



Kedves Olvasó!

1967-ben megalakult az Országos Piackutató Intézet (OPK), s létrehozója, ötletesen összekötve a piackutatást a piacszervezéssel, mindjárt alapított egy folyóiratot is. A lappal Dr. Szabó László – az intézetet alapító igazgató – elsődleges célja az volt, hogy az intézeti piackutató munkák potenciális megrendelői értesüljenek arról, tulajdonképpen mit is rendelhetnek meg, az elkészült tanulmányokat pedig megértésük és természetesen tudják alkalmazni a gyakorlatban. A másik fontos szempont a külföldi piackutató módszerek hazai megismertése volt.

Akkoriban, a tervutasításos rendszerben a marketing fogalma még nem volt szalonképes (nem is nagyon ismerték), ezért a folyóirat az induláskor a „Piackutatás” címet kapta, de még abban az évben a harmadik szám már MARKETING-Piackutatásként jelent meg, majd sok évvel később elhagytuk a piackutatást, maradt a MARKETING. Aztán, ahogy oldódott a gazdasági és politikai merevség, módosult a lap címe is, először MARKETING-Piackutatásra, majd MARKETING-re. Később, a változások újabb jeleként a „menedzsment” –tel egészült ki a cím. Mindez – még a 70-es években – keltett is jócskán szakmai feltűnést, ám a történelmi hűség kedvéért el kell mondani, hogy a szerkesztőség életében a legnagyobb izgalmat az okozta, amikor a Szabad Európa Rádió idézett a lapból, amely mint az OPK kiadványa, az akkori Belkereskedelmi Minisztériumban és annak felügyelete alatt működött.

Most, a lap 50 éves jubileumán elmondhatjuk, hogy lényegében ezen a lapon nőtt fel az egész magyar marketingszakma első néhány generációja. A folyóirat korunk közgazdaságának egyik kulcsfogalmát honosította meg Magyarországon, a közölt cikkek, tanulmányok, szakirodalmi szemlék százaival. A hazai reformközgazdászok első nemzedéke számára ez a lap forrásértékű volt. Folyóiratunk szerzőgárdája az első években jőformán csak az Országos Piackutató Intézetből került ki, majd az évek múlásával kibővült a szerzői gárda. A rendszerváltást követően, bár nem annak

közvetlen hatására, már egy nonprofit szervezettel, a Janus Pannonius Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karával közös kiadásban és közös szerkesztőséggel jelent meg a lap 1995/1 száma, megvalósítva a Közgazdaságtudományi Kar oktatóinak nagy álmát, azt, hogy – a Harvard nyomdokait követve – saját, tudományos igényű kiadvánnyal rendelkezzenek.

Privát történelem

1985-ben változtattam pályát, de kapcsolatban maradtam utódommal, Lantos Antallal (ne felejtjük el az ő nevét sem!), akitől rendszeresen hallottam a lap körüli dolgokról. Ez az előzmény.

1994 tavasza lehetett, amikor a Hélia szálló uszodájában felfedeztem egykori állandó, pécsi szerzőmet, Rekettye Gábort, a pécsi közgazdékánját, aki egy nehéz nap után múlatta az időt a melegben. Csatlakozva hozzá, megosztotta velem az egyetem nagy problémáját, nevezetesen: a közgazdasági karnak nincs egy, a marketinggel és a menedzsmenttel foglalkozó saját folyóirata, amelyben – hasonlóan sok nyugati egyetemhez – az oktatóknak kötelezően előírt publikációkat leközzölhetnek. A lapalapításnak nincs meg az anyagi háttere az egyetemen, de a hazai társintézményeknek sincs ebben a témakörben olyan színvonalú folyóirata, amellyel publikációs listájukat bővíthetnék.

Miért nem próbáljátok megszerezni a MARKETING-et, esetleg közösen adhanátok ki az OPK-val? – tettem fel a kérdést. Az arckifejezését írásban nehéz lenne visszaadni, legyen elég annyi, hogy Rekettye Gábor a helyzet nem kellő ismeretének tudta be ötletemet. Mindenesetre felajánlottam, hogy amennyiben felhatalmazást kapok, felvetem a dolgot a szerkesztőnek.

– Hát persze, volt a válasz. És itt elkezdődött egykori lapom, az OPK és az egyetem új korszaka.

A MARKETING-Piackutatás 1968/1. számában Ing. Karel Stepán A marketing mai problémái címmel jelentetett meg cikket, benne a marketing mibenlétének egyfajta meghatározásával. A Csehszlovák Kereskedelmi Kamara főosztályvezetőjétől származó definícióval – nagy valószínűséggel – Magyarországon ekkor került látókörbe a marketing. Ezek szerint: „A marketinget sokan a piackutatás egyik feljavított válfajának tekintik. Éppen itt van a tévedés. A marketing ennél jóval több: mindazoknak az ismereteknek és tevékenységeknek az összessége, amelyek révén az áru, illetve a szolgáltatás optimális feltételek mellett jut el a végső fogyasztóhoz. A marketing hozzájárul ahhoz, hogy a gyártási, az értékesítési, és nem utolsósorban a tervezési költségek a lehető legalacsonyabbak legyenek.”

Nem lenne teljes a kép a lap fizikai megjelenítése, terjesztése és anyagi hátterének biztosítása, vagyis a kiadóhivatalra való emlékezés nélkül. Az Országos Piackutató Intézet vállalatként működött, egyes osztályai éves bevételi tervet készítettek és feleltek annak betartásáért. A szerkesztőségnek is (gyakorlatilag együtt a kiadóhivatallal) el kellett tartania saját magát, amit a lapeladás és a hirdetési bevételek tettek lehetővé. Ehhez persze hirdetésszervezők kellett.

Ma már történelem, hogy a lapot előállító Globus Nyomda kezdetektől magasnymó gépsoron állította elő a lapot, ennek megfelelően ólomszedéssel. Ezzel a technológiával állítólag már csak a Globus készített folyóiratot és csak a MARKETING-Piackutatást, aminek oka az volt, hogy itt tudták megmutatni a nyomdaipari tanulóknak a múltat. Az ólomszedésnek köszönhetően viszont nagyon szép betűképet kaptunk. Ma már azt is nehéz elképzelni, hogy az egyes cikkek ábráit nem számítógéppel készítettük, hanem egy rajzoló állította elő pauszpapírra, majd erről klisé készült, persze nem a Globusban, mert ott sokáig nem volt kliséüzem. Ennek megfelelően egy ábra, kép útja a következő volt: a szerző skicce – szerkesztőség – rajzoló – szerkesztőség – Kossuth Nyomda kliséüzem – Globus Nyomda. Nagy könnyebbség volt, amikor Globusban berendezkedtek a műanyag (nyloprint) klisék gyártására.

A Kedves Olvasó most egy olyan, ötvenéves múltra visszatekintő folyóirat jubileumi számát tartja a kezében, amely történelmi korszakok változásával is talpon maradt, de talán mégis a legjelentősebb esemény története során az volt, hogy elindulhatott. Sok sikert a folytatáshoz! Jó kezekben van a lap.

Szerkesztő (1968-1985)