



# KÖZGAZDÁSZ FÓRUM

Romániai Magyar Közgazdász Társaság  
Asociația Economiştilor Maghiari din România  
Gesellschaft Ungarischer Ökonomen aus Rumänien  
Hungarian Economist's Society of Romania



## Tartalomjegyzék

### SOMAI JÓZSEF

Rajka Péter halálának 130. évfordulójára ..... 3

### LOVÁSZ ISTVÁN

Értéktéremtés a porteri értéklánc tükrében ..... 5

### SZÓCS ATTILA

Milton Friedman tudományfilozófiai szerepének rövid kritikája ..... 13

### DR. DOMOKOS ERNŐ – DRD. KRÁJNIK IZABELLA – BÁN ISTVÁN

A marketingtevékenység megszervezése  
a sepsiszentgyörgyi kis- és közepes vállalatok keretében ..... 18

### GÚZS FERENC

Elsőként indultunk és utolsók közé kerültünk! ..... 24

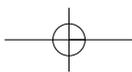
### ZEMBA ORSOLYA

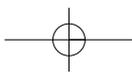
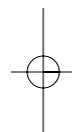
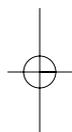
Tájékoztató a VIII. Ifjú Közgazdász Találkozóról ..... 36

RMKT hírek ..... 38

Egyetemi hírek ..... 39

A lap tartalmának román és angol nyelvű kivonata és tartalomjegyzéke ..... 40



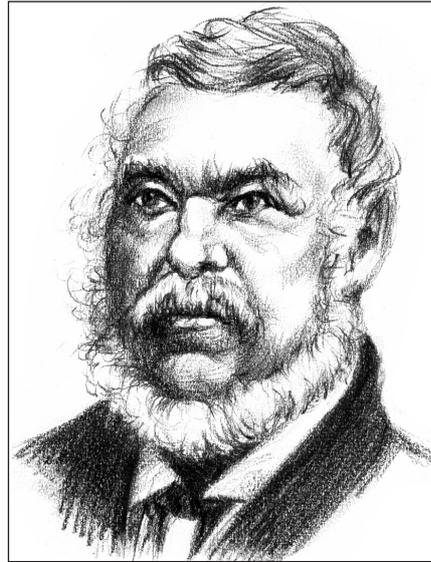


## Rajka Péter halálának 130. évfordulójára

**SOMAI JÓZSEF** főszerkesztő

– Mementó –

Rajka Péter 1807. február 11-én született Marosvásárhelyen. Ugyanitt a Református Kollégium diákja, később szülei unszolására hivatali pályán ügyködik hat évet. A nyugtalan, tehetséges, alkotásra kész fiatalembert vonzza a gyakorlat, s így 1836-ban gépészi munkát vállalva Kolozsváron köt ki. Rövid időn belül, 1837-ben, volt tanárai javallatára és támogatásával Bécsbe kerül a műegyetemre. A kiváló találmányosságú Rajka Péter, bár jó ajánlatokat kap Bécsben, hároméves tanulmánya után visszatér Kolozsvárra, s már 1840-ben gépgyárnak nevezett műhelyt nyit, ezzel pedig az erdélyi gépgyártás egyik úttörőjévé válik.



Az 1840-ben megnyílt Rajka Péter-féle mezőgazdasági gépgyár a kolozsvári Külső Felső Szén utcában tőkehiány miatt szerény körülmények között működött, azonban az ezermester Rajka a vasmunka területének minden termékére vállalkozott, hogy fenntartsa és, amennyiben lehetséges, fejlessze gépgyártó műhelyét. Az Erdélyi Gazdasági Egyesület támogatja egy részvénytársaság létrehozásában, ezen kívül az egyesület felhasználja és népszerűsíti mezőgazdasági eszközeit is. Brassai *Vasárnapi Újságban* (1944/535. szám) részletesen beszámol arról, hogy a közgyűlés első napján (1944. július 26-án) próbaszántást mutattak be Kolozsvár mellett, ahol az addig hagyományos fakormányzású ekékkel szemben kitűntek a vaskormányzású Zugmayer- és Rajka Péter-féle ekék, amelyek az előzőleg használt ekékkel szemben a felmetszett barázdaszéleket tökéletesen megfordította. Ezeknek az ekéknek a tulajdonosait pénzdíjjal tüntették ki. Igaz, Rajka már előtte (1943-ban) egy budapesti iparműkiállításon kitüntetés nyert szecs kavágójával.

Az 1848-as forradalom idején a reformkor eszméit valló Rajka, aki tudatában van annak, hogy az ősiségen alapuló feudális viszonyok és az osztrák önkényuralom gúzsba köti az iparfejlődést, közszolgálatra vállalkozik, és elnyeri a Kolozsváron alakult fegyvergyár igazgatói tisztségét, a gépgyártási szakmában elért egyedülálló eredményeinek is köszönhetően.

A szabadságharc leverése után az abszolutizmus korában nehezen bontakozott ki és állt ismét lábra, azonban erős akarata és alkotásra kész szelleme ismét sikerekhez segítet-



## 4

## SOMAI JÓZSEF

te a gépgyártás területén. Mint üzletember már az 1851. január 19-én megalakult Kolozsvári Kereskedelmi és Iparkamara alelnöke lett, majd nehéz gazdasági, pénzügyi feltételek mellett 1953-ban ismét beindította új gépgyártó üzemét egy vasöntő részleggel. Új mezőgazdasági gyártmányaival sorozatosan jelenik meg és nyer elismerést a kiállításokon. Az 1966-i bécsi kiállításon modernizált ekéivel nemcsak elismerést nyert, de az akkor legmodernebb amerikai ekékkel szemben is győzedelmeskedett.

Évről évre új mezőgazdasági eszközeivel sikereket aratott nemcsak szűk kis hazájában, Erdélyben, hanem Magyarországon és külföldön is. Újításaival és találmányaival olyan hírnévre tett szert, hogy külföldi meghívásokat kapott, amelyeket azonban nem fogadott el, és itthon, Kolozsváron gyümölcsöztette kiváló képességeit.

Üzemét tőkehiány miatt alig tudta fejleszteni annak ellenére, hogy nagy volt az igény a mezőgazdasági gépei iránt, pedig tudatában volt annak, hogy a gazdálkodás modernizációjának alapvető feltétele a megfelelő új gépi eszközök meghonosítása volt. Csupán 1869-ben állt melléje a Dietrich cég és nyújtott segítséget a gyár fejlesztéséhez, ami viszont már nem hozott sok elégtételt az öregedő és betegeskedő Rajkának.

Bár a hetvenes évek elején a kedvező hitelviszonyok és javuló árak hatására beindult a gépgyártás és a mezőgazdaság gépesítése is megkezdődött, az úttörő Rajka ezt már nem tudta érdemeihez mértén kihasználni, mert már nem a találmányok, az újítás lett a prioritás, hanem a piaci érdekek, a profitszerzés, vagyis akkor már erős kapitalista viszonyokkal találta magát szemben. Ekkor már fizikai ereje sem volt, hogy versenyben maradhasson, és az erős akarató és fizikumú, mindig lendületes ember megbetegedett, és 1897. április 28-án 69 éves korában hunyt el Kolozsváron.

Élete során sokat tett közvetlen környezete és hazája felemelkedéséért, munkásságával maradandót alkotott az erdélyi gépipar kialakulásában, és életvitelével példamutató hazafiként hagyta hátra életművét az utókornak. Imre István kiváló történészünknek több művében tett eleget annak, hogy a kiváló feltalálóra, ezermesterre, hazafira, Rajka Péter életművére az utókort is méltó módon emlékeztesse (Kolozsvár első gépésze. *Igazság*, 1955/17. sz.; Rajka Péter, az erdélyi mezőgazdasági gyártás úttörője. *Korunk*, 1958/17. sz.; Rajka Péter, az erdélyi gépgyártás úttörője. *Brassai Lapok*, 1970/2.; A gépgyártó Rajka Péter. In: *A magyar nemzeti-ség története és testvéri együttműködése a román nemzettel*. Politikai könyvkiadó, 1976).

Halálának 130. évfordulója alkalmából emlékezünk a kiváló férfiúra, akinek neve ma is jelen van a vállalkozói világ köztudatában: az 1996-ban Kolozsváron létrehozott Vállalkozók Szövetsége érdemei elismeréseként az ő nevét viseli, és a minap (2006. április 22-én) a Romániai Magyar Gazdák Egyesülete Maros megyei szervezete Rajka Péter „erőművészre” emlékezve tartott rendezvényt a *Gépek a múlt, a jelen és jövő mezőgazdaságában* címmel.



## Értékteremtés a porteri értéklánc tükrében

**LOVÁSZ ISTVÁN**

A modern gazdaság kiindulópontja a fogyasztói igény. Ahhoz pedig, hogy ki lehessen elégíteni a fogyasztói igényeket, a vállalatoknak olyan termékeket (javakat, illetve szolgáltatásokat) kell előállítaniuk, melyek értéket képviselnek a fogyasztók szemében. De hogyan jön létre ez az érték? Erre a kérdésre a hagyományos válasz: az értéklánc mentén. És hogy mi is az értéklánc? Erre Porter modellje ad legmegfelelőbb magyarázatot. A következőkben a porteri értéklánc és az ennek mentén végbemenő értékteremtő folyamatokat mutatjuk be egy termelővállalat esetén. A tanulmány anyaga egy kolozsvári székhelyű közepes méretű vállalat, mely az irodai termékek piacán tevékenykedik, és egy csehországi székhelyű, de több európai országban is jelen lévő csoport leányvállalata.

A dolgozat elméleti megalapozásához Michael Porter: *Versenyelőny. Magasabb rendű teljesítmény létrehozása és fenntartása (Competitive Advantage: Creating and Sustaining superior Performance)* című, 1985-ben megjelent könyvében megalkotott modell szolgáltatott alapul, valamint Chikán Attilának, a Budapesti Corvinus Egyetem tanárának ebben a témakörben megjelent könyve: *Az értékteremtő folyamatok menedzsmentje*, mely az értéklánc-koncepció aktuálisabb és más szemszögű bemutatása.

A tanulmány elkészítése elsősorban tapasztalati ismeretek alapján történt, kiegészítve a vállalat alkalmazottaival készített interjúkkal.

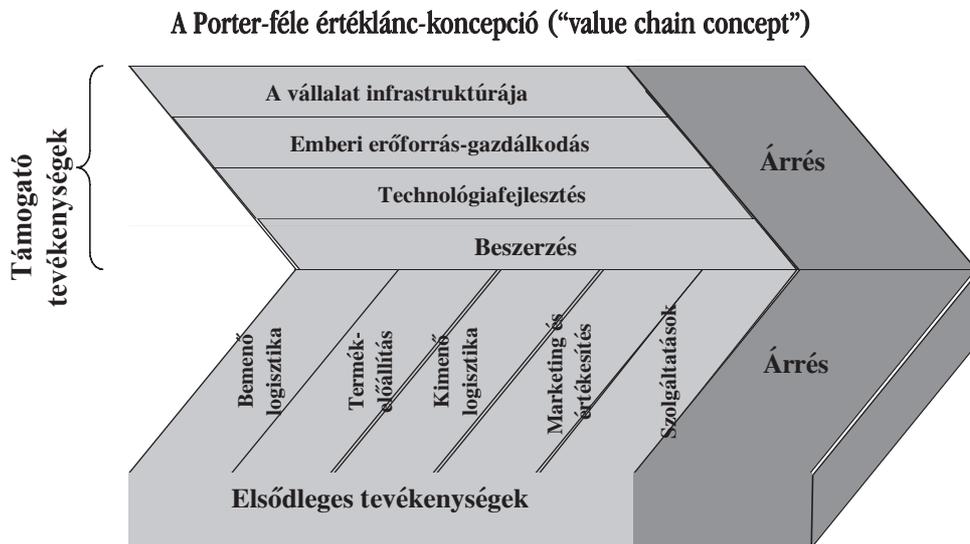
Mi is az érték? Íme néhány meghatározás.

Philip Kotlern szerint az érték a fogyasztó becslése a termék általános szükségletkielégítő képességéről.

Chikán Attila azt mondja, hogy a fogyasztói érték a fogyasztó szubjektív véleménye arról, hogy a termék milyen mértékben felel meg várakozásainak.

Dobák Miklós a következőképpen próbálja az értéket meghatározni: „A vevők nem egyszerűen a termékeket vagy a szolgáltatásokat veszik meg, hanem – közvetve – azt a folyamatot, amely az ő számukra előállítja az adott terméket, illetve szolgáltatást.” Azt az értéket, amit az árban el is ismer.

Az értékteremtés bemutatásának egyik legjobb eszköze Porter értékláncmodellje.



Az erőforrások a vállalatban értéket előállító rendszerbe szerveződnek és értéket hoznak létre a potenciális fogyasztó számára (vállalati értéklánc).

A stratégiai logikai ábra (Porter-modell): ábrázolja a vállalat általános értékteremtő folyamatát (nem funkcionális bontásban), és tükrözi, hogy a vállalat erőforrásait miképpen transzformálja a fogyasztó számára értéké.

#### **A Porter-féle vállalati értékláncmodell háttere:**

A vállalat sikerét döntően az befolyásolja, hogy mennyire hatékonyan képes mozgósítani erőforrásait termékei, szolgáltatásai értékének növelésére, a fogyasztói igények kielégítésére.

Alkalmazásával a belső adottságok felmérése a fogyasztó igényeinek figyelembevételével történik. Felderíthető, hogy a cég egyes tevékenységei hogyan járulnak hozzá a vevők számára fontos értékek előállításához, és felmérhető, hogy az érték teremtésének módja mennyiben és miben különbözik a versenytársakétól, emellett pedig meghatározhatók azok a stratégiák, amelyekkel a cég képes lesz versenytársainál nagyobb értéket teremteni vevőinek.

Az elsődleges tevékenységek közvetlenül eredményezik a kibocsátások értékének növekedését.

A támogató tevékenységek az elsődleges tevékenységeket teszik lehetővé. Azok hatékonyságát javítva, közvetve hozzájárulnak az értékteremtéshez.

#### **a) Elsődleges tevékenységek:**

- bemenő logisztika,
- termékelőállítás,
- kimenő logisztika,



## Értékteremtés a porteri értéklánc tükrében

**7**

- marketing és értékesítés,
- szolgáltatások.

### **b) Támogató tevékenységek:**

- beszerzés,
- technológiafejlesztés,
- emberi erőforrás-gazdálkodás,
- a vállalat infrastruktúrája.

### **a) Elsődleges tevékenységek**

#### **Az ellátási logisztika**

Az ellátási logisztika a beszerzéssel szorosan együttműködve azért felel, hogy az alapfolyamatok működéséhez szükséges külső forrásokból eredő alap-, segéd- és üzemanyagok, alkatrészek, részegységek, áruk rendelkezésre álljanak.

A vállalatnál az ellátás nagyjából a beszerzés funkcióhoz rendelt feladat, mivel az áruszállítás (külső és belső szállítás) és információszolgáltatás feladatait ez a részleg végzi, viszont a készletezés és raktározás (tárolás) elkülönült funkció.

#### **A termelés**

A termelés nem más, mint a rendelkezésre álló erőforrások egy részének felhasználása arra a célra, hogy más erőforrásokon tartós változásokat végrehajtó új javakat hozzunk létre. A termelés lényege tehát: fizikailag is megfogható új javak előállítása.

A termelés a vállalat székhelyén történik három részlegben:

1. szivacs részleg,
2. szék részleg,
3. fotel részleg.

A termék-előállításra jellemző, hogy a munka intenzív, műhelyrendszerben történik, és az előállított termékek típusainak növelésére törekszenek, mivel ez költségelőnyvel és alacsonyabb árakkal párosul.

#### **Kimenő logisztika**

Azért felelős, hogy a vállalatnál előállított termékek kellő időben, megfelelő időpontban, megfelelő mennyiségben és minőségben a fogyasztók rendelkezésére álljanak. Az a

## 8

## LOVÁSZ ISTVÁN

feladata, hogy megtervezze, irányítsa és ellenőrizze az áruáramlást és a hozzátartozó információáramlást a készraktárakból a fogyasztókig.

A kiszolgálás az ár és minőség mellett a harmadik legfontosabb szempont a vevők értékelése szempontjából, ezért a disztribúció fontos szerepet játszik a vállalati teljesítményben.

A piaci igényekre reagálva a vállalat döntően közvetítőként keresztüli értékesítést alkalmaz, csupán székhelyén és bukaresti bemutatótermében valósít meg direkt értékesítést. Ezek a közvetítők elsősorban a bútorigipari termékek forgalmazói és gyártói, akik saját üzlethálózattal, üzlettel rendelkeznek országos vagy régiós szinten. A vevők kiszolgálását országos szinten két készletezési pontból oldja meg: egy termeléspozicionált raktár (központi raktár) és egy piacpozicionált raktár (bukaresti raktár).

### **Marketing és értékesítés**

A marketing fontos része a vállalati stratégiának, mely következetesen alkalmazza a marketing mix elemeit.

Kínálatával minden fogyasztói réteget megcéloz, ugyanis a szupermarketekben kapható igénytelenebb kivitelezésű, olcsó termékektől kezdve egészen a luxus kivitelezésű, magas árkategóriájú termékekig minden szerepel kínálatában.

Az elosztási csatorna indirekt, a vállalatnak nincs saját üzlethálózata, és csak kis mennyiségben ad el végső fogyasztóknak.

Árszínvonala a konkurens cégekhez viszonyítva magasabb, mivel termékei magasabb minőségi színvonalat képviselnek.

A promóción belül a reklám, a vásárlásösztönzés és a PR azok a mix elemek, melyeket a vállalat saját maga alkalmaz. A mix ezen elemének alkalmazása azonban inkább a közvetítőkre hárul.

### **Szolgáltatások**

Szolgáltatások alatt az eladott termékek értékesítés után nyújtott szolgáltatásait értjük, mint például a betanítás, tartalékalkatrész-ellátás, karbantartás, javítás, garancia, panaszkezelés stb. Ezek a szolgáltatások növelik a fogyasztói elégedettséget, ugyanakkor fontos részei a kompetitív előnyöknek.

A cég termékei típustól függően egy- vagy háromévi jótállásban részesülnek. A panaszhelyzetek orvoslása pedig kiemelt szerepet játszik a vevők megtartásában. (A gyakori minőségi problémákat kezelni kell.)



## **b) Támogató tevékenységek**

### **Beszerezés**

A klasszikus definíció szerint (Baily-Farmer) a beszerzés célja megfelelő minőségű és mennyiségű anyag beszerzése megfelelő időben, elfogadható áron, megfelelő forrásból.

A vállalaton belül háromféle beszerzéssel találkozunk, ezek a különböző típusú szűkeletekhez és termékfelhasználáshoz kapcsolódnak: nyersanyagok és alapanyagok beszerzése, fogyóanyagok beszerzése és beruházás jellegű vásárlások. A beszerzés forrásai is különbözőek: a cég olasz és hazai szállítókkal dolgozik, illetve az anyavállalattól rendel.

### **Technológiafejlesztés**

A folyamatos fejlesztés néven ismert mozgalom szerint nincs olyan termelési folyamat, nincs olyan minőségi színvonal, amelyen ne lehetne javítani, fejleszteni. Ez a funkció magába foglalja a kutatást és fejlesztést (K+F) is. Az új termékek kifejlesztése, az innováció a vállalati megújulás forrásai. Mivel a verseny-előnyforrások mindegyikére jelentős hatással vannak, ezért a piaci siker elérésének fontos tényezői.

A vállalat tevékenysége elsősorban munka-intenzív, ezért a technológiai fejlesztésre kisebb hangsúly esik. Azonban a vállalat igyekszik a leghatékonyabb eszközöket, gépeket a munkások rendelkezésére bocsátani a termelés növelése végett.

Az innovációért elsősorban a magyarországi leányvállalat és a cseh anyacég a felelős, de a romániai leányvállalat is fejleszt, és egyre több modell előállítására képes.

### **Emberi erőforrás-gazdálkodás**

Az ember szerepe sosem volt elhanyagolható az értékteremtő folyamatokban, mára viszont a kompetitív előnyök alapjává kezd válni. Az állandó változásoknak ugyanis a legfejlettebb technológia sem képes megfelelni, hisz ezek is sorra elavulnak. Egyedül csak az ember képes alkalmazkodni, tanulni.

A vállalat termékeinek előállításában a legnagyobb szerepet az emberi erőforrás játssza, mivel a folyamatok többségükben munka-intenzívek. Nagy hangsúlyt fektetnek az emberi erőforrás motiválására. A menedzsment esetén magas bérezés, prémiumok és továbbképzési lehetőségek révén kívánják ösztönözni a jobb teljesítményt és a lojalitást. A dolgozók esetében pedig a teljesítményalapú bérezési prémiumokkal megtoldva hivatott elérni ezt a hatást. A cégről elmondható, hogy nem az alacsony bérezéssel kíván versenyelőnyre szert tenni, hanem arra törekszik, hogy alkalmazottainak biztos megélhetést tegyen lehetővé.

## 10

LOVÁSZ ISTVÁN

**A vállalat infrastruktúrája**

Ez a támogató tevékenység egy gyűjtőtégely az értékteremtő folyamatokat fenntartó irányítási és adminisztrációs tevékenységek számára, úgymint a szervezeti struktúra, minőségmenedzsment, költséggazdálkodás, teljesítménymérés, kontrolling, szervezeti kultúra stb.

A minőségmenedzsment fölött érdemes egy kicsit elidőzni, mivel a minőség növelése egyike a cég prioritásainak. Munka-intenzív termelésről lévén szó, melyben az alkalmazottakat teljesítmény alapján bérezik, és – a különböző nyersanyagok kompatibilitási problémáit is figyelembe véve – nem csoda, ha selejtes termékek is kikerülnek a termelésből, és a fogyasztókhoz jutnak. Ezen problémák kezelése kiemelt fontosságú.

**Az árrés (haszonkulcs, profit)**

„...mert méltó a munkás a maga bérére” (Lukács 10,7)

A vállalat értéklánca által elért teljesítmény fokmérője az árrés (az a többlet, amit a fogyasztó hajlandó megfizetni a termék előállításának költségein felül). Ez mutatja meg, hogy mennyire működik jól a vállalati „gépezet”, milyen eredményesen látták el feladataikat az előzőekben vázolt funkciók, illetve mennyire volt jól koordinált a köztük lévő kapcsolat. Ugyanis egy cég sikeressége nemcsak azon múlik, hogy egyes osztályai milyen jól látják el feladataikat, hanem azon is, hogy az egyes osztályok tevékenysége milyen jól koordinált.

Mennyire sikeres a vállalat?

A vállalat áraiban többkategóriás haszonkulcsot alkalmaz, a különböző vevőcsoportok minőségének megfelelően (vevői hűség, rendelési mennyiség, gyakoriság stb.):

**Az alkalmazott haszonkulcsok és árak**

Árkatégória	Haszonkulcs (%)
5. Árkatégória	20–22
4. Árkatégória	25–27
3. Árkatégória	32–35
2. Árkatégória	40
1. Árkatégória	50

Ha figyelembe vesszük azt az értékesítési arányt, melyet az egyes kategóriákban sikerült megvalósítani az elmúlt évben, megkapjuk azt az átlagos haszonkulcsot, melyet a vállalat megvalósított:

## Az eladások százalékos összetétele

Árkatégória	Elért értékesítés (%)
5. Árkatégória	65
4. Árkatégória	25
3. Árkatégória	8
2. Árkatégória	1,5
1. Árkatégória	0,5

$$HK = 0,65 * 21\% + 0,25 * 26\% + 0,08 * 33,5\% + 0,015 * 40\% + 0,005 * 50\% = 23,68\%$$

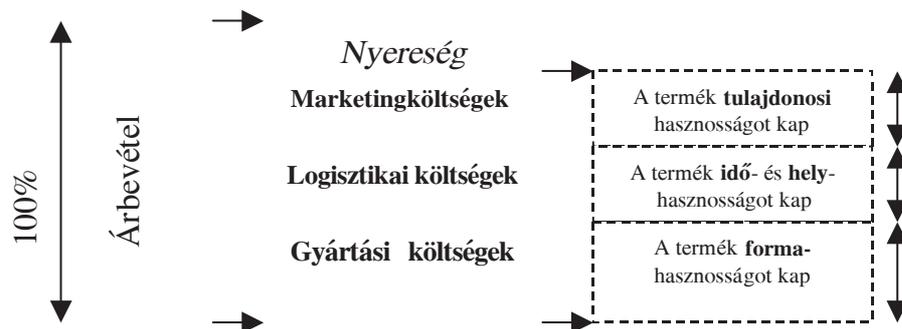
Átlagban tehát a vállalat 23,68%-os haszonkulccsal értékesíti termékeit.

## Következtetések

Az üzleti vállalkozás olyan emberi tevékenység, amelynek alapvető célja, létének értelme a fogyasztói igények kielégítése nyereség elérésével (Chikán).

A vállalat csak akkor tud fogyasztói igényeket kielégítő termékeket előállítani, ha tevékenysége során a fogyasztók számára értéket hoz létre. A következő ábra pedig, ezt kiemelendő, azt kívánja szemléltetni, hogy a különböző tevékenységek hogyan hoznak létre a fogyasztók számára olyan hasznosságot (értéket), melyet hajlandók megvásárolni:

## A költségek rétegződése az árbevételben



(Szegedi-Prezenszki)

A termék-előállításához kötődő tevékenységek és költségek révén válik lehetővé olyan termékek előállítása, melyek képesek a fogyasztói igények kielégítésére. Olyan székeket állít elő a vállalat, melyek tetszetősek, kényelmesek és tartósak, ezért van az, hogy a cég székeinek az értékesítése évről-évre nő.

A logisztika révén a cég termékei eljutnak az ország minden részébe, és pedig azért, hogy a vállalatnak az ország minden részében van közvetítője, melyek a végső fogyasztóknak biztosítják a térbeli és időbeli elérhetőséget. A saját járműpark és a rendszeres kiszállítások nagyban hozzájárulnak az előállított értékek magas színvonalának biztosításához.

A marketing növeli a tulajdonosi értéket és nagyobb hasznosságérzetet gerjeszt, amit a fogyasztó a termék birtoklásakor érzékel. Azon túl, hogy a székek kényelmesek, a fotelek és az ergonómikus székek bizonyos státuszt kölcsönöznek használóiknak, a konferenciaszékek pedig a fontosság érzetét adják.

Mivel ennek a vállalatnak sikerült a fogyasztók számára mind a négy értékdimenzióban megfelelő nyújtani, „méltán megérdemli” azt, hogy a piacon maradjon és nyereséget realizáljon.

### Irodalomjegyzék

Chikán Attila – Demeter Krisztina: *Az értékteremtő folyamatok menedzsmentje: termelés, szolgáltatás, logisztika*. Aula Kiadó, Budapest, 1999.

Chikán Attila: *Vállalatgazdaságtan*. Aula Kiadó, Budapest, 1997.

John L. Gattorna: *Managementul logisticii și distribuției*. Editura Teora, București, 2001.

Philip Kotler: *Marketingmenedzsment*. Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 1999.

Szegedi Zoltán – Prezenszki József: *Logisztikamenedzsment*. Kossuth Kiadó, Budapest, 2003.

Vörösmarty Gyöngyi: *Beszerezés* (jegyzet). Aula Kiadó, Budapest, 2004.

<http://www.themanager.org/models/ValueChain.htm>

<http://www.tsf.hu/new/gazdtan/files/187.htm>

<http://www.quickmba.com/strategy/value-chain.htm>

## Milton Friedman tudományfilozófiai szerepének rövid kritikája

**SZÓCS ATTILA**

Milton Friedman közismert írását (*The Methodology of Positive Economics*, 1953) időközönként újraértelmezik és kritizálják (Wible: 1982), ennek ellenére az értelmezések és kritikák sora nem okoz látványos kárt az írás elismertségében, hisz még mindig az egyik leginkább idézett és hivatkozott esszé a gazdaságelmélet területén. Boland (1979) különlegesnek találja azt a tényt, hogy mindazok ellenére, hogy a Friedman-cikket a különböző folyóiratokban szinte csak kritika érte, mégis a legtöbb tankönyv idézi, és egészen sajátos magyarázatot talált erre az ellentmondásra. Egyetlen mondatban minden eddigi kritikát szőnyeg alá seprert azzal az egyszerű érveléssel, hogy egyikük sem értette meg igazán a *Pozitív közgazdaságtan módszertanát*. Szerinte a megoldás tulajdonképpen az instrumentáliszmusban rejlik, amire Friedman is az elméletét építette. McLachalan és Swales (1982) szerint bármennyire is bebizonyosodna – Boland törekvéseinek köszönhetően –, hogy Friedman elmélete következetes, még mindig nem győzött meg bennünket sem Boland, sem Friedman arról, hogy a közgazdász társadalomnak el kellene fogadnia és alkalmaznia kellene az elméletet.

Megtörténhet, hogy *Pozitív közgazdaságtan módszertana* létrejöttéhez lényegesen hozzájárultak azok a kritikák, amelyeket Patinkin (1949) fogalmazott meg Friedman korábbi munkásságával kapcsolatban (Leeson: 1998). Patinkin többek között metodológiai következetlenséggel vádolta Friedmant, s úgy értékelte, hogy munkássága épp azokon a területeken mutat hiányosságokat, amelyeken más kutatásokkal szemben szigorú elvárásai voltak. Patinkin szerint Friedman messze eltávolodott az empirikus ellenőrzés gyakorlatától, amit más kutatóktól mindig megkövetelt. A folyamatos kritikákra Friedman 1948-ban azt válaszolta, hogy már dolgozik egy tanulmányon, ami azokra a metodológiai problémákra jelentene választ, amelyeket Patinkin korábban megfogalmazott (Leeson: 1998).

A *Pozitív közgazdaságtan módszertana* legmeghatározóbb és leginkább vitatott tétele az, ami a hipotézisek érvényességének bizonyítására vonatkozik. A friedmani értelmezésben egy hipotézis érvényességének egyedüli tesztje az előrejelzések és a tapasztalat összehasonlítása. Rotwein (1959) nem tartotta elfogadhatónak Friedman tételét, miszerint a realisztikus hipotézisek bennfoglalt (implicit) előrejelzéseket tartalmaznak, amelyek egy elmélet érvényességének megfeleltethetőek. A tudományos vita kialakulásának okát Wible (1982) abban a törekvésben látja, ami rendkívül fontos filozófiai problémákat von be a gazdaságtani gondolkodásba. A tudományfilozófia legfontosabb kérdése Wible szerint az,



hogyan elkerülhető-e egyszerre a tudományelmélet két olyan nézete, mint a szkepticizmus és a fideizmus.

Jelen esetben a szkepticizmus azt a gondolkodásmódot képviseli, ami a végső tudást elérhetetlennek tekinti, a fideizmus pedig azt jelenti ki, hogy adott bizonyítatlan hipotézisek elfogadhatók a kutatások kiindulópontjaként.

Friedman értelmezői és kritikusai különbözőképpen viszonyultak a szkepticizmus és fideizmus problémájához. Rotwein, Hume-ra hivatkozva, a fideizmus egy szélsőséges formáját vállalta fel, Boland hosszú távon a szkepticizmust, rövid távon pedig a fideizmust tekintette elfogadhatónak (Wible: 1982). Ha elfogadjuk Wible érvelését, akkor egy rendkívül furcsa végkövetkeztetést fogalmazhatunk meg. A pozitív közgazdaságtan értelmezései olyan gazdaságtan képét sugallják, amely nem kritikai vizsgálódásra építkezik, hanem hitre, hiszen, Bolandot és még néhány kutatót kivéve, egyetlen modern közgazdász sem vette komolyan az indukció és a szkepticizmus problémáját. A következtelenség és fogalmi tisztázatlanságok mellett a Friedman-esszé talán a fideizmus vállalása miatt érte a legtöbb kritika. Bradynél (1986) újra találkozunk a gyakran emlegetett hit fogalmával. Szerinte ahhoz, hogy Friedman módszerét alkalmazhassuk, szükség van valamiféle hitre, ami nagyon hasonló a vallásos hithez.

Miközben a szakma számára a modern tudományok és a pozitív közgazdaságtan fideisztikus és következtelen jellege nem tűnt fel, Boland (1979) a problémát megfogalmazva úgy találta, hogy képes egy használható rendszert ajánlani a pozitív közgazdaságtan következtelenségének biztosítására. Amint már említettem, egyes szerzők (McLachlan és Swales: 1982) szerint Boland semmilyen kézzelfogható érveléssel nem szolgált a pozitív közgazdaságtan javára, ugyanakkor érvelése következtelennek bizonyult, hasonló hibákat követve el, mint amelyekért Friedmant is kritika érte. Boland a helyzet megoldására az instrumentalizmus megközelítését ajánlotta, aminek értelmezésében a hipotéziseket az előrejelzés hasznos eszközeinek kell tekintenünk, de ezentúl nincsen szerepük, jelentőségük. Boland (1979) úgy találta, hogy az instrumentalizmus reális alternatívát biztosíthat a konvencionalisták (pl. Rotwein) számára az indukció problémájának megoldásában. A szkepticizmus és fideizmus eredeti problémájára visszatérve, a konvencionálizmust olyan tudományelméleti megközelítésnek tekinthetjük, amely felismerve a tudás végső megismerésének lehetetlenségét, a valószínűségszámítás eszközéhez fordult. Wible (1982) szerint ez nem jelent mást, mint hogy a szkepticizmus problémáját megkerülve egy elmélet érvényességét a tudományos világba vetett hitre építjük (itt, amint látjuk, újra előkerült a hit problémája és szerepe). Mivel a valószínűség érvényessége nem bizonyítható (Wible: 1982), az érvényesség alapját a tudományos közösség által elfogadott





konvenció biztosítja. A hit fogalmának használata különösen fontosnak bizonyul ott, ahol könnyedén áttekinthetővé teszi a különböző megközelítésekben rejlő esetleges érvényességi hiányosságokat vagy a megközelítések közötti különbségeket. Természetesen megkérdőjelezhető azoknak az elméleteknek a hitelessége, amelyek a hitre alapoznak.

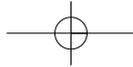
A különböző metodológiák alkalmazhatóságával kapcsolatban, a friedmani módszertanhoz kötődő tudományos vitában az indukció problémája többször is központi szerepet kap. A központi kérdés az indukcióval kapcsolatban: hogyan lehet általános törvényt megfogalmazni véges számú történések, adatok egymásutániságából.

Hoovernek (1984), akárcsak a fent említett szerzőknek, fenntartásai voltak Boland és Frazer meglátásával kapcsolatban, miszerint Friedman módszertanát az instrumentalizmus tudományelméleti vonulatának részeként kell értelmeznünk, ő azonban nem kérdőjelezte meg a feltevés érvényességét. Hoover (1984) szerint nem elfogadható a követelésük, hogy az instrumentalizmust a rövid távú tervezés módszerének kell tekintenünk. Boland (1982) nyíltan kijelenti, hogy az instrumentalizmus a rövid távú gyakorlati problémákra korlátozódik, Hoover számára azonban az instrumentalizmus még a rövid távú problémák esetében sem tekinthető használható metodológiának. Boland szerint Friedman mint instrumentalista számára az igaz előrejelzések biztosításában a hipotézisek kiválasztása ezeknek a sikerességén alapszik. A megfogalmazással az a probléma, hogy elrejtje a tényt, miszerint sikeresnek bizonyult hipotéziseket könnyedén megjelölhet a kutató, azonban a cél az lenne, hogy az előrejelzések bizonyuljanak sikeresnek. Ha az instrumentalizmus tökéletes logikai következetességgel olyan problémákat old meg, melyek megoldásait már ismerjük, akkor nem tekinthető hasznos módszernek.

Friedman és az instrumentalizmus kapcsolatának van egy olyan oldala is, ahol a friedmani instrumentalizmust a Dewey-féle *instrumental philosophy* egy sajátos változatának tekintik. Pontosabban Wible az 1984-es publikációjában Dewey instrumentális filozófiájából vezeti le Friedman módszertanának instrumentalizmushoz való rendelését. Ha nagyon röviden áttekintjük azt a logikai szerkezetet, ami Wible-t a végleges következtetéshez vezette, akkor a következő lépéseket jelölhetjük meg:

- Wible rokonságot vél felfedezni Popper és Dewey gondolkodásmódja között.
- Elfogadva Boland érvelését, Friedman módszertani instrumentalista.
- Elfogadva Lakatos érvelését, miszerint Popper konvencionalista, akkor Friedman módszertana a popperi gondolkodásmód egy sajátos változata.
- Minekutána pedig Popper és Dewey között kapcsolatot teremtett, egyértelműen következik a fentiekből, hogy:
  - Friedman módszertana egy sajátos változata Dewey filozófiájának.





A fenti érvelésnek túlzottan sok hiányossága van ahhoz, hogy alkalmazhatónak tekintsük. Wible fenntartás nélkül elfogad mások által használt felcímkezett elméleteket, filozófiákat, majd leegyszerűsített szerkezetek mentén kialakítja következtetéseit, amelyek, ami a tudományos igényességet illeti, a fentiekből adódóan gyenge alapokon állnak. Ha elméleteket rokonítunk, lényeges, hogy az árnyalatnyi különbözőségekre is érzékenyek legyünk, ellenkező esetben komoly hibákat követhetünk el. Dewey instrumentális filozófiája teljességgel elhatárolja magát a tudomány instrumentális látásmódjától, és Wible érvelését két más szerző is kivételezte (Liebhafsky és Liebhafsky: 1985), kritikájukra azonban Wible újabb tanulmánnyal válaszolt.

Friedman esszéjének egy alaptétele számos kritika számára biztosított témát, amelyeket annyiban találtam érdekesnek, hogy több szempontból marasztalták el, mondhatni az idők során teljesen körülrágták, bár nem tűnik úgy, hogy ezáltal valami is letisztult volna. Friedman metodológiája szerint egy elmélet értékét annak előrejelző ereje határozza meg. Ebből egyenesen következik a friedmani érvelés szerint, hogy a hipotézisek egyetlen hiteles próbája az eredményekkel való összehasonlításuk. Zavaró következményei vannak ennek a gondolatmenetnek, mert a jövőbe helyezi az elmélet értékelésének lehetőségét. Adott konkrét esetben éveket, akár évtizedeket is kellene várnunk ahhoz, hogy a hipotézisek érvényességével kapcsolatban teljes bizonyossággal dönthessünk. Ha pedig az elméletet alkalmazva mégis van arra lehetőség, hogy a jelenben teszteljük a hipotéziseinket, akkor sincsen pontosan meghatározva, mit ért ő előrejelző erő alatt (predictive power). Amennyiben pedig a jövőbeli tapasztalatoknak kell teret biztosítani a hipotézisek tesztelésére, számos probléma felmerülhet. Könnyen megtörténhet, hogy a jövőbeni történések, főleg a gazdasági szférában bekövetkezettek, már egyáltalán nem igényelnek olyan elméletet, amely elmagyarázza, miért következett be az, ami bekövetkezett. Egy elméletnek gyakran döntési felületet kell biztosítania vállalatok számára, és így arra van a legnagyobb szükség, hogy a jelenben tesztelhesük az érvényességüket. Ugyanakkor megtörténhet, hogy idővel annyira követhetetlen módon változnak meg a kutatott jelenségeket alakító tényezők, hogy a hipotézisek és tapasztalat összehasonlítása teljességgel irrelevánssá válik.

További zavaró tényező, hogy Friedman és, úgy tűnik, Boland is, néha felcserélve ugyanazzal a jelentéssel használják az előrejelzés és magyarázni fogalmakat egy elmélettel kapcsolatban. Egy elméletnek, ami adott jelenségeket magyaráz, teljesen más formája van, mint egy olyan elméletnek, ami előre jelez.

Friedman metodológiája nem határozza meg, milyen kritériumok szerint választhatunk a különböző hipotézisek közül. Sőt: a hipotézisek kiválasztásában annak





sincsen jelentősége, hogy igazak-e vagy hamisak. A fent tárgyalt szkepticizmus és fideizmus tudományelméleti problémájához ezen a ponton kötődik a metodológia tárgyalása. Az én meglátásomban, a különböző tudományelméleti megközelítések viszonyát szemlélve, Friedmant fideizmussal jellemezném.

A következetesség azt igényli ezek után, hogy megvizsgáljuk, a friedmani metodológia milyen mértékben használható, és ennek elvégzésére a legideálisabb, ha éppen a Friedman által végzett előrejelzéseket vizsgáljuk meg. Hosszú listát lehet készíteni azokról a Friedman által végzett előrejelzésekről, amelyek nem igazolódtak be, kezdve az 1969–1971-es előrejelzéstől az infláció és a reál GDP alakulásáról (Friedman, 1971), ahogyan nem következtek be az 1971 utáni előrejelzések sem: az 1974–1975-ös előrejelzés a kőolaj árának és mennyiségének változásairól, az OPEC kartell folytatólagos létezése, az inflációra vonatkozó előrejelzések 1981 és 1985 között.

### Irodalomjegyzék:

- Boland, L.: A Critique of Friedman's Critics. *Journal of Economic Literature*, 1979. Vol. 17. June.
- Brady, M. E.: A Note on Friedman's Application of his "Methodology of Positive Economics". *Journal of Economic Issues*, 1986. Vol. XX. No. 3.
- Dennis, K.: Boland on Friedman: A Rebuttal. *Journal of Economic Issues*, 1986. Vol. XX. NO. 3.
- Frayser, W. J. – Boland, Lawrence: An essay on the foundations of Friedman's methodology. *American Economic Review*, 1983. Vol. 73. March.
- Friedman, M.: The Methodology of Positive Economics. In: *Essays In Positivist Economics*. University of Chicago Press, 1953.
- Hoover, K. D.: Methodology: A Comment on Frazer and Boland. *The American Economic Review*, 1984. Vol. 74. No. 4.
- Mason, W. E.: Some Negative Thoughts on Friedman's Positive Economics. *Journal of Post Keynesian Economics*, 1980–1981. Vol. III. No. 2.
- McLachlan, H. V. – Swales, J. K.: Friedman's Methodology: A Comment on Boland. *Journal of Economic Studies*, 1982. Vol. 9. March.
- Leeson, R.: The Early Patinkin – Friedman Correspondence. *Journal of the History of Economic Thought*, 1998. Vol. 20. No. 4.
- Stanley, T. D.: Positive Economics and its Instrumental Defense. *Economica*, 1985. Vol. 52. August.
- Wible, J. R.: Friedman's Positive Economics and the Philosophy of Science. *Southern Economic Journal*, 1982. Vol. 49. October.
- \*\*\* The Instrumentalism of Dewey and Friedman. *Journal of Economic Issues*, 1984. Vol. 17. December.
- \*\*\* Institutional Economics, Positive Economics, Pragmatism, and Recent Philosophy of Science: Reply to Liebhafsky and Liebhafsky. *Journal of Economic Issues*, 1985. Vol. 19. December.



## A marketingtevékenység megszervezése a sepsiszentgyörgyi kis- és közepes vállalatok keretében

**DR. DOMOKOS ERNŐ - DR. KRÁJNIK IZABELLA - BÁN ISTVÁN**

A kolozsvári Babeş-Bolyai Tudományegyetem sepsiszentgyörgyi magyar tagozata és a Kovászna Megyei Kereskedelmi és Iparkamara közös szelektív kutatást végzett sepsiszentgyörgyi kis- és közepes vállalatoknál, amelynek egyik fontos célja a pontos helyzetkép kialakítása a marketingtevékenység megszervezéséről.

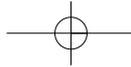
A felmérés összehasonlítási lehetőséget biztosít egy 2002-ben végzett hasonló csíkszeredai kutatás eredményeivel, amelyeket a magyarországi Központi Statisztikai Hivatal tudományos folyóirata, a *Statisztikai Szemle* közölt.

A kérdőíves felmérést a szerzők közvetlenül irányították, a kérdezőbiztosok szerepét az I. éves egyetemi hallgatók vállalták fel. A szelektív statisztikai kutatás módszereivel kiválasztott reprezentatív vizsgálati minta 103 kis- és közepes vállalatot ölelt fel. Az alkalmazott módszertan szerint a kutatási eredmények megbízhatóan kiterjeszthetők a több mint kétezer sepsiszentgyörgyi kis- és közepes vállalatra. Ismereteink szerint az ilyen témájú vizsgálat úttörő jellegű Romániában, eredményeinek közzététele reményeink szerint hasznosítható lesz a hazai gazdasági élet szereplői, szervezői, irányítói számára. Nem elhanyagolható az a tény sem, hogy az egyetemi hallgatók bevonása konkrét kutatási témák megoldásába didaktikai szempontból is kiemelkedő fontossággal bír.

Szeretnénk kihangsúlyozni, hogy a továbbiakban bemutatásra kerülő adatok megszerzésének egyedüli gyakorlati módja az általunk alkalmazott terepkutatás, mivel e téren nincsenek statisztikai vagy egyéb hasonló források.

Kutatásunkban a marketing fogalmának korszerű értelmezéséből indultunk ki, miszerint ez olyan tudatos, széles információbázison alapuló irányítási, gazdálkodási és piachelyettesítő tevékenységek összessége, amelyek a vállalatot, a termelést (szolgáltatást) a vásárlók igényei alapján szervezik, a fogyasztók vásárlóerejét meghatározott termékekre vagy szolgáltatásokra irányuló tényleges szükségletté alakítják, a termékeknek (szolgáltatásoknak) a vásárlóhoz vagy a végső felhasználóhoz való eljuttatását szervezik, összehangolják és biztosítják. És mindezt olyan módon teszik, hogy a vásárló maradéktalanul elégedett legyen, és ezáltal a vállalat számára a lehető leggazdaságosabban hosszabb távon is elérhetővé válják a szükséges mértékű nyereség.

A marketingtevékenység megszervezésére vonatkozóan a szakirodalom a következő lehetséges változatokat fogalmazza meg:



## A marketingtevékenység megszervezése...

19

- a. a hagyományos részlegek keretében, felosztva (pl. beszerzés, termelés, eladás stb.);  
 b. a hagyományos részlegek egyikében összpontosítva;  
 c. egy szakosított marketingrészleg keretében, amely közvetlenül a felső vezetésnek van alárendelve;  
 d. szakosított marketingigazgatóság keretében.

A megkérdezett 103 cégből 84-ben nincs szakosított marketingrészleg, de a vezetőség tudatában van e tevékenység fontosságának.

A kérdésre adott válaszokat a következő táblázat tartalmazza, számszerűen és százaléklban kifejezve:

Minta = 103	Számszerűen				Százaléklban			
	a	b	c	d	a	b	c	d
	58	26	14	5	56,72	25,37	13,43	4,48

1. sz. táblázat

Az adatokból kiderül, hogy a sepsiszentgyörgyi kis- és közepes vállalatok vezetőségei ma már tudatában vannak a marketingtevékenység fontosságának, de csak 17,91 százaléklban van szakosított marketingrészleg vagy -igazgatóság (2002-ben Csíkszeredában ez a szám 11 százalék volt).

Ezek az adatok arra engednek következtetni, hogy **a marketingtevékenység még ma is csak kezdeti, spontán szervezési, fejlődési szakaszban van.**

A felmérés következő kérdése arra vonatkozik, hogy a létező szakosított marketingrészlegek vagy -igazgatóságok milyen kritériumok alapján működnek:

- a. funkciók szerint (marketingkutatás, kommunikáció, elosztás stb.);  
 b. földrajzi kritériumok szerint;  
 c. termékek (szolgáltatások) szerint;  
 d. piacok, ügyfelek szerint.

A válaszokat a 2. sz. táblázat tartalmazza:

Minta = 103	Számszerűen				Százaléklban			
	a	b	c	d	a	b	c	d
amelyből 19 esetben létezik szakosított marketingrészleg vagy -igazgatóság	6	4	2	7	31,58	21,05	10,53	36,84

2. sz. táblázat

## 20 DR. DOMOKOS ERNŐ – DRD. KRÁJNIK IZABELLA – BÁN ISTVÁN

Amint az adatokból kiderül, a szakosított marketingrészlegek vagy -igazgatóságok 31,58 százaléka funkciók szerint van megszervezve, 21,05–10,53 százaléka földrajzi kritériumok és termékek szerint, míg 36,84 százaléka piacok, ügyfelek szerint.

A felmérés következő kérdése a kimondottan marketingtevékenységgel foglalkozó alkalmazottak számára vonatkozik:

- a. 1
- b. 2–5
- c. több mint 5

A válaszokat a 3. sz. táblázat tartalmazza:

Minta = 103	Számszerűen			Százalékban		
	a	b	c	a	b	c
	84	17	2	81,55	16,50	1,95

3. sz. táblázat

A táblázatból kitűnik, hogy a vizsgált vállalatok túlnyomó többségében kimondottan a marketingtevékenységgel csak egy-egy alkalmazott foglalkozik, ezzel szemben a több mint 5 marketinges személyt foglalkoztató cégek száma nem éri el a 2 százalékot sem, ami aláhúzza az eddig megfogalmazott konklúziókat.

A következőkben a felmérés arra keresi a választ, hogy a marketingtevékenységgel megbízott alkalmazottak milyen képesítéssel rendelkeznek:

- a. alapfokú
- b. középfokú
- c. felsőfokú

A 4. sz. táblázat a következőképpen csoportosítja a válaszokat:

Minta = 103	Számszerűen			Százalékban		
	a	b	c	a	b	c
ahol összesen 152 marketingre szakosított alkalmazott dolgozik	11	49	92	7,24	32,24	60,53

4. sz. táblázat

Kedvező jelnek tekinthető, hogy a marketingre szakosított alkalmazottak 60,53 százaléka felsőfokú végzettséggel rendelkezik.

A következő kérdés: Szeretne Ön vagy alkalmazottai egy marketingképzésen résztvenni?

- a. 1 nap (hétfvégén)

## A marketingtevékenység megszervezése...

21

- b. 3 nap  
c. több mint 3 nap

Minta = 103	Számszerűen			Százalékban		
	a	b	c	a	b	c
Részvételi szándék marketingképzésen	67	26	15	62,04	24,07	13,89

5. sz. táblázat

Amint az adott válaszokból kiderül, a vizsgált cégek összesen 108 alkalmazottja szándékosan speciális marketingképzésen részt venni, ebből 67 hétvégén, 15 pedig több mint 3 napos tanfolyamon.

A kutatás azt is vizsgálat tárgyává tette, hogy a sepsiszentgyörgyi cégek milyen mértékben foglalkoznak elektronikus kereskedelemmel (e-business, e-commerce): Az Ön vállalata foglalkozik-e elektronikus kereskedelemmel?

- a. igen  
b. nem

A válaszokat a 6. sz. táblázat tartalmazza:

Minta = 103	Számszerűen		Százalékban	
	a	b	a	b
	27	76	26,21	73,79

6. sz. táblázat

A fenti adatok azt bizonyítják, hogy az elektronikus kereskedelem csak a vizsgált cégek 26,21 százalékába hatolt be, ami egy kezdeti stádiumra utal.

Az elvégzett kutatás lehetőséget nyújtott arra, hogy értékeljük a cégek számítógépes ellátottságát is. A kérdőív azt a kérdést fogalmazta meg, hogy a vállalat hány számítógéppel rendelkezik:

- a. 1–5  
b. 6–10  
c. több mint 10

Az eredményeket a 7. sz. táblázat tartalmazza:

Minta = 103	Számszerűen			Százalékban		
	a	b	c	a	b	c
	84	10	9	81,55	9,71	8,74

7. sz. táblázat

## 22 DR. DOMOKOS ERNŐ – DRD. KRÁJNIK IZABELLA – BÁN ISTVÁN

Az adatok azt a tényt tükrözik, hogy a vizsgált cégek 81,55 százaléka rendelkezik 1–5 számítógéppel, 9,71 százaléka 6–10, míg 8,74 százaléka több mint 10 számítógéppel rendelkezik.

A felmérés során választ kaptunk arra a kérdésre is, hogy a cégek milyen részarányban rendelkeznek internethozzáféréssel: Rendelkezik-e a vállalat internethozzáféréssel?

- a. igen
- b. nem

A válaszokat a 8. sz. táblázat tartalmazza:

Minta = 103	Számszerűen		Százalékban	
	a	b	a	b
	78	25	75,73	24,27

8. sz. táblázat

Véleményünk szerint komoly előrelépést jelent, hogy a vizsgált cégek több mint háromnegyede ma már rendelkezik internethozzáféréssel.

A következő kérdés: Rendelkezik-e a vállalat weblappal?

- a. saját
- b. bérelt

Minta = 103	Számszerűen		Százalékban	
	a	b	a	b
	28	5	84,85	15,15

9. sz. táblázat

Pozitív helyzetet tükröz az a tény, hogy a vizsgált vállalatok egyharmada rendelkezik weblappal.

A kutatás következő kérdése arra keresett választ, hogy a vizsgált cégek az utolsó három hónap alatt milyen marketing jellegű rendezvényeket kezdeményeztek, vagy milyenek vettek részt (termékbemutatók, kiállítások, vásárok stb.).

A következő kérdés: Sorolja fel az utóbbi három hónap három marketing jellegű rendezvényét, amelyet az Ön vállalata szervezett, vagy amelyen részt vett (termékbemutatók, kiállítások, vásárok stb.)

- a. 1
- b. 2
- c. több

A válaszokat a 10. sz. táblázat tartalmazza:



## A marketingtevékenység megszervezése...

23

Minta = 103	Számszerűen			Százalékban		
	a	b	c	a	b	c
amelyből 95 vállalat szervezett marketing jellegű rendezvényeket, vagy vett részt ilyen rendezvényeken	58	21	16	61,05	22,11	16,84

10. sz. táblázat

A táblázatban foglalt adatok szerint a vizsgált minta 103 vállalatából 8 (7,77 százaléka) az utolsó három hónapban nem szervezett vagy nem vett részt egyetlen marketing jellegű rendezvényen sem, 58 vállalat 1, 21 vállalat 2, 16 vállalat pedig 3 marketing jellegű rendezvényt szervezett vagy vett részt ilyen hazai vagy nemzetközi rendezvényen.

Kutatásunk bizonyítja, hogy a tudomány mai eszköztára lehetővé teszi egy pontos helyzetkép felállítását a gazdasági élet különböző jelenségeire, folyamataira vonatkozóan, elkerülendő a szubjektívizmust, az empirizmust, a rögtönzést, illetve megalapozandó a helyes döntéseket.

A követendő irányvonalak kijelölésében, a konkrét tennivalók megfogalmazásában, a döntések előkészítésében fokozott szerep hárul a gazdasági jellegű kutatásokra, amelyekben az egyetemek is az eddiginél nagyobb részt kell felvállaljanak.

### Irodalomjegyzék

- Bauer, A. – Berács, J.: *Marketing*. Aula, Budapest, 1998.  
 Domokos, E. – Krájnik, I.: *MARKETING*, Alutus, 2003.  
 Kotler, P.: *Marketing management*. Műszaki Kiadó, Budapest, 1991.  
 Vorzsák, Á. – Szegeő, J.: *A marketing alapjai*. Alma Mater, Kolozsvár, 2004.



## Elsőként indultunk és utolsók közé kerültünk!

**GÚZS FERENC**

A címben jelzett megállapítás a vidékfejlesztés témájához, gondolköréhez kapcsolódik. E témának megvan a Romániára vonatkozó története, és ezt nem lehet figyelmen kívül hagyni, ha elemezni akarjuk, hogy hol tartunk most e kérdéskör tekintetében, továbbá hogy hol a helyünk az Európai Unióba való belépésünk döntő évében.

Most, hogy az EU-ba való belépésünk sürgős feladattá vált – hiszen a kitűzött határidő 2007. január 1. –, Románia gazdaságának helyzete napirendre került, és az ebből adódó feladatok megoldása létkérdéssé vált. Ezek keretében a mezőgazdaságunk helyzete egy olyan problémakört jelent, amit sosem lehet a napirendről levenni. Két vonatkozásban is létkérdéssé vált mezőgazdaságunk helyzete. Először is a belépési feltételek között a mezőgazdaság döntő tényező, másodsor a mezőgazdaságunk helyzete katasztrofális, világviszonylatban e vonatkozásban figyelemreméltóan rossz helyzetben vagyunk. Mindenki számára érthető, hogy a mezőgazdaság állapota tükrözi a falu, a vidék gazdasági, anyagi helyzetét.

Folyóiratunk, a *Közgazdász Fórum* előző, februári számában bemutattuk a Farmer-programot, mint a mezőgazdaságunk katasztrofális helyzetéből való kiút keresés egyik lehetséges változatát. Jelen tanulmányban a vidékfejlesztésre szeretnénk összpontosítani. Ez is egy olyan feladatkör, melynek megoldása nem választható el attól, hogy egy új fejlődési szakaszba lépünk és megteremtjük az Európai Unióba való belépés és az abban való helytállás, helytállni tudás feltételeit. Ezt a tényt igazolja az is, hogy a múlt hónap, vagyis 2006. február 16-án a fővárosban, Bukarestben, nemzetközi tanácskozást tartottak az említett vidékfejlesztés témaköréről, a Mezőgazdasági, Erdészeti és Vidékfejlesztési Minisztérium rendezésében. A szervező a minisztérium keretében működő Nemzeti Vidékfejlesztési Bizottság volt. Egyébként ez az esemény az előbb említett Bizottság megalakulásának és tagjai bejegyzésének is lehetőséget biztosított. Ez alkalommal bemutatták a Vidékfejlesztés Nemzeti Stratégiai Programját is.

A tanácskozás megnyitóját Dănuț Apetrei úr tartotta, aki államtitkári minőségében a Nemzeti Vidékfejlesztési Bizottságot vezeti. Az Európai Unió és az abban működő vidékfejlesztési programmal foglalkozó OGAURI bizottság vezetője, John Loughheed üdvözölte a tanácskozást és mutatta be az általa képviselt bizottság programját.

Ezek után következett a vidékfejlesztés Nemzeti Stratégiai Programja első változatának bemutatása, ami négy nagy témakörre épült, és pedig:



I. A jelenlegi helyzet bemutatása gazdasági, társadalmi és környezeti szempontból.

II. A vidékfejlesztési általános országos stratégia a 2007–2013-as időszakra vonatkozóan;

III. Prioritások a stratégia keretében, a rendelkezésre álló támogatások és az azok kihasználásával kapcsolatos feladatok (SAPARD, FEADR, a lisszaboni program);

IV. A hazai vidékfejlesztési programnak a közösségi (EU-s) programokkal való összehangolása.

Mindezeket kiegészítették egy ötödik ponttal, melynek témája a hazai vidékfejlesztési programokat végrehajtó, megvalósító szervek és szervezetek bemutatása.

Az előadások anyagából körvonalazódott Románia helye az Európai Unióban, területének mérete és a lakosság létszáma szempontjából: Románia területe 238 391 km<sup>2</sup>, ami 5,49% az EU-hoz viszonyítva, a lakosság létszáma 21 733 ezer fő, vagyis 4,77% a 454 900 ezer összlakossághoz viszonyítva, ami nem jelent hátrányos helyzetet. Nem mellékes annak az ismerete sem, hogyan oszlik meg az ország területe felszíni vonatkozásban: 31% hegyvidék, 36% dombvidék, 33% síkság és völgy.

Egy igen fontos tényező, mely szorosan kapcsolódik a vidék helyzetéhez, illetve annak elemzéséhez: az országnak gazdasági övezetekre, régiókra való felosztása. Az ország 42 megyéje 8 nagy körzetre oszlik, éspedig: Északkeleti körzet; Bákó, Botosán, Iași, Neamț, Suceava és Vaslui megye; Délkeleti körzet; Brăila, Buzău, Constanța, Galaț, Tulcea és Vrancea megye; Déli körzet; Călăraș, Dîmbovița, Argeș, Ghirghiu, Ialomița, Prahova, Teleorman megye, Délnyugati körzet: Dolj, Gorj, Mehedinți, Olt, Vâlcea megye; Nyugati körzet: Arad, Krassó-Szörény, Hunyad és Temes megye; Központi körzet: Fehér, Brassó, Kovászna, Hargita és Szeben megye; Bukarest körzet: Ilfov megye és Bukarest város.

A tanulmány a vidék minősítését három feltételhez, jellegzetességhez köti, éspedig:

1. a termelő tevékenység, mezőgazdasági, erdészeti, halászati és haltenyésztési környezetet karbantartó jelleg;

2. a felsorolt tevékenységek termékeinek kisipari, házipari feldolgozása, kézműipar, helyi jellegű szolgáltatások, népművészeti termékek stb.;

3. helyi jellegű szórakoztató tevékenységek, faluturizmus stb.

A vidéki jelleg egyik döntő tényezője, hogy a helység lakóinak száma ne haladja meg az 5000 főt.

A bemutatás másik fontos tényezője a népesedési (demográfiai) helyzet volt és a munkaerő aránya. A vidéken foglalkoztatott munkaerő 45,1%-ot képvisel. A 2001 és 2004 közötti években jelentéktelen, 0,4%-os csökkenés mutatkozott, aminek a háttere nem az iparosodás, hanem az adminisztratív átszervezés eredménye, ugyanis ez idő alatt 49 községet



várossá nyilvánítottak a lakosság 5000 fölé emelkedése alapján. Ami a népsűrűséget illeti, vidéki viszonylatban nem történt lényeges változás, azaz maradt a 47,7 fő/km<sup>2</sup>.

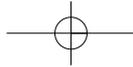
Ami a lakosság korosztályokra való felosztását illeti, a vidék egyre hátrányosabb helyzetbe kerül. Az előregedés szembetűnőbb jelenséggé vált. A 15 éven aluliak csoportja 7,1%-kal csökkent az összvidéki lakossághoz viszonyítva, tehát a kiöregedés vidéki viszonylatban megdöbbentő jelenség. A 65 évet elért korosztály 6,3%-kal nőtt az összlakosság számához viszonyítva. A jelentés még egy fontos jelenségre hívja fel a figyelmet. Míg az 50 éven aluli korosztályok viszonylatában a férfi kategória dominál 52,8%-os arányban, addig 50 fölött egyre nő a nők aránya, amely összeségében 55,8%. Ennek következménye lehet, hogy a mezőgazdaságban végzett munka férfiakra eső része terhesebb, nehezebb.

Az előadók felfigyeltek a falusi lakosság foglalkoztatottságában mutatkozó hanyatlási irány jelenségére is. Ehhez két tényező is hozzájárul: az előregedett korosztály inaktívá válása és a tőkebefektetés hiánya, de figyelmeztettek a vidéki munkanélküliség növekedésére is. A 2001-es évi 22,1%-ról 2004-ig 35,3%-ra nőtt. Ennek háttere a városi munkanélküliek vidékre való hazatelepedése volt.

Ami a mezőgazdasági termelés részarányát illeti a nemzeti össztermékben, akárcsak a nemzeti jövedelemben, valamelyes csökkenés tapasztalható, azaz mintegy 4% 1998 és 2003 között, de messze a Nyugat, vagyis az EU mögött kullogunk e tekintetben is. Nem hagyható figyelmen kívül az sem, hogy az ipari termelés terén 1990 után nagy visszaesés tapasztalható, a helyreállítás, modernizálódás alig három éve érzékelhető, de még mindig messze vagyunk egy normál helyzettől.

A mezőgazdaság keretében működő termelési ágak állapotának bemutatásának fontos része volt az ország összképének megismerésében. Hazai viszonylatban négy fő ágazatból tevődik össze: növénytermesztés, állattenyésztés, szőlőtermesztés, borászat és halászat. A növénytermesztés keretében a leg súlyosabb helyzetben a cukortermelés alapanyagát előállító cukorrépa termesztése található. A növénytermesztésünk általában kritikus helyzetben van, és ez tükröződik a hektáronkénti hozamok viszonylatában, összehasonlítva helyzetünket a fejlett Nyugattal. Így pl. míg a búza és a rozs viszonylatában az 1999 és 2004 közötti átlagtermelés hektáronként 2048 kg volt, addig a nyugati államokban ugyanez 5500 és 7000 kg között váltakozott.

Ami az állattenyésztést illeti, ott a helyzet még rosszabb. A közel 4,5 millió egyéni gazdaságban az állatlétszám 1990 óta csökkenő irányt mutat, ami 2003 után sem szűnt meg. Ugyanakkor a kis állatlétszám nem teszi lehetővé az állatok megfelelő körülmények között való tartását, aminek az a következménye, hogy az állati eredetű termékek minősége sem felel meg a nemzetközi követelményeknek. Helyzetünket a nem kielégítő minőség és a



magas előállítási költségek jellemzik. Különösen nehéz a helyzet a hús, hústermékek, a tej és tejtermékek kérdésében. Ezen a téren gyökeres változásokra lenne szükség. Egyelőre nem ígérnek türelmi időt a belépés utáni időszakra, pedig ha valahol igen, itt szükség lenne egy több éves felzárkózási időszakra.

Mind a növénytermesztés, mind az állattenyésztés vonatkozásában több éves türelmi időre lenne szükség, hogy megtaláljuk helyünket a közös piacon és meg tudjunk felelni a megszabott követelményeknek.

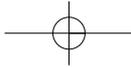
A bemutatott anyag csak részben tükrözi a román mezőgazdaság helyzetét, a megoldásra váró feladatokat. Még számtalan probléma van, amely viszont megoldásra vár. Nem került sor például a mezőgazdasági termékek feldolgozásának kérdésére, főleg ami az élelmiszeripart illeti. Ebben az esetben is hátrányos helyzetben vagyunk. Léteznek olyan ágazatok és vidékek, ahol a mezőgazdaság által szállított termékek minősége már eleve nem teszi lehetővé a követelményeknek megfelelő áru előállítását, és vannak ágazatok, ahol a rendelkezésre álló felszerelés sem felel meg az igényeknek.

A piacra juttatandó áru minőségének kérdésében a közös piac nem tesz engedelményeket. A piacra dobott áru minden szempontból meg kell feleljen a követelményeknek. A megfelelést az áruhoz csatolt minőségi bizonylat vagy az árura ragasztott címke igazolja, enélkül nem forgalmazható az áru. Ennek a szabálynak az EU-ba való belépés első napjától kell érvényesülnie. Itt nincs haladék, türelmi idő. Most folyik az elemzés hazai viszonylatban, a feladatok és tennivalók ez irányú leltározására. Ezen a téren is nagyon szorongat a 2007. január 1-jei belépési határidő.

A vidékfejlesztés részét képezi és egyben megkerülhetetlen kérdés a falu, a vidék infrastruktúrája, annak anyagi oldala. Csak a legfontosabbakat említve, ki kell térni az úthálózat helyzetére, mint a közlekedés minőségének feltételére, mint a közélet fejlődésének elengedhetetlen tényezőjére. Az a falu, község, mely nem rendelkezik megfelelő szintű, állapotú úthálózattal, kiesik a közösségből, kapcsolattartásból, elszigetelődik és lemarad. Ezért vetődik fel a kérdés, hogy mi hol tartunk ebben a vonatkozásban. Még az országos jelentőségű utak is sok szakaszon katasztrofális helyzetben vannak. Vidéken a helyzet még rosszabb. A 30–40 évvel ezelőtt aszfaltozott vidéki utakon gödör gödröt ér.

Ami a világítást, a villanyvilágítást illeti, ott is nagy lemaradás tapasztalható. Országos viszonylatban százával vannak helységek, ahova a villanyáram még most sincs bevezetve. A villanyáram árára vonatkozóan kidolgozott programmal rendelkezünk annak érdekében, hogy mikor érjük el az EU-s szintet. Ami a vidéki falusi lakosság





pénzjövödelméhez viszonyított helyzetet illeti, a lemaradásunk csak csillagászati számokkal fejezhető ki.

A fűtés problémájának megoldása is nagyon kritikus témakör. Ebben a vonatkozásban az ország zónákra oszlik. A hegyvidéken és dombvidéken, ahol erdők találhatóak, most is a fával való fűtés a domináns. Ezért nagy jelentőséggel bír az erdők visszaszolgáltatása a helyi közösségek számára. A síkvidékeken a gázfűtés, a gáz bevezetése lehetne a megoldás, azonban ezeknek a zónáknak nagyon kis hányada részesül előnyben. Azok a helységek is, amelyek bekerültek a gázfűtéssel rendelkező zónába, két nagy nehézséggel kell szembenézzenek: egyik a gázbevezetés költségei, a másik pedig a gáz ára.

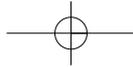
A vidék bekapcsolódásának kérdésében fontos tényező a telefonszolgálat bevezetése, azonban a telefonvonal bevezetésében a fő nehézséget elsősorban annak magas ára jelenti. A falu jelenlegi pénzügyi helyzetében ez is nagy megpróbáltatást jelent. A technika fejlődése, a mobiltelefon elterjedése és árának csökkenése lehet a megoldás a vidéken lakók bizonyos lakossági kategóriáinak számára.

A vidékfejlesztés azt is kell jelentse, hogy a helyi közösségek falvak, kisebb települések részeseivé, résztvevőivé tudnak válni a nagyobb közösségeknek, mozgalmaknak. A civil és érdekvédelmi szervezetek egyre nagyobb szerepet kell vállaljanak ebben a vonatkozásban. Az elmaradott helységek, vidékek problémái nem oldhatók meg a helyi közösségek hozzáállása, önszerveződése nélkül. A helyi felzárkózás fontos tényezője az önszerveződés, a fejlődés irányába mutató mozgalmakba való bekapcsolódás.

Nagy hátrány a vidék számára, hogy az értelmiségiek nem szívesen telepednek le vidéken, inkább városban szeretnek élni. Elterjedté vált a tanárok, tisztviselők, agronómusok, orvosok stb. ingázása falura. Ennek hátránya, hogy nincs kötődésük a helyi közösséghez és egyre kisebb a szerepük a helység és a közösség fejlődésében, pedig nélkülük, hozzáállásuk nélkül nehezen képzelhető el a falu felzárkózása. Az sem elhanyagolható szempont, hogy a vidékről, faluról a felsőfokú oktatásba benevezett és az azt elvégző értelmiségiek nem szívesen telepednek vissza falura. Innen adódik, hogy a város és a falu közötti elszakadás, különbség ahelyett, hogy csökkenne, egyre növekszik. E kérdés megoldása is a vidékfejlesztés előtt álló feladat. A falusi értelmiség hiánya óriási hátrányt jelent a vidék számára.

Nagyon fontos kérdés a mezőgazdaság által előállított termékek feldolgozásának területe, vagyis az élelmiszeripar helyzete vidéken. Olyan fontos ágazatok, mint a malomipar, halfeldolgozás, étel-előállító ipar, bortermelés stb. nagy hányadukban, mégpedig 50% fölött vidéken működnek, és fellendülőben levő iparágak nevezhetők. Az 1990 utáni visszaesést követően itt mutatkozott a legnagyobb fellendülés, ennek ellenére meg sem





közelítjük a hajdani, 1990 előtti színvonalat. Ami még ennél is lehangolóbb, hogy az élelmiszeripar újabb válságos helyzetnek néz elébe: az előállított termékek minőségéről és annak igazolásáról van szó. Először is, a milliós létszámú kis termelők által előállított nyersanyag mind a választék, mind a minőség vonatkozásában olyan nagy változatosságot jelent, hogy abból a feldolgozó nagyon nehezen tud egy egységes és igazolható, garantálható minőséget előállítani. Az élelmiszeripar esetében elemzést érdemel a technikai szint, illetve az ebben való lemaradás. Márpedig kiöregedett és elavult technikai felszerelésekkel nem lehet a közös piac követelményeinek megfelelő minőséget elérni. Ebben a vonatkozásban zónánként, körzetenként változik a helyzet. Ahol a megfelelés eléri az 50%-ot, ott a helyzet jónak minősíthető. Ebben a tekintetben egyelőre a belső piac igényeit sem tudjuk kielégíteni. A közös piacon számos élelmiszeripari termékünk szóba sem jöhet. A felvételi tárgyalásokon az élelmiszerexportban is kialakultunk magunknak kvótákat, de egyelőre a minőségi igényeket kielégítő élelmiszerárak esetében sem tudjuk lefedni felvállalásunkat, egyelőre még a belső, hazai piacról is kiszorulunk. Ez is egy olyan terület, amely nem képezi alku tárgyát, ha termékminőségről és annak igazolásáról van szó.

A helyi ipar, kisipar kérdésében történelmileg kialakult helyzettel kell szembenézni, számolni. Az 1990 előtti nagy iparosítási korszak nagy munkaerő-elszívással járt a faluról városra való áttelepüléssel. Majd az 1990 utáni ipari visszaesés, a munkanélküliség ugrásszerű emelkedése a helyzetet visszájára fordította. Beindult a visszatelepülés falura, de ez nem hozta magával a helyi ipar fellendülését. A visszatérők nem rendelkeznek a normális kisiparos számára elengedhetetlen szakmai ismeretekkel és anyagi bázissal. Számosan közülük a visszaigényelt és visszakapott földre alapozva beléptek az önellátásra termelő, nyomorgó kistermelők közé. Azok, akiknek ez sem sikerült, a helyi munkanélküliek sorait gyarapították. Az sem elhanyagolható, hogy a Farmer-program beindulása számos gazdát arra fog ösztönözni, hogy új foglalkozás után nézzen, s a mezőgazdaságon kívül keressen megélhetést. Tehát feltevéődik a helyi ipar újraindulásának kérdése is, amely idővel fontos részét fogja képezni a vidékfejlesztésnek.

A vidékfejlesztés témájához kapcsolódik a faluturizmus fellendítése is. Ez a kérdéskör is fontos szerepet kell játsszon a foglalkoztatottság kérdésének megoldásában, és a vidékiek számára a jövedelemszerzés egyik fontos eszközforrásává kell legyen. Ebből a szempontból a helyi lehetőségek felmérése és kihasználása fontos üggyé kell váljon a vidéki, falusi lakosság felvilágosítása és képzése kérdésében. A Székelyföldön az olyan témák betáplálása a köztudatba, mint az ásványvizek nyújtotta lehetőségek kihasználása, az ivókúra, gyógyfürdők felhasználása, létkérdést megoldó tételek. A külföldi turisták beszerzése és fogadása fontos feladatot kell jelentsen a helyiek számára. Ezen a téren fontos



szempont a reklám adta lehetőségek kihasználása, a kérdéskör szervezési oldalának fejlesztése, kiterjesztése. Az erre a területre szakosodott vállalkozások beindítása és fejlesztése is a vidékfejlesztés feladatai közé tartozik. A faluturizmus keretében foglalkozni kell a téli sportok fejlesztésével és reklámozásával is. Bizonyos vidékek és körzetek esetében olyan lehetőségek vannak, melyeket bűn volna ki nem használni.

A hazai vidék és környezetvédelem fejlesztésében is számos feladat vár megoldásra. Az sem elhanyagolható szempont, hogy az EU-ba való felvétel feltételei között központi súlyt kap a környezetvédelem, ahol alkudozásnak, halogatásnak nincs esélye. A környezetvédelem kérdésében egyre nagyobb jelentőséget nyer a hulladék eltakarítása, s ezen a téren is nagy feladatoknak nézünk elébe, ez pedig különleges fontosságúvá vált a tavalyi és a folyó évi árvizek okozta károk, csapások tükrében. A védőgátak rendbetétele és fejlesztése most már napirendről le nem vehető kérdés. Erdélyi vonatkozásban a környezetvédelem döntő kérdései közé tartozik az erdők állapota is. Az erdőállomány kihasználása és karbantartása is központi probléma. Bármely kihagyás vagy visszaélés több nemzedéket sújtó tényezővé válhat.

A kereskedelem szerepe a helyi lakosság szükségleteinek kielégítése minden viszonylatában az életminőség részét képezi. Az a tény, hogy milyen minőségben és milyen áron van ellátva, az életvitel szintjének része, mind körzeti, mind pedig helyi szinten. Ebben a kérdéskörben is fontos szerepet játszik az önszerveződés, s ide tartozik a fogyasztási szövetkezetek szerepe. Ebben a vonatkozásban szintén nagy a lemaradás. A két világháború közötti időszakban erdélyi magyar vonatkozásban nagy szerepe volt a Hangya szövetkezeteknek, ennek ellenére a mai fiatal vidéki nemzedék még a nevét sem ismeri. Az akkor létezett és működő szövetkezeti formák, mint a fogyasztási és értékesítési, hitel- és tejszövetkezetek, gépkölcsönző szövetkezetek, eltűntek az 1950 utáni állami beavatkozás után, ami nagy visszalépést jelentett a falu, a vidék fejlődésében.

A hitel és annak biztosítása a vidék számára a fejlesztés kulcsa, azonban jelenleg a hitel hozzáférhetetlen a vidéken lakók számára. Az elmúlt 15 év alatt különös, a maga nemében egyedülálló helyzet uralkodott Romániában. Sem a földet, sem a lakóházat és a hozzátartozó telket nem ismerték el a bankok és más hitelintézetek hitelgaranciaként. Ami a hitel-szövetkezeteket illeti, azok sem képeznek számba vehető tényezőt a vidék számára biztosított hitel kérdésében. Egyrészt a rendelkezésre álló tőke kis összege miatt, másrészt nem voltak abban a helyzetben, hogy hosszú lejáratú hitelt nyújthassanak 1–2 éven felüli határidőre. Főleg tagjaikat hitelezték rövid távon, tartós használati cikkek esetében. Tagjai főleg a városi lakosság köréből kerültek ki. Az sem hagyható figyelmen kívül, hogy nagy hányadukat, mintegy  $2/3$ -ad és  $3/4$ -ed között, pénzügyi intézkedéssel, kormányrendelettel



megszüntették a forgótőkékük nem kielégítő szintje miatt. Így alakult olyanképpen a helyzet, hogy a mezőgazdasági befektetések nem rendelkeztek hitelező háttérrel. A mezőgazdaságba történő, oda irányuló befektetés feltételezte a már létező pénzalapot, ami elengedhetetlenül szükséges volt ahhoz, hogy egy modern, a kor követelményeinek megfelelő farmrendszer alakuljon ki. Hogy 2005-ben milyen változások történtek a hitelkérdésben, arra a mezőgazdaság fejlesztésére vonatkozó program bemutatásánál térünk ki.

A vagyonbiztosítás és terménybiztosítás ügyében mintegy 600 ezer esetet tartanak nyilván a falu, a vidék esetében. Ha figyelembe vesszük, hogy a lakosságnak mintegy fele falun, mezőgazdaságból él, akkor az említett szám igen kevésnek tűnik. A vagyonbiztosítás és terménybiztosítás hiányának, rendezetlenségeinek hátrányait a vidék már megtapasztalta a 2005-ös évben. Az árvízkarok kérdésében évszázadokra kell visszatekinteni, hogy hazai vonatkozásban hasonló helyzettel találkozunk. Ennek az ügynek a rendezése, megoldása nélkül nem lehet a kor követelményeinek megfelelő vidékfejlesztésről beszélni.

A vidék fontos problémáinak a bemutatása után rátérhetünk a vidékfejlesztési program kérdéskörére. Románia ebben a tekintetben is sajátos helyzetben van, és ezt tükröznie kell a hazai fejlesztési programnak. Nem kétséges, hogy mások tapasztalatait is hasznosíthatjuk, de az általunk kidolgozott programnak tükröznie kell a hazai sajátosságokat, kihívásokat.

A Mezőgazdasági, Erdészeti és Vidékfejlesztési Minisztérium már el is indította egy program kidolgozását, mely magába foglalja ennek a területnek minden vonatkozását. Első lépésként beindította a Farmer-programot, vagyis a kor követelményeinek megfelelő technikai és technológiai haladásba beilleszkedni tudó gazdasági, gazdálkodási méret megteremtését. (A kérdést már bemutattuk a *Közgazdász Fórum* 2006 februári számában.)

Miniszteri rendelet jelent meg a Farmer-programhoz kapcsolódó kérdéskörre az életjáradékra vonatkozóan, mely kérdést a mezőgazdaság tekintetében a 2005. évi 247. számú törvénycsomag 11. fejezete szabályozza. Ez a 10 hektárnál kisebb területtel rendelkező gazdálkodókra vonatkozik, akik, ha lemondanak a föld tulajdonjogáról az állam javára, vagy eladják más mezőgazdasággal foglalkozó fizikai vagy jogi személynek, akkor hektáronként 100 euró évi életjáradékban részesülnek. Ha csak a használati jogról mondanak le, vagyis bérbe adják, akkor évi 50 euró életjáradékot kapnak hektáronként. Ez az intézkedés a Farmer-program kiegészítő része. Távolatokban mintegy 250 ezer farmgazdaság kialakítása a cél a jelenlegi több mint 1 millió (közel 1,5 millió) apró, saját fogyasztásra termelő, nem piacképes gazdaság helyett.





Mit lehet tanácsolni az ebben a kérdésben érintetteknek? Szerintünk azt lehet ajánlani, hogy válasszák a második megoldást, az 50 eurós járadékot, mert az 50 eurós különbséget biztosítani lehet az esetek túlnyomó többségében a föld haszonbéréből, és ami nagyon fontos szempont, hogy az EU-ba való belépés a föld árának ugrásszerű növekedését fogja maga után vonni. (Az sem elhanyagolható, hogy a föld tulajdonjogáról való lemondás elősegítheti a betelepítést, a magyar tulajdonban levő föld rohamos csökkenését.)

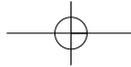
Kilátásba helyezett ügy a nyugati modellekből átvehető falugazdásznak mint a mezőgazdaság, a falu fejlesztésének ügyét kézbe vevő és levezető szakembernek a munkába állítása. Már folyik az agronómusok ilyen irányú kiképzése, felkészítése. Nagyon fontos szempont a hazai helyzet és a helyi adottságok alapos ismerete. Az agronómusi képzettség és ismeretek mellett ugyancsak szükséges a megfelelő agrárgazdasági ismeretekkel való rendelkezés, s így a falugazdásznak a vidékfejlesztésben jelentős szerep jut majd.

A terméktanácsok alakítása, szervezése folyamatban van. Az előirányzott 18 terméktanács típusból már több mint 12 megalakult, a többi beindítása is készül. Profiljuk és feladatkörük bemutatására később kerülhet sor.

Előrelépés történt a vidékfejlesztés vonatkozásában olyan fontos témakörökben, mint a statisztikai adatbázis előkészítése, kiegészítése. E vonatkozásban olyan új szempontok merültek fel, melyeket nem lehet megkerülni. Kötelezővé vált a gazdaságok bejegyzése. Beindult, de nehézkesen halad az állatállomány pontos nyilvántartása. Folyamatban van a megművelt területek keretében a parcellák légi felvételek alapján történő azonosítása és helyüknek tisztázása a hasznosítás szempontjából. A földtulajdon kérdésének tisztázása is új szakaszba lépett, ami az új, modern gazdálkodási formák kialakításának szintén fontos feltétele.

A teljes kép megrajzolása végett ki kell térnünk az öntözéses gazdálkodás kérdésére. Beindult a mintegy 2,5 millió hektárnyi, 1990 után teljesen leromlott és működésképtelenné vált öntözéses gazdálkodás restaurálása. Mint ismeretes, 1992-vel kezdődően, vagyis a termőföldnek a volt tulajdonosainak való visszajuttatásával az öntözéses gazdálkodás véget ért. A berendezéseket széthordták, és a vízvezető csatornák teljesen tönkrementek, azonban ma már jelentős előrelépés történt. Az utóbbi években több mint 800 ezer hektáron helyreállították az öntözés feltételeit, azonban komoly akadályt jelent a kérdésben a szükséges berendezések drágulása, de még annál nagyobbat az energia árának a drágulása. A földjüket visszacapott kis- és közepes gazdaságok nem tudnak beállni ebbe a programba, mert hiányoznak a szükséges belépési alapok. Az öntözéses gazdálkodás csak azokon a területeken indulhatott újra, melyeket nagy tőkével rendelkező befektetők vásároltak fel (erre jó példa a Braila-i Duna szigetek).





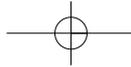
A vidékfejlesztési központi egységes program kidolgozása napirenden van. Itt két metodológiai lehetőség merül fel: az egyik út a körzetenként, megyénként a helyi program kidolgozása és azok összesítése országos szinten, vagy a fordítottja, egy országos program kidolgozása és annak lebontása megyei szintekre, így igazodva a helyi sajátosságokhoz. Úgy tűnik, hogy a második változat alkalmazása lenne a jobb megoldás. Természetesen a Nemzeti Vidékfejlesztési Bizottság irányításával zajlik ez az folyamat, amely az összeurópai szempontok figyelembevételére támaszkodik, és a bizottság feladata lenne a helyi programok országos szinten való egyeztetése is. Sajnálatos, hogy az EU-ba való belépés utolsó évében történik ez a folyamat, és természetesen mindenki számára érthető, hogy nagy késésben vagyunk és jelentős lemaradást kell bepótolnunk.

A *Közgazdász Fórum* 2005. októberi és novemberi számában kimerítően bemutatták a téma elméleti agrárgazdasági vonatkozásait. Ezekben a számokban jelent meg Ángyán József, a Gödöllői Szent István Egyetem professzorának cikke *Agrár-környezet gazdálkodás és vidékfejlesztés az Európai Unióban és Magyarországon* címmel. Az anyag tanulmányozása azért jelentős, mert a vidékfejlesztés kérdéskörében a már EU-tag Magyarország példáját tartjuk követendőnek. Láthattuk, hogy a magyar modellt állandóan tanulmányozni és az ottani tapasztalatokat hasznosítani kell.

A romániai vidékfejlesztés szempontjainak kiegészítésére talán nem felesleges a vidékfejlesztés kérdésköre történetének hazai vonatkozására kitérni, ugyanis világviszonylatban először nálunk került napirendre a vidékfejlesztés kérdése. Balázs Ferenc, Mészki falu (Torda megye, Aranyosszék) unitárius lelkészének kezdeményezésére és vezetésével 1934. január 8-án, Torda székhellyel megalakult az Aranyosszéki Vidékfejlesztő Szövetkezet. Az előkészítése már 1932-ben elkezdődött, amikor májusban a Mészki Gazdakör egy szaktanácsadót alkalmazott, több mint 20 évi tapasztalattal rendelkező agrármérnök személyében (Török Elemér). Az Aranyos folyó völgyének többi magyar faluja is felfigyelt erre a jelenségre, és elkezdtek igénybe venni a tanácsadó szolgálatait. Mai szaknyelven szólva, a vidékfejlesztés akciója tehát a falugazdász alkalmazásával indult. Két év alatt az ügy oda jutott, hogy napirendre lehetett tűzni egy olyan szövetkezet megszervezését, mely érzékeli a vidék falvainak gondjait, és módszert keres és dolgoz ki azok megoldására. Tehát programja valójában a vidékfejlesztés lesz.

A program kidolgozásának kezdeményezője Balázs Ferenc volt, aki egy 15 éves világgörülvi út tapasztalataival tért haza, különösen a falu, a vidék és a szövetkezeti mozgalom viszonylatában, és szerette volna azokat hasznosítani erdélyi magyar vidéki közösségek javára. Ahhoz, hogy megértsük, hogy elképzelései a vidékfejlesztés gondolatkörét, fő feladatait felölelték, röviden ki kell térni ezekre.





Balázs Ferenc mottója: „Aranyosszék legyen az Isten völgye”.

Ez volt az elgondolás, a program jelképe, amely nagyon fontos témákat ölel fel. Először is a szervezési kérdéskörben a szövetkezeti formát tartotta a legalkalmasabbnak a közösségek meggyőzése, bevonása és megszervezése ügyében. A helyi közösségek megerősítését és fellendítését nagyon fontos tényezőnek vélte. A helyi szövetkezetek (Hangya, hitelszövetkezetek, tejszövetkezetek és gépkölcsönzők) és a helyi gazdakörök fellendítését és bevonását döntő fontosságúnak ítélte meg.

A farmgazdaság kialakításának, mint életképes, piacképes gazdálkodási formának, nagyon fontos szerepet szánt. Megértette, hogy versenyképesség nélkül nincs előrelépés, nincs esély a közösség helyzetének javítására. A helyi közösségek megerősítésének kérdésében olyan szakemberek, támogatók közreműködését vélte szükségesnek, mint az agrármérnök, állatorvos, orvos, jogtanácsos, kertész, iparművész stb. Nagyon fontosnak tartotta a földdel nem rendelkezők munkához juttatását, és itt a helyi szövetkezeti, ipari kisüzemekre gondolt. A helyi adottságok kihasználásának gondolata is foglalkoztatta. Így pl. a faluja esetében gazdag altalajkincsként jelentkező alabástrom kínált ilyen lehetőséget.

A vidékfejlesztés kérdéskörében nem esett ki érdeklődési köréből a nép nevelése, képzése, kultúr színvonalának emelése. Ebben a vonatkozásban az akkor fellendülőben levő népfőiskolai mozgalomnak szánt döntő szerepet. A helyi infrastruktúra helyzete sem került el Balázs Ferenc figyelmét. Akciókat indított a helyi utak, utcák rendbetételére. A villanyáram bevezetése is szerepelt elgondolásai között.

A faluturizmus kérdése szintén jelentős helyet foglalt el elkézeléseiben. Felismerte és felmérte, hogy az Aranyos-völgye milyen kiváló adottságokkal rendelkezik eme vonatkozásban is.

Olyan kérdéseket megoldását tűzte ki célul, mint a termékek felvásárlása, feldolgozása, értékesítése és a lakosság ellátása szövetkezeti úton, vagyis a felvásárló, feldolgozó és értékesítő szövetkezeti hálózat fejlesztését. A hitel biztosítását is szövetkezeti úton gondolta megoldani. Mindezeket a kérdésköröket összefogó, felvállaló szövetkezeti központ, a Vidékfejlesztő Szövetkezet kellett volna intézze.

Balázs Ferencnek még volt egy egyedülálló elgondolása, és pedig az illető vidék számára egy központ létesítése, amely példaértékű modell lett volna minden helység számára. Ez mintafarmokból állt volna, és ott kellett volna lakjanak az akciót irányító szakemberek, e mintafarmoknak pedig falvanként üzemtervet kellett volna kidolgozniuk és levezetniük, figyelembe véve a helyi adottságokat.

Mivel az Aranyos-völgye vegyes lakosságú vidék, Balázs Ferenc nagyon fontosnak tartotta a szövetkezeti eszme térhódítását, mivel ez magába foglalja egymás megértését, kizár-





ja a megkülönböztetés elvének alkalmazását, hisz a közös érdek, a közös vélemény az, ami összefogja az embereket, ez az elv pedig leginkább a szövetkezeti gondolkodásban érvényesül.

Tehát az Aranyosszéki Vidékfejlesztő Szövetkezet céljai és tervezett programja tekintetében előfutára volt az Európai Unió által tervezett vidékfejlesztési elgondolásnak, mintegy 40–50 évvel megelőzve azt.

1937 májusában elhunyt Balázs Ferenc, és az 1939-ben kitört II. világháború lesöpörte az asztalról a békés együttműködés, a polgári fejlődés elveit és gyakorlatát.

#### Irodalomjegyzék:

\*\*\* A Mezőgazdasági, Erdészeti és Vidékfejlesztési Minisztérium, Nemzeti Vidékfejlesztési Bizottság közleménye a 2006. február 16-án tartott tanácskozásról, *Nemzeti Stratégiai Terv* címen

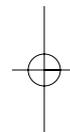
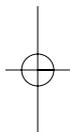
*Közgazdász Fórum*, 2005. október, 7. szám

*Közgazdász Fórum*, 2005. november, 8. szám

*Közgazdász Fórum*, 2006. február, 2. szám

Balázs Ferenc: *A rög alatt* (1928–1935). Az Aranyosszéki Vidékfejlesztő kiadása, Torda, 1936.

Balázs Ferenc: *Bejárom a kerek világot*. Kriterion Könyvkiadó, Bukarest, 1975.



## Tájékoztató a VIII. Ifjú Közgazdász Találkozóról

**ZEMBA ORSOLYA**

Ebben az évben (2006. április 7–8.) nyolcadik alkalommal került megrendezésre a RIF hagyományos vándorgyűlése, ezúttal Kolozsváron, a Bethlen Kata Diakóniai Központban. A vándorgyűlés témája a *Gazdaság. Informatika. Média* volt.

A találkozó előadói az informatika és a modern kommunikációs eszközök és lehetőségek területére kalauzolták a résztvevőket. Sikertelt neves előadók bemutatóival naprakész információkhoz juttatni a fiatal közgazdászokat.

Első nap, pénteken, április 7-én, egy lazább hangvételű programmal indított a konferencia, melynek keretén belül Dr. Radu-Adrian Mleşniță, az Európai Tanulmányok Egyetemének tanára *Quo vadis: Cluj Napoca, Kolozsvár, Clausenburg* címmel tartott előadást azokról a lehetőségekről, amelyeket a kincses város virtuális verziója rejt magában.

A telekommunikáció fontosságát ezeknek az eszközöknek az elterjedése és gyors fejlődése is meghatározza, fejtette ki Irsay Miklós, a Kopiernicus társtulajdonosa *A hazai mobiltelefon és hardware piac tendenciái* című előadásában. A telefonokat ruházati cikkekhez hasonlította, ahol a funkcionalitás mellett egyre nagyobb teret kap a divat is. A napot Kelemen Attila, a Transindex tulajdonosa-főszerkesztője és meghívottai blog témával kapcsolatos beszélgetése, bemutatója zárta. A blog napjaink egyik legdinamikusabban fejlődő kommunikációs lehetősége, mely a személyes vagy a céges PR építésének egyik fontos eszköze (lehet), ezért mindenki számára ismerős és kezelhető kell legyen.

A konferencia második napja Nagy Zsolt, Távközlési és Információs Technológiai miniszter előadásával indult. Az előadó – bátran állíthatjuk, hogy – a téma legavatottabb szakértőjeként remek bemutatót tartott *Az ICT jelentősége Románia gazdasági fejlődésében* címmel. Számadatokkal alátámasztott gazdag előadása mindenki számára hasznos tudnivalókat nyújtott. Ezt követően Dr. Ónody Sándor, a Praktiker Magyarország és Ausztria gazdasági igazgatója *Kereskedelem és informatika – folyamatos innováció a Praktikernél* című előadása következett, melynek keretében bonyolult vevő- és árukövetési technikákat mutatott be. A high-tech chippek használata teszt verzióban már működik, és rövid időn belül elterjed majd az összes üzletláncban. A hatalmas multinacionális kereskedelmi vállalatok a „sarki fűszeres” példáját követve próbálnak közelebb kerülni potenciális klienseikhez.

Egri Attila, a MOL Románia lánc fejlesztési igazgatója, a régió egyik legdinamikusabban fejlődő vállalatának képviselőjeként, *A kőolajipar fejlődése Romániában* című előadásában kitért a megújulás és megerősödés fontosságára.

Varujan Pambuccian parlamenti képviselő, az IT és Kommunikációs Bizottságának elnöke, előre beharangozott *Impactul macroeconomic al noilor tehnologii (Az új technológiák makrogazdasági hatása)* című előadásával ellentétben, az oktatás minőségi javítására és a diákok vállalkozó készségének fejlesztésére helyezte a hangsúlyt. Mint elmondta, mindennél fontosabb a jól megalapozott tudás és a fiatalos lendület.

Egy holland székhelyű befektetési tanácsadó képviselőjeként Sándor Béla értékes lehetőségeket csillantott fel a *Szoftver és BPO (Business Process Outsourcing): India helyett Erdély* címet viselő előadásában. Véleménye szerint a világpiacon változások követésével a romániai vállalkozók és informatikai szakemberek olyan lehetőségeket teremthetnek maguknak, melyekkel a nagy nemzetközi cégekkel, más fejlett országokkal vehetik fel a versenyt.

Az egyik legkötetlenebb előadást Gáspárik Attila, a CNA alelnöke tartotta, aki *A bloggolás kaptatóin* című előadásában személyes tapasztalatait osztotta meg nemcsak a bloggolásról, de a mindennapokról is, egy médiaszakember szemszögéből.

Szekeres Tibor, az ELLA vezérigazgatója, *Ella, te csodás – hogyan nőtt az ELLA 18 hónap alatt Magyarország hatodik legnagyobb lakáshitelező bankjává* előadása nagy érdeklődésre számított, hisz a jelenlévők között több bankár is helyet foglalt, így nem csoda, ha a kérdések számosak és nagyon lényegre törők voltak. Előadásából kiderült, hogy a „nyugatias” gondolkodásmód és a helyi viszonyok jó ismeretének szerencsés párosítása komoly gazdasági sikert hozhat azoknak, akiknek jól sikerült ezeket a tapasztalatokat hasznosítani.

Az utolsó előadást a *Ziarul Financiar* újság erdélyi igazgatója, Doru Pop tartotta, aki az *Evoluția investițiilor străine în Transilvania în perioada 2005/2006 (A külföldi befektetések alakulása Erdélyben 2005/2006-ban)* című előadásával pergő vitát, beszélgetést tudott kialakítani a késő délutáni órában is. Beszámolója szerint a régió fontos befektetésektől esik el olyan érthetetlen okok miatt, mint a telekszükséglet kielégítetlensége. Felhívta ugyanakkor a jelenlévők figyelmét arra, hogy igyekezzenek követni a helyi lehetőségek alakulását, és legyenek készek ezek gyors hasznosítására.

Ez volt az első olyan, Rif által szervezett konferencia, melyen a megszokott neves előadók: cégtulajdonosok, egyetemi tanárok, szakemberek mellett egy miniszter is megtisztelt jelenlétével. A konferencián jelen voltak az írott, illetve a nyomtatott sajtó, a rádió és a televízió képviselői is.

A konferenciáról utólag megjelent vélemények és kritikák alapján bátran kijelenthetjük, hogy a VIII. Ifjú Közgazdász Találkozó, hasonlóan a régebbiekhez, nemcsak sikernek, de kiváló szakmai elismerésnek örvendett.

## RMKT HÍREK

1. A Romániai Magyar Közgazdász Társaság (RMKT) 2006. április 1-jén de. 11.00 órakor szakmai találkozót tartott a *Közgazdász Fórum* 50. jubileumi számának megjelenése alkalmából az RMKT székházában. Ebből az alkalomból köszöntőt mondott Somai József, az RMKT elnöke, a *Közgazdász Fórum* főszerkesztője *A Közgazdász Fórum útja a IX. évfolyamig* címmel, melynek során kitért a gazdasági kultúrára való nevelés fontosságára és szerepére általában, illetve a fórumban. Ezt követte Coltea Tibor, az RMKT alelnökének előadása *Hatékonyság és versenyképesség Kelet-Közép-Európa nyomdaiparában a XXI. század kezdetén* címmel, melyben rámutatott a jelenlegi román nyomdaipar helyzetére, kiemelve a főbb hiányosságokat, illetve előnyöket, és összehasonlítva Románia helyzetét a fejlett országok nyomdaiparával. A találkozót élénk véleménynyilvánítás és koktél zárta.

### 2. 2%-os hozzájárulás az RMKT tevékenységéhez

A 2003/571-es sz. módosított adóügyi törvény (2004/138-as sz. H. K.) 84-es cikkelyének 2. bekezdése újabb forráslehetőséget biztosít a civil szervezetek számára, mely a tagság, illetve a szimpatizánsok hozzájárulásán alapul. E törvényt kihasználva, bármely közgazdász és RMKT-tag hozzájárulhat tevékenységünk segítéséhez, ugyanis a törvény alapján minden személy saját maga rendelkezhet az évi jövedelemadójának 2%-áról, melyet nonprofit szervezetek támogatására fordíthat. Az RMKT a törvény lehetőségeinek népszerűsítését két irányban vállalja fel: 1. népszerűsíteni a törvény nyújtotta lehetőséget bármely civil szervezet és magyar nemzetiségű román állampolgár körében, annak érdekében, hogy a romániai magyar civil szféra minél jobban ki tudja használni ezt a lehetőséget; 2. népszerűsíteni az RMKT-tagság körében a társaságunk támogatása érdekében. Alkalmazott módszerek: helyi szervezeteken keresztül megkeresni személyesen a tagságot, segítséget nyújtani az adóbevallásnál, rövid reklámok sugárzása helyi TV-ben és rádióban stb.

A jövedelemadó-bevallási nyomtatvány beszerezhető az Adóhivatalban vagy letölthető Internetről a [www.rmkt.ro](http://www.rmkt.ro) honlapról. Az adóbevallás határideje: 2005. május 15.

Társaságunk adatai:

Megnevezés: Asociația Economiştilor Maghiari din România

Cím: 400440 Cluj Napoca, str. Aurel Suciu nr.12, jud. Cluj

Adószám: 6316895

Bankszámlaszám: RO79RNCB2200000088780001

Bank: BCR Cluj

**Támogatását, mellyel Ön is hozzájárul a közgazdászok közös céljainak eléréséhez, előre is köszönjük!**

### 3. Megjelent a *Román–magyar gazdasági szakszótár*

A Román–magyar gazdasági szakszótár elengedhetetlen fontossággal bír minden gazdasági szakember és gazdasági kérdésekkel foglalkozó fiatal közgazdász mindennapi üzleti világában. A felmerülő nyelvi akadályok leküzdése érdekében **rendelje meg szótárunkat!**

**ROMÁN-MAGYAR GAZDASÁGI SZAKSZÓTÁR**

**Ütközött-e már Ön is nyelvi nehézségekbe üzleti kapcsolatai során?**

**DICTIONAR ECONOMIC ROMÂN-MAGHIAR**

**Rendelje meg a Romániai Magyar Közgazdász Társaság szakszótárát a következő elérhetőségeken:**

400440, Kolozsvár, Aurel Suciu u. 12 sz., tel./fax: +40 264 431488  
email: [rmkt@from.ro](mailto:rmkt@from.ro), [www.rmkt.ro](http://www.rmkt.ro)

## EGYETEMI HÍREK

Május 2-án és 3-án dr. Száz János, a Budapesti Corvinus Egyetem tanára *Származtatott termékek árazása* címmel előadást fog tartani a pénzügyi mesteris hallgatók számára.

Május 15–20. között dr. Bélyácz Iván, a Pécsi Tudományegyetem tanára *Vállalati pénzügyek* címmel előadást fog tartani a harmadéves diákok számára, valamint *Vállalati pénzügyi stratégiák* címmel a pénzügyi mesteris hallgatók számára.

Május 15–20. között dr. Bessenyei István, a Pécsi Tudományegyetem tanára *Pénzügyi matematika* címmel előadásokat fog tartani az elsőéves hallgatók számára.

Május 15–20. között kerül megrendezésre a Babes-Bolyai Tudományegyetem Közgazdasági Tudományok Karának Diákköri Konferenciája, melynek keretében a legkiválóbb egyetemi hallgatók lehetőséget kapnak arra, hogy kutatási eredményeiket bemutassák kollégáiknak és tanáraiknak.

Örömmel szolgál, hogy május második felében immáron a harmadik végzős évfolyamunkat búcsúztatjuk. Ezen ünnepség keretében mintegy 100 végzős közgazdász diák fog búcsút venni tanáraiktól és egyetemi kollégáiktól.

## Rezumatul revistei

### Comemorare a 130 de ani de la moartea inventatorului Rajka Péter **JÓZSEF SOMAI**

Inventatorul Rajka Péter s-a născut în Tg.-Mureș la data de 11. februarie 1807 și după o lungă activitate de fabricant în Cluj a murit tot în acest oraș la data de 28. aprilie 1876. Rajka a fost acela care în mijlocul secolului XIX. a avut multe invenții în privința mijloacelor de lucru pentru agricultură. El a fabricat și a pus în vânzare prima dată în Ardeal plugul de fier. Deasemenea a fost primul care a înființat în Cluj atelierul pentru fabricarea mijloacelor de producție pentru agricultură. Cu mijloacele lui fabricate în atelierul său a câștigat premii la multe expoziții din țară și în alte țări (Viena, Praga etc.)

\*\*\*

### Crearea valorii la firma ANTARES

**ISTVÁN LOVÁSZ**

Tema lucrării este prezentarea procesului prin care o firmă crează valoare pentru consumatori. Acest proces este prezentat în cazul firmei ANTARES ROMÂNIA (producător român de scaune) cu ajutorul modelului „Lanțul valoric”, după conceptul lui Michael Porter.

Conform modelului activităților firmei sunt grupate în activități primare (logistica de intrare, producție, distribuție, vânzare și serviciile) și activități de suport (infrastructură, HR, R&D și aprovizionare), care susțin activitățile primare. Fiecare element al modelului (activitate) este discutat în parte (locul în cadrul firmei, sarcinile, aportul în valoarea create).

\*\*\*

### Scurta critică a rolului lui Milton Friedman în domeniul filosofiei științelor

**ATTILA SZÓCS**

Arhicunoscuta lucrare a lui Milton Friedman „The Methodology of Positive Economics” după publicarea sa din 1953, din când în când devine ținta unor reîntrepretări și critici dure, cu toate acestea rămâne una din cele mai citate teorii din domeniul economiei. Prezenta lucrare analizează pe scurt critica adusă la adresa lui Friedman legat de teoria sa, dezvoltată și publicată în lucrarea menționată mai sus. Cea mai dezbătută parte a

teoriei se referă la metodologia dovedirii validității teoriilor. În conformitate cu Metodologia economiei pozitive validitatea teoriei se poate dovedi numai prin compararea prognosticilor cu experiența. Critica adusă la adresa teoriei lui o analizez prin perspectiva filosofiei științelor, și concluziile sunt formulate în conformitate cu acele metodologii a filosofiei științelor în care se încadrează teoria lui Friedman. La sfârșit prezintă acele prognostici făcute de Friedman care din 1971 nu au survenit.

\*\*\*

### **Organizarea activității de marketing în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii din Municipiul Sf. Gheorghe**

**ERNŐ DOMOKOS - IZABELLA KRÁJNIK - ISTVÁN BÁN**

Studiul reprezintă o cercetare selectivă originală privind modul de organizare a activității de marketing în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii din Municipiul Sf. Gheorghe, județul Covasna.

Cercetarea a fost realizată în partea a II-a a anului 2005 de către Extensia Sf. Gheorghe a Universității Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca și Camera de Comerț și Industrie a Județului Covasna, și a cuprins un eșantion reprezentativ de 103 firme. Munca pe teren a fost efectuată de studenții anului I, sub îndrumarea directă a autorilor.

Rezultatele cercetării arată că activitatea de marketing se află încă într-un stadiu inițial, spontan de organizare și dezvoltare, dar conducerile firmelor sunt din ce în ce mai conștiente de importanța capitală a acestei activități.

Studiul demonstrează că arsenalul metodologic al științei permite conturarea stării actuale a unor fenomene și procese economice, eliminând sau diminuând subiectivismul, empirismul, improvizația și fundamentând deciziile corecte.

\*\*\*

### **Căutarea căii de ieșire din situația actuală a mediului rural**

**FERENC GUZS**

Tema este prezentată în oglinda analizei care a avut loc la 16 februarie 2006 la București cu participarea specialiștilor interne și externe (din partea U.E.) în acest domeniu. Dezvoltarea rurală este o problemă care are aspecte specifice în fiecare țară. Asta este situația și în cazul României. Dar sunt aspecte, trăsături comune între unele țări membre

## 42

UE și țări candidate pentru UE. Uniunea Europeană are și programe comune în cea ce privește dezvoltarea rurală a țărilor membre.

În cazul țării noastre au o mare importanță concluziile care trebuie trase din experiența în acest domeniu a țărilor membre cât și sarcinile care rezultă din programul U.E.

\*\*\*

### **Informare privind a VIII-a Întâlnire a Tinerilor economiști**

**ORSOLYA ZEMBA**

În acest an a avut loc a VIII-a Întâlnire a Tinerilor Economiști în zilele de 7-8. aprilie în Centrul Bethlen Kata din Cluj. Tema generală a conferinței a fost „Economie, Informatică. Media”. Participanții au avut ocazia să asculte conferințe competente din partea unor conferențieri renumiți privind problemele mijloacelor moderne de comunicație și posibilităților actuale din domeniu.

\*\*\*

### **Comunicări**

## Contents

### **130th commemoration on the death of the inventor Péter Rajka**

**JÓZSEF SOMAI**

The inventor Péter Rajka was born in Tg. – Mureș on February 11<sup>th</sup> 1807. After working as a manufacturer in Cluj for a long time he died in the same city on April 28<sup>th</sup> 1876. Rajka was the one who in the middle of the 19<sup>th</sup> century had a lot of inventions regarding the means of work in the field of agriculture. He made and sold the metal plough for the very first time in Transylvania. He was also the first to found in Cluj the workshop for making means of agricultural production. With his means made in his workshop he won a lot of prizes on many exhibitions in his country as well as in other countries, such as Vienna, Prague, etc.

## Creating value at the company ANTARES

**ISTVÁN LOVÁSZ**

The essay deals with the presentation of the process through which a company creates value for the consumers. This process is presented in the case of the company ANTARES ROMÂNIA (a Romanian producer of chairs) with the help of the model „Value chain”, based on the concept of Michael Porter.

According to this model the activities of the company are grouped into primary activities (the logistics of entering, production, distribution, selling and services) and supporting ones (infrastructure, HR, R&D and purchasing) which support the primary ones. Each and every element of the model (activity) is discussed about in part (its place within the company, tasks, contribution of capital according to the created value).

\*\*\*

## Short criticism on the role of Milton Friedman in the field of philosophy of sciences

**ATTILA SZÓCS**

The renowned work of Milton Friedman entitled The Methodology of Positive Economics, after its publishing in 1953, from time to time becomes the target of reinterpretation and harsh criticism. In spite of all these it remains one of the most frequently read theories in the domain of economics. The present study analyses shortly the criticism brought to the address of Friedman regarding his theory and which has been largely upon and published in the above mentioned study. The part of the theory which has been mostly debated upon refers to the methodology of proving the validity of the theories. According to the Methodology of positive economics the validity of the theory can only be proved by the comparison of the prognostics with experience. The criticism on his theory is analysed from the point of view of the philosophy of sciences and the conclusions are phrased in accordance to those methodologies of the philosophy of sciences in which Friedman's theory is enclosed. Finally he presents those prognostics made by Friedman which have not happened since 1971.

## **Organisation of the marketing activity within small and middle-size enterprises in the town of Saint George (Sf. Gheorghe)**

**ERNÓ DOMOKOS - IZABELLA KRÁJNIK - ISTVÁN BÁN**

The study represents a selective and original research regarding the way of how the organisation of the marketing activity within small and middle-size enterprises in the town of Saint George (Sf. Gheorghe), county Covasna is done.

The research has been done by the Saint George Extension of the Babeş-Bolyai University from Cluj-Napoca and the Chamber of Commerce and Industries of the county Covasna in the 2<sup>nd</sup> part of the year 2005. It covered a representative sample of 103 companies. Fieldwork was carried out by 1<sup>st</sup> year students under the direct guidance of the authors.

Research results show that the marketing activity is in an initial, spontaneous stage of organisations and development, but the leaders of the companies become more and more conscious of the capital importance of this activity.

The study demonstrates that the methodological arsenal of science allows us to outline the present state of some economical phenomena and processes and to do away with or lessen the subjectivity, empiricism, improvising and to scientifically prove the right decisions.

\*\*\*

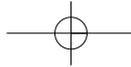
## **Looking for a way out of the present situation in the rural environment**

**FERENC GUZS**

The theme is presented within the frame of the analysis that was made in Bucharest with the participation of internal and external specialists (from the EU) in this domain on February 16<sup>th</sup> 2006.

Rural development is a problem which has specific aspects in each country. This is the situation in the case of Romania too. Yet, there are some common aspects, features among some member states in the EU and countries which are candidates for the EU. The European Union also has common programmes as far as the rural development of the member states is concerned.

In the case of out country the following have major importance: the conclusions that ought to be drawn from the experience of the member states in this matter, as well as the tasks that result from the programme of the EU.



---

## Information concerning the 8<sup>th</sup> edition of the Meeting of the Young Economists

**ORSOLYA ZEMBA**

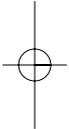
---

This year has taken place the 8<sup>th</sup> Meeting of the Young Economists in the Kata Bethlen Centre from Cluj on April 7<sup>th</sup> and 8<sup>th</sup>. The general theme of the conference was “Economics, Computer Science, and Media”. The participants had the chance to listen to competitive conferences by famous lecturers regarding the problems of the modern means of communication and present possibilities in the domain.

\*\*\*

**News**

Translated by Noémi Darvas



## Cuprins

### **JÓZSEF SOMAI**

Comemorarea a 130 de ani de la moartea inventatorului Rajka Péter ..... 3

### **ISTVÁN LOVÁSZ**

Crearea valorii la firma ANTARES ..... 5

### **ATTILA SZŐCS**

Scurta critică a rolului lui Milton Friedman  
în domeniul filosofiei științelor ..... 13

### **ERNŐ DOMOKOS – IZABELLA KRÁJNIK – ISTVÁN BÁN**

Organizarea activității de marketing în cadrul întreprinderilor  
mici și mijlocii din Municipiul Sf. Gheorghe ..... 18

### **FERENC GÚZS**

Căutarea căii de ieșire din situația actuală  
a mediului rural ..... 24

### **ZEMBA ORSOLYA**

Informare privind a VIII-a Întâlnire a Tinerilor economiști ..... 36

Comunicări ..... 38

Rezumatul revistei în limba română și engleză ..... 40

## Contents

### **JÓZSEF SOMAI**

130th commemoration on the death of the inventor Péter Rajka ..... 3

### **ISTVÁN LOVÁSZ**

Creating value at the company ANTARES ..... 5

### **ATTILA SZÓCS**

Short criticism on the role of Milton Friedman  
in the field of philosophy of sciences ..... 13

### **ERNŐ DOMOKOS – IZABELLA KRÁJNIK – ISTVÁN BÁN**

Organisation of the marketing activity within small and middle-size  
enterprises in the town of Saint George (Sf. Gheorghe) ..... 18

### **FERENC GÚZS**

Looking for a way out of the present situation in the rural environment ..... 24

### **ORSOLYA ZEMBA**

Information concerning the 8th edition of the Meeting of the Young Economists ..... 36

News ..... 38

Content of the paper in Romanian and English ..... 40