

Changing lives. Opening minds.

 Erasmus+



Erasmus+
Erasmus+

MODUL

LEGYÉL TE IS
VÁLLALKOZÓ



EUROPEAN
COWORKING
NETWORK

tartalom

- 1. CÉL ÉS LEÍRÁS**
 - 2. MINIKURZUSOK**
 - 3. KONKLÚZIÓ**
-

Az Európai Bizottság támogatást nyújtott ennek a projektnek a költségeihez. Ez a kiadvány (közlemény) a szerző nézeteit tükrözi, és az Európai Bizottság nem tehető felelőssé az abban foglaltak bármilyen felhasználásért.



CÉL ÉS LEÍRÁS



A **“Legyél te is vállalkozó”** Modul célja, hogy ösztönözze és motiválja a fiatalok potenciális projektekre, termékekre, szolgáltatásokra vonatkozó ötleteinek megvalósítását, a magánvállalkozást és a fiatal vállalkozókat, valamint a kreativitást és kezdeményezőkézséget. A Modul a fiatalok már felmért igényeire alapozza a tanulási módszereket. Ennek megfelelően a modern tanulási módszerek, valamint a technológiai és módszertani újdonságok is helyet kaptak a Modulban. A Modul innovatív koncepciója és tartalma, a kiválasztott témák, a fiatalokra ható előadók és a dinamikus módszertan segítségével érhető el az oktatási cél.

CÉLCSOPORT :

A vállalkozói modul **célcsoportja azon 18 és 30 év közötti fiatalok**, akikben megvan a vállalkozói szellem, illetve vannak saját cég indítására vonatkozó ötleteik. Emellett a munkanélküli fiatalok, középiskolások (végzős gimnazisták és szakképzősök), egyetemisták és egyetemi szervezetek alkotják a célcsoportot.

BEMUTATKOZÁS:

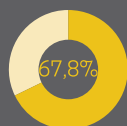
A Modul az **ERASMUS+ program** által finanszírozott **“European Coworking Network”** projekt része. A projekt a munkanélküliség problémájával és a vállalkozókedvű fiatalokkal foglalkozik. A projektben az alábbi 5 országból 7 szervezet vesz részt: ZADRA NOVA Development Agency, Zadar városa, Impact Hub Zagreb (Horvátország), Betacowork (Belgium), Loffice (Magyarország), Social Innovation Centre (Litvánia), SPEGC (Spanyolország).

A projekt során négy felmérés készül, melyek közül ez a Modul a második (Intellectual Output 2 / IO2). A harmadik (Intellectual Output 3 / IO3), a “Hogyan szervezzünk coworking esemény fiataloknak?” címet viselő kézikönyv. Az oktatási Modulhoz és a coworking koncepció megismertetéséhez kapcsolódó rendezvény szervezéséhez a részletes instrukciók ebben a kézikönyvben találhatóak.

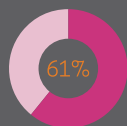
A Modul vállalkozással és fiatalokkal foglalkozó oktatási programok és workshopok bevált gyakorlatának elemzése, a partnerek és más országokban élő fiatalok igényei, a partnerek által a saját országukban végzett, a fiatalok valódi igényeit és vágyait felmérő kutatás

alapján készült. A kutatás eredménye – melyet a Modulhoz is használtunk – a fiatalok valós igényeit és szükségleteit szem előtt tartva, a szükséges vállalkozói infrastruktúra és támogatói program szempontjából a következők:

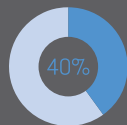
FIATALOK TERVEI A JÖVŐRE VONATKOZÓAN



Új ismeretek szerzése



Személyes és szakmai fejlődés

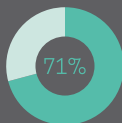


Saját projekt indítása

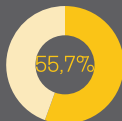
A kutatás eredménye kimutatja, hogy a fiatalok **67,8%**-ának célja a jövőben új képességek megszerzése. **61%**-uk gondolkodik a személyes és szakmai fejlődésen és **40%**-uk tervezi saját projekt elindítását a jövőben. Az eredmények alapján a Modult úgy állítottuk össze, hogy inspiráljuk a fiatalokat a vállalkozói ötleteik véghezvitelében, és emellett olyan új képességeket sajátítsanak el, melyek hozzásegítik őket ahhoz, hogy az ötleteikből egy jó projekt vagy termék szülessen.

AMIRE A FIATALOKNAK CÉLJAIK ELÉRÉSÉHEZ SZÜKSÉGE VAN

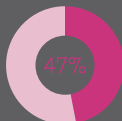
Pénzügyi forrás



Üzletvezetési ismeretek

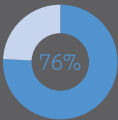


Mentor



A kutatás eredménye alapján a fiatalok **71%-a** érzi úgy, hogy a terveikhez szükséges pénzügyi forrás. **55,7%-uk** érzi úgy, hogy üzleti ismeretekre van szüksége terveik megvalósításához és **47%-uk** szerint egy mentor is segítségére lehet ebben. Az eredmények alapján a pénzügyi források és az üzleti tervezés külön témaként fog megjelenni a Modul által tervezett kurzusokon. A Modulban szereplő összes, a kurzuson megjelenő témát szakemberek adják elő, akik segítik és vezetik a résztvevők munkáját.

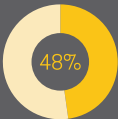
EZÉRT JELENTKEZTEK A FIATALOK EGY PROGRAMRA



*Szakterületi ismeretek
megszerzése*



Új kapcsolatok születése

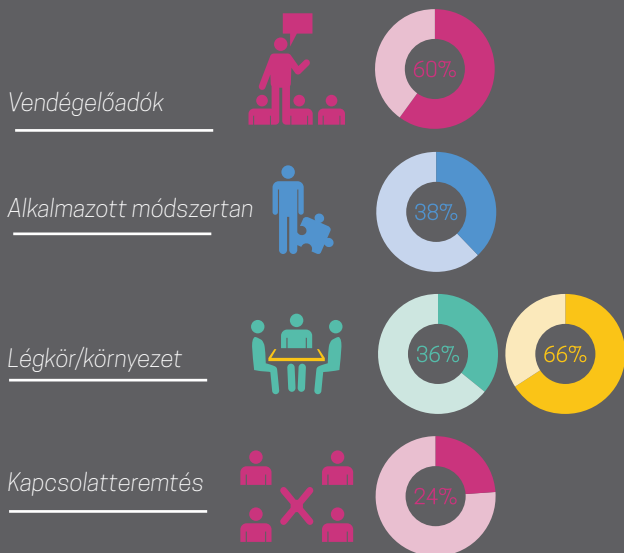


Inspirációs lehetőség

A felmérés eredményei azt mutatták, hogy a fiatalokat többnyire azok a programok vonzzák, ahol egy adott területről újat tudnak tanulni, új ismeretségeket köthetnek és inspirációt szerezhetnek. A Modul célja, hogy teljesítse ezeket a preferenciákat, illetve inspirálja a fiatalokat és lehetőséget adjon számukra új ismeretek és új kapcsolatok megszerzésére.

A FIATALOK A LEGJOBBAN AZ ALÁBBIKAT SZERETTÉK

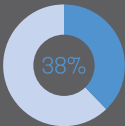
A PROGRAMOKON



A Modul összeállítása során különös figyelmet fordítottunk arra, hogy tapasztalt mentorokat/szakértőket alkalmazzunk, a Modul levezetéséhez minőségi és vonzó módszer-tant adjunk, biztosítsuk a megfelelő kapcsolatot és kommunikációt a résztvevők között. Emellett fontosnak tartottuk, hogy a Modul kényelmes, nyugodt körülmények között valósuljon meg. Mindezeket a kutatás eredményeire alapoztuk a legvonzóbb oktatási program kivitelezése érdekében.

A FIATALOK A LEGJOBBAN EZEKET HIÁNYOLTÁK

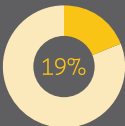
A PROGRAMOKON



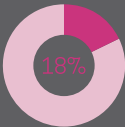
*Kevés idő a
kapcsolatteremtésre*



*Nyomkövetés hiánya a
program után*



Több idő a felszólalásra

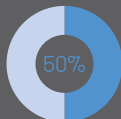


*Több információ az
eseményről az eseményt
megelőzően*

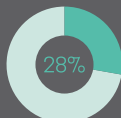
A Modult kifejezetten azon résztvevőknek állítottuk össze, akiknek több ideje van a kapcsolatok építésére és felszólalásra – a felmérés eredménye alapján. Emellett a Modul a visszakövetésre is lehetőséget ad.

A PROGRAMON VALÓ RÉSZVÉTELT KÖVETŐEN A FIATALOK EZEKET ÉRTÉK EL

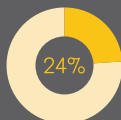
Saját üzlet indítása



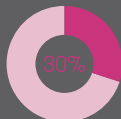
Saját projekt indítása



Érdekes ötleten/
projekten dolgozó
csapat részévé válás



Továbbtanulásba való
befektetés



Végezetül, a Modul célja, a fenti grafikáknak megfelelően, hogy segítse és motiválja a fiatalok vállalkozói kedvét, inspirálja őket saját cég indítására, segítse az ötleteik realizálását és motiválja őket a továbbtanulásban – ahogy ezt a fenti ábra is szemlélteti.

A MODUL MEGSZERVEZÉSE :

A résztvevők létszámától függően (15–25) több csoport alakítható ki. A résztvevők preferenciáinak és a válogatás folyamatának (opcionális)¹ megfelelően a csoportok tagjai különböző feladatköröket kapnak: stratégia, üzletfejlesztő, kommunikátor, adománygyűjtő és pitchelő. A minikurzusok tervezett témái a csapattagok szerepköréhez kapcsolódnak. A kurzusokról részletesebb információ alább olvasható.

Az oktatás szervezői szabadon meghatározhatják a projekt tágabb kereteit a profiljuknak megfelelően (szponzorok, közhasznú szervezetek és egyéb partnerek is bevonhatók). A projekt témáját a csapat tagjai határozzák meg. A minikurzusok alapján a résztvevők olyan ismereteket szereznek, amelyek hozzájárulnak a csoport projektötletének kidolgozásához.

Az Intellectual Output 3 (IO3), a „Hogyan szervezzünk coworking eseményt fiataloknak” c. kézikönyv tartalmaz részletes iránymutatást a résztvevők és mentorok kiválasztását illetően.



MINIKURZUSOK



A kurzusok célja, hogy a vállalkozóvá válást, a vállalkozói ötletek megvalósítását és az üzletvezetést érintő fő témákat bemutassa a fiataloknak. A kurzusok nyugodt környezetben, személyes hangnemben, kis csoportokban zajlanak, ezáltal lehetőséget biztosítva a kérdésekre, a párbeszédre és az egymástól való tanulás számára.

A minikurzusok fő témái :

- / **Stratégia: (1) Ötlet és megvalósítás**
- / **Üzletfejlesztés: (2) Üzleti terv**
- / **Kommunikáció: (3) Termékbevezetés; (4) PR & Branding**
- / **Továbbiak: (5) Pénzügyi források, (6) Pitch-elés**

Ha nincs elegendő mentor/jelentkező, akkor néhány témát össze lehet vonni, pl. a „Pénzügyi források” fejezet kombinálható az „Üzletfejlesztéssel”, a „Pitch-elés” a „Kommunikációval”.

Eszközök :

- / **terem wifivel, lappal, projektorral a mentorok prezentációjához**
- / **minden kurzushoz 1 mentor**
- / **flipchartok**
- / **papír, toll**

Időtartam : minimum 90 perc

Minden asztalnál minikurzust tartanak a mentorok – így 3-5 minikurzus fog párhuzamosan futni. Habár a Modul minden témához tartalmaz ajánlásokat, a mentorok szakterületének megfelelően változhat a végső tartalom, szem előtt tartva a vállalkozói ökoszisztéma változásait. A csoportok tagjai a csoportban betöltött szerepüknek megfelelő különböző kurzusokon vesznek részt (pl. az összes pitchelő a „Pitching” kurzuson vesz részt).

A kurzusok tartalma a következő :

STRATÉGIA : (1) ÖTLET ÉS MEGVALÓSÍTÁS

Amiért fontos: az első lépés egy cég vagy startup indításához: egy jó üzleti ötlettel előállni. Egy start-up kezdeti szakaszában az ötlet életbevágó. Egy jó ötlet az üzlet fejlődésének összes fázisára hatással van, ám a siker a vállalkozó egyéb tevékenységeitől

is függ. A kreatív gondolkodás velejárója a nagymennyiségű eredetiség és leleményesség, melyeket azonban, a gyakorlati megvalósulás érdekében, rendszerezni és fókuszálni kell. Ezen folyamatok olyan egyértelmű megoldásokat, technikákat eredményeznek, melyek segítenek a résztvevőknek a szokásostól eltérően gondolkodni. Ugyanakkor mindig fennáll annak a veszélye, hogy olyan üzleti ötlet születik, ami senkit sem érdekel, ezért nagyon fontos az ötlet igazolása. Ez nyilvánvalónak tűnik, mégis sokszor kimarad annak vizsgálata, hogy van-e az ötletnek létjogosultsága.

Tanulási célok: a résztvevők megismerkednek az innovációs folyamatokkal, valamint számtalan olyan feladattal, módszerrel, melyek sz egyéni vagy a csoportos üzleti ötletelésben segítségükre vannak. Emellett az ötlet validálásához szükséges praktikus tanácsokkal és a szükséges lépésekkel is megismerkednek.

A kurzus ajánlott témái :

- 1. Az üzleti ötlet létrejöttének folyamata és módszere.
/ A háttérinformációk, háttértudás megismerése után a résztvevők a mentor által kiválasztott ötletelési módszerrel ismerkednek meg, pl. brainstorming mint az egyik leggyakrabban használt módszer, Edward de Bono***

„A hat gondolkodó kalap,” elnevezésű kommunikációs vagy Bryan Mattimore kérdezős módszere.

2. Az innovációs folyamat.

/ A résztvevőknek be kell mutatni az innovációs folyamatok alapjait, valamint a radikális és a fokozatos innováció különbségeit.

3. Az üzleti ötlet létrehozása a bemutatott módszerek használatával.

/ A résztvevők a bemutatott ötletelési módszerekre koncentrálnak egy ötleten dolgoznak. A folyamat során a résztvevők együtt, a mentor vezetésével dolgoznak.

4. Az üzleti ötlet való életben történő érvényesítési folyamatának, módszerének bevezetése, megértése.

/ A háttérinformációk megértése után a résztvevőknek bemutatják az alapvető érvényesítési módszereket a korábban kitalált ötleten keresztül, melyhez a mentor által választott praktikus példák kapcsolódnak, pl. kapcsolatkeresés, (informális) beszélgetés potenciális ügyfelekkel, piac méretének felmérése.

A tanulási folyamat eredményei :

- / Az üzleti ötlet létrehozásának megismerés.**
- / Az üzleti ötlet érvényesítésének megismerése.**
- / Az innováció alapjainak megismerése.**

ÜZLETFEJLESZTÉS : (2) ÜZLETI TERV

Amiért fontos: az üzleti terv mint az üzleti ötlet továbbfejlesztésének és tesztelésének eszköze szinte minden kiválasztott jó programban szerepel. Az üzleti modell tervezése/továbbfejlesztése magának a vállalkozói ötlet a továbbgondolása, ezért rendkívül fontos eldönteni, hogy az üzleti ötletnek van-e értelme vagy sem. A résztvevők megtanulják, hogy hogyan alakítsák az üzleti ötletüket üzleti tervvé. Az üzleti tervet a „vállalkozó taktikájának” tekintik, amely a következő kérdésekre válaszol: **1) Hol tartok most? 2) Hova tartok? 3) Hogyan jutok oda?** Egy üzleti terv dinamikus, innovatív és vizuálisan korrekt megírásának módszeréül az „Üzleti modell vászon” használható.

Tanulási célok: a kurzus végére a résztvevők megtanulják, hogy hogyan tudnak egy üzleti tervet megalkotni, leírni, értékelni és megvitatni olyan egyszerű eszközök segítségével mint az „Üzleti modell vászon” vagy az „RCOV framework”.

A kurzus ajánlott témái :

1. Az üzleti terv bemutatása és megértése, valamint elkészítésének eszközei (pl. „Üzleti modell vászon”, „RCOV framework”).

2. Egy jól ismert termék vagy szolgáltatás (pl. Facebook, Google, légitársaság stb.) legjobb gyakorlatainak bemutatása. / A mentor lépésről lépésre mutatja be egy híres termék/ szolgáltatás (mentor választja ki) üzleti tervének részeit és arra ösztönzi a résztvevőket, hogy saját véleményel, ötletekkel is szóljanak hozzá az egyes elemekhez. Javaslat a mentorok számára: olyan termék/szolgáltatás választása, amely vonzó a célcsoport számára.

A tanulási folyamat eredményei:

/ Egy üzleti terv összeállítása az üzleti tervezés eszközeinek használatával.

KOMMUNIKÁCIÓ: (3) TERMÉKBEVEZETÉS; (4) PR & BRANDING

(3) TERMÉKBEVEZETÉS

Amiért fontos: egy jól kivitelezett terméknek megvan az esélye arra, hogy megragadja a vevők figyelmét és erős hatást tegyen rájuk. Eltérően más marketinglehetőségektől, a vállalkozónak erre csak egy alkalommal van lehetősége. Egy szegényes termékbevezetés kevesebb eladást, ideges vagy összezavarodott ügyfeleket és negatív ROI-t (befektetésarányos megtérülés) jelent. Ezzel szemben egy nagyszerű termékbevezető több eladást, több boldog ügyfelet és jobb végkicsengést eredményezhet.

Tanulási célok: a kurzus során a résztvevők megtanulják annak meghatározását, hogy egy termék megérett-e a bevezetésre, megismerkednek többféle bevezetési stratégiával, valamint a legjobb példákkal termékbevezetési tervek és a megvalósítás területéről.

A kurzus ajánlott témái :

- 1. A termék alapvető életciklusának bemutatása.**
- 2. Típek arra vonatkozóan, hogy készen áll-e a termék a bevezetésre.**
- 3. A mentor saját választása alapján termékbevezetési stratégiákat mutat be (3-5 stratégiát). Minden bemutatott stratégiánál elmagyarázza, hogy mikor érdemes azt használni, bemutatja annak előnyeit és hátrányait, valamint valós példával szolgál minden stratégia esetén.**
- 4. A résztvevők megtanulják a termékbevezetés fázisait és főbb elemeit.**

A tanulási folyamat eredményei:

- / Egy termék élettartamának megismerése.**
- / Alapvető termékbevezetési stratégia összerakása.**

(4) PR & BRANDING

Amiért fontos: az üzleti életben fontos, hogy a versenytársaktól megkülönböztessük magunkat. A világos és lényegretörő arculat, az üzleti életben szerzett jó hírnév és státusz biztosítja a jó marketinget. A PR és branding kéz a kézben járnak, a PR-stratégia fejlesztését pedig gyakran a márkatudatosság növelésének legköltséghatékonyabb eszközeként tartják számon. A vállalkozók számára az internet és a közösségi média könnyebbé teszi az ügyfelekkel való kommunikációt és a márkatudatosság építését – különösen a világszerte havi 1,65 billió aktív felhasználóval rendelkező Facebook, amely masszív marketinglehetőséget jelent.²

Tanulási célok: a kurzus a márkaépítés és a közösségi média használatával foglalkozik, különösen a Facebookkal mint a közösségi médiába PR és branding eszközzel. A résztvevők megtanulják egy Facebook-fanpage elkészítését, kezelését, valamint megismerik a PR és branding alapelveit.

A mentorok/szervezők a rendezvény idején divatos egyéb közösségi médiafelületet is választhatnak.

A kurzus ajánlott témái:

1. Bevezetés a márkaépítésbe.

- / Vizuális márkatudatosság.
- / Szlogen készítése.
- / Márkaértékek.
- / Vállalati arculati kézikönyv (bármely reklámügynökség által készített).
- / A márkához fűződő jogok (bejegyzés, ha szükséges).

2. A Facebook PR bemutatása és megismerése.

- / Tippek a médiában dolgozókkal és bloggerekkel való kapcsolatépítéshez, rajongók és befolyással bírók megtalálása és becsatornázása, valamint a termékek/ szolgáltatások promotálása.
- / Különböző területekről származó Facebookra vonatkozó PR mintapéldák.

3. A Facebook PR alapjainak bemutatása és megismerése.

- / Márka pozicionálása és elemzése (piac, célcsoport, konkurencia felmérése)
- / Különböző területekről származó Facebook PR gyakorlati példák.

4. Facebook-fanpage készítése.

- / A mentorok lépésről lépésre végigvezetik a résztvevőket az oldal elkészítésének menetén, valamint ötleteket adnak arra vonatkozóan, hogy mely elemekre figyeljenek a fanpage létrehozása során.

A tanulási folyamat eredményei:

- / **Márkaépítés alapjainak megismerése.**
- / **Facebook PR alapjainak megismerése.**
- / **Facebookon történő márkaépítés alapjainak megismerése.**
- / **Facebook-fanpage készítésének megismerése.**

(5) PÉNZÜGYI FORRÁSOK

Amiért fontos: a vállalkozói ötlet finanszírozásához nagyon fontos pénzügyi forrást találni és ez elkerülhetetlen a jövő fiatal vállalkozói számára. A kurzus során e témában a startupokra kerülhet a hangsúly és a fiatalokat meg kell ismertetni a nem hagyományos finanszírozási lehetőségekkel, pl. közösségi finanszírozás, angyal befektetők, magvető tőke. A kurzus során a közösségi finanszírozás kerül előtérbe, amely egyre népszerűbb. A közösségi finanszírozás elfogadásával és a közösségileg finanszírozott cégek sikerével e módszer az egyik legnépszerűbb és legkönnyebb pénzszerzési lehetőséggé vált a fiatal vállalkozók számára, mellyel el tudják indítani ötleteiket, termékeiket, projektjüket. A közösségi finanszírozás nagyszerű eszköze lett

az új terméket bevezetni szándékozó, növekvő és skálázható vállalkozásoknak. A közösségi finanszírozás alternatív pénzszerzési, befektetési lehetőségként már bizonyított. A termék bevezetése mellett a közösségi finanszírozás lehetőséget ad a márka, az üzenet és a célok szélesebb körű megismeréséhez.

Tanulási célok: a résztvevők megismerkednek a termékhez vagy ötlethez szükséges legjobb pénzszerzési lehetőségekkel és az ezekben rejlő potenciállal. Továbbá megtanulják egy közösségi finanszírozási kampány elkészítésének és működtetésének módját a közösségi finanszírozási platformok valamelyikén.

A kurzus ajánlott témái:

1. A nem hagyományos finanszírozási megoldások bemutatása és megismerése.

/Nem hagyományos finanszírozási megoldások bemutatása, pl. közösségi finanszírozás, angyal befektető, magvető tőke. A mentor minden lehetőségnél elmondja, hogy mikor érdemes használni, mik az előnyei és hátrányai.

2. Egy sikeres közösségi finanszírozási kampány bemutatása.

/ A mentor által választott sikeres közösségi finanszírozási kampány elemzése során az előadó bemutatja, hogy mi tette a kampányt sikeressé, ezzel párhuzamosan pedig végigmegy

a közösségi finanszírozási kampány fontos fázisain (előbevezetés, pitch videó, bevezetés és utóbevezetés).

A tanulási folyamat eredményei:

- / A különböző nem hagyományos pénzügyi lehetőségek megismerése.***
- / A közösségi finanszírozási kampány folyamatának megértése (tervezés, bevezetés, működtetés).***

(6) PITCH-ELÉS

Amiért fontos: minden eddiginél fontosabb, hogy a kommunikáció és a meggyőzés lehetőségét megteremtsük a pitch-elés keretében. A pitch-elés művészete a túlélés eszköze. Ha egy vállalkozó nem tudja pár perc alatt meggyőzni a befektetőt az üzleti ötletben rejlő lehetőségről, az gyakran annak a végét jelenti. Az ilyen-olyan pitch-elés és a valódi pitch-elés közti különbség a néhány dollár és a tényleges befektetés közti különbséget jelenti, ami a folyamat motorja és továbblendítője. Nem igaz a mondás, hogy jó előadónak születni kell!

Tanulási célok: a kurzus során a résztvevők megértik és megtanulják a pitch-elés technikáját és elsajátítják a befektetés megszerzéséhez szükséges képességeket.

A kurzus ajánlott témái:

1. A sikeres pitch-elés bemutatása és megismerése.
/ **Figyelemfelkeltő pitch-ek előkészítése és strukturálása, közönséghez szabott pitch, a befektetőhöz és a szélesebb közönséghez szóló pitch közti különbség egy közösségi finanszírozási platformon keresztül, a verbális és non-verbális kommunikáció használata a maximális hatás elérése érdekében, mit tegyünk és mit ne tegyünk egy pitch során.**

A tanulási folyamat eredményei:

/ A sikeres pitch készítésének és kivitelezésének elemei.

3

KONKLÚZIÓ

A Modul (I02) célja, hogy keretet adjon az oktatási programot szervezők számára. Elsősorban a fiatalokat céloztuk meg, de minden korosztályra adaptálható. Amennyiben a szervező úgy dönt, hogy célcsoportja a fiatalok lesznek, érdemes a Modult egy eseménnyel összevonni. Az Intellectual Output 3 (I03) és a **“Hogyan szervezzünk coworking eseményt fiataloknak?”** című kézikönyv a coworking fogalmát, valamint a Modult is egy szórakoztató, kiegyensúlyozott módon népszerűsítheti. Részletes útmutatás a kézikönyvben található.

A szervezők szabadon használhatják e Modul elemeit, akár az összeset, akár az igényeknek, körülményeknek vagy forrásaiknak megfelelő verzióját. Coworking irodák, akcelerator és inkubátor szervezetek bevonhatók a programba szervezőként és mentorként is.

Továbbá a szervezők utólagos aktivitásban is gondolkodhatnak, pl. coworking munkaállomás felajánlása résztvevőknek az üzleti ötletük továbbfejlesztése érdekében. Ez lehetőséget ad számukra, hogy coworkerekkel vagy más vállalkozókkal találkozzanak, akiktől további visszajelzést, az ötletet illető tanácsokat kaphatnak. Emellett a résztvevőknek a különböző coworking eseményeken és programokon lehetősége nyíllhat a pitchelés gyakorlására és potenciális befektetők megismerésére.

