

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 véletlen 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.

Az induló vállalkozóknak már a kezdeteknél képesnek kell lenniük arra, hogy miként mérhetik fel, ítélik meg vállalkozásuk hosszabb távú ívét, életgörbáját. 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 esztendőkből a kisvállalkozások komoly piaci tapasztalatokra tettek szert. Közülük mindazok, akik életképesnek bizonyultak ebben a megmérettetésben, 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 marketinges 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.

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 versenylőnyeit, 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.

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? Számptalan kérdés adódik a téma súlyának felvillantására.

A kisvállalkozások katalizátorai lehetnek a helyi változásoknak, amihez mindenekeelőtt aktív belső kommunikációra, helyi értékelemző munkára, a települések és a vállalkozások gazdasági jövőképre 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 pontosabban kell kitűzniük. A verseny egyre inkább kiteljesedik és erőteljesebbé lesz. Ebben az időszakban meghatározóvá válik a továbblépés útjainak 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! Különösen indokolt ez az induló vállalkozásoknál.

Kelt: Szombathely, 2012. június 29.

Hutflesz Mihály
Limex Kft
www.limexnet.hu