# Fogalomtár

**I.**[**témablokk Kereskedelmi vállalatok működései környezete**](https://coospace.uni-bge.hu/CooSpace/Scene-221354/Folder-533967/Index/I.%20t%C3%A9mablokk%20Kereskedelmi%20v%C3%A1llalatok%20m%C5%B1k%C3%B6d%C3%A9sei%20k%C3%B6rnyezete)

### Bruttó hazai termék (GDP) A nemzeti gazdaság által termelt áruk és szolgáltatások összértéke hazai tényezők révén egy adott időszak alatt.

### Horizontális együttműködések

Bevásárlóközpontok, vagy más kereskedelmi agglomerációk (pl. belvárosi üzletek) kiskereskedői között, vagy beszerzési társulások, illetve franchise rendszerek esetében tipikusak.

### Kereskedelmi vállalkozás

Az a vállalkozás, amely termékeket és szolgáltatásokat gazdasági tevékenység keretében, átalakítás nélkül értékesíti és szállítja, illetve szolgáltatást nyújt, biztosit kereskedelmi tevékenységet végez (Agárdi, 2010).

### Kereskedelem feladata

A termelési és fogyasztási szerkezet eltéréseinek kiegyenlítése, összehangolása, a termelői választékból fogyasztói választék kialakítása.

### Kereskedelem értékteremtése

A kereskedelem biztosítja, hogy a fogyasztók bárhol, bármikor hozzájuthassanak a legszélesebb áruválasztékhoz, a legjobb minőséghez és a legkedvezőbb árú termékhez, vagyis lehetővé teszi a fogyasztók számára, hogy vásárlóerejük a leghatékonyabban hasznosuljon. Ilyen tevékenység lehet: készletezés, fogyasztói mennyiség kialakítása.

### Kereskedelempolitika

Olyan gyűjtőfogalomnak tekinthető, amely az államnak az áruforgalommal kapcsolatos magatartását, céljait, elvárásait, cselekvési lehetőségeit és az ezekhez rendelt eszköz- és intézményrendszerét tartalmazza.

### Kiskereskedelem

Olyan értékteremtő tevékenységek halmaza, amely a termékeket és a szolgáltatásokat a végső fogyasztónak értékesíti.

### Makrógazdasági környezet

A gazdasági rendszerben fennálló releváns feltételek, amelyekben a vállalat működik, így például: GDP, infláció, munkaerő, adósságszint, reáljövedelem

### Multiplikátor hatás

A multiplikátorok a gazdaság egészében bekövetkezett teljes változást egy adott ágazat egy egységváltozásából mérik. A közvetlen hatások közvetlen vagy kezdeti kiadásokat jelentenek

### Nagykereskedelem

Termékek és szolgáltatások átalakítás nélküli tovább értékesítése (kereskedő, feldolgozó, termékek raktározásával, szállításával, valamint a termékekhez kapcsolódó közvetlen szolgáltatásnyújtással foglalkozó) viszonteladók számára.

### Piac

Egyrészt az adásvétel, vagy csere fizikai helyszíne, másrészt a fogyasztói szükségletekre és igényekre épülő kereslet és kínálat keretrendszere.

### Piaci koncentráció

Olyan piaci folyamatok, ahol a kereskedelmi vállalatok száma csökken és a fennmaradó vállalatok piaci részesedésének növekszik.

### Piaci környezet

Üzleti környezet, amelyben a cég tevékenységét végzi, és bevételeit realizálja.

### Piaci penetráció

A kiskereskedelmi vállalat olyan növekedési stratégiája, amelynek során a meglévő bolthálózatra és a jelenlegi fogyasztóikra koncentrálva ér el növekedést.

### Poligon

A vonzáskörzetben élő fogyasztók (háztartások) sűrűségét ábrázoló ponthalmaz.

### Telephely

Olyan földrajzilag körbe-határolható terület, ahol a kereskedelmi vállalat erőforrások felhasználásával kereskedelmi szolgáltatást nyújt a fogyasztók számára.

### Telített piac

A vonzáskörzetben jelenlévő piaci szereplők mennyiségben és minőségben is képesek lefedni a fogyasztói keresletet.

### Vásárlóerő-index

Geo-demográfiai szegmentációs eszköz, amely kifejezi, hogy egy adott területen az országos átlaghoz képest (100%) mekkora a lakosság vásárlóereje.

### Vonzáskörzet

Olyan folytonos földrajzi terület, amely magában foglalja a kiskereskedelmi egység vásárlóinak többségét, illetve innen származik árbevételének jelentős része.