> Dr. Bajcsay Gergely



Dr. Bajcsay Gergely a cégépítés jogi oldaláról

Vonnák Péter

az innoGold Pro Kft. tulajdonos-ügyvezetője, AI-szakértő, a Veszprém Vármegyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány ügyvezető igazgatója

„Reklámügynökségi kulisszatitkok az AI-tartalomgyártásról”

A délelőtt zárásaként a mesterséges intelligencia került a középpontba, nem ígéretként, hanem mindennapi munkaeszközként. Vonnák Péter tízéves ügynökségi tapasztalatból és a saját cég három éve tartó automatizálásából hozta a gyakorlati tippeket. Az alapgondolat: az AI-ra új kollégaként érdemes tekinteni, aki rendkívül okos, de pontos utasításra és betanításra szorul; meg kell mondani neki, milyen szerepben, milyen

feladatot és milyen kimenetet várunk tőle, és érdemes hagyni, hogy visszakérdezzen. Szó volt arról, miért éri meg az előfizetéses változat (a mélykutatás a piac- és versenytárselemzéshez, az adatbiztonság és a modelltanítás kikapcsolása), hogyan építhető tudásbázis és saját GPT-kből álló „AI-csapat” az ismétlődő feladatokra (szövegírás, piackutatás, árajánlat, pályázat), miben erősebb a Google Gemini a vizuális tartalmaknál, és mire képes a Claude, ha ügynökként egy bankszámla-kivonatból költségoptimalizáló táblázatot készít.

Az előadás részeként élő bemutatóra is sor került: a saját előadásáról a háttérben futó, magyar nyelvű alkalmazással leiratot készített, majd abból néhány perc alatt tízdiás prezentációt és egy chatbot-asszisztenst hozott létre, amely az elhangzottak alapján válaszolt a résztvevők kérdéseire. A vállalkozók így nemcsak hallották, hanem látták is, hogyan lesz egy kéthetes munkából kétnapos, és mi minden automatizálható a megbeszélések jegyzeteitől az ajánlatadásig.

> „Ne a kéthetes munkát akarjuk fél órára rövidíteni: a kéthetes munkából csináljunk kétnaposat, de abba tegyük bele a saját tudásunkat és energiánkat is.”
>
> Vonnák Péter

Kik voltak ott?

A nyitórendezvényre 68-an jelentkeztek, és a jelenléti ív szerint 33-an vettek részt személyesen, 29 vállalkozást képviselve.

A résztvevői kör már az első alkalommal jól mutatta a megye vállalkozói sokszínűségét: az építőipar és az ingatlanpiac, a mérnöki, energetikai és klímatechnikai szolgáltatások, a pénzügyi és könyvvizsgálói szakma, a marketing, a média és az oktatás, a kereskedelem és a feldolgozóipar, a turizmus és a szabadidőipar, az autószerviz, a kertészet, az informatika és a világítástervezés képviselői ültek egymás mellett, egyéni vállalkozók és társas vállalkozások vezetői egyaránt.

Hogyan harangoztuk be?

Az eseményt február 3. és 19. között célzott Facebook-hirdetési kampány kísérte, amely 11 205 embert ért el, 31 153 megjelenítést és 489 kattintást hozott; az Alapítvány hírlevele 552 címzetthez jutott el, a rendezvény aloldalát pedig 125-en keresték fel a program weboldalán.

A három előadásról készült videók a kiadvány lezárásáig 1 294 megtekintést értek el a YouTube-on.

2

2. RENDEZVÉNY · 2026. MÁRCIUS 26., CSÜTÖRTÖK · 09:00–12:30 · PANNON EGYETEM, VESZPRÉM

Fenntartható fejlődés és AI a KKV-k versenyelőnyéért

ESG, generációváltás, a zöld átállás valósága és a mesterséges intelligencia, a Pannon Egyetemmel kötött stratégiai együttműködés ünnepélyes aláírásával

Négy előadás, egy aláírás és egy zsúfolásig telt egyetemi előadó: a sorozat második alkalmán a fenntarthatóság került a középpontba, az ESG-szabályozás gyakorlati olvasatától a családi cégek generációváltásán át egészen addig a kényelmetlen kérdésig, hogy mennyire reális az, amit zöld átállásnak nevezünk.



A március 26-i rendezvény a Pannon Egyetemen, az együttműködési keretmegállapodás aláírásának napja

A RENDEZVÉNY SZÁMOKBAN

28
képviselt vállalkozás, szervezet

21 451
elért személy
Facebook-kampány, 02. 23. – 03. 25.

1 075
aloldal-látogató
uzletikornyezetfejlesztesiprogram.hu

24 589
videómegtekintés
4 előadásvideó, 2026. szeptemberi állapot

Miről szólt?

Március végén a rendezvénysorozat a Pannon Egyetemre költözött, és rögtön egy hosszú távra szóló döntéssel indult: a szakmai program előtt a Veszprém Vármegyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány és a Pannon Egyetem stratégiai együttműködési keretmegállapodást írt alá. Abonyi János rektor és Csillag Zsolt kancellár arról beszéltek, hogy a magyar kkv-k termelékenysége az uniós kkv-átlag kevesebb mint felét éri el; versenyképességük javítása a minőségi, gyakorlatorientált tudáson és a kudarctól való félelem leküzdésén múlik. Szekfü Tibor elnök és Vonnák Péter ügyvezető igazgató pedig azt emelték ki, hogy az egyetem akadémiai tudása és az Alapítvány több évtizedes gyakorlata együtt olyan, azonnal használható ismereteket adhat a működő és a leendő vállalkozóknak, amely versenyképesebbé teszi őket.

Ezután négy, egymást szándékosan kiegészítő előadás következett. Az ESG-ről kiderült, hogy nem jelentéstételi teher, hanem döntéstámogató eszköz; a generációváltásról, hogy a tulajdonos legfontosabb feladata a saját helyének megtalálása; a fenntartható fejlődésről, hogy a zöld átállás ígéreteit érdemes a fizika és a geológia mérlegére tenni; a mesterséges

intelligenciáról pedig, hogy a kérdés ma már nem az, használjuk-e, hanem az, hogy mire és hogyan. A délelőtt egyben a sorozat egyik legnépszerűbb alkalma is lett: ötvenen ültek a teremben, az előadások videói pedig a YouTube-on is rekordot döntöttek.

Az előadók és előadásaik

Dr. Tobak Júlia

Pannon Egyetem

„ESG mint stratégiai eszköz a KKV-k kezében”

Az ESG három betűje (környezet, társadalom, irányítás) mögött Dr. Tobak Júlia szerint nem egy újabb adminisztrációs kötelezettség, hanem egy vállalatirányítási keretrendszer áll, amely a nem pénzügyi kockázatokat és lehetőségeket teszi mérhetővé. Világosan elhatárolta, mi nem ESG: nem CSR-tevékenység, nem PR- vagy zöldkommunikációs kampány, és semmiképp sem a „jobbnak látszani” greenwashingja. Bemutatta az uniós CSRD-ESRS keretrendszer és a hazai ESG-törvény közötti különbségeket, a Szabályozott Tevékenységek Felügyeleti Hatóságának szerepét, valamint azt a megnyugtató tényt, hogy a jelentéstételi kötelezettség a szigorítások után is csak a legnagyobb vállalatokat érinti, a mikro- és kisvállalkozások pedig 2027-ig mentesülnek az adatszolgáltatás alól.

Mi ebben a KKV-k dolga? Az, hogy a nagyvállalatok beszállítóiként előbb-utóbb nekik is számot kell adniuk a működésükről; aki pedig már most elkezdi strukturáltan gyűjteni az adatait, felméri a hatásait, kockázatait és lehetőségeit, az nemcsak megfelel, hanem jobban is működik: gyorsabb döntés-előkészítéssel, erősebb belső kontrollal és nagyobb külső hitelességgel.

> „Az ESG önmagában egy döntéstámogató rendszer: az a lényege, hogy a vállalkozás tudja, mit csinál, és milyen hatással van vele a környezetére.”
>
> Dr. Tobak Júlia



Dr. Tobak Júlia: ESG mint stratégiai eszköz

Szabó Ervin

Kulcs-Soft Zrt.

„A generációváltás buktatói – hogyan kerüld el, hogy a sikertelen 70%-hoz tartozzon a céged”

A generációváltások hetven százaléka sikertelen, és ez nem magyar sajátosság, hanem nemzetközi tapasztalat, ráadásul itthon jellemzően még csak az első váltásnál tartunk. Szabó Ervin, aki huszonöt éve dolgozik KKV-cégvezetők mellett, és saját cégénél is végigvitt egy hároméves átadási folyamatot, nyolc gyakorlati pontban foglalta össze, min csúsznak el a családi vállalkozások. A tulajdonosnak, a cégnek és az átvevőnek egyaránt meg kell érnie a váltásra; a folyamat nem egyetlen döntés, hanem három–öt éves felkészülés; a szervezetben nem maradhatnak „védett nagy vadak”, akiket csak a régi hála tart bent; a tulajdonosnak pedig meg kell találnia az új szerepét és elfoglaltságát, különben visszaszivárog, és átnyúl az utódja feje fölött.

Az átvevőnek szóló tanácsok is kijózanítóak voltak: a multis névjegykártya csak az ajtót nyitja ki; a bizalmat naponta kell megszolgálni, ennek egyik legjobb módja, ha apró, mérhető projektekkel kezdünk; és nem szabad meglepődni, ha a csapat fele kicserélődik, mert az önjáró szervezethez más típusú kollégák kellenek. A nyolcadik, legtöbbször elmulasztott pont az őszinte, következmények nélküli beszélgetés átadó és átvevő között, hetente, később havonta. Egyetlen pont elmulasztása elég a sikertelen hetven százalékhoz; a sikeres harminchoz mind a nyolc kell.

> „A generációváltás nem arról szól, hogy a tulajdonost kivezetjük a cégből, hanem arról, hogy a helyére kerül.”
>
> Szabó Ervin



Szabó Ervin a generációváltás buktatóiról

Prof. Dr. Gelencsér András

egyetemi tanár, levegőkémikus, a Pannon Egyetem korábbi rektora (2015–2024), az MTA rendes tagja

„Fenntartható fejlődés: háttal a valóságnak”

A délelőtt vitaindító előadását a Pannon Egyetem korábbi rektora tartotta, aki természettudósként vitte le a hallgatóságot „a felhőkből a Földre”. Az éghajlatváltozás valós, sokszereplős folyamat, de az a mainstream narratíva, hogy a zöld átállás pár évtized alatt kiváltja a fosszilis energiát, szerinte kollektív illúzió. Az érvelést adatokkal támasztotta alá: a világ energiafelhasználása töretlenül nő, szénből soha nem égettünk annyit, mint 2025-ben; a megújulók jelentős anyagigényét acéllal, cementtel, rézzel kell kielégíteni, miközben a nehézipar négy nagy ágazatának (acél, cement, műanyag, műtrágya) ma sincs karbonmentes technológiája; az akkumulátorok energiasűrűsége nagyságrendekkel marad el a kőolajétól, a zöld hidrogén a betáplált energia héttizedét elveszíti, és a mesterséges intelligencia adatközpontjainak réz-, energia- és édesvízigénye is jelentős.

A vállalkozói tanulság nem a lemondás, hanem a józanság volt: az erőforrások (kőolaj, réz, ezüst) geológiai korlátai valósak, ezért a stratégiát a fizikai valóságra, nem a szlogenekre érdemes építeni. A hallgatóság ritkán hall ilyen nyíltan beszélni ezekről a kérdésekről; nem véletlen, hogy az előadás felvétele lett a sorozat legnézettebb videója.

> „Bármikor figyelmen kívül hagyhatjuk a valóságot, de soha nem hagyhatjuk figyelmen kívül annak következményeit, hogy figyelmen kívül hagytuk a valóságot.”
>
> Prof. Dr. Gelencsér András zárógondolata (Ayn Rand nyomán)



Prof. Dr. Gelencsér András előadása

Vonnák Péter

az innoGold Pro Kft. tulajdonos-ügyvezetője, AI-szakértő, a Veszprém Vármegyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány ügyvezető igazgatója

„Vállalkozói versenyelőny az AI segítségével”

Miért érdemes most lépni? Mert aki három éve elkezdte, ma már jóval a piac előtt jár, kezdte Vonnák Péter, majd az AI-t új kollégaként bemutató, a februári alkalmon megismert alapelvekre építve ezúttal a mélyebb gyakorlatba vezette a hallgatóságot. Melyik eszköz mire való: a ChatGPT a stratégia, a szövegírás és a mélykutatás „svájci bicskája”, a Google Gemini a vizuális tartalmak (képek, infografikák, prezentációk) mestere, a Claude pedig a programozásé és az automatizálásé. Ezután anonimizált, valós ügyfélpéldák következtek: egy külföldi borászat számára húsz potenciális magyar importőrt tartalmazó, ellenőrzött lista mélykutatással; harminc–negyven egyenlegközlő levél automatikus elkészítése egy Excel-táblából huszonkét perc alatt; ügyféladatbázis kiegészítése székhelyadatokkal; 239 blogbejegyzés visszaállítása egyetlen adatbázis-mentésből; árbevétel-visszaesés okainak elemzése és a legfontosabb visszahívandó ügyfelek listája.

A Claude-dal készült példák mutatták meg, hova tart a technológia: saját tudásanyagból létrehozott „készségek”, egy előadás hanganyagából automatikusan összeállított és e-mailben kiküldött prezentáció, egy mappányi leiratból tíz perc alatt leprogramozott interaktív e-learning felület tudáspróbával, tankolási számlákból rendszámonként összesített Excel, vezetői műszerfal a cég adataiból. Az üzenet a rendezvény zárásaként is egyértelmű volt: strukturált adatok nélkül nincs jó AI; rögzítsük a megbeszéléseinket, készítsük el a leiratokat, és kezdjük el feldolgoztatni őket.

> „A kérdés ma már nem az, hogy használjuk-e a mesterséges intelligenciát, hanem hogy mire használjuk, és hogyan.”
>
> Vonnák Péter



Vonnák Péter: vállalkozói versenyelőny az AI segítségével

Kik voltak ott?

A rendezvényre 59-en jelentkeztek, és a jelenléti ív szerint 50-en vettek részt személyesen, 28 vállalkozást és szervezetet képviselve: ez lett a sorozat második legnagyobb létszámú alkalma a zárórendezvény után.

Az egyetemi helyszín új közönséget is hozott: a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karának oktatói és hallgatói nagy számban ültek a vállalkozók között. Mellettük a vállalkozói érdekképviselet, a marketing- és médiaszakma (ügynökség, televízió, hírportál), az informatika és a szoftverfejlesztés, a műanyagipar, az energetika, a szálloda- és turisztikai szektor, az oktatás, a jogi szolgáltatás és a kereskedelem képviselői, valamint egyéni vállalkozók alkották a hallgatóságot.

Hogyan harangoztuk be?

A február 23. és március 25. között futó Facebook-kampány 21 451 embert ért el, 87 834 megjelenítést és 2 339 kattintást hozott, a sorozat egyik legjobb kattintási eredményével.

Az Alapítvány hírlevele 547 címzetthez jutott el, a rendezvény hírét a Pannon Egyetem a saját csatornáin is megosztotta, a rendezvény aloldalát pedig 1 075-en keresték fel; a zárórendezvényig ez volt a legnagyobb forgalmú aloldal a sorozatban. A négy előadásvideó a kiadvány lezárásáig 24 589 megtekintést gyűjtött a YouTube-on.

3

3. RENDEZVÉNY · 2026. ÁPRILIS 21., KEDD · 09:00–11:30 · PANNON EGYETEM, VESZPRÉM

Jót tenni, okosan fejlődni – CSR és innováció KKV-knak

Innováció és CSR a KKV-k hatékonyabb működéséért: két egyetemi előadás arról, hogyan hoz pénzt az újítás és a felelősségvállalás, multiköltségvetés nélkül

Kell-e világszenzáció ahhoz, hogy egy kisvállalkozás innovatív legyen? És luxus-e a társadalmi felelősségvállalás, ha nincs mögötte nagyvállalati költségvetés? A Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karának két oktatója egy délelőtt alatt mindkét tévhitet lebontotta, és a helyükbe azonnal használható ötleteket tett.



Dr. Dániel Zoltán András a CSR-stratégiákról, 2026. április 21.

A RENDEZVÉNY SZÁMOKBAN

31
képviselt vállalkozás, szervezet

33 654
elért személy
2 Facebook-kampány, 04. 08. – 05. 20.

575
hírlevél-címzett
VVVA hírlevél

1 074
videómegtekintés
2 előadásvideó, 2026. szeptemberi állapot

Miről szólt?

Az áprilisi alkalom a sorozat „egyetemi” vonalát folytatta: a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karának két vezető oktatója olyan témákat hozott, amelyekről a legtöbb kisvállalkozó azt gondolja, nem róla szólnak. Az innovációt sokan a Tesla és a Google világához kötik, a CSR-t pedig a nagyvállalatok luxusának tartják. A két előadás közös üzenete az volt, hogy mindkettő a mikro- és kisvállalkozások igazi terepe: a gyors, helyben beágyazott, rugalmas cégeké, amelyek nem lassú bálnák, hanem fürge gazellák. A délelőttöt Szekfü Tibor elnök gondolata vezette fel: a változások korát éljük, ezért a sorozat témái is menet közben igazodnak ahhoz, ami a vállalkozóknak hosszú távon hasznos.

Az előadók és előadásaik

Dr. Fehérvölgyi Beáta

a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karának dékánja, az Innováció-Menedzsment Intézeti Tanszék tanszékvezető egyetemi docense

„Innováció, ami nem viszi a pénzt, hanem hozza: az okos KKV-k titka”

A dékán asszony bevallottan a fejekben lévő korlátokat jött lerombolni. Az innováció nem csak korszakalkotó technológiai áttörést jelent: a definíció szerint „a dolgokat másképp csinálni”, ami új szolgáltatás, új folyamat, új piac, új csomagolás is lehet, ha az a saját célcsoportunknak új. A döntő különbség a kutatás és az innováció között pedig egyetlen mondatban elfér: az innováció az a képesség, hogy az ötleteket számlákká alakítsuk. A radikális innováció ritka, hosszú és kockázatos: az Angry Birds fejlesztői huszonegy játékkal buktak el, mire a huszonkettedik világsiker lett, a Post-it pedig egy raktárba száműzött, „rosszul sikerült” ragasztóból született. Az inkrementális, lépésenkénti újítás viszont a legtöbb cég igazi profitforrása: kisebb kockázat, gyorsabb megtérülés, meglévő piac. Konferenciákra járni is ezért érdemes: amit más ágazatban látunk, azt a sajátunkban benchmarkingnak hívják, nem lopásnak.

A gyakorlati tanácsok a csapatra és a szemléletre vonatkoztak. Az innovációhoz egy ötéves kreativitása, egy harmincéves szenvedélye és egy hetvenéves bölcsessége kell; ez egy emberben nincs meg, ezért vegyes csapat kell, a látnoktól a producerig és az akadályok eltávolítójáig. Kell hozzá szabadidő (a Google 20 százalék szabad projektideje nem véletlen), kíváncsiság, bátorság és a változtatási hajlandóság, hogy a saját, túlságosan szeretett ötletünket el tudjuk engedni. A „hét nem” („mindig így csináltuk”, „az ügyfeleknek nem fog tetszeni”, „nincs rá költségvetés”) a dinoszaurusz-termékek útja: az önálló GPS-készüléké, az írógépé, a videotékáé. A fókuszcsoportos kutatás, a koncepcióigazolás (proof of concept) és a józan paraszti ész viszont segít, hogy a nagy ötlet ne csak tetsszen az ügyfélnek, hanem megvalósítható és nyereséges is legyen.

> „Az innováció az a képesség, hogy az ötleteket számlákká alakítsuk.”
>
> Dr. Fehérvölgyi Beáta előadásának vezérgondolata



Előadás a Pannon Egyetem előadótermében

Dr. Dániel Zoltán András

a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karának egyetemi docense, a Vállalati Gazdaságtan Intézeti Tanszék oktatója

„Jót tenni és jól járni: CSR-stratégiák KKV-kra szabva, multiköltségvetés nélkül”

A KKV-kutató két gyakori tévhittel foglalkozott: hogy a társadalmi felelősségvállalás a nagyvállalatok luxusa, és hogy úgyis csak PR-akció. Egyik sem igaz. A CSR, amely a hetvenéves szakirodalom szerint túlmutat a profitszerzésen, de megfér vele, valójában kőkemény stratégia, és az ESG-szabályozás sem újabb hóbort, hanem kockázatkezelési eszköz, amely előbb-utóbb a beszállítói láncon keresztül a kicsikhez is elér. A KKV-k előnye pedig éppen a méretükben rejlik: nincs szolgálati út és jóváhagyási kör, a tulajdonos helyben van, ezer szállal kötődik a településhez; egy helyi vállalkozás sikere a település sikere is.

A példák szándékosan egyszerűek és filléresek voltak. A LED-világítás, a fűtésoptimalizálás, a csapadékvíz-hasznosítás és a szigetelés egyszerre csökkenti az ökológiai lábnyomot és a rezsiszámlát: az előadó saját padlásának harminc centi kőzetgyapotja a bővítés ellenére is alacsonyabb gázszámlát hozott. A társadalmi pillér a saját munkatársakról szól: befogadó légkör, tisztességes feltételek, továbbképzés, és cserébe alacsonyabb fluktuáció, olcsóbb toborzás. A helyi közösségért sokszor nem pénzzel, hanem önkéntességgel és szaktudással lehet a legtöbbet tenni: a helyi óvoda kifestésénél jobb csapatépítő nincs, a helyi beszállítók előnyben részesítése pedig rövidíti és biztonságosabbá teszi az ellátási láncot. A recept: kicsiben kezdeni, ma; beépíteni az alaptevékenységbe; mérni egyszerű, a cégre szabott mutatókkal; kommunikálni, de greenwashing nélkül; és ha nincs elég erőforrás, összefogni más vállalkozásokkal és civil szervezetekkel. A résztvevők a Pannon Egyetem ingyenesen letölthető, KKV-knak szóló CSR-kézikönyvét és jógyakorlat-gyűjteményét is megkapták útravalóul.

> „A CSR nem a nagyvállalatok luxusa, hanem kőkemény stratégia: aki komolyan veszi, annak a jövője szempontjából is okos döntést hoz, függetlenül attól, mennyi pénzt tud rá áldozni.”
>
> Dr. Dániel Zoltán András

Kik voltak ott?

A rendezvényre 58-an jelentkeztek, és a jelenléti ív szerint 43-an vettek részt személyesen, 31 vállalkozást és szervezetet képviselve.

A résztvevők között az építőipar és az ingatlanfejlesztés, a HR-szolgáltatás és a munkaerő-kölcsönzés, az egészségügy, az informatika, az esküvőszervezés és a fotózás, a kereskedelem és a jogi szolgáltatás szereplői, továbbá egyéni vállalkozók, a Pannon Egyetem oktatói és hallgatói, valamint a téma iránt érdeklődő magánszemélyek is ott voltak. A közönség több generációt is képviselt.

Hogyan harangoztuk be?

A rendezvényhez kapcsolódó két Facebook-kampány (április 8. – május 20.) összesen 33 654 embert ért el, 92 943 megjelenítést és 1 422 kattintást hozott; a zárórendezvény kampánya után ez volt a sorozat legnagyobb elérésű hirdetése.

Az Alapítvány hírlevele 575 címzetthez jutott el, az eseményt a Pannon Egyetem és a Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetségének veszprémi szervezete is megosztotta a saját felületein, és egy organikus Facebook-poszt is megjelent róla. A rendezvény aloldalát 109-en látogatták meg, a két előadás videója pedig a kiadvány lezárásáig 1 074 megtekintést ért el a YouTube-on.

4

4. RENDEZVÉNY · 2026. MÁJUS 26., KEDD · 09:00–11:30 · PANNON EGYETEM, VESZPRÉM

MI-alapú kollégák és küzdelem a láthatóságért

Turisztikai fókusz a Balaton-szezon kapujában: hogyan talál ránk a mesterséges intelligencia, és beválik-e a chatbot mint új kolléga

Egy csütörtök délutáni kanapén ülő vendég ma már nem böngészi a szálláshelyek weboldalait: megkérdezi a ChatGPT-t, hova menjen a Balatonra. A sorozat felezőpontján a Pannon Egyetem három turizmuskutatója azt mutatta meg, hogyan kerülhet egy vállalkozás erre a listára, és mit tud valójában egy chatbot, ha jól van betanítva.



Dr. Madarász Eszter a chatbot-kutatás eredményeiről, 2026. május 26.

A RENDEZVÉNY SZÁMOKBAN

28
képviselt vállalkozás, szervezet

8 247
elért személy
Facebook-kampány, 05. 07–25.

597
hírlevél-címzett
VVVA hírlevél

718
videómegtekintés
2 előadásvideó, 2026. szeptemberi állapot

Miről szólt?

A májusi alkalom a nyár és a főszezon előtt a megye húzóágazatát, a turizmust állította a középpontba, de a tanulságok minden olyan vállalkozásra érvényesek, amelynek ügyfelei az interneten keresnek szolgáltatót. Szekfü Tibor elnök köszöntőjében a rendezvénysorozat feléhez érve „Magyarország talán legszebb megyéjének" egyik legidőszerűbb kérdéseként vezette fel a témát; Vonnák Péter ügyvezető igazgató pedig arra hívta fel a figyelmet, hogy aki nem épít be AI-megoldásokat a mindennapjaiba, az lemarad a versenytársaitól. A két előadás egymás tükörképe volt: az első arról szólt, hogyan lát minket az AI, a második arról, hogyan dolgozik nekünk; mindkettő ugyanoda jutott: az eredmény azon múlik, milyen adatot adunk neki.

Az előadók és előadásaik

Schmutz Ádám

a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karának PhD-hallgatója, turisztikai tanácsadó, startup-alapító (Novitatis Kft.)

„Maradj látható az AI korában"

Az izzónak 46 év, a Facebooknak kilenc, az Instagramnak két és fél év kellett százmillió felhasználóhoz, az AI-nak két hónap. Schmutz Ádám ezzel a számmal indított,

majd a legfontosabbal folytatta: a fogyasztók 45 százaléka ma már AI-eszközzel keres vállalkozást, egy évvel korábban még csak hat százalék. A Google keresőjében tíz találat fért el az első oldalon, az AI viszont egyetlen választ ad, benne három–öt névvel: vagy benne vagyunk, vagy láthatatlanok maradunk. Egy görög borász barátja példáján mutatta be, hogy egy díjnyertes, negyven éve működő pincészet is kimaradhat az ajánlásból, ha a versenytársnak jobb a Google-cégprofilja, frissek a fotói és van kérdés–válasz rovata a honlapján. A vásárlói út, az inspirációtól a foglaláson át az élmény megosztásáig, ma szinte teljes egészében online zajlik, és az interakciók 61 százaléka kattintás nélkül, a vállalkozás weboldalának megnyitása nélkül történik.

A gyakorlati rész tizenegy konkrét lépést adott a láthatóság újraépítéséhez. Az AI 85 százalékban nem a saját felületeinkről tájékozódik, ezért a klasszikus keresőoptimalizálás (SEO) mellé az AI-válaszokra optimalizálás (AEO) és a márkát helyesen bemutató generatív optimalizálás (GEO) lép; a magyar KKV-k mindössze 12 százaléka foglalkozott ezzel. A teendők: AI-láthatósági felmérés húsz saját kérdéssel, negyedévente megismételve; mindenhol azonos cégadatok; a weboldalt olvasó AI-robotok engedélyezése; valódi kérdésekre válaszoló tartalom és gyakori kérdések oldal; strukturált adatok; aktív véleményprofil és rendszeres, friss fotó a Google-cégprofilon („ha egyetlen dolgot fejlesztenek a következő héten, ez legyen az”); jelenlét ott, ahol kérdeznek; sajtó- és listamegjelenések; havi mérés. Három csapdára is figyelmeztetett: kulcsszó a cégnévben, vásárolt vélemények, harminc napja érintetlen profil. A tanácsokat tartalmazó tizenegy pontos anyagot a résztvevők e-mailben is megkapták.

> „Az AI egy tükör: ami visszaverődik benne, az a te online lábnyomod. Az AI nem fogja eltüntetni a vállalkozásodat, de ha nem segítesz neki látni, el fogja felejteni, hogy létezel.”
>
> Schmutz Ádám



Schmutz Ádám: Maradj látható az AI korában

Dr. Hiezl Kitti és Dr. Madarász Eszter

a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karának oktatói: Dr. Hiezl Kitti a szállodaipari személyre szabás, Dr. Madarász Eszter a turisztikai marketing, a hálózatelemzés és a fogyasztói magatartás kutatója

„Beválik az új kolléga a turizmusban? – Chatbotok a gyakorlatban”

A két kutató nem véleményt, hanem három friss vizsgálatot hozott. Az elsőben két kitalált vendégprofilt (egy szlovák családot és egy idősebb lengyel házaspárt) használtak, és a vendégek anyanyelvén teszteltek hat nemzetközi és hazai szállodai chatbotot egy 29 kérdéses listával; a chatbotokat tíz szempont szerint pontozták. A legjobbak a pontosságban és a teljességben már ötöst érdemeltek, a foglalást is végig tudták vinni, és a gyártók esettanulmányai szerint az emberi beavatkozást igénylő kérések aránya két százalék alá csökkenthető, a beszélgetések ötöde–harmada pedig foglalással zárul. A díjszabások összevetése megnyugtató volt: a Balaton-parti kisebb panziók számára is elérhető, ChatGPT-alapú megoldások léteznek. A második kutatás, egy hazai szállodai szoftvercég ügyfélkörében, az elvárások és a tapasztalatok közötti szakadékot tárta fel, és a magyarázat egyértelmű: a csalódás abból fakad, hogy a vállalkozások nem végzik el a „színfalak mögötti” felkészítő munkát, az adatfeltöltést, az integrációt és a folyamatok szabályozását.

A harmadik vizsgálat kísérlet volt: 188, főként Z generációs résztvevő próbálta megkülönböztetni, hogy egy szállodai értékelésre ember vagy a ChatGPT válaszolt; az eredmény alig volt jobb az érmefeldobásnál, párban vizsgálva pedig még rosszabb is. A tanulság a KKV-knak: a chatbot olyan, mint egy új, tapasztalatlan munkatárs, akinek szabályokat, folyamatokat és felkészítést kell adni, de megfelelő betanítás után tartósan és következetesen használható; érzékeny vendégadatot ingyenes rendszerbe ne töltsünk; és a jövő, amikor a vendég AI-ügynöke tárgyal a szálloda AI-ügynökével, már a küszöbön áll. A zárógondolat mégis emberi maradt: használjuk az AI-t ott, ahol szükség van rá, de a vendégeket a végén mi köszöntsük.

> „Ha jól meg van csinálva, fantasztikus eredményeket lehet elérni vele, és megtérül. De attól, hogy veszünk egy chatbotot és felugrik, hogy „miben segíthetek?”, még nem fog jól működni.”
>
> Dr. Hiezl Kitti és Dr. Madarász Eszter



Dr. Hiezl Kitti és Dr. Madarász Eszter a chatbot-kutatásokról

Kik voltak ott?

A rendezvényre 49-en jelentkeztek, és a jelenléti ív szerint 33-an vettek részt személyesen, 28 vállalkozást és szervezetet képviselve.

A téma vonzotta a turizmus és a vendéglátás szereplőit (kemping, síutazás-szervezés, autóbérlés), mellettük HR-szolgáltatók, informatikai és digitális projektcégek, egy vállalkozásfejlesztési nonprofit szervezet, a vasáru-kereskedelem és a faipar képviselői, a Pannon Egyetem oktatói és hallgatói, jogi szolgáltatók és egyéni vállalkozók alkották a közönséget. A nap végén a résztvevők között egy AI-tartalomgyártási online tudásanyagot sorsoltak ki.

Hogyan harangoztuk be?

A május 7. és 25. között futó Facebook-kampány 8 247 embert ért el, 33 812 megjelenítést és 429 kattintást hozott; az Alapítvány hírlevele 597 címzetthez jutott el, az eseményt a Pannon Egyetem és a Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetségének veszprémi szervezete is megosztotta.

A rendezvény aloldalát 137-en látogatták meg, a két előadás videója pedig a kiadvány lezárásáig 718 megtekintést ért el a YouTube-on.

5

5. RENDEZVÉNY · 2026. JÚNIUS 30., KEDD · 13:00–16:30 · HOTEL MARINA-PORT, BALATONKENESE

A toborzás sales – a vonzó álláshirdetés ereje

A toborzás sales, a megtartás stratégia: így találd meg és tartsd meg a jó embereket. Vállalkozói délután a Balaton partján, HR-szakértőkkel és a megye legnagyobb munkáltatóival

A jó jelölt tudja, hogy értékes, és jó helyen akar dolgozni, ezért az álláshirdetés nem tájékoztató, hanem értékesítési eszköz. A sorozat egyetlen délutáni és egyetlen Balaton-parti alkalmán a résztvevők nem előadást hallgattak, hanem műhelymunkában tanulták meg, hogyan írjanak olyan hirdetést, amely vonzza a megfelelő embert és kiszűri a nem megfelelőt.

A RENDEZVÉNY SZÁMOKBAN

31
képviselt vállalkozás, szervezet

8 493
elért személy
Facebook-kampány, 06. 16–30.

662
hírlevél-címzett
VVVA és partneri hírlevelek

3
együttműködő partner
VOSZ Veszprém, Man at Work, MELÓ-DIÁK

Miről szólt?

A nyári alkalom több szempontból is kilépett a megszokott keretből. Helyszíne a balatonkenesei Hotel Marina-Port volt, időpontja a szezon közepére eső keddi délután, formátuma pedig (egyórás regisztrációs és kapcsolatépítő blokk, majd kétórás közös munka és az előadókkal folytatott szakmai beszélgetés) közelebb állt egy workshophoz, mint egy konferenciához. A rendezvény a Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetségének veszprémi szervezetével és a Man at Work Kft.-vel együttműködésben valósult meg, és ez a közönségen is látszott: a megye nagy ipari munkáltatóinak HR-vezetői ültek egy asztalnál a néhány fős kisvállalkozások tulajdonosaival. A téma mindkettőjüket ugyanúgy érintette: a munkaerő megtalálása és megtartása ma a vállalkozások egyik legnagyobb kihívása (ahogy azt a februári nyitórendezvény is előrevetítette), és a legtöbb hirdetés még mindig egyforma, üres sablon.

Az előadók és előadásuk

Czuppon Gergő és Megyeri Benjámin

quantille Pro Kft. – Czuppon Gergő senior tréner, kiválasztási szakértő; Megyeri Benjámin a quantille Pro Kft. munkatársa

„A toborzás sales. Ideje úgy is csinálni."

A quantille szakértői abból indultak ki, ami minden cégvezetőnek ismerős: a sablonhirdetésekre nem jelentkezik az, akit keresünk. A jó jelölt válogat, ezért a hirdetésnek egyszerre kell vonzania őt és kiszűrnie azokat, akik nem illenek a pozícióhoz; a kiválasztás tehát értékesítés, a hirdetés pedig marketingeszköz. Ehhez egy tízpontos hirdetésírási módszertant adtak a résztvevők kezébe: kereshető cím és alapinformációk; hiteles nyitás arról, miért nyílt meg a pozíció; a munka valósága (mivel telik a napod 80 százaléka); hová jutsz el nálunk három, hat és tizenkét hónap múlva; elengedhetetlen követelmények és előnyök szétválasztva; mit kapsz tőlünk (kompenzáció, kultúra, hétköznapi valóság); munkaidő, rugalmasság, terhelés; a kiválasztási folyamat lépései és ideje; önszűrés (kinek való és kinek nem); végül olvashatóság, AI-kereshetőség és adatkezelési megfelelés. Egy valós ipari példán mutatták be, milyen volt egy hirdetés „innen indultunk" és „ide jutottunk" állapotban.

A módszertan mögött a quantille kiválasztási folyamata áll, a munkakör profilozásától a pontozásos önéletrajz-szűrésen és a személyiségalapú interjútechnikán át a beillesztés támogatásáig, amellyel a rosszul sikerült kiválasztások aránya tíz százalék alá, a beillesztésre fordított idő a felére csökkenthető. A délután második felében a résztvevők közösen dolgoztak fel valódi álláshirdetéseket, és a kötetlen szakmai beszélgetésen a megtartás kérdései is előkerültek: hol véthet végzetes hibát egy cég a friss munkaerővel, és meddig tart a HR felelőssége a megtartásban.

> „Nektek a jó jelölt kell. A jó jelölt tudja, hogy értékes, és jó helyen akar dolgozni; a hirdetésnek őt kell vonzania és szűrnie."
>
> Czuppon Gergő és Megyeri Benjámin

Kik voltak ott?

A rendezvényre 63-an jelentkeztek, és a jelenléti ív szerint 41-en vettek részt személyesen, 31 vállalkozást és szervezetet képviselve.

A közönség összetétele a sorozatban egyedülálló volt: a megye nagy ipari gyártói (az autóipar, a fémipar, a vegyipar, a műanyagipar és az élelmiszeripar) HR-vezetőkkel képviseltették magukat, mellettük az építőipar, a HR-szolgáltatók, a munkaerő-kölcsönzés és az iskolaszövetkezetek, a szállodák és turisztikai szolgáltatók, az egészségügy, a kereskedelem, az informatika, az energetika és a tanácsadás szereplői, egy közérdekű nyugdíjas szövetkezet és több egyéni vállalkozó is ott volt.

Hogyan harangoztuk be?

A június 16. és 30. között futó Facebook-kampány 8 493 embert ért el, 14 170 megjelenítést és 234 kattintást hozott.

Az Alapítvány hírlevele június 11-én 662 címzetthez jutott el, a sorozat addigi legnagyobb címlistájára, mert az együttműködő partnerek, a Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetségének Veszprém Vármegyei Szervezete, a Man at Work Humánszolgáltató és Személyzeti Tanácsadó Kft. és a MELÓ-DIÁK Észak-Dunántúl Iskolaszövetkezet a saját tagságuknak és partnereiknek is továbbították a meghívót. A rendezvény aloldalát 71-en látogatták meg.

6

6. RENDEZVÉNY · 2026. JÚLIUS 14., KEDD · 09:00–11:30 · PANNON EGYETEM, VESZPRÉM

Fejben dől el? Mentális tőke a vállalkozói növekedés szolgálatában

Szemléletmód, mérhető mentális teljesítmény, generációk és a pszichológiai tőke: a vállalkozás legkevésbé látható, de legfontosabb erőforrásáról

Jó ötlet, tőke és kitartó, jó munkaerő: mi működteti valójában a cégedet? A nyár közepén a sorozat a legkevésbé kézzelfogható, mégis a leginkább meghatározó erőforrásról szólt: arról, ami a vezető és a munkatársak fejében dől el. Egy pszichológus-kutató és egy szervezetfejlesztő tanácsadó mutatta meg, hogy a mentális tőke mérhető és tudatosan építhető.



Dr. Deák Robert előadása a mentális tőkéről, 2026. július 14.

A RENDEZVÉNY SZÁMOKBAN

32
képviselt vállalkozás, szervezet

5 880
elért személy
Facebook-kampány, 06. 23. – 07. 13.

279
hírlevél-címzett
VVVA hírlevél, 07. 10.

79%
megjelenési arány
a jelentkezők közül eljöttek

Miről szólt?

A júliusi alkalom szándékosan más regiszterben szólt, mint a korábbiak: nem technológiáról, jogról vagy piacról, hanem emberekről. Az első előadás a tudomány felől közelített, a szemléletmód-kutatástól a mérhető mentális teljesítményen és a generációs különbségeken át a viselkedési stílusokig; a második pedig vezetői műhelyként folytatta: a résztvevők párban dolgoztak, saját helyzeteiket skálázták, és megtapasztalták, mennyivel könnyebb a megoldásról beszélni, mint a problémáról. A két előadás egymásra épült, ahogy az első előadó a zárásban maga is átadta a stafétát: a mérés csak a kiindulópont, a fenntartható növekedés a csapatban dől el.

Az előadók és előadásaik

Dr. Deák Robert, PhD

az Impulzus Fejlesztési Központ igazgatója

„A mentális tőke szerepe a vállalkozói sikerben”

Hogyan fordítsuk a tudományt a vállalati hatékonyság szolgálatába? Dr. Deák Robert négy fejezetben válaszolt. Az első a szemléletmód: Carol Dweck stanfordi kutatásai szerint mindannyiunk fejében fut egy „szoftver”: a rögzült szemlélet a hibát az alkalmatlanság jelének tekinti és stagnáláshoz vezet, a fejlődési szemlélet viszont diagnosztikai adatnak, és ez az innováció és a növekedés alapja. Az IBM 1993-as kulturális fordulata mutatta a tétet: a merev egókultúra felszámolása viharos volt, de a hardvergyártásból az IT-szolgáltatások felé tett

fordulat nyolcszoros részvényérték-növekedést hozott. A vállalati „operációs rendszer frissítéséhez” négy, másnap reggel alkalmazható lépést adott: a belső szabotőr hangjának fülön csípése („nálunk ez nem működik”), a stratégiaváltás, a „még nem” ereje és a transzparens, jutalmazott hibakezelés.

A második fejezet arról szólt, hogy a mentális teljesítmény ma már objektíven mérhető: interjún mindenki a legjobb arcát mutatja, de a tanulási tempó, a nyomás alatti teljesítmény, a valós motiváció és a kiégés kockázata a döntés előtt is feltárható. A harmadik a generációs menedzsment: a fiatal, digitálisan túlterhelt, alacsony monotóniatűrésű agy pörgős, multitasking pozíciókban, a szenior, kristályos intelligenciája csúcsán lévő agy mentori és tanácsadói szerepben teljesít a legjobban; a megfelelő agyat a megfelelő székbe kell ültetni. A negyedik a DISC négy színe: a domináns, az inspiráló, a stabil és a szabálykövető típusnak másképp kell delegálni, és stressz alatt mindegyik másképp reagál; a konfliktusok kezeléséhez pedig a négylépéses én-közlést (tény, következmény, szükséglet, kérés) kapták meg a résztvevők.

> „Mindannyiunk fejében fut egy szoftver. A kérdés csak az, melyik verziót futtatja a céged.”
>
> Dr. Deák Robert, PhD

Markovits-Tűzkő Boglárka

szervezetfejlesztési tanácsadó, coach, tréner – Elevance Consulting

„Láthatatlan tőke – látható siker”

A negyvenperces vezetői műhely a pszichológiai tőkéről szólt: arról az erőforrásról, amely nem azt kérdezi, mit tudsz, hanem azt, ki vagy. A HERO-modell négy, egymást erősítő eleme a remény, az énhatékonyság, a reziliencia és az optimizmus; a cég működésében abból látszik, hogy a munkatársak nem adják fel az első akadálynál, hiba után gyorsan talpra állnak, önként vállalnak felelősséget, és a kudarcot erőfeszítés-, nem képességhiánynak tekintik. Az üzleti hatás kézzelfogható: nagyobb motiváció, gyorsabb alkalmazkodás válság idején, több innováció, erősebb kötődés és alacsonyabb fluktuáció, „folyamatosan megújuló energiatartalék” a cég számára. Az építéséhez hat eszközt mutatott be: tréning, coaching, team coaching, vízió–misszió–stratégia, teljesítményértékelés és szervezetfejlesztési tanácsadás.

A műhely a megoldásfókuszú szemléletre épült. A megszokott kérdések (mi hiányzik, mi a probléma oka, ki hibázott) helyett azt kérdezzük: mi működik már most is, milyen az, amikor jól megy, miből vesszük észre a haladást. Az élő gyakorlatban minden résztvevő egy saját nehéz helyzetét helyezte el egy tízes skálán, majd a szomszédjával beszélte meg, miből venné észre a következő kis előrelépést, és milyen erőforrásaira lelt rá. Szó volt a csapatbeszélgetéseket strukturáló DOQ-modellről és a komplex projektek hatlépéses „felhasználói útmutatójáról” is, az inspiráló projektnévtől a következő 72 óra kis lépéséig. A zárógondolat egyszerre volt vezetői és emberi: a kimondott szó teremt, és amire nézünk, az növekszik.

> „A megoldásról folytatott beszélgetés megoldásokat teremt.”
>
> Markovits-Tűzkő Boglárka

Kik voltak ott?

A rendezvényre 47-en jelentkeztek, és a jelenléti ív szerint 37-en vettek részt személyesen, 32 vállalkozást és szervezetet képviselve.

Az energetika és a napelemes rendszerépítés, a vidékfejlesztés, a könyvvizsgálat, az ingatlanpiac, az informatika, a turizmus, az autóipar és az autókereskedelem, az online kereskedelem és a tanácsadás képviselői mellett a Pannon Egyetem munkatársai és egyéni vállalkozók is ott voltak; a nyári időpont ellenére a jelentkezők közül csaknem minden ötből négyen el is jöttek, ami a sorozat egyik legjobb megjelenési aránya.

Hogyan harangoztuk be?

A június 23. és július 13. között futó Facebook-kampány 5 880 embert ért el, 31 112 megjelenítést és 390 kattintást hozott; Dr. Deák Robert a saját közösségi oldalán is megosztotta az eseményt, amelyre 55 kedvelés és 8 megosztás érkezett.

Az Alapítvány hírlevele július 10-én 279 címzetthez jutott el, a rendezvény aloldalát pedig 72-en látogatták meg.

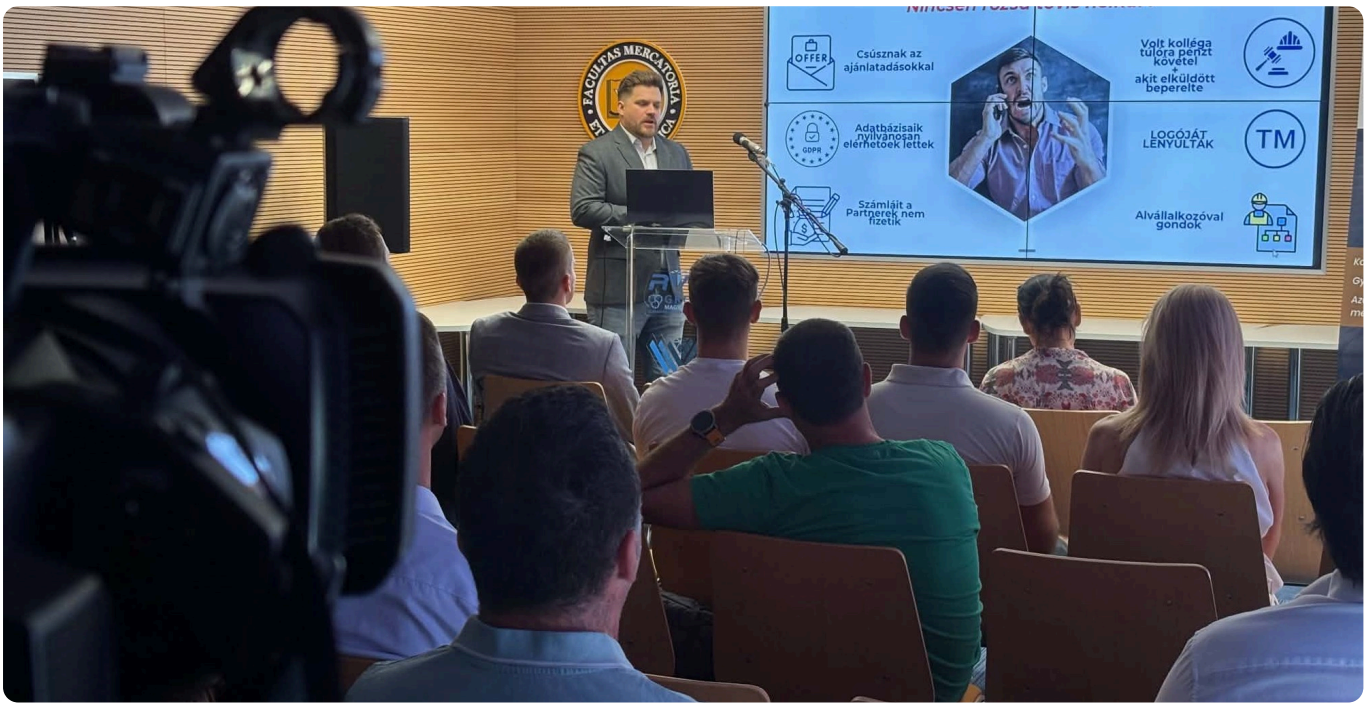
7

7. RENDEZVÉNY · 2026. SZEPTEMBER 8., KEDD · 09:00–11:00 · PANNON EGYETEM, VESZPRÉM

Építs stabil céget! – Jogi alapok és eredményes toborzás

Korábbi címén: A stabil vállalkozás három alappillére. Szeptemberi újraindulás a stabil vállalkozásépítés két alappillérével: jogi tudatosság és a jó munkatársak megtalálása

A nyári szünet után a sorozat oda tért vissza, ahonnan februárban elindult: a cégépítés alapjaihoz. Ezúttal két olyan területet járt körbe, amelyen a kisvállalkozások a legtöbb tanulópénzt fizetik: a jogi döntéseket, amelyeket az indulásnál kellene meghozni, és a toborzást, amely 2026-ban kis költségvetéssel is működhet.



Dr. Farkas Szabolcs előadása a szeptember 8-i rendezvényen, a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karán

A RENDEZVÉNY SZÁMOKBAN

29	26 937	90 082	1 110
képviselt vállalkozás, szervezet	elért személy	hirdetésmegjelenítés	kattintás
	Facebook-kampány, 08. 18. – 09. 07.	Meta Ads Manager	a hirdetésekről a regisztrációra

Miről szólt?

A szeptember 8-i rendezvény visszatért a februári nyitórendezvény két fő témájához: a cégépítés jogi oldala és a jó emberek megtalálása ott merült fel először, most pedig egy új közönség, új előadókkal, a gyakorlati részletekre koncentrálva kapta meg őket. Az Alapítvány a rendezvényt megelőzően regisztrációs visszaigazoló levélben készítette fel a jelentkezőket: rövid bemutatkozást, névjegykártyát vagy LinkedIn-QR-kódot javasolt a kapcsolatépítéshez, és emlékeztetett arra, hogy a sorozat főnyereményére, egy AI-alapú, marketingoptimalizált weboldalra minden újabb részvétel újabb esélyt jelent. A délelőttöt Szekfü Tibor elnök és Vonnák Péter ügyvezető igazgató köszöntője nyitotta, és a megszokott kötetlen kapcsolatépítés zárta.

Az előadók és előadásaik

Dr. Farkas Szabolcs

a Bajcsay & Partners Ügyvédi Iroda partner ügyvédje; szakterületei az ingatlanjog, a cégjog és a munkajog

„Cégalapítás és cégépítés jogi oldalról”

Milyen jogi szempontokat érdemes már a vállalkozás indulásakor és építése során tudatosan kezelni? Dr. Farkas Szabolcs előadása azokra a döntésekre és gyakori

hibákra hívta fel a figyelmet, amelyek megfelelő előkészítéssel későbbi vitákat, működési nehézségeket és felesleges költségeket előzhetnek meg. A februári alkalmon bemutatott gondolatmenetet folytatta: a cégépítés jogi oldala nem száraz kötelezettség, hanem taktikai eszköztár, amely az ügyfélszerzéstől a termelésen át a céges vagyon védelméig minden fázisban biztonságot ad, ha a szabályokat nem utólag, a baj után, hanem előre, tudatosan alakítjuk ki.



Dr. Farkas Szabolcs a cégépítés jogi oldaláról

Gergina Szabolcs Gyula

HR-szakértő, Humán-Társ Személyzeti Kft. | ReadyHR – több mint tízéves szervezetfejlesztési és vezetői tanácsadói tapasztalattal

„Munkaerő-toborzás 2026-ban – gyakorlati megoldások kisvállalkozásoknak”

A toborzási szakember a kisvállalkozások nézőpontjából közelített: hogyan találjuk meg a megfelelő munkatársakat akkor, ha nincs HR-osztályunk és nagy hirdetési büdzsénk? Az előadás a leggyakoribb toborzási hibákat, a jól működő álláshirdetések ismérveit, az eredményes toborzási csatornákat és a kisebb költségvetéssel is alkalmazható módszereket vette sorra, gyakorlati, azonnal kipróbálható megoldásokkal. A júniusi balatonkenesei műhelymunka gondolatait így egy másik szakértő szemüvegén keresztül, a mikro- és kisvállalkozásokra szabva kapták meg a résztvevők.

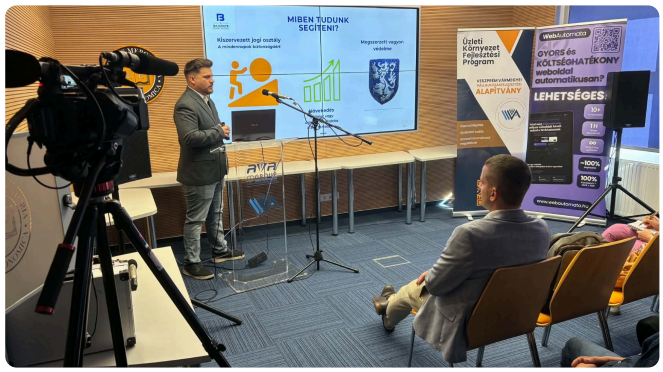


Gergina Szabolcs Gyula a toborzás gyakorlatáról

Kik voltak ott?

A rendezvényre 56-an jelentkeztek, és a jelenléti ív szerint 34-en vettek részt személyesen, 29 vállalkozást és szervezetet képviselve.

A közönség ezúttal is sokszínű volt: a napenergia és a rendszerépítés, az építőipar, a HR-szolgáltatás és a munkaerő-kölcsönzés, a bankszektor, a szerszám- és ipari kereskedelem, a fuvarozás, az informatika és a szoftverfejlesztés, a jogi szolgáltatás, a kertépítés, a fitnesz és a wellness, a film- és tartalomgyártás, valamint a rendezvényszervezés képviselői ültek a teremben, a Pannon Egyetem munkatársai és egyéni vállalkozók mellett.



Felvétel készül az előadásról

Hogyan harangoztuk be?

Az augusztus 18. és szeptember 7. között futó Facebook-kampány, a sorozat egyik legintenzívebb hirdetése, 26 937 embert ért el, 90 082 megjelenítést és 1 110 kattintást hozott.

Az Alapítvány hírlevele augusztus 14-én 279 címzetthez jutott el, a rendezvény aloldalát 99-en látogatták meg. Az előadásokról készült videófelvételek a kiadvány lezárásakor kerültek feldolgozásra.

8

8. RENDEZVÉNY · ZÁRÓRENDEZVÉNY · 2026. SZEPTEMBER 22., KEDD · 09:00–13:00 · PANNON EGYETEM, VESZPRÉM

Fenntartható gazdaság, működő mikrovállalkozások és a hitelezés fontossága

A sorozat zárórendezvénye: gazdaságpolitikai irányok, nulla százalékos uniós hitelek, új mikrohitel-konstrukciók és európai kitekintés egy délelőttön, a megye vállalkozóinak

Honnan lesz forrás a következő beruházásra? Mire készül a gazdaságpolitika a kisvállalkozásokért? És mit tanult egy fél év alatt a veszprémi sorozat? A zárórendezvény a szakpolitika, a fejlesztési finanszírozás és az európai mikrofinanszírozás döntéshozóit ültette egy asztalhoz, és a sorozat legnagyobb közönségét vonzotta.



A zárórendezvény közönsége a Pannon Egyetem aulájában, 2026. szeptember 22.

A RENDEZVÉNY SZÁMOKBAN

47
képviselt vállalkozás, szervezet

153 730
elért személy
Facebook-kampány, 08. 24. – 09. 21.

972
hírlevél-címzett
VVVA hírlevél, 09. 17.

3 788
aloldal-látogatás
uzletikornyezetfejlesztesiprogram.hu

Miről szólt?

A sorozat záró alkalma tudatosan más léptékű volt, mint a korábbi, műhelyjellegű délelőttök. A februári nyitány óta minden rendezvény arról szólt, hogyan építsen egy vállalkozó jobb céget, a zárórendezvény pedig arról, milyen környezetben teszi ezt: milyen gazdaságpolitikai programok, uniós és hazai finanszírozási források, mikrohitel-konstrukciók állnak rendelkezésére a következő években. A programot Szekfü Tibor elnök és Vonnák Péter ügyvezető igazgató köszöntője nyitotta, majd négy órán át hét előadás követte egymást: a Gazdasági és Energetikai Minisztérium két helyettes államtitkára, a Magyar Fejlesztési Bank uniós üzletágának vezetője, az Alapítvány vezetői, a Pannon Egyetem akadémikus professzora, valamint az Európai Beruházási Alap és az Európai Bizottság szakértői. A délelőttöt a sorozat fődíjának kisorsolása és állófogadással egybekötött kötetlen szakmai beszélgetés zárta.

Az előadók és előadásaik

Hunyadi László

a Gazdasági és Energetikai Minisztérium helyettes államtitkára

„Gazdaságfejlesztés mikrovállalkozói szinten”

A helyettes államtitkár helyzetképpel indított, és a számok minden jelenlévő vállalkozót érintettek: Magyarországon több mint 900 ezer működő vállalkozásból 894 ezer kkv, ezek 94 százaléka mikrovállalkozás, és együtt 2,2 millió embert foglalkoztatnak. A kkv-szektor adja a nemzetgazdasági hozzáadott érték 42 és a beruházások 26 százalékát, termelékenysége azonban az uniós kkv-átlag kevesebb mint felét éri el. Az okok között a digitalizációs lemaradás (a vállalkozások alig hatvan százaléka rendelkezik alapszintű digitális intenzitással, és csak 15 százalékuk használ mesterséges intelligenciát), az alacsony innovációs és képzési aktivitás, valamint a méretgazdaságosság hiánya szerepel. Mindezt olyan globális trendek nehezítik, mint a lassuló világgazdaság, a szűkülő munkaerő-kínálat, a magas energiaárak és a német ipar szerkezeti kihívásai, amelyek a magyar beszállítókat is közvetlenül érintik.

A válasz a Ganz Ábrahám Gazdaságfejlesztési Program vállalkozásfejlesztési intézkedéscsomagja: a tőzsdei finanszírozás megnyitása a vállalatok szélesebb köre előtt, az Exportképes KKV Program, a beszállítófejlesztési program, a termelékenységet célzó KKV Fejlődési Pálya, a tanácsadást és mentorálást támogató KKV Mesterprogram, a kamarai megújulás, a kkv-hitelezés megújítása (benne a mikrohitelezés decentralizált, helyi vállalkozásfejlesztésre épülő modellje) és a KKV Digitális Fejlődési Program. Az előadás a jelenleg pályázható felhívásokat is sorra vette a technológiai beruházási hitelektől az energiahatékonysági és digitalizációs konstrukciókig, és kitekintett a helyreállítási alapból finanszírozott új, 2027-től induló kkv-versenyképességi hitelprogramra.

> „A kkv-k termelékenységének növeléséhez a méretnövekedést, a digitalizációt és az innovációt kell ösztönözni.”
>
> Hunyadi László előadásának egyik tétele



Hunyadi László, GEM, helyettes államtitkár

Kasziba Levente

a Magyar Fejlesztési Bank Zrt. EU Üzleti Igazgatóságának vezetője

„Uniós hitelek 0%-os kamattal – az MFB-vel lehetséges!”

Az MFB uniós üzletágának vezetője azzal a jó hírrel érkezett, hogy a cégek beruházási szándéka elmozdult a mélypontról (2025 végére egy év alatt 27-ről 28 százalékra nőtt a beruházást tervező vállalkozások aránya), de azzal a figyelmeztetéssel is, hogy minden tizenharmadik életképes cég úgy maradt hitel nélkül, hogy szüksége lett volna rá: a hitelrés mintegy húszezer vállalkozást érint. Erre kínálnak választ a 2021–2027-es uniós ciklus banki költségektől mentes hitelprogramjai: nulla százalékos ügyleti kamat, nincs kezelési költség, rendelkezésre tartási jutalék vagy előtörlesztési díj, alacsony önerő- és kedvező biztosítéki elvárás, egyes konstrukcióknál vissza nem térítendő támogatással kombinálva.

A vállalkozók konkrét termékeket vihettek haza: a KKV Technológia Plusz hitelprogramot (5–150 millió forint kamatmentes kölcsön technológiai korszerűsítésre, ingatlanfejlesztésre, informatikai és megújuló energiás beruházásra, elektromos gépjárműre, 2026. december 31-i benyújtási határidővel), a vállalkozások energiahatékonysági fejlesztéseit segítő, 10–500 millió forintos konstrukciót, valamint a mikro-, kis- és középvállalkozások digitalizációját támogató kombinált hitelt, amelynél a 3–20 millió forintos kamatmentes kölcsön fele vissza nem térítendő támogatás, vállalatirányítási, ügyfélkapcsolati és AI-megoldások bevezetésére is. A programok az országosan elérhető MFB Pont Plusz hálózat 175 fiókjában igényelhetők.

> „Minden tizenharmadik cég, bár életképes, és szüksége volna rá, mégsem jutott hitelhez 2025 végén.”
>
> Kasziba Levente előadásának egyik diája



Kasziba Levente, Magyar Fejlesztési Bank, EU Üzleti Igazgatóság vezetője

Szekfü Tibor és Vonnák Péter

a Veszprém Vármegyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány elnöke, illetve ügyvezető igazgatója; a Magyar Fenntarthatósági Központ főigazgatója, illetve ügyvezető igazgatója

„Az új, társadalmi célú mikrohitel-konstrukciók bemutatása”

Szekfü Tibor és Vonnák Péter a helyben elérhető finanszírozási lehetőségeket mutatta be: azokat az új, társadalmi célú mikrohitel-konstrukciókat, amelyek a Magyar Fenntarthatósági Központ és a vállalkozásfejlesztési alapítványok hálózatán keresztül nyílnak meg a hazai mikro- és kisvállalkozások előtt, azoknak is, akik a kereskedelmi banki hitelezésből fedezet vagy méret miatt kiszorulnak. A bemutató a délelőtt két nagy témáját kötötte össze: a gazdaságpolitikai szándékot és az uniós forrásokat a helyben elérhető eszközökkel, amelyekért nem Budapestre, hanem a megyei alapítványhoz kell fordulni.



Szekfü Tibor köszöntője, az asztalnál a délelőtt előadói

Prof. Dr. Gelencsér András

a Pannon Egyetem egyetemi tanára, az MTA rendes tagja, a HUN-REN-PE Levegőkémiai Kutatócsoport vezetője

„Fenntartható gazdasági stratégia kihívásai”

A márciusi rendezvény nagy hatású előadója a záró alkalmon a fenntarthatóság stratégiai oldalát vette elő: mit jelent a fenntartható gazdaság egy olyan világban, amelyben az energia, a nyersanyagok és a klíma korlátai már nem elméleti, hanem mindennapi üzleti tényezők, és milyen kihívásokkal néz szembe egy vállalkozás, egy régió vagy egy ország, amikor erre stratégiát próbál építeni. A professzor tudományos igényességgel, de a vállalkozói gyakorlat felé nyitva közelített a témához, és ezzel a sorozat egyik visszatérő gondolatát zárta le: a fenntarthatóság nem szabályozási kötelezettség, hanem a következő évtized versenyképességi kérdése.



Prof. Dr. Gelencsér András a fenntartható gazdasági stratégiáról

Cristina Dumitrescu

az Európai Beruházási Alap (EIF) inkluzív finanszírozási területének vezetője

„Az EIF-garancia: hogyan juthatnak a magyar vállalkozások fedezetmentesen mikrohitel-forráshoz”

A szünet után a délelőtt európai perspektívát kapott. Az Európai Beruházási Alap több mint huszonöt éves pénzügyi tapasztalattal rendelkező szakértője azt mutatta be, hogyan teszi lehetővé az EIF garanciaprogramja, hogy a magyar mikrovállalkozások fedezet nélkül jussanak mikrohitelhez: a garancia a hitelező kockázatának egy részét átvállalja, így olyan vállalkozók is finanszírozáshoz juthatnak, akik ingatlanfedezet vagy hitelmúlt hiányában a hagyományos bankrendszerből kiszorulnak. Az előadás a mikrofinanszírozás, a társadalmi vállalkozások finanszírozása és a pénzügyi befogadás európai programjait a hazai gyakorlat felől közelítette.

Jaime Duran-Navarro

az Európai Bizottság Foglalkoztatás, Szociális Ügyek és Társadalmi Befogadás Főigazgatóságának (DG EMPL) szakpolitikai munkatársa

„A non-profit mikrofinanszírozás szerepe európai kitekintéssel – társadalmi hatásmérés a 2028–2034-es programozási időszakban"

Az Európai Bizottság mikrofinanszírozásért, a társadalmi gazdaságért és az InvestEU, illetve az ESZA+ pénzügyi eszközeiért felelős munkatársa arról beszélt, milyen szerepet szán Európa a non-profit mikrofinanszírozásnak, annak a modellnek, amelyet Magyarországon a vállalkozásfejlesztési alapítványok képviselnek, és hogyan válik a következő, 2028–2034-es programozási időszakban a társadalmi hatás mérése a finanszírozás feltételévé. A vállalkozók számára az üzenet kézzelfogható volt: az európai források egyre inkább oda kerülnek, ahol a mikrohitel nemcsak pénzügyi, hanem mérhető társadalmi eredményt (munkahelyet, helyi gazdaságot, befogadást) is teremt.

Lukács Zsuzsanna

a Gazdasági és Energetikai Minisztérium vállalkozások védelméért felelős helyettes államtitkára

„A mikro- és kkv vállalkozói szegmens üzleti környezetének fejlesztése"

A zárszót annak a programnak a gazdája mondta, amelynek köszönhetően a sorozat létrejött. Lukács Zsuzsanna helyettes államtitkár az Üzleti Környezet Fejlesztési Program logikáját mutatta be: a 2,5 milliárd forintos, 90 százalékos intenzitású, vissza nem térítendő támogatási keret a szakmai szervezeteken keresztül viszi közel a gyakorlati tudást a vállalkozói szektorhoz: mentorálással, képzéssel, szakértői tanácsadással és tudásmegosztó rendezvényekkel. Az első félév országos mérlege önmagáért beszél: 68 kedvezményezett szervezet, 138 rendezvény, 6 497 résztvevő és 3 719 közvetlenül elért vállalkozás 2026. június 30-ig, a Közép-Dunántúl pedig 25 eseménnyel és 527 elért vállalkozással a legaktívabb térségek közé tartozik. A program, hangsúlyozta, nem pusztán rendezvényeket finanszíroz, hanem helyi vállalkozásfejlesztési szolgáltatási kapacitást épít, amely a kkv-k számára a támogatás lejárta után is elérhető tudássá és kapcsolatrendszerré válik.

> „Merjünk kilépni a dobozból: vigyük oda a tudást, ahol a vállalkozások vannak."
>
> Lukács Zsuzsanna zárógondolata



Lukács Zsuzsanna, GEM, helyettes államtitkár

Kik voltak ott?

A zárórendezvényre 150-en jelentkeztek (az előadókkal együtt), és a jelenléti ív szerint 74-en vettek részt személyesen, 47 vállalkozást és szervezetet képviselve: ez a sorozat legnagyobb létszámú alkalma volt.

A megye vállalkozói mellett a hazai vállalkozásfejlesztési hálózat és az intézményi partnerek képviselői, valamint a Pannon Egyetem oktatói és hallgatói is helyet foglaltak a teremben; a közönség így egyszerre képviselte azokat, akik a forrásokat keresik, és azokat, akik közvetítik.



Vonnák Péter, a rendezvény házigazdája

Hogyan harangoztuk be?

Az augusztus 24. és szeptember 21. között futó, videós hirdetéssel kísért Facebook-kampány a sorozat messze legnagyobb elérését hozta: 153 730 embert ért el, 437 784 megjelenítést és 13 440 kattintást eredményezett.

Az Alapítvány hírlevele szeptember 17-én 972 címzetthez jutott el, a rendezvény aloldalát pedig 3 788-an látogatták meg, több mint kétszer annyian, mint az addigi hét rendezvény aloldalait együttvéve. Az előadásokról készült felvételek és a helyszínen készített interjúk a kiadvány lezárásakor kerültek feldolgozásra.

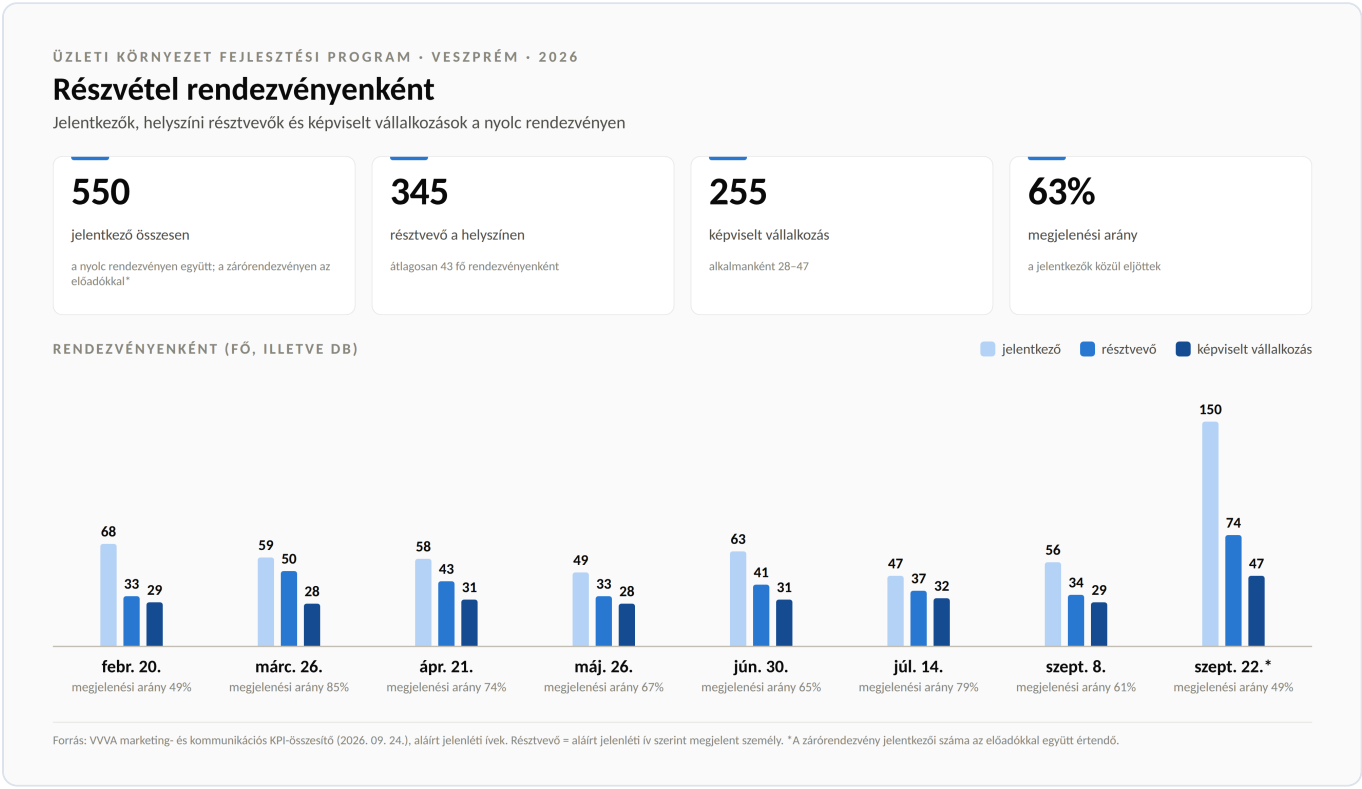
4. FEJEZET

Eredmények számokban

Ötszázötven jelentkező, 345 résztvevő, 255 vállalkozás, és több mint negyedmillió ember, akihez a sorozat híre eljutott. A számok mögött hét délelőtt és egy délután áll, amelyen a Veszprém vármegyei vállalkozók nemcsak hallgattak, hanem kérdeztek, jegyzeteltek és egymással is szóba elegyedtek.

A sorozat mérlege

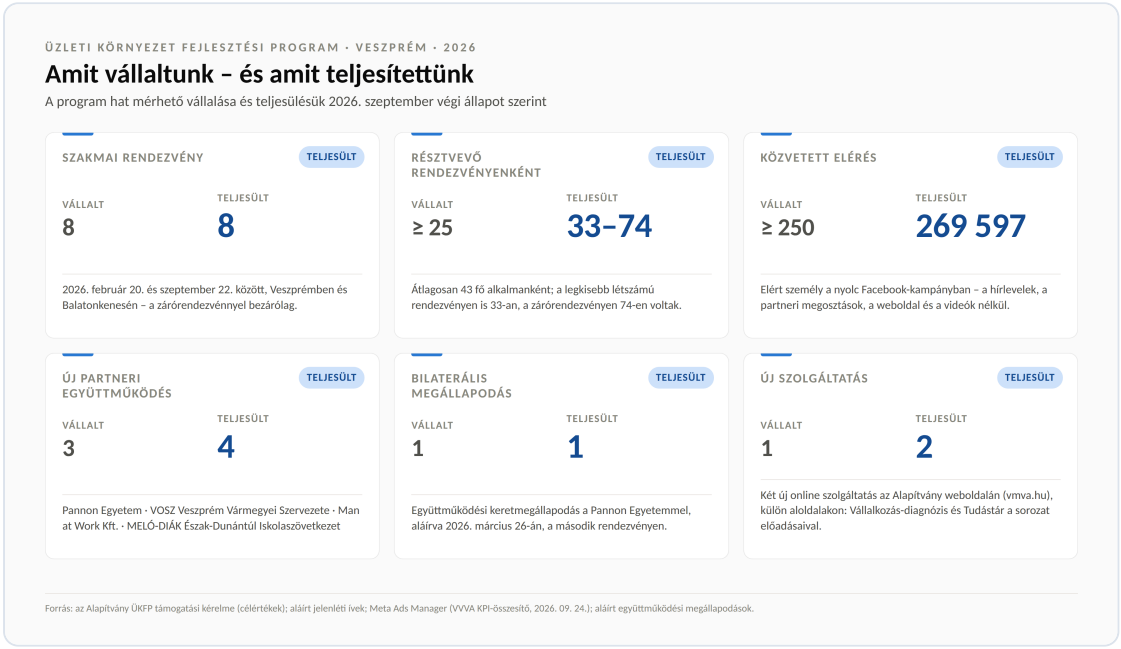
A nyolc rendezvényre összesen 550-en jelentkeztek. Az aláírt jelenléti ívek szerint 345-en vettek részt személyesen, ami alkalmanként átlagosan 43 főt jelent: a legkisebb létszámú alkalmon is 33-an, a zárórendezvényen 74-en ültek a teremben. A résztvevők 255 vállalkozást és szervezetet képviseltek; a képviselt vállalkozások száma egyetlen alkalommal sem maradt 28 alatt, a zárórendezvényen pedig 47-re nőtt.



Részvétel rendezvényenként: jelentkezők, helyszíni résztvevők, képviselt vállalkozások és megjelenési arány.

Rendezvény	Jelentkező	Résztvevő	Képviselt vállalkozás	Megjelenési arány
02. 20. · Cégépítés, jogi alapok, AI-marketing	68	33	29	49%
03. 26. · Fenntartható fejlődés, ESG és AI	59	50	28	85%
04. 21. · CSR és innováció KKV-knak	58	43	31	74%
05. 26. · MI-alapú kollégák és láthatóság	49	33	28	67%
06. 30. · A toborzás sales (Balatonkenese)	63	41	31	65%
07. 14. · Mentális tőke	47	37	32	79%
09. 08. · Építs stabil céget!	56	34	29	61%
09. 22. · Zárórendezvény: Fenntartható gazdaság, működő mikrovállalkozások és a hitelezés fontossága*	150	74	47	49%
Összesen	**550**	**345**	**255**	**63%**

Forrás: VVVA marketing- és kommunikációs KPI-összesítő (2026. 09. 24.), aláírt jelenléti ívek. *A zárórendezvény jelentkezői száma az előadókkal együtt értendő.



Amit vállaltunk – és amit teljesítettünk: a program hat mérhető vállalása.

Amit vállaltunk – és amit teljesítettünk

Az Alapítvány a program indulásakor hat mérhető vállalást tett. Nyolc szakmai rendezvényt ígért, és februártól szeptemberig mind a nyolc megvalósult. Rendezvényenként legalább 25 közvetlen résztvevőt vállalt: a legalacsonyabb létszám 33, az átlag 43 fő volt, vagyis minden alkalom teljesítette a célt. Legalább 250 fős közvetett elérést vállalt: egyedül a beharangozó Facebook-kampányok 269 597 embert értek el, amihez a hírlevelek, a partnerek megosztásai, a weboldal és a YouTube-videók közönsége is hozzáadódik.

Három új partneri együttműködést ígért, és négy jött létre: a Pannon Egyetemmel, a Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetsége Veszprém Vármegyei Szervezetével, a Man at Work Humánszolgáltató és Személyzeti Tanácsadó Kft.-vel és a MELÓ-DIÁK Észak-Dunántúl Iskolaszövetkezettel. Egy bilaterális megállapodást vállalt: a Pannon Egyetemmel kötött együttműködési keretmegállapodást március 26-án, a második rendezvény nyilvánossága előtt írták alá. Végül egy új, a vállalkozásoknak szóló szolgáltatást ígért, és kettőt vezetett be: az Alapítvány weboldalán (vmva.hu) külön aloldalon érhető el a Vállalkozás-diagnózis és a sorozat előadásaira épülő Tudástár, amelyen keresztül az elhangzott tudás a program lezárása után is elérhető marad.

Vállalt indikátor	Célérték	Teljesítés	Állapot
Szakmai rendezvények száma	8	8 rendezvény 2026. február 20. és szeptember 22. között	teljesült
Közvetlen résztvevő rendezvényenként	legalább 25 fő	33–74 fő, átlagosan 43 fő	teljesült
Közvetett elérés	legalább 250 fő	269 597 fő a Facebook-kampányokkal	teljesült
Új partneri együttműködés	3	4 aláírt együttműködési megállapodás	teljesült
Bilaterális / multilaterális megállapodás	1	Együttműködési keretmegállapodás a Pannon Egyetemmel	teljesült
Új szolgáltatás	1	Két új online szolgáltatás a vmva.hu oldalon: Vállalkozás-diagnózis és Tudástár	teljesült

A célértékek forrása: az Alapítvány ÜKFP támogatási kérelme. A közvetlen résztvevők száma az aláírt jelenléti ívek alapján; a közvetett elérés a Meta Ads Manager kampányadatai szerint.



Előadás a sorozat zárórendezvényén, 2026. szeptember 22.

5. FEJEZET

Kik jöttek el?

Építőipari vállalkozók és könyvvizsgálók, szállodások és szoftverfejlesztők, egyéni vállalkozók és a megye legnagyobb gyárainak HR-vezetői ültek egymás mellett; a sorozat közönsége legalább olyan sokszínű volt, mint maga a Veszprém vármegyei vállalkozói élet.



Vállalkozók a sorozat júliusi rendezvényén

A nyolc rendezvény jelenléti ívein 255 vállalkozás és szervezet szerepel, a legkisebbektől a legnagyobbakig. A gerincet a mikro- és kisvállalkozások adták: egyéni vállalkozók, néhány fős betéti társaságok és kft.-k, amelyek vezetője egy személyben tulajdonos, értékesítő és HR-es. Mellettük több alkalommal a középvállalatok képviselői is ott voltak, a balatonkenesei toborzási műhelyen pedig a megye nagy ipari munkáltatói (az autóipar, a fémipar, a vegyipar, a műanyagipar és az élelmiszeripar gyártói) is HR-vezetőkkel képviseltették magukat.

Ágazat szerint az építőipar, az ingatlanfejlesztés és az ingatlanközvetítés szereplői szinte minden alkalommal jelen voltak, ahogy a HR-szolgáltatók és a munkaerő-kölcsönzők, az informatikai és szoftverfejlesztő cégek, a kereskedelem és a tanácsadás képviselői is. Visszatérő vendégek voltak a turizmus és a vendéglátás (szállodák, élménypark, rendezvényszervezők), az energetika és a napelemes rendszerépítés, a pénzügyi, könyvelési és könyvvizsgálói szakma, valamint a marketing, a média és a tartalomgyártás szereplői. A palettát az egészségügy, az esküvőszervezés és a fotózás, a fuvarozás, az autókereskedelem és az autószerviz, a kertépítés, a fitnesz és a wellness, a mérnöki és klímatechnikai szolgáltatások, az oktatás, a jogi szolgáltatás és a feldolgozóipar tette teljessé. A Pannon Egyetem oktatói, munkatársai és hallgatói, valamint a téma iránt érdeklődő magánszemélyek ugyancsak a közönség részei voltak, a zárórendezvényen pedig a hazai vállalkozásfejlesztési hálózat és az intézményi partnerek képviselői is csatlakoztak hozzájuk.

A közönség összetétele a témákat is visszaigazolta. A jogi és cégépítési alkalmakra a friss, növekedés előtt álló vállalkozások jöttek; az ESG- és CSR-témák a beszállítói láncokban dolgozó, tudatos középvállalatokat is megszólították; a turisztikai alkalom a Balaton-felvidék és Veszprém szállodáit, vendéglátóit és élményszolgáltatóit; a toborzási és mentálistőke-témák egyszerre a nagy munkáltatók HR-eseit és a néhány fős csapatot építő tulajdonosokat; a finanszírozásról szóló zárórendezvény pedig mindenkit, aki a következő évek beruházásait tervezi.

A részvételt egy játék is ösztönözte. Aki a helyszínen kitöltötte a jelentkezési lapot, minden alkalommal esélyt kapott egy értékes online tudásanyag megnyerésére, a rendezvényeken összegyűjtött szelvények pedig a fődíjra, egy AI-alapú, szerkeszthető és marketingoptimalizált Webautomata weboldalra is esélyt adtak. Minél több veszprémi ÜKFP-eseményen vett részt valaki, annál nagyobb eséllyel indult a fődíjért; a fődíj a szeptember 22-i zárórendezvényen talált gazdára.

6. FEJEZET

Partnerek és együttműködések

Egy rendezvénysorozat annyit ér, amennyit a mögötte álló hálózat. A veszprémi ÜKFP-program legfontosabb hozadéka talán nem is egy-egy előadás, hanem az a négy együttműködés, amely a program lezárása után is megmarad.

Pannon Egyetem
együttműködési keretmegállapodás · 2026. március 26.

Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetsége Veszprém Vármegyei Szervezete
szakmai együttműködési megállapodás · 2026. június 10.

Man at Work Humánszolgáltató és Személyzeti Tanácsadó Kft.
szakmai együttműködési megállapodás · 2026. február 5.

MELÓ-DIÁK Észak-Dunántúl Iskolaszövetkezet
szakmai együttműködési megállapodás · 2026. február 5.

Pannon Egyetem – a sorozat otthona és stratégiai partnere

A nyolc rendezvényből hatnak a Pannon Egyetem veszprémi campusa adott otthont, és az egyetem oktatói és kutatói hét előadással járultak hozzá a programhoz, az ESG-től a fenntarthatóságon, az innováción és a CSR-en át a turisztikai láthatóságig, a chatbotokig és a fenntartható gazdasági stratégiáig. Az együttműködést 2026. március 26-án, a második rendezvény nyilvánossága előtt aláírt együttműködési keretmegállapodás emelte hivatalos szintre. Az egyetem részéről Dr. Abonyi János rektor és Csillag Zsolt kancellár, az Alapítvány részéről Vonnák Péter ügyvezető igazgató írta alá; a megállapodásban érintett szervezeti egység a Gazdaságtudományi Kar, amelynek dékánja, Dr. Fehérvölgyi Beáta szintén ellenjegyezte a dokumentumot.

A határozatlan időre kötött keretmegállapodás jóval túlmutat a rendezvényeken. Az Alapítvány partnerhálózata gyakornoki helyeket kínál a Kar hallgatóinak, szakemberei szak- és diplomadolgozatok témavezetésébe kapcsolódnak be, és valós piaci kihívásokon alapuló esettanulmányi és üzletiterv-versenyeket, tudományos diákköri munkát támogatnak. Az együttműködés része a tehetséggondozás (vállalkozói kompetenciákat fejlesztő workshopok és mentorprogram), közös képzések és tréningek indítása, hazai és nemzetközi pályázatokban, kutatás-fejlesztési programokban való közös részvétel, valamint az, hogy az Alapítvány gyakorlati szakemberei vendégelőadóként jelennek meg az egyetemi kurzusokon. A felek vállalták, hogy egymás rendezvényein részt vesznek, azokat a saját felületeiken megjelenítik, és az együttműködés tapasztalatait évente közösen értékelik.



A Pannon Egyetem a sorozat hat rendezvényének adott otthont

Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetsége Veszprém Vármegyei Szervezete

A megye legnagyobb vállalkozói érdekképviseletének vármegyei szervezetével az Alapítvány 2026. június 10-én kötött szakmai együttműködési megállapodást, amelyet a Szövetség részéről Czuppon Gergő megyei elnök, az Alapítvány részéről Vonnák Péter ügyvezető igazgató írt alá. A Szövetség már ezt megelőzően is a sorozat mellé állt: az áprilisi és a májusi rendezvényt a saját felületein osztotta meg, a június 30-i balatonkenesei toborzási műhely pedig társszervezőként, a tagvállalatai HR-vezetőinek meghívásával valósult meg; ez adta az alkalom egyedülálló, nagyvállalati közönségét.

Man at Work Humánszolgáltató és Személyzeti Tanácsadó Kft. és MELÓ-DIÁK Észak-Dunántúl Iskolaszövetkezet

A két, egymáshoz szorosan kötődő óbudavári humánszolgáltató szervezettel az Alapítvány 2026. február 5-én, még a sorozat indulása előtt írt alá szakmai együttműködési megállapodást. A megállapodások kifejezetten rögzítik, hogy az együttműködés az Üzleti

Környezet Fejlesztési Program keretében is megvalósul, de nem korlátozódik a program időszakára: a felek a projekt lezárása után is fenntartják és továbbfejlesztik a vállalkozói közösségek támogatását, a szakmai tapasztalatok megosztását és a közös programok szervezését célzó együttműködést. A gyakorlatban ez a balatonkenesei toborzási rendezvényen mutatkozott meg a leglátványosabban, ahol a két szervezet társszervezőként, a saját partneri körük meghívásával járult hozzá a sorozat egyik legnagyobb, 662 címzettes hírlevél-kiküldéséhez és a munkaerőpiaci téma hitelességéhez.

Új szolgáltatások: Vállalkozás-diagnózis és Tudástár

A program keretében az Alapítvány két új, a vállalkozásoknak szóló online szolgáltatást vezetett be a saját weboldalán (vmva.hu), külön aloldalakon. A Vállalkozás-diagnózis online önértékelő, amelyhez díjmentes tanácsadás kapcsolódik; a Tudástár pedig az előadásokról készült videófelvételekre épülő online tudásmegosztási felület. Ennek célja, hogy a nyolc rendezvényen elhangzott gyakorlati tudás ne vesszen el a program lezárásával, hanem azok számára is elérhető legyen, akik személyesen nem tudtak ott lenni, és azok is újra felidézhessék, akik ott voltak.

7. FEJEZET

Hogyan értük el a vállalkozókat?

A legjobb előadás is keveset ér, ha nem tudnak róla. A sorozat minden alkalmát ugyanaz a jól kialakított kommunikációs rendszer vitte el a vállalkozókhoz: a célzott Facebook-kampányoktól a partnerek hírlevelein át a YouTube-videókig.



A kommunikációs csatornák számai és a Facebook-kampányok elérése rendezvényenként.

Minden rendezvényt két-három héttel korábban induló, célzott Facebook-hirdetési kampány harangozott be, amely a Veszprém vármegyei és környékbeli vállalkozókat, cégvezetőket és döntéshozókat szólította meg. A nyolc kampány együtt 269 597 embert ért el, 818 890 alkalommal jelent meg a felhasználók hírfolyamában, és 19 853 kattintást irányított a regisztrációs felületekre. A legnagyobb elérést és a legtöbb kattintást a zárórendezvény videós kampánya hozta (153 730 fő, 13 440 kattintás); a műhelyjellegű alkalmak közül az áprilisi, két kampányból álló CSR–innováció rendezvény ért el a legtöbb embert (33 654 fő), a márciusi, a Pannon Egyetemmel közös alkalom pedig a legtöbb kattintást (2 339); ez adta a sorozat legnézettebb videóit is.

A második pillér az Alapítvány saját hírlevele volt, amely kiküldésenként 279–972 címzetthez jutott el; a zárórendezvény 972 fős listája mellett a 662 fős balatonkenesei kiküldés emelkedett ki, ahol az együttműködő partnerek a saját tagságuknak és partnereiknek is továbbították a meghívót. A partnerek megosztásai a harmadik pillért adták: a Pannon Egyetem a márciusi, áprilisi és májusi rendezvényt, a Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetségének vármegyei szervezete az áprilisi, a májusi és a júniusi alkalmat, a Man at Work Kft. és a MELÓ-DIÁK Észak-Dunántúl Iskolaszövetkezet a júniusi műhelyt vitte el a saját közönségéhez. Két rendezvényről organikus Facebook-poszt is megjelent; a júliusi előadó, Dr. Deák Robert saját közösségi oldalán megosztott meghívója 55 kedvelést és 8 megosztást kapott.

A regisztráció három csatornán zajlott: a program weboldalán (uzletikornyezetfejlesztesiprogram.hu, amelyre az ukfp.hu cím is átirányít), Google-űrlapon és Facebook-űrlapon. A weboldal rendezvény-aloldalai a nyolc beharangozó időszakban összesen 5 476 látogatást regisztráltak (a zárórendezvény aloldala egymaga 3 788-at, a márciusié 1 075-öt), a program főoldalát pedig ugyanezekben az időszakokban 2 447-en keresték fel. Végül az utólagos elérést a YouTube adta: az első négy rendezvény tizenegy előadásvideója a kiadvány lezárásáig 27 675 megtekintést ért el, ebből a márciusi, fenntarthatóságról és AI-ról szóló négy előadás 24 589-et. A későbbi rendezvények videói a kiadvány lezárásakor kerültek feldolgozásra és közzétételre.

8. FEJEZET

Zárszó

Februárban azzal az ígérettel indultunk, hogy nem elméletet, hanem másnap is működő tudást adunk a Veszprém vármegyei vállalkozóknak. Nyolc rendezvény, huszonhárom előadó és 345 résztvevő után úgy látjuk, az ígéret teljesült, de a legfontosabb tanulság nem a számokban van. Abban van, hogy egy élménypark-tulajdonos, egy egyetemi dékán, egy ügyvéd, egy HR-tréner és egy helyettes államtitkár ugyanarról beszélt más-más nyelven: a vállalkozás akkor működik, ha a tulajdonos rendszert épít, tudatosan dönt, jó embereket választ, és mer másképp gondolkodni. És abban, hogy a résztvevők nem a kávészünetben mentek haza, hanem a kapcsolatépítésen maradtak, kérdeztek, névjegyet cseréltek: a sorozat közösséget is épített, nemcsak tudást adott át.

A program lezárul, az együttműködések maradnak. A Pannon Egyetemmel kötött keretmegállapodás, a Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetsége vármegyei szervezetével, a Man at Work Kft.-vel és a MELÓ-DIÁK Iskolaszövetkezettel aláírt megállapodások és az Alapítvány weboldalán elérhető új szolgáltatások, a Vállalkozás-diagnózis és a Tudástár azt szolgálják, hogy az itt megkezdett munka folytatódjon. A Veszprém Vármegyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány ajtaja a jövőben is nyitva áll a megye vállalkozói előtt: tanácsért, finanszírozásért, képzésért és kapcsolatokért egyaránt.

Köszönjük, hogy velünk tartottak. Találkozzunk a következő rendezvényen!

Elérhetőség

Veszprém Vármegyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány

8200 Veszprém, Kossuth Lajos utca 10. fsz. 12.

Telefon: (+36) 70 / 672 1815

E-mail: info@rvagroup.hu

Weboldal: www.vmva.hu

A program weboldala: uzletikornyezetfejlesztesiprogram.hu



A zárórendezvény előadói és a közönség, 2026. szeptember 22.

Impresszum

Kiadó	Veszprém Vármegyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány (8200 Veszprém, Kossuth Lajos utca 10. fsz. 12.; nyilvántartási szám: 19-01-0000335)
Felelős kiadó	Szekfü Tibor elnök
A program	Üzleti Környezet Fejlesztési Program (ÜKFP) · kötelezettségvállalás azonosító: Z2050479 · iktatószám: NGM_SZERZ/515/2025 · megvalósítási időszak: 2026. január 7. – 2026. szeptember 30.
Támogató	Nemzetgazdasági Minisztérium
A projekt megvalósításában közreműködtek	Vonnák Péter, Kövesi Rita, Büky Zita; rendezvényszervezés: RoseArt Kft.; kommunikáció és kampányok: Grow Up Media Kft.
Megjelenés	digitális kiadvány, 2026. szeptember · www.vmva.hu

A kiadványban szereplő létszám- és elérési adatok a Veszprém Vármegyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány marketing- és kommunikációs KPI-összesítőjéből (2026. szeptember 24.), az aláírt jelenléti ívekből, a Meta Ads Manager, a Google Analytics és a YouTube statisztikáiból származnak. A résztvevők adatait az Alapítvány az adatvédelmi szabályoknak megfelelően, kizárólag összesítve mutatja be.