

Marketingkutató Szolnokon

Napjainkban minden profitorientált és nonprofit szervezet szembesül a tevékenységét jelentősen befolyásoló környezet állandó változásával, amelynek tendencijellege nehezen vagy kevéssé körvonalazható. A hosszú távon biztos piaci pozíciót és hatékony működést célként megfogalmazó szervezetek számára a környezet által determinált marketingstratégia kialakítása és megvalósítása elengedhetetlen feladat, amelyhez a makro- és mikrokörnyezeti tényezők elemélyült elemzése szükséges. Egy település fejlődését, vezető testületeinek hatékony tevékenységét a marketingkonceptió és a tudatosan kialakított marketingstratégia alapozza meg. A települések marketingkörnyezetének legfontosabb elemei a lakosság és a vállalatok, amelyek tevékenységükkel, a szolgáltatásokkal járulnak hozzá a település fejlődéséhez. A településről kialakult vélemények, a jobbitó szándékú kritika, a javaslatok feltárása, elemzése és felhasználása aktívan hozzájárulnak a város képének, arculatának formálásához, eredményeinek, gazdasági, társadalmi, kulturális életének fejlesztéséhez.

Ez a tanulmány a Szolnoki Kereskedelmi és Gazdasági Főiskola Marketing csoportja által, a Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzatának felkérésére végzett marketingkutatásának főbb eredményeit tartalmazza. A kutatás célja: olyan helyzetkép felvázolása a város gazdaságának, infrastruktúrájának, társadalmi-kulturális életének megítéléséről, amely információkat nyújt a város fejlesztéséhez, az önkormányzati tevékenység jövőbeni irányainak meghatározásához. Ennek alapja a város lakosainak és vállalkozóinak körében elvégzett marketingkutatás.

Lakossági kutatás

• Kutatás, módszertan, minta

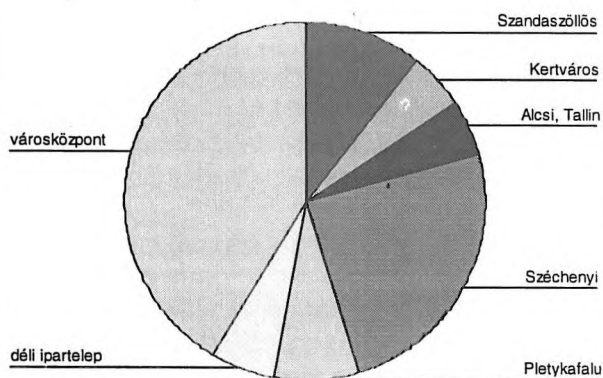
A minta tervezett nagysága 250 fő, a feldolgozható kérdőívek száma 234 db volt, az eltérés a hibás vagy hiányos kitöltésből, a pontatlan válaszokból adódott. A minta nagyságának meghatározásakor a marketingkutatással foglalkozó vállalkozások gyakorlatát követ-

tük, a minta nagysága a sokaság 3 százaléka. A mintába kerülő lakosok kiválasztása kvótázással történt, melynek alapja Szolnok város lakosságának életkor és lakóhely szerinti megoszlása (forrás: Polgármesteri Hivatal, Népszegnyilvántartó Csoport). A minta kiválasztása megtörtént, az alapsokaság és a minta fenti ismérvek szerinti megoszlásának megfelelése jó, a minta a kiválasztás ismérvei alapján reprezentatívnak tekinthető.

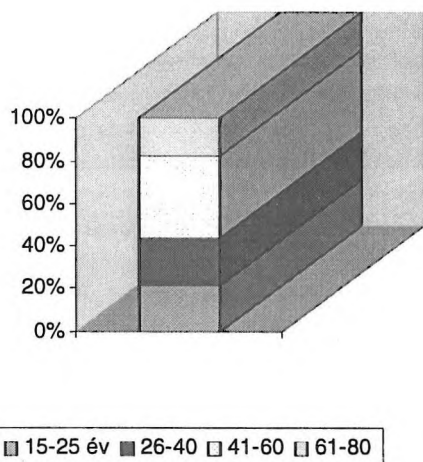
A kutatás során egyéb, a megkérdezett személyére jellemző, az egyes témák szempontjából fontos ismérvek (foglalkozás, a háztartás nagysága, egy főre jutó havi nettó jövedelem) szerint is vizsgáltuk a lakosság összetételét. Lakóhely szerint a legjelentősebb a városközpontban élők aránya: 40%, őket követik a Széchenyi-lakótelepen élők. E két csoport véleménye meghatározó, azonban a zöldövezethez tartozó szandaszőlősi és a kertvárosi lakók 15 százalékos aránya jelentősen befolyásolja az átlagot. Életkor szerint négy csoportot alakítottunk ki, legnagyobb arányban a középkorúak - 41-60 évesek - fejtették ki véleményüket, a további három csoport mintában képviselt aránya közel azonos volt. A megkérdezés a 15-80 éves korú lakosokra terjedt ki.

A megkérdezettek 94%-a közép- vagy felsőfokú végzettségű. A háztartásban élők számát tekintve kö-

1. ábra A minta lakóhely szerinti összetétele



2. ábra A minta életkor szerinti összetétele



zel 10% egyedülálló lakos került a mintába, domináns volt a 3 és 4 fős háztartások aránya (összesen 60 százaléknál). A háztartások jövedelmi helyzete eltérő, az 1 főre jutó havi nettó jövedelem a családok 55%-ánál 20-40 ezer Ft között mozog, jelentős azonban azok aránya, akik jóval szerényebb anyagi körülmények között élnek (20%). Ezen adatok vélhetően csak jelzésértékűek, mivel az emberek valós jövedelmi viszonyaikat nem szívesen tárják fel. A megkérdezettek 88%-a saját lakással rendelkezik, amelyből a kertés házak aránya 42% volt. A lakástípusonkénti összetétel főként a kommunális szolgáltatások és a közlekedés értékelésénél játszik fontos szerepet. A megkérdezést főiskolai hallgatók és a munkájukat koordináló oktatók végezték. A kérdőíveket SPSS programmal dolgoztuk fel.

A kérdőív 106 kérdést tartalmazott, amelyek részben nyílt, részben zárt kérdések voltak. A zárt kérdéseknél törekedtünk arra, hogy a megadott válaszlehetőségek minél árnyaltabban jellemezzék a lakosok véleményét az adott témában, ezért a kérdésekre adható válaszok legtöbb esetben tartalmazták az „egyéb” kategóriát is, így lehetőség nyílt az önálló vélemény kifejtésére. A zárt kérdések jelentős része skálakérdés volt, ami a statisztikai számítások elvégzésére nagyobb lehetőséget teremt. Egyes kérdéseknél a válaszokat ötfokozatú Likert-skála szerint adtuk meg, amely az egyetértés erősségét mérte. A válaszok feldolgozásánál a témának megfelelően alkalmaztuk a statisztikai elemző módszereket, az átlagolás és szóródás mutatóin túl a kombinált táblák ismérveit a kapcsolat szorossága alapján is vizsgáltuk. A grafikonok, táblázatok a megkérdezettek véleményének arányait szemléltetik.

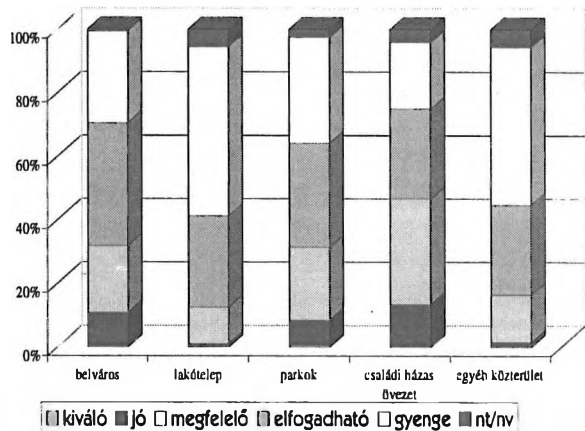
• A kutatás eredményei

Kommunális szolgáltatások. Vizsgálatunk a város vízszolgáltatásának, tisztaságának, szemétszállításá-

nak és a közüzemi szolgáltató vállalatok munkájának lakossági megítélésére, a környezet szépítésének igényére, a megkérdezettek aktivitására, valamint annak módjára terjedt ki.

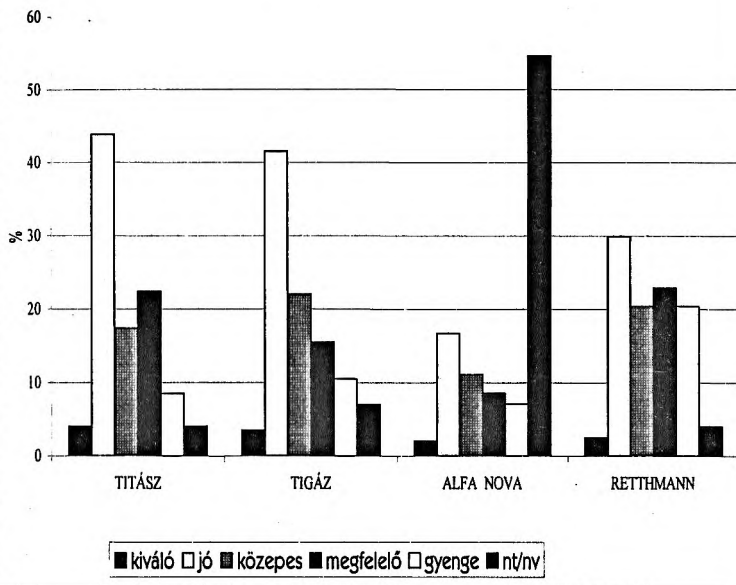
A megkérdezettek 45%-a a víz minőségét megfelelőnek, 33%-a gyengének minősítette, és csak 17% volt elégedett a vízzel. Külön vizsgáltuk a víz ízéről alkotott véleményt. A lakosok csaknem 50%-a rossz ízűnek találta azt. Az értékelésnél azonban figyelembe kell venni, hogy a felmérés óta üzembe helyeztek egy korszerű víztisztító berendezést, ami a víz minőségének, ízének javulását eredményezte. A víz árát a megkérdezettek 65%-a, ezen belül az alacsony jövedelmű lakosok körében különösen sokan (81%) ítélték drágának. A város tisztaságáról kialakított véleményeket körzetenként vizsgáltuk: belváros, lakótelepek, parkok, családi házas körzet és egyéb terület. A zárt kérdés a megítélés négy fokozatát tartalmazta (gyenge, elfogadható, megfelelő, jó).

3. ábra Közisztaság megítélése



A belváros és a parkok tisztaságát a megkérdezettek több mint 60%-a gyengének, vagy éppen elfogadhatónak minősítette. A lakótelepek tisztaságát a többség gyengének tartja, átlagos megítélés: gyenge-elfogadható, míg a családi házas övezeteké sokkal pozitívabb. Utóbbi körzetben ez valószínűleg összefügg a lakosok aktivitásával, környezetük szépítésével is. Lényeges javítás szükséges a lakótelepeken, de többet kell foglalkozni a belváros és a parkok területének tisztaságával is. Pozitív hozzáállást tapasztaltunk a lakosok környezetszépítési igénye és segítőkészsége területén. A megkérdezettek 76%-a szívesen segítené környezetét szépítését, ezen belül csaknem fele saját munkával (telepítéssel vagy gondozással) is hozzájárulna a szépítéshez. Lakókörzetenként vizsgálva a szándékot megállapítható, hogy a kertés házzal rendelkezőknél nagyobb a hajlandóság, például a Kertvárosban lakók 90%-a részt venne környezetének szépítésében.

4. ábra A közüzemi szolgáltató vállalatok tevékenységnek megítélése



A lakosság közérzetét jelentősen befolyásolják azon szolgáltatások, amelyek mindennapjaikhoz szorosan kapcsolódnak. A közüzemi szolgáltató vállalatok közül a Titász és a Tigáz általában pozitív megítélésű (kiváló-jó-megfelelő). A Titász tevékenységét a válaszadók 70 százaléka, a Tigázét 65 százaléka minősítette így. A Rethmann Rt. munkáját kevésbé találják színvonalasnak, bár a kommunális hulladékszállítás gyakoriságával a válaszadók 70%-a elégedett. Ez alól kivétel Szandaszőlős, itt az elégedettség aránya mérsékeltebb. Külön értékelendő az Alfa Nova cég, mivel a megkérdezettek többsége a név alapján nem tudta azonosítani a vállalkozás tevékenységét.

Oktatás, egészségügy. A lakosság az oktatási intézményekkel kapcsolatba kerülhet mint munkavállaló, mint az adott szolgáltatást közvetlenül illetve közvetve igénybe vevő. A kapcsolat milyenségétől nagy mértékben függ annak megítélése. A válaszadók 65 százaléka valamilyen kapcsolatban áll a városban működő oktatási intézményekkel, amelyek működéséről jó és közepes véleményt formáltak. Külön vizsgáltuk a város lakóinak a felsőoktatási intézményekkel kapcsolatos ismereteit. A válaszadóknak mindössze 3,5 százaléka nem tudott megnevezni Szolnokon működő felsőoktatási intézményt. A Kereskedelmi és Gazdasági Főiskolát a válaszok 65 százalékában pontosan megnevezték, de többen ismerték név szerint a Repülőtiszti Műszaki Főiskolát, illetve néhányan a Gábor Dénes Műszaki Főiskola működéséről is tudtak. A főiskolákat ismerők legnagyobb arányban a 41-60 évesek köréből kerültek ki, és legkevésbé a 61-80 év közöttiek nevezték meg konkrétan az intézményeket. A válasz-

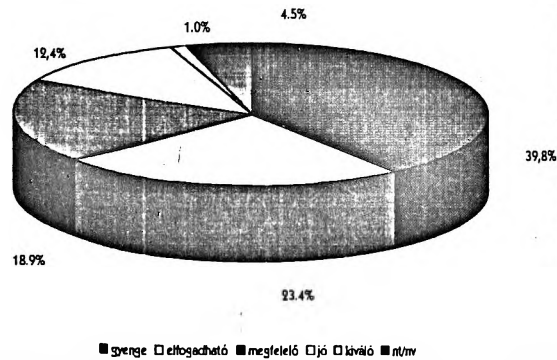
adók 83 százaléka fontosnak tarja, hogy a városnak legyen főiskolája.

Szolnok egészségügyi intézményekkel való ellátottsága kapacitásában évtizedek óta nagyobb, mint a magyar vidéki városoké általában, de még a megyeszékhelyek közül is csak kevésnek van két kórháza. Az utóbbi években Szolnokon is jelentkeztek az egészségügyben országszerte ismert működési problémák, amelyek hatására egészségügyi szolgáltatást nyújtó épületeket zártak be.

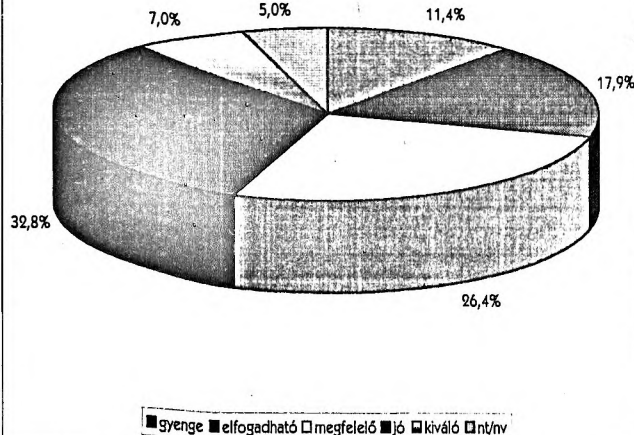
A kórházi ellátás színvonalát a megkérdezettek több mint egyharmada gyengének, közel 24 százaléka elfogadhatónak, 12 százaléka pedig jónak vélte. Hasonlóképpen vélekedtek a szakrendelések színvonaláról is, de kifejezetten jónak ítélték meg a háziorvosi ellátást. A megkérdezettek 33 százaléka jónak, míg 7 százaléka kiválónak minősítette háziorvosa tevékenységét, és csak 11 szá-

záléka gondolta azt, hogy gyenge színvonalú szolgáltatásban van része. Megvizsgáltuk e város lakókörzet, jövedelem és életkor szerinti megoszlását is. Az egészségügyi szolgáltatást az idősek jónak

5. ábra Kórházi ellátás megítélése



6. ábra A háziorvosi ellátás megítélése



találták, a többi korosztály véleménye megoszlott. A háziorvosi szolgáltatás megítélésében a korosztályi véleményeltérések kisebbek.

Kereskedelem, vendéglátás. A kereskedelem a lakosság igényeinek kielégítésében nélkülözhetetlen szerepet tölt be. Mivel a lakosság elsősorban a *kiskereskedelemmel* áll kapcsolatban, így a vélemények főként azt

jellemzik, illetve azon, kiskereskedelmet is folytató *raktáráruházak* tevékenységét, amelyekben lakossági vásárlás is lehetséges. A kérdőívek feldolgozásánál törekedtünk arra, hogy ne csak a megkérdezettek véleményét összesítsük, hanem az egyes, általunk valószínűsített befolyásoló tényezők hatását is kidomborítsuk. A kereskedelmi hálózat mennyiségét és színvonalát négyfokozatú skálán mértük. Az 1. érték a legkedvezőbb megítélést, a 4. a legkedvezőtlenebbet jelentette. Az átlagos érték 2,2, ami közepes megítélést mutat, a megkérdezettek 60%-a valamilyen szempontból gyengének ítélte meg az ellátást.

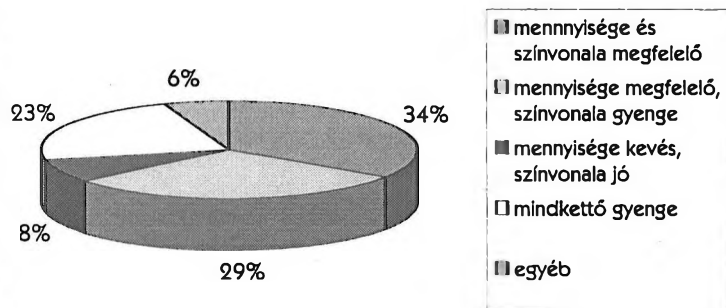
Részleteiben vizsgálva, a lakosok elégedetlenebbek az ellátás színvonalával, mint az üzletek számával, a nők kritikusabb álláspontot képviselnek a férfiaknál. A férfi vásárlók 9%-kal nagyobb részarányban elégedettek, mint a nők. Bár a statisztikai mutatószámok a nemek és a kereskedelmi ellátás értékelése között gyenge kapcsolatot mutatnak, nem hagyhatjuk figyelmen kívül a családok vásárlási szokásait és a napi fogyasztási cikkek vásárlásában betöltött nemek szerinti pozíció megoszlását.

Az *ellátás színvonalának* megítélése a jövedelem növekedésével egyre kritikusabb volt, az alacsonyabb jövedelemmel rendelkezők viszonylag elégedettek. Az eredmény elgondolkodtató, mivel az ellátás színvonalát általában az

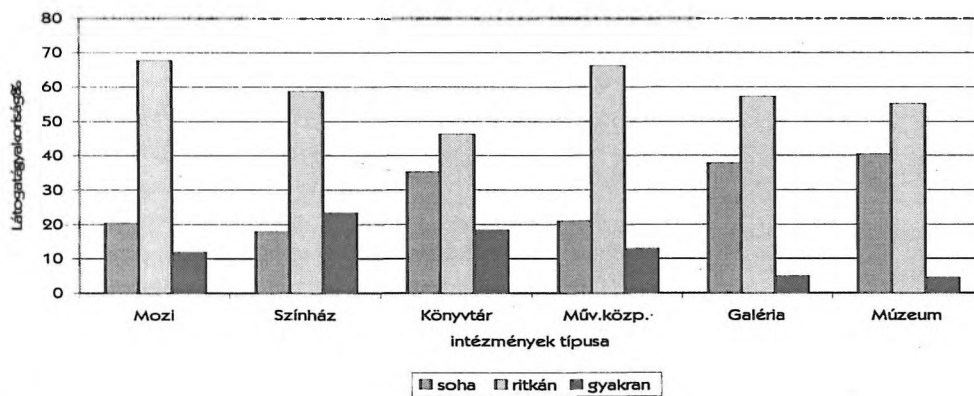
árak minősége, választéka, az értékesítés körülményei, az ár és a nyújtott szolgáltatások jelzik. Felvetődik a kérdés, hogy ez az alacsony jövedelemmel rendelkező vásárlók pesszimizmusának, vagy a kereskedelem e célpiacon alkalmazott tudatos marketing eszközeinek a következménye-e.

Kultúra. A kutatók egyik hipotézise az volt, hogy a kulturális lehetőségek közül a lakosság jelentős része a színházi és zenei rendezvényeket említi. A válaszok nem igazolták ezt a feltevést, mivel a megkérdezettek közel 40 százaléka nevezte meg a városi rendezvényeket, 18 százaléka a kiállításokat és évfordulókat, 13 százaléka a zenei programokat és csak 11 százaléka a színházi előadásokat.

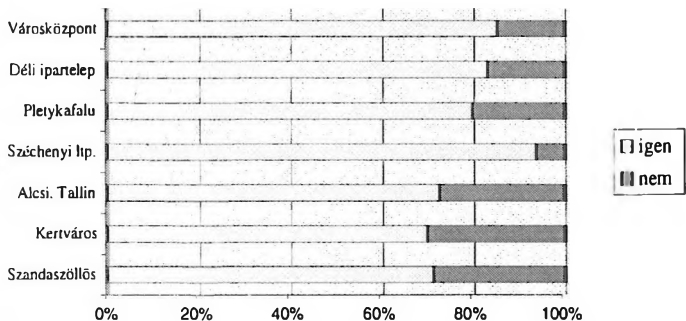
7. ábra A kereskedelmi hálózat megítélése



8. ábra Kulturális intézmények látogatása



9. ábra Az SZTV nézettsége lakókörzetenként



A színházi előadásokat a 61–80 év közöttiek említették nagyobb arányban, míg a kiállításokat a 15–25 éves korosztály.

Tömegkommunikáció. A városi tömegkommunikációs források különböző mértékben játszanak szerepet a lakosság életében. A *Szolnok TV* nézettsége elég magas, a válaszadók 84 százaléka nézi az SZTV műsorát. A nézettség jelentősen összefügg azzal, hogy adott lakóközvetben milyen az egyes adók vételi lehetősége. A lakóközvetenkénti összesítések erre világosan rámutatnak, a Széchenyi-lakótelepen és a városközpontban lakók válaszai igen magas nézettségről tanúskodnak, míg a Kertváros illetve Szandaszőlős körzetében ez közepes vagy gyenge. A válaszadók több mint fele hallgatja a helyi rádióadók műsorát, a hallgatottság rangsora: Rádió 2000, Aktív Rádió, Magyar Rádió Szolnoki Szerkesztőségének műsora. A megyei napilapot – az Új Néplapot – a válaszadók több mint 70 százaléka olvassa. Arra a kérdésre, hogy szükséges-e egy Szolnokról szóló és csak a városban megjelenő lap, a válaszadók 35 százaléka nemmel válaszolt, 11 százaléka pedig nem adott választ a kérdésre. A meglévő kommunikációs csatornákat a válaszadók 13 százaléka teljes mértékben kielégítőnek, 44 százaléka nagyjából megfelelőnek tartotta, míg válaszadók közel 10 százaléka teljesen elégedetlen.

Vállalati kutatás

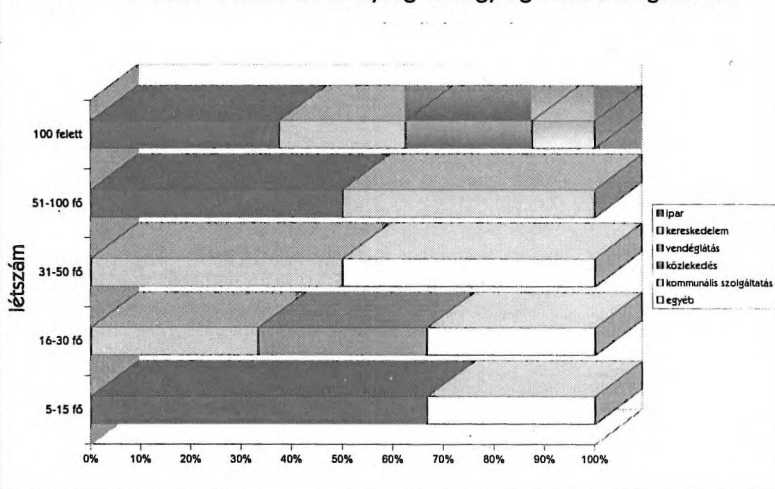
• A minta nagysága és jellege

A mintába kerülő vállalatok tervezett száma 50, amelyek köre tudatos kiválasztással, az önkormányzat kérésének megfelelően alakult ki. A kiválasztás ismérvei: tevékenység, méret, tulajdon. A megkérdezés sztenđerizált kérdőívek segítségével, írásban, postai úton történt. A kiküldött kérdőívek 40%-a érkezett vissza, ami megfelel az átlagos értéknek, azonban a vállalati érdeklődés hiányát (illetve néhány visszajelzés alapján az önkormányzattal való konfrontálódás elkerülését) is jelezte. A minta kevésbé reprezentatív, azonban jól kiegészíti a lakossági kutatás eredményeit. Ezeket a kérdőíveket is a Marketing csoport oktatói dolgozták föl, SPSS programmal. A feldolgozás során alkalmazott statisztikai módszerek a lakossági kutatáshoz hasonlóak voltak. Munkánkat nehezítette, hogy a nyitott kérdésekre adott válaszok nagyon eltérőek, nehezen kategorizálhatók voltak.

A kérdőívet kitöltő és visszaküldő vállalkozások jelentős része, mintegy 36%-a ipari tevékenységgel fog-

lalkozik, mezőgazdasági vállalkozástól, sajnos, nem kaptunk visszajelzést. A mintában a kereskedelmi és vendéglátó vállalkozások aránya 26%, így a megkérdezettek fele e három tevékenységi körből került ki. A minta másik fele megoszlik a közlekedés, víz-, gáz-,

10. ábra A vállalkozások tevékenység és nagyság szerinti megoszlása



villamosenergia-szolgáltatás, távközlés és egyéb szolgáltatás között. A vállalkozások létszám szerint eltérőek, a mintába a 10 főtől a több száz főt foglalkoztató vállalkozások is bekerültek.

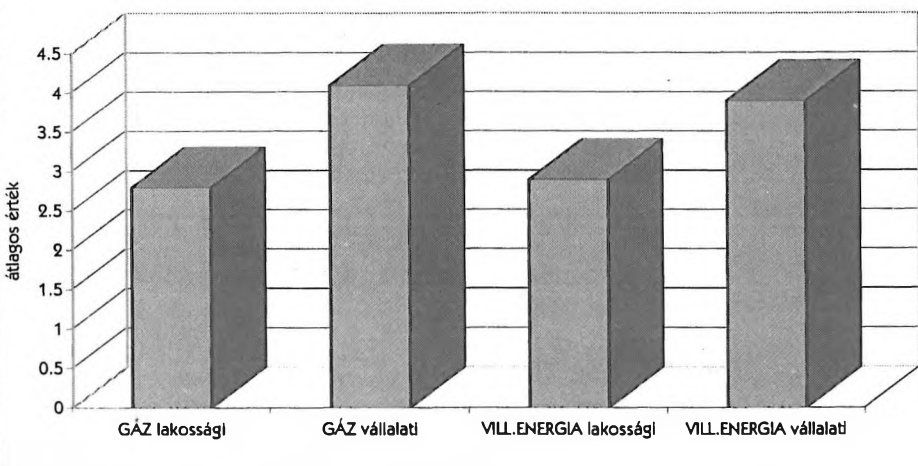
• A kutatás eredményei

A vállalkozások tevékenységét befolyásoló környezet. A vállalkozások tevékenységét számtalan tényező befolyásolja, ezek közvetlenül vagy közvetve hatást gyakorolnak működésükre. A település jellege, gazdasági fejlettsége, lakosságának jövedelmi helyzete, fogyasztói szokásai, a versenyhelyzet, az önkormányzat támogatása, a kapcsolattartás fórumai elősegítik a vállalkozások növekedését, amely a település jövőjét is meghatározza.

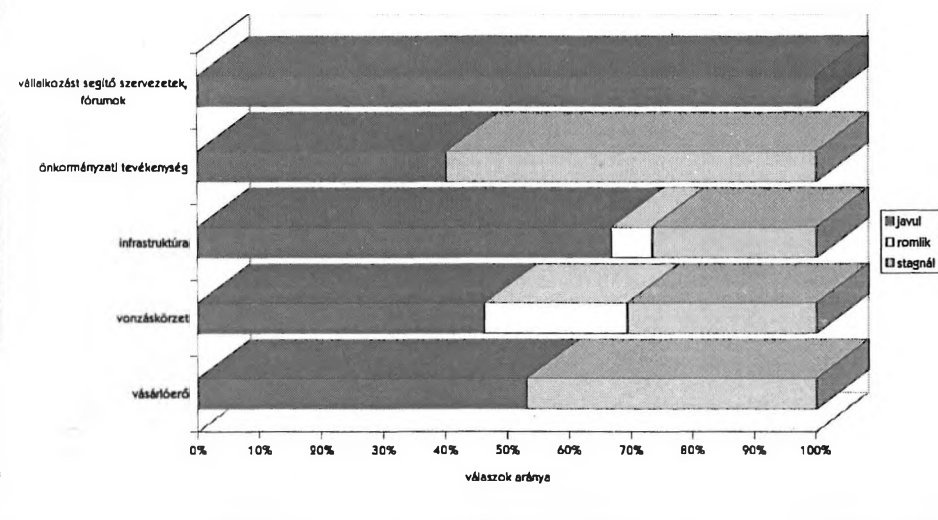
Vásárlóerő, vonzáskörzet. A lakosság vásárlóerejének nagyságát és változását a megkérdezett vállalkozások 70%-a tartotta olyan tényezőnek, amely erősen vagy részben befolyásolja tevékenységét. A szervezeti vásárlóerő megítélésénél ez az arány 83% volt. Ezen arányok azt mutatják, hogy a város lakosságának és a szervezeteinek jövedelemváltozása a jövőben jelentősen befolyásolhatja Szolnok gazdaságát, annak fejlődését.

Szolnok vonzáskörzetének a vállalkozásokra gyakorolt hatása eltérő megítélésű. A vállalkozások több mint 60%-a gyengének, illetve nagyon gyengének minősíti azt. Ez jellemzi a vonzáskörzetbe tartozó települések lakosságának és szervezeteinek vásárlóerejét is, de a válasz több esetben a vállalkozás tevékenységének jellegéből adódott. Azok a cégek, amelyek ezt a be-

11. ábra Szolgáltatások értékelésének összehasonlítása



12. ábra Szolnok város várható fejlődése



A gáz- és villamosenergia-szolgáltatás vállalati értékelését a lakossági véleményekkel összehasonlítva, eltérést tapasztalunk. A lakossági megítélés mindkét szolgáltatás esetében egy kategóriával rosszabb. Ez adódhat a vállalati minta kevésbé reprezentatív jellegéből is, de véleményünk szerint így is kijelöli a szolgáltató vállalatok számára a kisfogyasztói szegmens fontosságát és a differenciált marketing alkalmazásának szükségességét.

A megkérdezettek mind a vállalatok egymás közötti, mind az önkormányzattal való kapcsolatát közepesnek ítélték meg. A kapcsolattartást elősegítő fórumok, intézmények közül a kamarákat, klubokat, önkormányzati véleménykérő, tanácskozó jellegű lehetőségeket emelték ki, azok működését általában jónak minősítették.

Tőkebefektetés. A vizsgált témák egyike a tőkebefektetési hajlandóság vállalati megítélése volt. A válaszok azt mutatják, hogy ez a vállalatok részéről alacsony. A városban működő vállalkozások hajlandósága a megkérdezettek értékelése alapján

alacsony-közepes, a magyar vállalkozóké kismértékű-közepes, a külföldieké szintén kismértékű-közepes szintű. Ez kapcsolatba hozható a város jövőbeni fejlődését körvonalázó válaszokkal is: több vállalat nem az általa valószínűsített változást, hanem a jelenlegi helyzetképet és a teendőket vázolta fel. Eszerint a vásárlóerő és a vonzáskörzet fejletlensége, az infrastruktúra színvonala jelentősen befolyásolja a befektetéseket.

• Szolnok város várható fejlődése

A kérdések között szerepelt néhány, a város fejlődésére vonatkozó nyílt kérdés is. A megkérdezettek a válaszokat eltérően adták meg, ezeket az alábbi csoportokba lehet sorolni:

- pontos-kérdéscentrikus,
- helyzetelemző-elváró,
- pontatlan.

folyást közepesnek vagy jelentősnek tartják, a lakosság igényeinek közvetlen kielégítésében vesznek részt.

Szolgáltatások. A tevékenységet érintő szolgáltatásokat a megkérdezett vállalkozások viszonylag kedvezőnek ítélték meg. A kérdéseknél *kiemelten* kezeltük a szolgáltatások néhány területét, és nyitott kérdésben lehetőséget adtunk egyéb szolgáltatások megítélésére is. Jellemző, hogy a vállalkozások jelentős része ezzel a lehetőséggel nem élt. A válaszokból kitűnik, hogy a vállalkozók legkedvezőbben a gáz-, a villamosenergia- és a pénzügyi szolgáltatást ítélték meg, míg az úthálózat színvonalát egyértelműen gyengének értékelték, amelynek negatív hatásaival számolni kell: rontja a lakosság közérzetét, de kedvezőtlenül befolyásolja a gazdaság több területét, a vállalkozások tevékenységét is.

Ha részletesebb elemzést végzünk, megállapíthatjuk, hogy a vásárlóerő alakulása szempontjából a keres-



Szolnok vonzáskörzetének a vállalkozásokra gyakorolt hatása eltérő megítélésű. A vállalkozások több mint 60%-a gyengének, illetve nagyon gyengének minősíti azt. Ez jellemzi a vonzáskörzetbe tartozó települések lakosságának és szervezeteinek vásárlóerejét is.



kedelem és a vendéglátás megítélése tökéletesen optimista, mindkét vállalkozói kör 100%-ban javulást vár. Ezzel szemben a közlekedésben működő vállalkozások stagnálásra számítanak, az ipari vállalatok és a szolgáltatók megközelítőleg fele-fele arányban stagnálást és javulást várnak. Az infrastruktúrában a megkérdezett vállalkozások szerint javulásnak kell bekövetkeznie, ami pozitívan befolyásolhatja a befektetési hajlandóságot is. A válaszadók a vállalkozá-

sokat segítő szervezetek és fórumok számszerű növekedését várják.

Összegzés

A város fejlesztésének kulcsa az önkormányzat kezében van, de a város érintettjei nélkül semmilyen intézkedése nem lehet sikeres. Kutatásunk arra irányult, hogy felmérjük: Szolnok gazdasági, kulturális életéről és mindennapjairól a lakosság és a vállalkozások miként vélekednek.

Úgy ítéljük meg, hogy a lakosság életét meghatározó területek – mint az oktatás, egészségügy, kultúra, közüzemi szolgáltatások – színvonalát mélyebb vizsgálatnak kell alávetni ahhoz, hogy annak eredményeiből fejlesztési programot lehessen kidolgozni. A kutatás fontos eredményének tarjuk annak igazolását, hogy a város lakói látják a hiányosságokat, észrevételeikből a városért való tenniakarás igazolódik. A kutatásban részt vevő hallgatók és oktatók, akik maguk is szolnoki lakosok, örömmel működtek közre ebben a munkában és remélik, hogy tevékenységük hozzájárul az életkörülmények javításához.

Szerzőink:

*Magyarósy Éva főiskolai tanszékvezető docens;
Pénzes Györgyné, László Éva adjunktusok
Szolnoki Kereskedelmi és Gazdasági Főiskola*

SZERZŐINK FIGYELMÉBE!

Tartalmi elvárások:

Kérem, hogy írásaikat lehetőleg gyakorlati példákkal fűszerezzék, ezzel is segítve a nagyobb olvasótábor megnyerését. Sokéves kutatói tapasztalatomra merek hivatkozni, amikor jelzem: a kevesebb többet ér, ha az írás csak a hasznosítható lényegre koncentrálna.

„Olvasópéldákra” van szükségünk, amelyek arra mutatnak rá, hogy adott piaci szituációkra hogyan reagáljon egy-egy vállalkozás vezetője, azaz a *Marketing & Menedzsment* Olvasója. Mit tettek hasonló helyzetekben más szakemberek és milyen sikerrel? Hogyan alakítják cégük sorsát? Erről szóljanak az írások.

Technikai szempontok:

Visszatérő tapasztalat, hogy egyes írásokat igen nehéz „megfejtetni”! Nincs oldalszámozás, nincs alcím, nincs magyar nyelvű és érthető, technikai szempontból is használható ábra és tábla, nincs hely a korrektrához, mert sűrűek a sorok stb. A cikket mindig kinyomtatva, kettes sortávolsággal, továbbá lemezen is kérem: Word for Windows 2.0, 6.0 vagy rtf formátumban. Kérem a hosszú (8 karaktert meghaladó) fájlnevek, és a fájlnevekben az ékezetes karakterek mellőzését. Az sem mindig nyilvánvaló, hogy a szerzőt miként lehetne bemutatni a cikk végén, s főleg: hol lehet őt elérni (cím, telefon, fax).

Közös munkánk sikere érdekében megköszönöm, ha a cikkíráskor mindezekre tekintettel lesznek.

Lantos Antal
főszerkesztő