

# Kedves Olvasó!

**E**bben a kegyetlenül rohanó, bizonytalanságokkal teli, gyakran a tisztesség határát roncsoló versenyhelyeztetel terhes világunkban előfordul, hogy megfélekedünk önmagunkról, ünnepeinkről, évfordulóinkról. Ez megtörtént velünk is az elmúlt években, hiszen a rendszerváltás óta eltelt időszakra esett cégünk és folyóiratunk 25. ill. 30. évfordulója, amit nyilvánosan nem volt módunk megünnepelni.



Azt, hogy a dr. Szabó László által 1967-ben alapított Országos Piackutató Intézet és a Piackutatás folyóirat, ill. azok jogutódja ma is a hazai marketingpiac egyik reprezentánsa, az évről-évre növekvő piackutatási megbízások száma, a kéthavonta megjelenő Marketing & Menedzsment folyóirat is igazolja.

Éppen ezért engedjék meg, hogy ezen az oldalon Önökhöz, olvasóinkhoz szóljak, de magunkról, eredményeinkről, nehézségeinkről.

Az kétségtelen tény, hogy az általunk művelt területen a 30 évet is meghaladó múlt európai mértékben nézve is ritkaság, amit külföldi partnereink mindig értékelnek. Ez a hazai piacon sajnos kevésbé van így.

Ennek okai döntően a '90-es évek elejére vezethetők vissza, amikor az átalakulás, privatizáció kényszerű folyamata jelentős átszervezésre, belső megújulásra készítette az egykori állami vállalatot. Amíg 1991-92-ben belső „gondjainkkal” voltunk elfoglalva, az ugrásszerűen növekvő marketingpiacon sorra jelentek a – zömében külföldi érdekeltsgű – piackutatási vállalkozások, korszerű infrastruktúrával, nemzetközi módszerekkel, licencekkel, teljesen átrendezve a piackutatási piac kínálati oldalát.

Ebben a szituációban elsőként belföldi versenyképességünk növelését tűztük ki célul úgy, hogy évtizedes tradícióinkra, közismerten értékes erőforrást jelentő vállalati kultúránkra épülő szolgáltatásaink a legigényesebb megbízók elvárásait is kielégítsék.

Ugyanakkor az európai eszme, a várható Európai Unió csatlakozásunk szellemében tartóssá kívántuk tenni nemzetközi kapcsolatainkat is.

**E**kettős célkitűzés következetes megvalósításaként 1997-98-ban már számos eredményt mondhatunk magunkénak:

- Folyóiratunkat – hagyományait megőrizve – 1995-től Marketing & Menedzsment néven, bővített tartalommal, a Janus Pannonius Tudományegyetemmel közös kiadásban jelentetjük meg. Az egyes lapszámok kiemelt rovatait legtöbbször omnibusz vizsgálatainkra épülő piac- és közvélemény-kutatási eredményeinkkel támogat-

juk. Szakmai sikerként értük meg, hogy az 1998/3. számú MAGYAR „FUTBALL '98 című rovata igen kedvező visszhangot váltott ki a politikusok, sportvezetők és a nyomtatott média részéről. Ezzel talán hozzájárultunk a sportmarketing fogalmának és módszereinek hazai alkalmazásához.

- Piac- és közvélemény-kutatási szolgáltatásainkat – kvalifikált, közgazdasági és/vagy műszaki, szociológiai végzettségű kutatóink mellett – országos kérésbiztos hálózatunk, korszerű számítógépes infrastruktúránk, a legújabb feldolgozó és statisztikai elemző programok, az adaptált és beszerzés alatt álló nemzetközi módszerek teszik versenyképesebbé.

- Miután a tradíció mellett a minőség is szerepel szlogenünkben, örömmel közöljük, hogy piac- és közvélemény-kutatási tevékenységünkre 1998 tavaszán ISO 9001:1994 szerinti minősítést szereztünk. Ez számunkra siker, megbízóink részére garancia. Szeretném még kiemelni, hogy az 1998. évi parlamenti választások első fordulójára vonatkozó eredmények előrejelzésében a Marketing Centrum Országos Piackutató Intézet volt a legpontosabb.

- A szintén alapítás óta végzett levélreklám (DM) szolgáltatásunk és kéthavonta megjelenő Piaci Tájékoztató kiadványunk mellett tevékenységünk eseti szakkönyv-kiadásával is bővült.

- Míg 1997-ben támogattuk a Barry J. McLeish: Sikeres marketingstratégiák nonprofit szervezetek részére című könyv kiadását, 1998-ban – a Budapesti Vállalkozásfejlesztési Központtal közösen – kiadtuk Sonja Schörghuber: Kis- és középvállalkozások: az EU nagyjai című könyvét, amelyet az Európai Unióra vonatkozó függelékekkel láttunk el. Ez utóbbi könyvet, amely reményeink szerint az Úton az Európai Unió felé elnevezésű sorozat első kötete, oktatási anyagnak is szánjuk. Tesszük ezt többek között annak szellemében, hogy a multinacionális és nagyvállalatokból álló megbízói körünket a hazai kis- és középvállalkozókkal is bővíthessük.

- Társaságunk nemzetközi kapcsolatainak építésében is eredményes évek mondhatjuk 1998-at. A Marketing Centrum Országos Piackutató Intézet ebben az évben tagja lett az EuroNet nemzetközi piackutató konzorciumnak, amelyet 20 európai és amerikai ország egy-egy független piackutató cége alkot.

**K**edves Olvasó! Köszönöm a türelmét, hogy végigolvasta „hétköznapi” beszámolómat. Ha az elmúlt évfordulókat csak kemény munkával ünnepeltük is, remélem, lesz olyan évforduló, amelyet olvasóinkkal, megbízóinkkal együtt köszönhetünk. Addig is a Marketing Centrum Országos Piackutató Intézet minden munkatársa nevében tisztelettel köszöntöm:

dr. Simon Gábor  
ügyvezető igazgató