

Előre a jövőbe



Immáron magunk mögött hagytuk a 2003-as évet is. Mindannyian túl vagyunk a számvetésen, elkészítettük a pozitívumok és negatívumok mérlegét. Ideje tehát, hogy most már a jövővel foglalkozzunk, és nekilássunk az ideai tervek és célkitűzések megvalósításának. 2004 az európai uniós csatlakozásunk éve. Az uniós tagság is hozzájárul ahhoz, hogy az üzleti életben a telítődő piacok egyre fokozottabb versenyhelyzetet teremtenek, amelyben csak a legjobban felépített és a legjobban működő szervezetek maradhatnak talpon. Kihívás ez minden vállalatvezető és munkatárs számára.

A vállalatok működésében egyre fontosabb szerepet töltenek be a hatékony tervezési és irányítási rendszerek. Ugyanakkor a tervezési folyamatok igen bonyolultak, nehezen áttekinthetők, a szakemberek nem mindig a megfelelő módszereket alkalmazzák, sokszor a stratégiai és az operatív tervezés nem integrált, és a ráfordítások, eredmények viszonya sem mindig áttekinthető. Feltehetően számos vállalatnál szükség van, szükség lesz a tervezés átalakítására, modern tervezési rendszer (metatervezés) kidolgozására – állítja Hanyecz Lajos tanulmányában.

A Marketing & Menedzsment jelenlegi lapszámában a Vállalatirányítás rovat két cikke igyekszik hasznos és jövőbe mutató tervezési tanácsokat és módszereket bemutatni a jövő vállalatai számára. Mindkét írás szerint a sikeres működés alapfeltétele a jól felépített szervezeti struktúra. Minden más – termékkála, marketing, kommunikáció, ügyfélszolgálat, ár, design stb. – csak ezután következik.

A távoli jövőbe nyújt bepillantást az Energia a piacon című tanulmány, amelyben a szerző, Nagy Gábor a Royal Dutch/Shell Csoport „Energiaszükséglet, választások és lehetőségek” – Energia-forgatókönyvek 2050-ig című jövőkutatása alapján vázolja föl az elkövetkezendő 50 év lehetséges trendjeit az energiafelhasználásban. Mivel valamilyen formában mindegyik iparág függ az energiagazdálkodástól, ezért mindenki számára érdekes és hasznos tudásanyagot tár fel a tanulmány.

Folytatódik a Szonda Ipsos kutatásai alapján készült rádiópiaci tanulmány-sorozatunk is. Jelen lapszámban a felmérés második része olvasható, amely elsősorban a háttérrádiózás jelenségével, illetve mérésével foglalkozik.

Végezetül szeretném megköszönni, hogy velünk töltötték a 2003-as évet, remélem 2004-ben is együtt dolgozhatunk a hazai marketingszakma fejlődéséért. Továbbra is várjuk az eddigiekhez hasonlóan színvonalas tanulmányaikat, és akik még nem hosszabbították előfizetésüket, vagy új előfizetőként szeretnének csatlakozni rendszeres olvasóinkhoz, azok a borító belső oldalán elhelyezett levelezőlap segítségével ezt könnyedén megtehetik.

Hasznos böngészést kívánok!

Gosztonyi Csaba
(gosztonyics@m-and-m.hu)