



slovenija
magyarország
hrvatska



9700 Szombathely Kisfaludy S. 57.
T/F: 94/500-354, regiofokus@limexnet.hu
www.regiofokus.hu

GAZDASÁGI ALAPISMERETEK

Készítette:
Hutflesz Mihály



slovenija
magyarország
hrvatska

Régiófókus
Vállalkozás-, Humánerőforrás- és Környezetfejlesztési Kht.



9700 Szombathely Kisfaludy S. 57.
T/F: 94/500-354, regiofokus@limexnet.hu
www.regiofokus.hu

KISVÁLLALKOZÁS ÉS GAZDASÁG

A vállalkozásvezetésben az elkövetkező években a piac- és versenyhelyzet elemzés, a stratégia, a finanszírozás és pénzügyi tervezés, a kooperáció és a marketingkonceptió témaköre kap elsőbbséget. A környezet gyors változásából adódóan új játékszabályok alakulnak ki, amire a vállalkozások vezetőinek is rá kell hangolódniuk.

A kisvállalkozói vállalkozásvezetés még nem felel meg egyértelműen egy modern piacgazdaságban szokásos gyakorlatnak. Sok esetben inkább éppen fejletlenségről beszélhetünk. Ennek okait az alábbiakban lehet összefoglalni:

- a vállalkozók egy része nem tartja be a sorrendet, előbb gyárt, termel, fektet be, mint piacot kutatna,
- sokan úgy gondolják, hogy a kisvállalkozó nem képes felnőni egy ilyen jellegű piaci feladathoz, tehát eleve nem vesz róla tudomást,
- a működő vállalkozók egy másik része túlzottan automatikusan kezeli tevékenységének korábbi tapasztalatait, nem vesz tudomást a gyorsan változó környezetről, más esetben pedig egyáltalán nem elemzik a múlt azon eseményeit, amelyek a fejlődést szolgálhatnák,
- vevők, illetve új vevők megtalálása sokszor a véletlenül alapszik, nem tudatos piaci munkán, így úgy tűnhet, nincs is szükség a tudatos marketingre, vállalkozásvezetésre,
- sok esetben még mindig hiányzik, illetve kevés az az üzleti tervezéshez szükséges anyag, nyomtatvány, kiadvány, képzési program, amely gyakorlati segítséget nyújthatna.

A gazdálkodási, gazdasági ismeretek a modern vállalkozásvezetés egyik nélkülözhetetlen, - ámde korántsem egyetlen - eszköze. A piacképesé válás, illetve a piacképeség növelése minden vállalkozni akaró vagy a tevékenységét fejleszteni kívánó számára egy folyamat eredményeként valósul meg. Felmérések és a gyakorlat is bizonyítják, egyre többen vélik úgy, hogy igazi vállalkozóvá tanulással válik az ember. Az ehhez szükséges ismeretet több forrásból be lehet szerezni: szakkönyvekből, képzéseken, tanfolyamokon keresztül, a gyakorlatból, mások ilyen jellegű tevékenységének vizsgálatából egyaránt.



slovenija
magyarország
hrvatska

Régiófókus
Vállalkozás-, Humánerőforrás- és Környezetfejlesztési Kht.



9700 Szombathely Kisfaludy S. 57.
T/F: 94/500-354, regiofokus@limexnet.hu
www.regiofokus.hu

Az induló vállalkozóknak már a kezdeteknél képesnek kell lenniük arra, hogy miként mérhetik fel, ítélik meg vállalkozásuk hosszabb távú ívét, életgörbéjét. A már működő, ámde még kezdő, - 3 - 4 éven belüli - vállalkozások a legveszélyeztetettebb kategóriába tartoznak. Tovább kellene lépniük vagy ki kellene jelölniük vállalkozásuk kereteit, méreteit.

Mindazok, akik úgy gondolják, hogy lemondhatnak a modern vállalkozásvezetési ismeretekről, lemondhatnak a bevételek hosszú távú biztosításáról is! A világgazdaság egyre terebélyesedő, növekvő hálózatával, az európai piac erőteljesebb nyitásával a kisvállalkozások keretfeltételei, környezeti tényezői is változnak. Ezek a mozgások új lehetőségeket, de új fenyegetéseket is jelentenek. A lehetőségek kiaknázásához nem csak anyagi tőke kell, hanem annak működtetéséhez szükséges szakismeret is.

Az eltelt néhány esztendőben a kisvállalkozások komoly piaci tapasztalatokra tettek szert. Közülük mindazok, akik életképesnek bizonyultak ebben a megmértetésben, a továbblépés irányait kutatják. Az eredményesen gazdálkodók további versenyhelyzetben tartása, újabb versenyelőnyökhöz való juttatása a gazdaságfejlesztéssel, tanácsadással foglalkozó szervezeteknek, cégeknek és a piaci résztvevőknek közös érdeke. Az Európai Unióhoz képest a mikrovállalkozások számaránya meglehetősen magas Magyarországon. Már ma érezhető azonban, hogy elindult egy kiválasztódási folyamat, amely várhatóan egyre inkább felgyorsul majd. Egy egészséges, a piac által diktált szelekcióban minden bizonnyal a piacképes vállalkozások csoportjai maradnak versenyhelyzetben.

A tudatosan alkalmazott vállalkozásvezetési ismeretek, a marketing gondolkodás, beállítódás hiánya elsősorban a mikro- és kisvállalkozásoknál figyelhető meg. Természetesen ösztönösen is lehet vállalkozást jól vezetni. A kérdés csak az, meddig? A vállalkozást körülvevő külső környezet változásaira gyorsan reagálni kell. „A nagy hal megeszi a kis halat” régi fordulatot (amit természetesen ma sem szabad elvetni!) ma inkább úgy értelmezhetjük, hogy „A gyorsak eszik meg a lassúakat!”. Az azonnali cselekvésnél a reakcióidő rövid, miközben a távlatokat is pásztázni kell. Ezért ma már az igazi sikerhez egyre inkább kevésnek tűnik a piaci igények felismerése, kielégítése. A piacorientáció helyébe a piacalakítás lép, ami lényegesen aktívabb szerepet kíván a résztvevőktől, hiszen „esemény irányítónak” kell válni a saját kis értékesítési területen.



slovenija
magyarország
hrvatska

Régiófókus
Vállalkozás-, Humánerőforrás- és Környezetfejlesztési Kht.



9700 Szombathely Kisfaludy S. 57.
T/F: 94/500-354, regiofokus@limexnet.hu
www.regiofokus.hu

A gazdaságnak mind országos, regionális, mind település szinten elsősorban jól menő cégekre, vállalkozásokra van szüksége. Olyanokra, amelyek képesek lesznek megküzdeni az uniós piac és verseny kihívásaival. Kiemelten fontos tehát, hogy ez beépüljön a mikro- és kisvállalkozók mindennapi gondolkodásába.

Induló vállalkozások

Az induló vállalkozóknak szóló mottónk így hangzik: „Semmit nem szabad a véletlenre bízni!” Ezért irányukba felértékelődik az útmutatás szerepe. A mikrovállalkozások egy jelentős része ugyanis már a megindulás után rövidesen tönkremegy, aminek nem kellene így lennie. Az oka leginkább az, hogy nem vizsgálták körültekintően a termék vagy szolgáltatás piacát, annak nagyságát, a saját maguk és a konkurencia versenyelőnyeit, hátrányait, a termék vagy szolgáltatás fedezettermelő képességét.

Sok kisvállalkozásnak pedig egyáltalán nem kellene megszűnnie, mivel már elindulnia sem szabadott volna! Fontosak tehát azok az ismeretek, amelyekkel egy üzleti tevékenységet még a befektetések előtt minősíteni lehet. A vállalkozás, a gazdálkodás tudománya nem olyan mély ismeret, amelyet nem lehetne elsajátítani legalább főbb vonalaiban. Kell hozzá viszont egy vállalkozói attitűd, személyes beállítódás. A véletlenek ritkán segítenek meg hosszú távon.

Működő vállalkozások

„A sikereseknek szárnyakat!” A már működő vállalkozások harmadik-negyedik éve ismét egy kritikus szakasz. Ez többnyire az az időszak, amikor stabilizálni kellene az elért piaci pozíciót. Újabb fejlődési, növekedési irányokat kellene kitűzni. A vállalkozás stratégiájára alternatívákat kell tudni megfogalmazni. A legtöbb vállalkozásnál ez lesz a piacfejlesztés, akár például az exportbővítés időszaka. A „hogyan tovább” azoknak szól, akik fejlődésorientáltak, de fogódzókra van szükségük vagy éppen megerősítést várnak bizonyos elgondolásaikra.



slovenija
magyarország
hrvatska

Régiófókus
Vállalkozás-, Humánerőforrás- és Környezetfejlesztési Kht.



9700 Szombathely Kisfaludy S. 57.
T/F: 94/500-354, regiofokusz@limexnet.hu
www.regiofokusz.hu

Mind a kezdő, mind a már működő és fejlődni akaró vállalkozások szembesülnek azokkal a kérdésekkel, amelyeket a képzési modul feltár.

Helyi gazdaságélénkítés

A kisvállalkozások egyik továbblépési lehetősége, ha az elkövetkező időszakban tovább erősítik az egymás közötti és a településen belüli, helyi együttműködést. Ennek eredménye a lokális gazdaságélénkítés. A cél elérése a helyi és kistérségi folyamatokban rejlő kooperációs gazdasági lehetőségeken alapszik.

A településközpontú gazdaságfejlesztés egy többszereplős, több szektorra kiterjedő tevékenység. Az alkotó munka középpontjában a kooperáció áll. Az együttműködő partnereknek (vállalkozók, önkormányzat, civil szervezetek, intézmények, stb.) ehhez folyamatos és aktív párbeszédet kell folytatniuk egymással. Könnyen belátható, hogy nem csak egy-egy vállalkozásnak, hanem egy-egy térségnek, településnek is piacképesnek kell lennie. Mitől piacképes a régió, kistérség, település? Kik a szereplői a helyi gazdaságélénkítésnek? Milyen reális érdekek, igények jelennek meg ezen a területen? Hogyan kezdhető el egy ilyen munka település szinten? Milyen erőforrások szükségesek ehhez? Hogyan építhető egymásra a vállalkozói és a térség gazdasága? Milyen lehetőségeket kínál ez a kisvállalkozóknak? Számtalan kérdés adódik a téma súlyának felvillantására.

A kisvállalkozások katalizátorai lehetnek a helyi változásoknak, amihez mindenképp aktív belső kommunikációra, helyi értékelemző munkára, a települések és a vállalkozások gazdasági jövőképeire van szükség.

A vállalkozások gazdasági környezete

A kisvállalkozások környezete az elmúlt időszakban alaposan megváltozott, illetve a változás folytonossá és egyre gyorsabbá vált. Az ehhez való dinamikus alkalmazkodásnak ezek a vállalkozások éppen akkor vannak kitéve, amikor a fejlődési és növekedési irányokat is egyre



slovenija
magyarország
hrvatska

Régiófókus
Vállalkozás-, Humánerőforrás- és Környezetfejlesztési Kht.



9700 Szombathely Kisfaludy S. 57.
T/F: 94/500-354, regiofokus@limexnet.hu
www.regiofokus.hu

pontosabban kell kitűzniük. A verseny egyre inkább kiteljesedik és erőteljesebbé lesz. Ebben az időszakban meghatározóvá válik a továbblépés útjainak megbízható, megbízható, legbiztonságosabb kiválasztása. Az adódó esélyek kiaknázása, a változó környezet veszélyeivel való szembenézés mind a vállalkozástól, mind annak tulajdonosától, a vállalkozótól is újabb erőfeszítéseket, ismereteket, képességeket és készségeket igényel.

A kisvállalkozás nem kisebb nagyvállalkozás! Teljesen mások a működési feltételei. A hazai mikro- és kisvállalkozások kihívás előtt állnak. Ahhoz, hogy „életképességből” megfeleljenek, a tulajdonosok szellemi arzenáljából nem hiányozhat a piacközpontú szemlélet, a vállalkozásvezetési és gazdálkodási orientáció sem. Ma már égetően szükséges, hogy ez természetessé váljon!

A makrogazdasági környezet, mint háttér jelentős befolyásoló tényező. Ezért a feldolgozandó témák a környezetorientált gondolkodásban, a piacalakító vállalkozásvezetés gyakorlatában, a tudatosan tervezett stratégiai és marketing eszközök alkalmazásában hasznosulnak leginkább. Ráirányítja a figyelmet arra, hogy a hibák jó része kiküszöbölhető, elkerülhető lenne.

1. A piac és annak szereplői

A gazdálkodás, gazdaság, gazdaságosság. A háztartás gazdálkodása. A vállalkozás, mint a gazdálkodás alapegysége. A termelés mikroökonómiája. Gazdálkodás makroszinten.

A gazdálkodás, gazdaság, gazdaságosság. A háztartás gazdálkodása. A vállalkozás, mint a gazdálkodás alapegysége. A termelés mikroökonómiája. Gazdálkodás makroszinten.

A gazdaság szervezése. A gazdaságpolitika fogalma és eszközzrendszere. A piacgazdaság feltételei és irányítása.



slovenija
magyarország
hrvatska

Régiófókus
Vállalkozás-, Humánerőforrás- és Környezetfejlesztési Kht.



9700 Szombathely Kisfaludy S. 57.
T/F: 94/500-354, regiofokus@limexnet.hu
www.regiofokus.hu

A gazdálkodás alanyai. A gazdálkodó szervezetek szerepe, működésük közös vonásai, csoportosításuk.

A vállalkozási formák jellemzése. Az alapítás, működés és megszüntetés főbb szabályai.

A vállalkozás színtere. A piac és a piaci szereplők. Kereslet, kínálat, egyensúly. Piaci formák. piacsabályozás.

A termelési tényezők piaca. A tőkepiac, pénz és értékpapírpiac. A nemzetközi piac.

A piac szűkebb és tágabb értelmezése

Szűkebb:

A kereslet és a kínálat találkozási pontja. Egy földrajzi hely.

Tágabb:

Beszélünk absztrakt értelemben a piacokról. Pl. a ruházati piacról, a beruházások piacáról, stb.

A piac fogalom használatánál az alábbi négy elemet kell figyelni:

- Kereslet
- Kínálat
- Ár
- Verseny

A téma felvezetésénél a szocialista tervgazdaságból lehet kiindulni. Ott a kínálati oldal az uralkodó, amit eladói piacnak nevezünk. A piactudományban vevőpiacról beszélünk. A



slovenija
magyarország
hrvatska

Régiófókus
Vállalkozás-, Humánerőforrás- és Környezetfejlesztési Kht.



9700 Szombathely Kisfaludy S. 57.
T/F: 94/500-354, regiofokusz@limexnet.hu
www.regiofokusz.hu

fogyasztók, a vevők uralják a piacot. Az, hogy ennek a két oldalnak milyen az érdekérvényesítő képessége beszélhetünk tervutasításos gazdaságról vagy piacgazdaságról.

A fogyasztói és a termelői magatartás kereslettel való összefüggéseit a keresleti és a kínálati görbe bemutatásával lehet szemléltetni. Ez segít a hallgatóknak a makro összefüggések jobb megértésében is.

A gazdasági körforgás:

Szükségletek - termelés - elosztás - forgalmazás - fogyasztás

A szükségletek elemzése a Maslow szükségletpiramis alapján jó eligazodást nyújt.

A termelés szűkebb fogalma: anyagi javak vagy szolgáltatások közvetlen előállítási folyamata.

A termelés bővített fogalma: az előbbin kívül magában foglalja a termelés eredményének realizálását is.

A gazdasági tevékenység szerkezete:

- Primér
- Szekunder
- Tercier szektort különböztetünk meg

Napjainkban rendkívül fontossá vált a pénzgazdaság és főleg az információgazdaság. A pénz- és információmozgások váltják ki és eredményezik az erőforrások mozgását. A modern gazdaságok bővelkednek piacokban.



slovenija
magyarország
hrvatska

Régiófókus
Vállalkozás-, Humánerőforrás- és Környezetfejlesztési Kht.



9700 Szombathely Kisfaludy S. 57.
T/F: 94/500-354, regiofokus@limexnet.hu
www.regiofokus.hu

Az eladók piacától a vevők piaca felé való elmozdulás ügyfélorientációt és aktív piacbefolyásolást kíván a vállalkozóktól. A vállalkozás környezetében lezajló fordulat szükségszerű változásokat kell, hogy eredményezzen a vállalkozásban is. A változásoknak kiszámíthatóknak kell lenniük. A vállalkozónak tehát információra van szüksége az aktuális helyzetről.

A vállalkozás jövője attól függ, hogy piacát jobban ismeri-e, mint a konkurencia. A gyors környezeti változásokból adódóan a vállalkozásoknak számtalan kihívással kell megbirkózniuk. Az ezekre adott válaszok során gondot kell fordítaniuk arra, hogy marketing cselekvésük tervezett események sora legyen. A marketing szemlélet kiinduló pontja az a felismerés, hogy a vállalkozóknak a sikerek elérése érdekében az ügyfelek szükségleteire, igényeik kielégítésére kell koncentrálniuk. Ennek feltárása és megismerése, valamint az ügyfelek versenytársaknál hatékonyabb elérése a piaci siker alapja és feltétele.

A piacok alapvető válfajai:

- Erőforrás piacok
- Gyártók piaca
- Kereskedők piaca
- Fogyasztók piaca
- Állami piac

Az egyes piacokon belül és azok között értékcserék zajlanak.

Az eladók és a vevők több ponton kapcsolódnak egymáshoz. Az eladó a piacot árukkal, szolgáltatásokkal és üzenetekkel látja el. Ezért cserébe pénzt és információt kap. A vállalkozók mindennapi szóhasználatában a piacok kifejezés a fogyasztók különféle csoportokba rendezését jelöli. Ezért beszélhetünk szükségleti piacokról (pl. élelmiszerpiac),



slovenija
magyarország
hrvatska

Régiófókus
Vállalkozás-, Humánerőforrás- és Környezetfejlesztési Kht.



9700 Szombathely Kisfaludy S. 57.
T/F: 94/500-354, regiofokus@limexnet.hu
www.regiofokus.hu

termékpiaconról (pl. cipőpiac), demográfiai piaconról (pl. fiatalok piaca) és földrajzi piaconról (pl. belföldi, megyei piac). Ismert, hogy a piac fogalmát olyan területekre is kiterjesztik, mint pl. a szavazók piaca, a munkavállalók piaca, az adományozók piaca, stb.

2. A termelési tényezők és azok jövedelemtípusai

A termelési tényezők a vállalkozás nélkülözhetetlen eszközei. A 3 tényező közül biztos, hogy minden vállalkozásnak vennie kell valamilyen arányban, hogy működni tudjon. Az egyes termelési tényezők igénybevételét honorálni kell. Ez a honorárium a termelési tényezőkhöz kötődő jövedelem. Nincs más jövedelem, csak a termelési tényezőkből származtatható jövedelem.

A három termelési tényező:

- FÖLD
- TŐKE
- MUNKA

FÖLD:

- nem korlátlan
- gazdálkodni kell vele
- minőségét meg kell őrizni
- értékelni kell
- környezetvédelem problémái
- véges energiák, megújuló energiák
- ásványkincsek, nyersanyagok kimerülőben (belátható időn belül)

JÖVEDELMEI:



slovenija
magyarország
hrvatska



Vállalkozás-, Humánerőforrás- és Környezetfejlesztési Kht.

9700 Szombathely Kisfaludy S. 57.
T/F: 94/500-354, regiofokusz@limexnet.hu
www.regiofokusz.hu



- földjáraadék
- bányaáraadék
- telekáraadék
- minőségi áraadék (szántó, szőlő, halastó stb.)
- helyzeti áraadék (pl. hol van a telek)

TŐKE:

- megjelenési formái: anyagi, szellemi
 - eszközök
 - eljárások
 - technológiák
 - termékek
 - pénz
 - szellemi tőke!!!

JÖVEDELMEI:

- vállalkozói nyereség
- osztalék
- árfolyamnyereség
- profit
- extraprofit

MUNKA:

- létszám
- képzettség
- műveltség
- vállalkozókészség
- kreativitás, innováció



JÖVEDELMEI:

- bér: időbér, teljesítménybér

3. Befektetési formák és vállalkozás

A vállalkozásalapítás, mint stratégiai és befektetési döntés megalapozása kerül előtérbe.

Az egyes egyszerűbb befektetési formákat célszerű áttekinteni a hallgatókkal a kockázat és a várható hozam szempontjából. Ennek célja, hogy a vállalkozást jobban el tudják helyezni ebben a rendszerben.

Egy lehetséges sorrendet vázol fel az alábbi táblázat. A sorrendiség elsősorban a kockázatosság alapján értelmezhető elsősorban.

Befektetési forma	Kockázat	Elvárt hozam
Állampapír befektetések (pl. kötvény)	Nincs	Nincs vagy alig van reálhozam, hiszen nominálhozama inflációkörüli
Banki befektetések (bankbetét)	Nincs, illetve 1.000 eFt kifizetésig nincs. Afölött már lehetnek kockázatok.	Reálhozam nincs vagy alig van.
Vállalati kötvény	Magas	Magasabb, mint az eddigiek
Részvény	Magasabb	Magasabb, mint az eddigiek
Vállalkozás	Legmagasabb	Az elvárt hozam a



		legmagasabb
--	--	-------------

4. A vállalkozóvá válás folyamata, vállalkozási formák

A vállalkozó személyiség jellemzői.

Kiegészítve: az oktatás szerepe a vállalkozóvá válási folyamatban.

Milyen ismeretekre van szükség?

- piaci ismeretek (marketing)
- pénzügyi ismeret
- kalkulációs képesség
- stratégiai, tervezési ismeretek
- ügyviteli ismeretek
- személyiségismeret
- kommunikációs készség

A cégforma, vállalkozási forma:

- felelősségi viszonyok az egyes vállalkozási formáknál

VÁLLALKOZÁSI FORMÁK	FELELŐSSÉG	TŐKESZÜKSÉGL ET
EGYÉNI VÁLLALKOZÁS	KORLÁTLAN	-
KKT	KORLÁTLAN	-



BT	BELTAG KORLÁTLAN, KÜLTAG BEVITT VAGYON ARÁNYÁBAN	-
KFT	KORLÁTOLT	3.000 eFt
RT	KORLÁTOLT	20.000 eFt

Mit érdemes figyelni vállalkozási forma megválasztásakor?

- a vállalkozás tőkeszükségletét
- a tevékenység jellegét
- a szükséges együttműködők létszámát
- hatósági előírásokat
- a költségviszonyokat
- várható nyereségességet
- presztízs szempontokat
- stb

Az egyes vállalkozási formák elindításának lépései az egyéni és a társas vállalkozások esetében részletesen fel kell dolgozni.

5. vállalkozásformák Magyarországon

Az 1999. évi XCV. Tv. értelmezése: Törvény a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról.

A törvény a hazai vállalkozások EU konform besorolását adja meg.



slovenija
magyarország
hrvatska

Régiófókus
Vállalkozás-, Humánerőforrás- és Környezetfejlesztési Kht.



9700 Szombathely Kisfaludy S. 57.
T/F: 94/500-354, regiofokus@limexnet.hu
www.regiofokus.hu

Vállalkozás nagysága	Foglalkoztatottak száma (fő)	Árbevétel (millió forint)	Mérlegfőösszeg (millió forint)
Mikrovállalkozás	1 – 9	-	-
Kisvállalkozás	10 – 49	700	500
Középvállalkozás	50 – 249	4.000	2.700
nagyvállalkozás	250-től több	4.000 fölötti	2.700 fölötti