

**SZERVEZÉSI ÉS VEZETÉSI
TUDOMÁNYOS TÁRSASÁG**

Marketing Szakosztály

**MAGYAR MARKETING
SZÖVETSÉG**

Agrár- és Élelmiszeripari
Marketing Klub

**AZ EGYÜTT TARTOTT 1. ELŐADÓI ÉS VITA ÜLÉS
EMLÉKEZTETŐJE**

A Szervezési és Vezetési Tudományos Társaság (SZVT) Marketing Szakosztálya, valamint a Magyar Marketing Szövetség (MMSZ) Agrár- és Élelmiszeripari Marketing Klubja **2008. március 12-én, szerdán, 10,30 órai kezdettel** együtt tartotta **1. előadói és vita ülését** a Budai Technika Háza (Budapest, II., Fő utca 68.) VII. emelet 700. sz. előadótermében.

Az előadás témája volt: Az európai uniós tag Magyarország gazdaságának (élelmiszergazdaságának) XXI. századi stratégiája – marketing nézőpontból.

Az előadói és vita ülést megnyitotta: dr. Katona Edit, az MMSZ Agrár- és Élelmiszeripari Marketing Klubjának ügyvezető alelnöke.

Előadást tartott: dr. Kisfalvi Tibor, az SZVT Marketing Szakosztályának elnöke.

Az előadói és vita ülésen jelen voltak:

Balina Gyula

Bujdosóné Kertész Judit, AMC témavezető,

Fekete József, Piszkei Öko Élelmiszergyártó és Kereskedelmi Kft., értékesítő,

Dr. Gyarmathyné Nemes Erzsébet, Magyar Feltalálók Egyesülete, elnökségi tag,

Horányi István, Gépipar Tudományos Egyesület, Ipargazdasági Szakosztály,

Dr. Imre Lászlóné, Polgári Tanácsadó Szolgálat, főtitkár,

Dr. Katona Edit, MMSZ Agrár- és Élelmiszeripari Marketing Klub, ügyvezető alelnök,

Dr. Kisfalvi Tibor, SZVT Marketing Szakosztály, elnök, AKI ny. tud. főmunkatárs,

Malya Carmen, Magyar Biokultúra Szövetség,

Dr. Márton Tibor, Gépipari Tudományos Egyesület, Központi Oktatási Bizottság, elnök,

Mátsai Erzsébet,

Mudig István, Buda Faktor Zrt.,

Nagy Dániel,

Szilágyiné Borsos Ágnes, SZVT Marketing Szakosztály, elnökhelyettes, KSH,

Dr. Schuster Ede, SZVT Pénzügyi és Ellenőrzési Szakosztály, elnök,

Szöllősi Réka, FVM, Élelmiszerlánc-ellenőrzési Főosztály,

Vajda László, FVM, EU Kordinációs és Nemzetközi Főosztály, főosztályvezető,

Dr. Wallendunas Árpád.

Az előadói és vita ülés megnyitása:

Dr. Katona Edit: megnyitójában üdvözölte a Magyar Marketing Szövetség Agrár- és Élelmiszeripari Marketing Klubja és a Szervezési és Vezetési Tudományos Társaság Marketing Szakosztálya által közösen szervezett első előadói és vita ülésen megjelenteket. Megjegyezte, hogy az együttműködés a két szervezet között 2001-ben kezdődött, s azóta a Klub és a Szakosztály tartalmas rendezvényein folytatódott. Most a messze néző és igen bonyolult újabb téma további vitáit tervezzük közösen az év során. Felkérte dr. Kisfalvi Tibort az előadás megtartására.

Az előadás témája: Az európai uniós tag Magyarország gazdaságának (élelmiszergazdaságának) XXI. századi stratégiája – marketing nézőpontból.

Dr. Kisfalvi Tibor: bevezető mottóként, alapgondolatként elhangzott, hogy „*az Európai Unió egészének gazdasága, s azon belül a magyar gazdaság – az élelmiszergazdaság – is, a világ legfejlettebb országai életszínvonalához csak a globális kihívásoknak mindenben, mindenkor, folyamatosan megfelelő versenyképesség, tudás és teljesítmény révén juthat el*”.

Az előadás és az év során tervezett közös vitáink célkitűzése: a világgazdaság, a világpiac helyzete és fejlődési irányzatai, hosszabb távon várható törekvései, alakulása fényében megfogalmazzuk néhány gondolatunkat, javaslatunkat, megválaszolandónak tartott kérdésünket a már az Európai Unió tagjaként működő Magyarország XXI. századi helyzetteremtő gazdaságpolitikájához, gazdaságstratégiájához, a gazdaságstratégia főirányaihoz, hazánk nemzeti gazdasági érdekeinek hatékonyabb érvényesítési törekvéseihez, ezúttal az élelmiszergazdaságunk vonatkozásait kiemelve – marketing nézőpontból.

Abban bízhatunk, biztosak lehetünk, marketing nézőpontból is, hogy a XXI. században az európai uniós tag Magyarország gazdasága számára kényszerítő erővel végig fennmarad a folytonos reformálás feladata, lehetősége, kötelessége.

Mielőtt mindehhez – marketing nézőpontból – megfogalmazzunk néhány gondolatot, javaslatot, megválaszolandónak tartott kérdést, tömören foglaljuk össze a globalizációnak és a versenyképességnek a témáinkat érintően megnyilvánult számos jelentősebb fejleményét.

1. A globalizáció fejleményei

Kovács László, hazánk egyik EU biztosa, az EU biztosok 2005 szeptemberi vallóniai szemináriuma egyik megállapítását ismertette az itthoni sajtóban a következőképpen: „Ha Európa nem alkalmazkodik a globalizációhoz, múzeummá válik, míg Kína a világ műhelyévé.” – Ezt témánknál EU alaptételként kezeljük.

A világsajtó ugyancsak a 2005. évben, szeptember elején, információt adott arról, hogy „Kína a közeljövőben 50 új globális céget, rendszert szervez és működtet majd.”. Kiegészítésül érdemes figyelembe venni, hogy az öt kontinens összes kutatóhelyének 60%-án kínaiak dolgoznak és Kínán kívül 100 millió kínai él.

Matthias Platzeck, a német SPD akkori új elnöke, a 2005. év novemberében a globális világban akkor helytel-közzel gondokkal küzdő német gazdaságnak nyilatkozatában példaképeket jelölt meg, s kemény kritikát mondott a múlt receptjeinek ajánlgatóiról. Nyilatkozata így szólt: „Németország gazdasága számára a globális kihívásokhoz történő sikeres alkalmazkodás terén Dánia és Finnország tekinthető példaképnek, s akik a múlt receptjeit ajánlgatják, becsapják a társadalmat.” Németország – úgy tűnik – azóta a globális kihívásokhoz történő sikeres alkalmazkodás terén javított helyzetén, versenyképessége javult. Gazdaságunk számára is rendkívül lényeges, hogy a globalizációs versenyképesség, tudás és teljesítmény ügyeiben a mi receptjeink milyenek voltak, s milyenek ma?

A versenyképes globális, multinacionális szervezetek, cégek tudásgazdag, digitálisan globalizált, komplex, vertikális agrár, ipari és egyéb rendszerek. Működési módszereikkel – a szervezet tevékenységéhez szükséges általános műszaki és közgazdasági tudás mellett – kiemelten az informatika, a rendszerelmélet, a marketing és a számítógépes gazdaságmatematika (operációkutatás) alapjára épülve, ezek speciális, együttes alkalmazásával folyamatosan végzik a globális, multinacionális szervezet, cég rendszertervezését, rendszerszervezését, rendszerműködtetését, rendszerkutatását és rendszerfejlesztését (például: a finn Nokia cég). A nem ilyen szervezetek versenyképessége kétséges.

A globalizációs versenyben a folyamatos, naprakész beszerzési és értékesítési globális piaci információk megszerzése és elemzése után – a szintén folyamatos, naprakész piacszervezés mellett – a teljes globális rendszer minden tevékenységénél folytonos, globálisan versenyképes innováltságot is el kell érni, teljesíteni. A naprakésztség mértéke témánként meghatározandó, de megvalósítása a versenyképesség marketing szempontjaiból nem elkerülhető.

A versenyképesség elérése, majd megtartása érdekében az adott témában a több vagy összes kontinensű globális szervezet, rendszer minden műszaki, pénzügyi, kutatási, fejlesztési, termelési, beszerzési, értékesítési és egyéb tevékenységének minden adatát, információját számítógépes információs rendszerű módszerrel kell rögzíteni, digitálisan kezelni. Tehát: digitálisan globalizáltság kell!

A svájci Davosban 2007-ben meglepő eredményt ismertettek a világ elitjének találkozóján: „A világ a hetvenes évek óta nem növekedett annyit, mint az elmúlt fél évtizedben, a globalizáció „klasszikus” korában. És nem a fejlettek jóvoltából.”

2. A versenyképesség fejleményei

A Világ gazdasági Fórum 125 országra kiterjedő – 2006. szeptember 26-án közzétett – versenyképességi rangsorában: 1. Svájc, 2. Finnország, 3. Svédország, 4. Dánia, 5. Szingapúr, 6. Egyesült Államok (2005-ben az első helyen volt), 7. Japán, 8. Németország, 9. Hollandia és 10. Nagy-Britannia. Magyarország a 35-ik helyről a 41-ikre esett vissza 2005-ről 2006-ra, jórészt a pénzügyi egyensúly megbomlása miatt. Magyarországot például Tunézia a 30-ik helyen megelőzte. Hazánk 84 évnyi, 1920-tól 2004-ig tartó pénzügyi egyensúly megbomlásos dolgairól érdemes áttekinteni az egyik KSH ECOSTAT-os szakember nyilatkozatát, Lóránt Károly osztályvezető írását „Harminc év” címmel a Magyar Nemzet 2004. június 26-i számában, a Hétfői Magazin részben, a 21. és a 30. oldalon.

A Világ gazdasági Fórum 131 országra kiterjesztett újabb – 2007 őszén közzétett – versenyképességi rangsorában: 1. Egyesült Államok, 2. Svájc, 3. Dánia, 4. Svédország, 5. Németország (2006-ban a 8. helyen volt), 6. Finnország, 7. Szingapúr, 8. Japán, 9. Nagy-Britannia és a 10. Hollandia. – Magyarország a 2006. évi 41. helyről még lejjebb került a 47. helyre. Tennünk célszerű a javítás irányába.

A skandinávok: az utóbbi évtizedekben versenyképes globális komplex vertikális rendszereket szerveztek, működtetnek (például: a finn NOKIA cég az öt kontinensen versenyképes mobiljaival). Viszont Európa, s az Európai Unió sok államában nem szerveztek ilyen versenyképes globális rendszereket, rendszerközpontokat. Így nálunk sem, s persze ez nem kevés gonddal jár számunkra, s a továbbiakban a gondok fokozódnak, ha nem teszünk ellene.

A dánok: az élelmiszer gazdaságukat először a múlt század ötvenes és hatvanas éveiben kezdve rendszeres képzéssel versenyképesé tették. Majd egyre szélesebb körre kiterjesztve, folyamatos, naprakész beszerzési és értékesítési piackutatással, piacelemzéssel és piacszervezéssel a sertés tenyésztésüket, a sertés vágást és feldolgozást angliai irányú sertéshús exporttá szervezték. Azután a kilencvenes évekre öt kontinensen versenyképes globális komplex vertikális rendszerre fejlesztették tovább. Végül 2004-re: a 25 millió sertést termelő, feldolgozó, öt kontinensre exportáló globális komplex vertikális rendszerük e téren a legeredményesebb, s mindenütt versenyképes lett, például: dán-svéd gépipari fejlesztéssel megvalósult automata, ember nélküli, zárt, steril légtérű sertéshízaló telepekkel, valamint – a korábbi 78 vágóhid helyett – ultramodern, 25 millió sertést vágó és feldolgozó két vágóhíddal. Dr. Raskó György, agrár közgazdász, akadémikus, 2006 nyarán közölte, hogy a dánok rendkívül versenyképes globális tevékenysége a 2005. évben is 25 millió Dániában előállított és feldolgozott sertés exportját hozta. (Magyarország pedig 2005-ben csupán egymillió sertést exportált.) A 2006. évben is a dánok előzőekhez hasonló sertés export teljesítménye történt, majd 2007-ben sem volt kevesebb.

Vajon mi magyarok – mindezek folyamatos ismeretében – miért nem hoztunk létre ilyen jellegű versenyképes globális és multinacionális komplex vertikális rendszereket a dánokhoz hasonlóan, a mi esetünkben magyarországi rendszerközpontokkal, az Európai Unióba történő belépés előtt és a belépés óta az élelmiszergazdaságunkban, az iparunkban és egyéb területeken?

Hazánkban – az Európai Unióba történő belépés után is – úgy tűnik, hogy csak akkor lehet a gazdaságunk versenyképes, sikeres, eredményes, ha a globális, multinacionális rendszerek, szervezetek zömének működési, fejlesztési, és egyéb korszerű módszereit megismerve, a világpiacon fellelhető piaci réseket megtalálva, módszereiket élelmiszergazdaságunkban, iparunkban, és egyéb gazdasági ágazatainkban alkalmazzuk. Célszerű, ha az első időszakban nem a már eredményes globális rendszerekkel, cégekkel versenyezve, hanem mellettük, a piaci résekben globális sikereket elérve fejlesztjük, visszük a gazdaságunkat.

A versenyképesség szempontjából hátrányos számunkra, hogy az Európai Unió 25 tagországának átlagát tekintve Magyarországon az Unió tagországi átlagához képest több mint háromszor kevesebb magyar vesz részt továbbképzésben. (Gerő András történész „Kreatív követelés” című cikke, Népszabadság, Hétvége melléklete, 2-3. oldal, 2007. június 30. szombat.)

3. Magyarország XXI. századi helyzetteremtő gazdaságstratégiája

A globalizációnak és a versenyképességnek az elmúlt évtizedekben kialakult, témáinkat érintően megnyilvánult fejleményeit áttekintve – a világgazdaság, világpiac helyzete és fejlődési irányzatai, hosszabb távon várható törekvései, alakulása fényében – fogalmazzuk meg gondolatainkat, javaslatainkat, néhány megválaszolandónak tartott kérdésünket. Mindezeket egyaránt kifejtjük ez év során a már az Európai Unió tagjaként működő Magyarország XXI. századi helyzetteremtő gazdaságpolitikájához, gazdaságstratégiájához, a gazdaságstratégia főirányaihoz, hazánk nemzeti gazdasági érdekeinek hatékonyabb érvényesítési törekvéseihez, ezúttal az élelmiszergazdaságunk vonatkozásait kiemelve – marketing nézőpontból.

A gazdaságpolitika és gazdaságstratégia

Az Európai Unió tagjaként működő Magyarország versenyképes XXI. századi helyzetteremtő gazdaságpolitikája, gazdaságstratégiája megfogalmazásához, meghatározásához, megtervezéséhez a globalizációnak és a versenyképességnek az elmúlt évtizedekben kialakult, az előzőekben felsorolt, témáinkat érintően megnyilvánult fejleményeit tekintjük kiindulási alapnak.

Nemcsak Németország gazdasága számára volt 2005 őszén példaképnek tekinthető a globális kihívásokhoz történő sikeres alkalmazkodás terén Dánia, hanem az Európai Unió tagjaként működő Magyarország versenyképes XXI. századi helyzetteremtő gazdaságpolitikája, gazdaságstratégiája megfogalmazásához, meghatározásához, megtervezéséhez is célszerű most példaképnek tekintenünk a Világgazdasági Fórum 131 országra kiterjesztett – 2007 őszén közzétett – versenyképességi rangsorában a 3. helyen álló Dániát.

Annál is inkább célszerű példaképnek tekintenünk Dániát a mi hosszú távú, XXI. századi versenyképes gazdaságpolitikai, gazdaságstratégiai tervezésünknel, mert ők már egyszer módszertani mintát adtak nekünk korábban is. Ugyanis 1970-ben nyolctagú agráripari szakdelegációt (ketten az akkori MÉM-ből, hárman az agráregyetemekről és hárman az Agrárgazdasági Kutató Intézetből) hívtak meg három hetes tanulmányútra Dániába az akkori hosszú távú élelmiszergazdasági fejlesztési terveik, fejlesztési módszereik ismertetésére, konzultálására. Majd 1970 második félévében – viszonzásképpen – ugyancsak nyolctagú dán agráripari szakdelegáció jött Magyarországra, s az MTA-n, a MÉM-ben, néhány agráregyetemen és az Agrárgazdasági Kutató Intézetben a szintén három hetes tanulmányútjukon ismertették, konzultáltak hazánkban is a fejlesztési terveiket, módszereiket, s meglátogattak termelőszövetkezeteket, állami gazdaságokat, mezőgazdasági kombinátokat és élelmiszeripari üzemeket.

Az említett magyar agráripari szakdelegációt 1970-ben, Dániában, az első napon a dán agráripari kabinetfőnök fogadta és ismertette a hosszú távú fejlesztési terveiket, módszereiket. Majd a három hetes tanulmányút során dán farmok, élelmiszeripari üzemek, dán-svéd élelmiszeripari gépgyárak, országos méretű takarmánykeverő telepük és a dán élelmiszergazdasági információs központjuk, meg a dán agrárgazdasági kutatóintézetük bemutatása, s ottani konzultációk, előadások kerültek sorra. A dánok hosszú távú élelmiszergazdasági fejlesztési tervei Dániában a múlt század utolsó három évtizedében és azután is igencsak eredményesen megvalósultak az ismertetett módszerek segítségével.

Mint már említettük, a dánok az élelmiszergazdaságukat először a múlt század ötvenes és hatvanas éveiben kezdve, rendszeres képzéssel, világszinten versenyképesé tették. A falvaikban oktató termeket, házakat hoztak létre, s ősztől tavaszig folyamatosan képezték az agrár termelés résztvevőit, s egyre magasabb szintre növelték ismereteiket, termelői tudásukat. Már a múlt század hetvenes éveinek elején öt szövetkezetbe integrálták az agrár termelőket, majd az integráltságot fokozva már csak három szövetkezet adta a szervezeti keretet a beszerzéshez, a termeléshez, a feldolgozáshoz, a tároláshoz és az értékesítéshez. A termelést a falu látta el világszintű tudás birtokában, a többi feladatot a szervezet elitje hangolta össze, irányította, vezette igen eredményesen, a termelők számára is.

A dán élelmiszergazdaság számára már 1970-ben is több kontinensre kiterjedő beszerzési és értékesítési piackutatást, számítógépes piaci információrendszert fejlesztettek ki és működtettek. – A továbbiakban, például a sertés ágazatban, egyre szélesebb körre kiterjesztve, folyamatos, naprakész beszerzési és értékesítési piackutatással, piacelemzéssel és piacszervezéssel a sertéstenyésztésüket, a sertésvágást és feldolgozást angliai irányú sertéshús exporttá szervezték, az angol marketing elit néhány kiválóságát is bevonva a piacszervezésbe. Mindezt azután a kilencvenes évekre öt kontinensen versenyképes globális komplex vertikális rendszerre fejlesztették tovább, s végül – mint már említettük – 2004-re a 25 millió sertést termelő, feldolgozó, öt kontinensre exportáló globális komplex vertikális rendszerük e téren a legeredményesebb, s mindenütt versenyképes lett máig is. – Teljesített hosszú távú fejlesztési terveiket és eredményes megvalósítási módszereiket célszerű lenne hasznosítani számunkra példaképpen, mihamarabb.

Magyarországon 1970-ben – az akkor adott KGST környezetű tervgazdálkodó világban – még korai lett volna a dán példa követése, akkor még ilyen meg nem valósító gazdasági, társadalmi, politikai feltételrendszer uralkodott.

Húsz év múlva azonban, 1989-1990-ben, s utána célszerű lett volna élni az alkalommal, látva a dánok időközben elért ötszörös, majd közel tízszeres átlagórabéres fejlődési eredményeit. Hazánkban 3-5 globális komplex vertikális rendszert kellett volna létrehozni, magyarországi rendszerközponttal, az élelmiszergazdaságban, az iparban és a gazdaság egyéb területein, – mint azt a finnek tették az iparukban, bár csak egy globális rendszert létesítve 2000-2001-ben, a Nokia megvalósításával, – s akkor most nem lennének nekünk GDP gondjaink.

Mi azonban 1990-ben és 2000-tájt is más gazdaságpolitikát és stratégiát követtünk, bár többféle gazdaságpolitikának és gazdaságstratégiának tekinthető mindaz, ami volt az utóbbi tizenhét évünkben. Nézzük! Mit is tettünk, például: az élelmiszergazdaságunkban?

Először is: kemény érzelmi töltetekkel, régi szép emlékekkel, az agrárvilágunkat visszavittük a tizenkilencedik század második felébe, legjobb esetben is legfeljebb a huszadik század első felére emlékezve, a múlt receptjeit ajánlva ezt tettük a társadalommal.

Végül ma: zömmel apró és közepes versenyképtelen parcellák több mint kétmillió hektáron; 10-15% öntözött terület helyett másfél % öntözéssel, – kiszáradó klímaalakulás mellett; 10-12 millió sertés helyett évi 4 millió körül; naprakész beszerzési és értékesítési ötkontinenses piackutatás nélkül, napi piacelemzés és naponkénti piacszervezés nélkül, minden ágazatban. Mégpedig nemcsak az élelmiszergazdaságban, s közel húsz éve piacgazdaságot emlegetve. – **Ki érti ezt?**

Pedig hazánkban a marketing oktatása az egyetemeken 1970-ben megkezdődött, mégpedig a továbbképzésben is. Már ekkor ismert volt a világirodalomból, ami magyarra lefordítva rendelkezésre állt, hogy például USA vagy skandináv szintű marketing munka nélkül már 1970-ben sem lehetett versenyképesnek lenni, mindenféle támogatások nélkül, bár ez akkor a tervgazdálkodásunkat nem zavarta!

Persze a tudati szintünk például a skandinávokhoz viszonyítva még 1990-ben is szerény szinten állt a marketing terén, országosan, az elitünkben is. S nem csak akkor. Igen rendkívüli merészség kellett 1990-től, a világ szabad piacgazdaságában, közel húsz évet várni a világszintű gyakorlati marketing tevékenység széles körű megvalósításával az iparunkban, élelmiszergazdaságunkban, s közel az egész magyar tulajdonú gazdaságunkban, az elitünkénél is, bár, sajnos, ez történt.

Nézzük! Mit is tehattünk volna 1990-ben, például: az élelmiszergazdaságunkban? – Először – mint a már ismertetett dán példa alapján ajánlható – a múlt század kilencvenes éveiben kezdve, rendszeres képzéssel, világszinten versenyképessé tenni az agrárgazdálkodókat. A falvainkban oktató termeket, házakat létrehozni, s ősztől tavaszig folyamatosan képezni az agrár termelés résztvevőit, s egyre magasabb szintre növelve ismereteiket, termelői tudásukat.

Ezzel párhuzamosan az 1989-ben Magyarországon működő mezőgazdasági termelőszövetkezeteket, állami gazdaságokat és mezőgazdasági kombinátokat néhány regionális szövetkezetbe integrálni, az agrár és feldolgozóipari termelőkkel együtt, majd a XXI. század elején az integráltságot tovább fokozni úgy, hogy már csak néhány szövetkezet adja a szervezeti keretet a beszerzéshez, a termeléshez, a feldolgozáshoz, a tároláshoz és az értékesítéshez.

A szocializmusból a kapitalizmusba, a tervgazdálkodásból a piacgazdálkodásba, majd a kapitalizmusból a globális versenyvilágba vezető úton a skandináv szintű versenyképességhez szükséges ismeretek, tudás növekedése során át kellett volna állni úgy, hogy végül a mezőgazdasági termelést a falu látja el világszintű tudása birtokában. A többi feladatot pedig a szervezet elitje – legalább is a kilencvenes években a skandinávok: dánok, svédek segítségével – hangolja össze, irányítja, vezeti eredményesen, az agrár termelők számára is arányosan juttatva a teljes profitból, úgy, mint a dánok tették és teszik a múlt század második felében kezdődően mindmáig.

Most a kérdés az, hogy mit tehetünk, mit tegyünk ezután?

Mindezek fényében milyen legyen Magyarország gazdaságpolitikája, gazdaságstratégiája az Európai Unió tagjaként működve élelmiszergazdaságunkban, iparunkban és egyéb területeken a XXI. század további időszakában?

Gazdaságpolitikánk, gazdaságstratégiánk alaptételei lehetnek:

1. Globális folytonos, naprakész beszerzési és értékesítési piackutatás, piacelemzés, piacszervezés skandináv szintű megteremtése a magyar tulajdonú gazdaság egészében, minden olyan témakörben, amelyben gazdaságosan megvalósítható.
2. Az élelmiszergazdaságunkban az elmondottak szerint, a skandináv példákat követve, megkezdeni, majd kiteljesíteni a XXI. század követelményeinek, a piaci igényeknek, a globalizációnak megfelelő, jelentős profitot hozó tevékenységek megteremtését, a versenyképesség, tudás és teljesítmény mindenkori kívánalmainak megfelelően.

A gazdaságstratégia főirányai

Marketing nézőpontból – az élelmiszergazdaságunk vonatkozásait kiemelve – a világgazdaság, világpiac helyzete és előre látható fejlődési irányzatai, hosszabb távon várható törekvései fényében fogalmazzuk meg – részben megismételve – Magyarország már ma meghatározható gazdasági főirányait.

1. Már a bevezetésben megemlítettük: Magyarország gazdasága számára e században kényszerítő erővel végig fennmarad a folytonos reformálás feladata, lehetősége, kötelessége.
2. Célszerű elfogadnunk az EU biztosok 2005. évi megállapítását, miszerint: „Ha Európa nem alkalmazkodik a globalizációhoz, múzeummá válik, míg Kína a világ műhelyévé”. Eszerint hazánk egyik gazdaságstratégiai főirányának a globalizációhoz való alkalmazkodásnak kell lennie, és pedig minden szempontból, s ez nyilvánvalóan nem csak az iparunkra és egyéb gazdasági ágazatainkra, hanem az élelmiszergazdaságunkra is vonatkozik. – Annyi az eltérés az EU biztosok 2005. évi megállapításához képest, hogy ma, több mint két évvel később, úgy tűnik, nemcsak Kína, hanem India és más fejlődő államok gazdasága is a világ műhelyévé kezd válni. Ez tőlünk fokozott ütemű alkalmazkodást követel a globalizációhoz. Nincs tovább mire várunk.
3. Az élelmiszergazdaságunkban mielőbb hozzá kell látnunk mindannak a megvalósításához, amelyekről az előzőekben leírtuk, hogy 1990-től megtehettünk volna, de nem történt meg. Először rendszeres képzéssel, világszinten versenyképpé kell tenni az agrárgazdálkodókat, a falvakban oktató termeket, házakat kell létrehozni, s ősztől tavaszig folyamatosan képezni az agrár termelés résztvevőit, egyre magasabb szintre növelve ismereteiket, termelői tudásukat.

Majd ezzel párhuzamosan – első lépésként – Magyarországon folyamatosan a mezőgazdasági termelést egy-két tucat regionális szövetkezetbe integrálni olyan módon, ahogyan azt a dánok a 20. század második felében tették, megvalósítva mindazt, amit a versenyképesség terén addig elmulasztottunk.

Később, a XXI. század során, második lépésként, mielőbb, az integráltságot tovább kell fokozni a világszintű versenyképesség teljes mértékű megvalósításához úgy, hogy hazánkban már csak néhány szövetkezet adja a szervezeti keretet a beszerzéshez, a termeléshez, majd a feldolgozáshoz, a tároláshoz és az értékesítéshez, mindezt komplex vertikális élelmiszergazdasági rendszerbe szervezve minden szövetkezetben.

Ebben az időszakban: élelmiszergazdaságunkban legalább 2-3 globális komplex rendszert kell magyarországi rendszerközponttal – a skandinávok: dánok, svédek segítségével – létrehozni, hiszen nem rendelkezünk ehhez kellő tudással és rutinnal, s fél évszázadnyi hiányosságot nem lehet addigra bepótolni. Tovább várni nem lehet.

Élelmiszergazdaságunkban az első, de legkésőbb a második lépés időszakában, meg kell kezdeni a szövetkezeteket részvénytársasággá átalakítani, miként azt a dánok is tették, s a harmadik lépésben ezt az átalakítást be kell fejezni.

A mezőgazdasági termelőket hazánkban nemhogy hátrány nem érheti a három lépés egyik időszakában sem, hanem ugyanolyan előnyökhöz kell juttatni őket mindvégig, mint azt a dánok tették. A dán módszereket mihamarabb tanulmányozni, elemezni, elsajátítani célszerű, s nálunk is megvalósítani.

Az élelmiszergazdaságunk versenyképességének világszintre juttatásához a folytonos reformálás elmaradhatatlan, s miután hazánk versenyképességében óriási az elmaradás – mint már említettük, világszinten most a 47. helyen vagyunk –, a reformálás ütemében a maximumot kell teljesítenünk.

4. Magyarország gazdasága számára – mint említettük – e században kényszerítő erővel végig fennmarad a folytonos reformálás feladata, lehetősége, kötelessége, ezért a változásokhoz állandóan és azonnal alkalmazkodnunk kell, ha nem akarunk szegény ország lenni.

A változások egyik tématerülete, amely az élelmiszergazdaságot is erősen érinti, az energia világában kényszerít ki folytonos reformálási folyamatokat. A nyersolaj árak az elmúlt öt év alatt hordóként 30 dollárról 100 dollárra emelkedtek, s ennek folytatása várható.

Az alternatív energiaforrások terén is igen gyors és jelentős innovációk folynak, s ezek igen rövidesen minket is elérnek. A világ kutató mérnökei és üzemi alkalmazói a bioalapú üzemanyagok előállítására terén is már most továbbléptek a hazánkban ma alkalmazott megoldásokhoz képest, s egy évtizeden belül még az is lehetséges, hogy nem gabonaalapú és olajosmag alapú vagy nem csak gabonaalapú és olajosmag alapú bioüzemanyag előállítás lesz a gyakorlatban. Ez – több ütemben – hol ide, hol oda az élelmiszergazdaságot a reformálásaiban erősen érinti. Minden lépést eredményesen ki kell használnunk, de ehhez nálunk szokatlan ütemű innovációkra lesz szükség.

A kutatók a napfényt elektromos energiává átalakító megoldások terén is elérték – a korábban elérhetetlennek tartott – 50%-os szintet, de ezt meghaladó eredményeket is elérhetőnek tartanak, a 100 dolláros hordónkénti nyersolaj árak mellett már versenyképesen. – Ezeken felül, például a kvantumfizika világában még ennél jelentősebb – szintén olcsó – energianyerési megoldások sem látszanak kizártnak.

Mindezen innovációk gyors fogadására és hasznosítására fel kell készülnünk, kellő időben, most mindjárt. Mindez igen sok és gyors gazdaságtaktikai lépést követel meg, s ezekhez világszintű ágazatfejlesztő specialistákra lesz szükség, s szerintünk erre nem vagyunk felkészülve. Ilyen specialisták ma inkább csak a multinacionális, globális cégeknél találhatók, főként azoknak is a rendszerközpontjaikban, igen magas javadalmazással. Ilyen vonatkozásokban mihamarabb körül kell néznünk, s lépnünk.

A változások másik tématerülete a marketing tevékenységben jelentkezett, a piacszervezés vonatkozásában tűntek fel a beszerzés és értékesítés világának újabb reformálási folyamatai. – A marketing első reformálási folyamata az USA piacán a múlt század első felében jelentkeztek, Japán számára a múlt század közepén, a nem KGST egyéb országok piacain 1965-től, a volt KGST országok számára pedig később, hazánk számára 1990-től.

A magyar elitnél a több évtizedes tervgazdálkodás ismeret és gyakorlat, a hiányos marketing ismeretek és nem kellő marketing praxis miatt azonban igazában általában Magyarországon ezután lesz szerepe ezeknek a reformálási folyamatoknak, kivéve a hazánkban működő külföldi vagy külföldiek tulajdonában lévő cégeket.

Az újabb reformálási folyamatok a globalizáció legújabb továbbfejlődésének eredményei közé tartoznak, amelyek teljes mértékben még nem ismertek, de néhány jellemző vonása már világosan látszik az ezzel foglalkozók számára.

Úgy tűnik – és ezt többé, kevésbé hazánk Brüsszelben, az EU szervezeteiben működő elitje már 2007-ben jelezte –, hogy a versenyképes beszerzés és értékesítés, meg a működés már a globális mértékű új vagy régebbi cégek esetében is legtöbbször csak akkor lehetséges, ha ezután nemzetközi együttműködésű és közös rendszerközpontú, valamint nagyméretű, jelentős tőketömeeggel ellátott háttérű, multinacionális szervezésű a cég.

Persze mi, magyarok, még ettől a gondolattól is igen messze állunk, de a gondjaink többnyire innen eredeztethetők, akkor is, ha nem tudjuk, s ez az egyik oka annak, hogy évente nem állítunk elő elegendő mértékű GDP-t a magyar gazdaság és társadalom működéséhez, működtetéséhez.

Élelmiszergazdaságunk számára 1990-től, mihamarabb, élelmiszergazdasági termékeinknek itthon, Budapesten és városaink egy részében, zömében, meg külföldön, ahol piaci igény volt akkor a magyar élelmiszergazdaság termékeire, élelmiszergazdasági plázákat kellett volna építeni magyar mezőgazdasági tulajdonosokkal, a hazai földek újra magántulajdonba kerülésével párhuzamosan. Ez akkor nem valósult meg, de most mindezt pótolnunk kell.

Mindezek hiányában, marketing szempontból, egyebek mellett ezért sem volt és most sincs mindig esély, jelentős támogatások nélkül, a folyamatos, megfelelő haszonnal járó élelmiszergazdasági termékértékesítésre. Ez 1990-től hazánkban nem érdekelt senkit, most viszont követnünk kell a reformálási folyamatokat, az új követelményeket is. Tudnunk kell azonban, hogy egyelőre ezeknek az említett, legújabb globális rendszer követelményeknek a megoldására a hogyan még részleteiben nincsen megfogalmazva. Ha élni akarunk ezután is, lesz mire figyelniük, lesz mit tennünk.

5. Minthogy a XXI. századi stratégia főirányait, hosszabb távon várható törekvéseit igyekszünk megfogalmazni, ezért előre kell jeleznünk az évszázadunk közepére, második felére várható reformálási feladatokat, változásokat is, ha reálisan legalább sejtéseink vannak ezekre.

Ilyen sejtés az, hogy az évszázadunk közepén, második felében az élelmiszergazdaságunkat érintheti a nanotechnika fejlődése olyan irányban, amely szerint segítségével várhatóan gazdaságosan előállíthatók például: keményítők, cukrok, étolajok, fehérjék és egyéb élelmiszergazdasági termékek.

A nanotechnika tíz a mínusz kilencediken méter, közérthetőbben milliommódmilliméter térségben, az atomok méretvilágában történő technikát, technikai műveleteket jelenti.

A nanotechnika segítségével ma már például cellulóz molekulák átalakítására irányuló kísérletek előrehaladott szinten folynak olyan vegyületek tömeges létrehozására, amelyek az energetikát erősen érinthetik, ha gazdaságosan üzemi méretekben is megvalósulnak, s ehhez lehet, hogy egy évtized is elég lesz. Ha ez a kísérletezés eredményhez közelítve folyik, akkor nem kizárt élelmiszergazdasági molekulák előállítása sem, olcsó vagy például ma világszerte tömegesen hulladékként meglévő molekulákból. Igencsak célszerűnek látszik kellő szinteken utánanézni, hogy világszerte hol tartanak ezek az alapkísérletek vagy netán már félüzemi, üzemi gyártásokra való felkészülések.

3.3. Nemzeti gazdasági érdekeink érvényesítési törekvései

Az előzőkben elmondottak figyelembe vételével, mindezek megvitatása, elfogadása vagy módosítása után lehet megfogalmazni a nemzeti gazdasági érdekeink konkrét, gyakorlati érvényesítési törekvéseit is. Majd ezután célszerű kidolgozni:

- a megvalósítás feltételeit, az intézményi és szervezeti hátteret;
- az Unió és hazánk hozzáállását mindehhez, az Unió gazdasága és a miénk összehasonlítását e téren az Unió élelmiszergazdasága, ipara, szolgáltatási ágazatai és a miénk vonatkozásaiban is.

Az előadást hozzászólások, vita, válaszadás követte.

Budapest, 2008. március 12.

dr. Kisfalvi Tibor
az SZVT Marketing Szakosztályának elnöke,
(az Agrárgazdasági Kutató Intézet
ny. tudományos főmunkatársa)
(mobil: 06-20-352-23-11,
e-mail: kisfalvi.t@t-online.hu)

dr. Katona Edit
a Magyar Marketing Szövetség
Agrár- és Élelmiszeripari
Marketing Klub
ügyvezető alelnöke