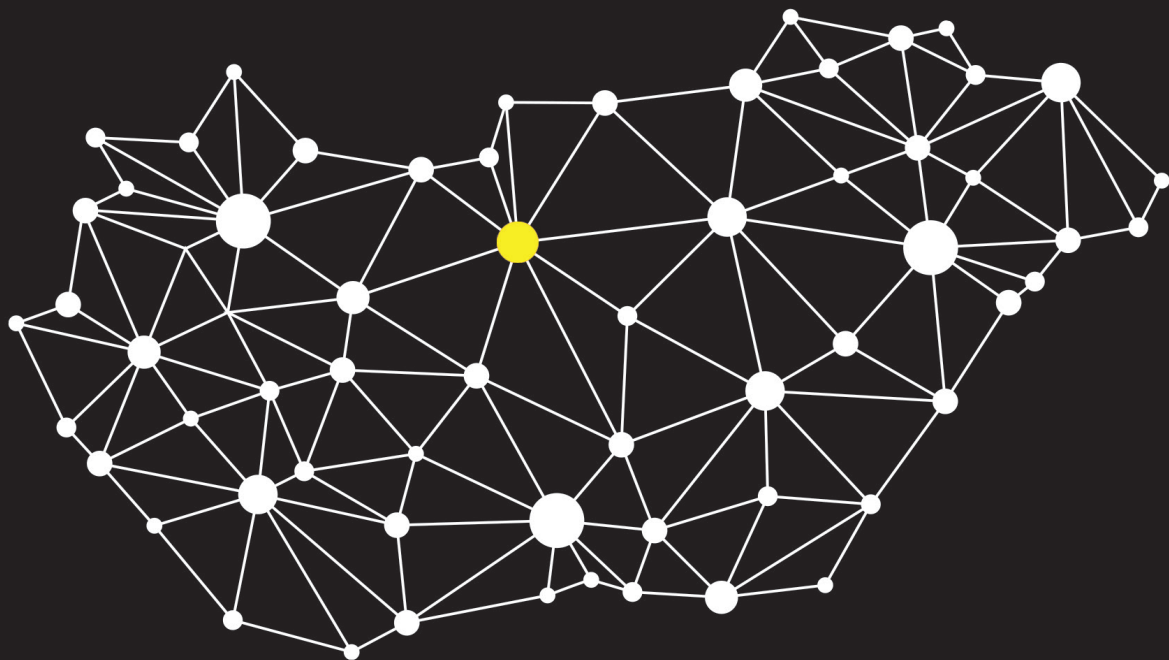


KORKÉP

XXI. SZÁZADI KIHÍVÁSOK



Szerkesztette: Fenyvesi Éva – Vágány Judit

Borítóterv: FLOW PR

A fejezetek illusztrációi: Fenyvesi Éva

Lektorok: Salamonné Huszty Anna, Török Hilda

ISBN: 978-615-5607-20-2

Kiadja: Budapesti Gazdasági Egyetem

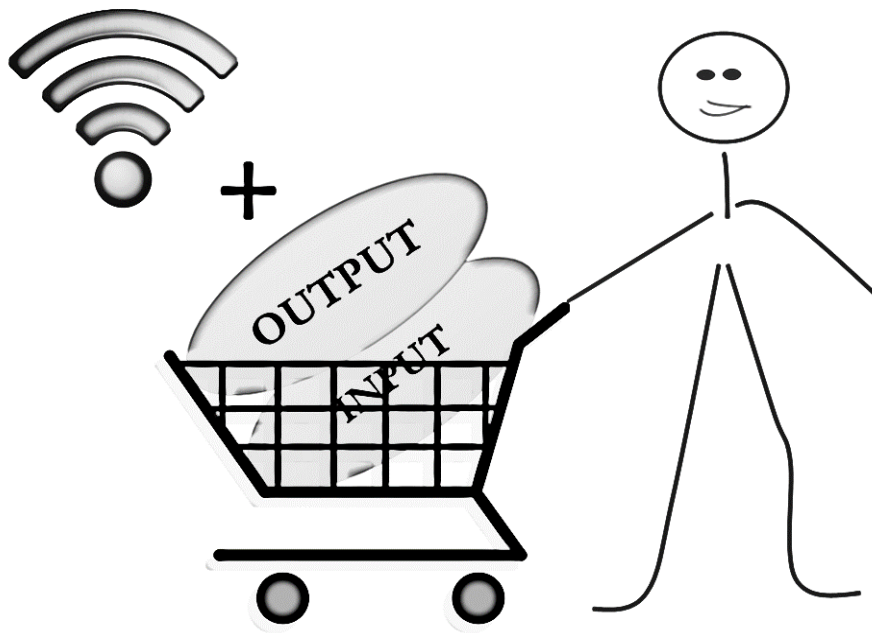


BGE

Budapest, 2016.

AZ ELEKTRONIKUS (MEZŐGAZDASÁGI) PIACTÉR SZEREPE AZ ÁLLAMI SZERVEZETEK ÉLETÉBEN

Erdeiné Késmárki-Gally Szilvia



A globalizáció átrendezte és folyamatosan átrendezi az országok gazdaságát, kiterjesztve a piaci versenyt az egész világra. A folyamat során a piaci verseny feltételeit és jellemzőit is gyökeresen átalakítja. A különböző nemzeti kormányok a dereguláció és a nemzetközi egyezmények miatt közvetlenül nem avatkozhatnak bele a globális versenybe, ezért csak közvetett módon, a versenyképesség háttérfeltételeinek javítására, valamint az üzleti környezet megfelelő kialakítására törekedhetnek.

Mindezekon túl a mezőgazdasági vállalkozások helyzetét számos gazdasági tényező befolyásolja¹, a magyarországi rendszerváltás hatásai is megjelennek², valamint a világpiac is szigorú, és ebben kell a cégeknek versenyképesnek lenniük.

További gondolat, hogy a mezőgazdasági termelők és az inputot kínálókat kapcsolata a térben erősen determinált, amely azt jelenti, hogy az input-felhasználókat a gyártók és kereskedők ügynöki hálózata tartja szorosan kézben, vagyis viszonyukat a kereskedők profitmaximalizálása határozza meg. A termelőknek egyrészt ebben a viszonyrendszerben igen szűk lehetősége van a teljes kínálati portfólió összehasonlítására, a kínálati oldal nagyobb körére kiterjedő és a termelő saját számára legkedvezőbb ajánlat érvényesítésére (például: minimális beszerzési ár, stb.). Másrészt azt is be kell látni, hogy a mezőgazdaság számára kiemelkedően fontos, nélkülözhetetlen források egy részét az Európai Unió és a nemzeti alapú támogatás adja. Az európai uniós források jelentősége a mezőgazdasági vállalkozások számára – minden más szektorhoz képest – nagy, hiszen a mezőgazdaság jövedelmei között a normatív uniós támogatások nagyon komoly tényezővé váltak. Az Európai Unió bizonyos tagországainak (köztük Magyarországnak is), például a vidékfejlesztési programok, lehetőséget adnak a vidéki térségeik gazdasági, társadalmi és környezeti problémáinak mérséklésére, melyekre kizárólag belső forrásokból nem lennének képesek. Bakos és szerzőtársai³ kutatásukban célul tűzték ki két szomszédos ország 2007-2013-as vidékfejlesztési programjának, és a programozási időszakon belül megvalósult pályázási sajátosságainak az értékelését. Vizsgálatuk alapján elmondható, hogy Románia és Magyarország nem használta ki maximálisan az európai uniós vidékfejlesztési forrásokat, ugyanakkor szerencsére az is elmondható, hogy nemcsak Magyarországon, hanem uniós szinten is hangsúlyozott figyelmet kap a mezőgazdaság, ennek értelmében a 2014-2020-as uniós költségvetési ciklusban is kiemelt helyen szerepel a Közös Agrárpolitika (KAP).

További gondolat, hogy az Európai Unió új tagállamainak külkereskedelme kötött pályán mozog. Vásáry^{4,5} kutatásai alapján ahhoz, hogy Magyarország bilaterális kereskedelmi mérlegeiben érdemi változás történjen, a termékpályák megerősödése mellett szükséges a szereplők közötti kommunikáció javítása, a rés piacok feltárása és kihasználása. Hiába erősek a gép-, a vetőmag- és a kemikáliaforgalmazók, ha a termelő nem képes olyan szintű gazdálkodás folytatására, amely elegendő eredmény képződését teszi lehetővé. Ugyanez igaz az értékesítési oldalon is, hiszen ha nincs elegendő, megfelelő minőségű, kiszerezésű árualap a piacon, az értékesítés szereplői sem tudnak hosszú távon fennmaradni.

A fenti bevezető gondolatok alapján is látható, hogy nem elhanyagolható a mezőgazdasági szerepkörök vizsgálata és a forrásfelhasználás gazdaságossága. Fontos az

inputkereskedelemben a gazdálkodók pozíciójának javítása, valamint az outputok értékesítése területén adódó lehetőségek kihasználása. Vagyis a termelői alkupozíció mind az input, mind az output oldali megerősödése a mezőgazdaság minden szereplője számára hosszú távú előnnyel jár. Ebben az államnak és a gazdaságpolitikai beavatkozásainak szerepe van, ugyanis például az állami gazdaságpolitika gyakorlata változatos finanszírozási eszközökkel élhet, amely megfelelő alkalmazása esetében a leírtak segítségét tudja szolgálni.

A Nemzeti Agrárkutatási és Innovációs Központ Mezőgazdasági Gépesítési Intézetében, Fenyvesi és Erdeiné Késmárki-Gally⁶ által kidolgozott, „piactudatos technológiafejlesztésnek” elnevezett rendszer egy olyan modell, amely figyelembe veszi a mezőgazdasági termelés fentiekben vázolt összetettségét: az inputok-alkalmazói területenként eltérő használati értékét, a biológiai folyamatok jellegzetességeit, több szakterület szükséges együttműködését, az élelmiszerpiac dinamikusságát. A piactudatos technológiafejlesztési rendszer célja a „mezőgazdasági” termék sikerességének növelése, segíteni a versenyképes termelést, vagyis a „mezőgazdasági” termék sikerességének növelésére koncentrálni. A módszer lényege, hogy a kutatás-fejlesztés során nem a szakterületi tevékenységre helyezi a hangsúlyt, hanem a termékre, vagy a szolgáltatásra. E rendszert felhasználva⁷, a gyakorlatban történő alkalmazhatóságot szem előtt tartva, tesztek javaslatot egy elektronikus piactér modelljének kialakítására.

Az innováció új dimenziói

Neszmélyi⁸ (is) hangsúlyozza, hogy a kis- és középvállalkozásoknak (kkv) állandó megújulásra és innovációra van szükségük, mivel versenyelőnyhöz vezet, biztosítva ezzel a megfelelő piaci pozíciót hosszú távon. Az innováció nem véletlen, nem exogén adottság, hanem a formális piaci intézmények mögött meghúzódó valós intézményi berendezkedéssel, a gazdaságban ténylegesen észlelhető magatartásmintákkal magyarázható. Nemzetközi összehasonlítások széles köre és számos hazai kutatás igazolta már, hogy a magyar vállalati szférában igen kevés az innováció, és ebből a helyzetből nehéz kitörni. A sikeres innovatív vállalatok száma csekély, pár ezer, az iparban is csak a vállalatoknak néhány százaléka, és még ezek többsége sem növekszik⁹.

Mindezek mellett napjaink gyorsan változó társadalmi-gazdasági világában új dimenziókba helyeződött az innovációs folyamat. Az innováció ugyanis a különböző szereplők (cégek, akadémiai és egyetemi kutatóintézetek, fogyasztók) között megköveteli a kiterjedt interakciót, valamint a tudomány, a műszaki fejlesztés, a termékfejlesztés, a gyártás és a marketing közötti visszacsatolást. A legújabb típusú innovációs folyamatok elemzése során megfigyelhető, elsősorban a fejlett országokban, az az átalakulási folyamat, amelyben korábban egymástól elkülönült területek (a K+F közösségi intézményei, vagyis az egyetemek, a vállalati szféra és a kormányzat) egyre szorosabb együttműködést építettek ki, illetve vették át részben egymás szerepét.

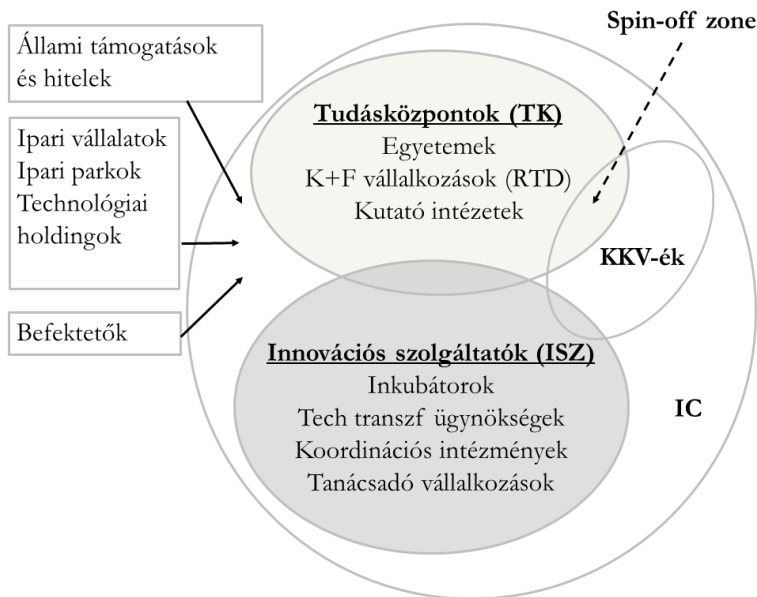
A hazai innovációs folyamatokban a kisszámú és főként kétszereplős kooperációk jellemzők, hiányoznak az összetett fejlesztési, innovációs hálózatok, ráadásul az együttműködő vállalkozások nagyobbik hányada főleg zárt, a gazdasági/piaci mezőn belüli partnerekkel rendelkezik¹⁰.

Ehhez kapcsolódó gondolat, hogy a hálózatosodás a modern gazdaságok megkerülhetetlen követelménye. A „hálózati társadalom” kifejezést gyakran az információs társadalom szinonimájaként használják¹¹. A növekedésorientált cégek az elmúlt években kezdtek ismerkedni a hálózatos gazdaságban rejlő előnyökkel. A hálózatépítés a vállalati határokon túlnyúló kooperációval kezdődik, a kooperáció a hálózati működés kiindulópontja és mozgatója. Nábrádi¹², Maciejczak¹³, Bigliardi és Galati¹⁴ munkáiban is látható, hogy a regionális tudományok mentén egyre elfogadottabbá vált a hálózatosodás gazdasági előnyét alátámasztó metodikák alkalmazása és kiteljesedett az innovációs láncok, együttműködések, hálózatok köre. Csizmadia¹⁵ kimutatta, hogy az iparági együttműködés iránt érdeklődők eredményesen alakították ki hálózatmenedzsment-módszertanukat és menedzsmentjüket, de az eltérő iparági sajátosságok e kérdéskörnél is megjelennek. A markáns információgazdasági trend különösen erős az innovációk területén, hiszen sok esetben még a világcégek sem engedhetik meg magunknak az önálló innovációs tevékenységet, ezért az utóbbi évtizedben egyre gyakrabban szűkebb vagy tágabb körben együttműködnek egy-egy innováció érdekében.

A mezőgazdasági innováció elterjedési feltételei jellegzetesek, és sokkal nagyobb a megismerés szerepe, amelyben a szereplők együttműködése, az integrátorok, a tanácsadók meghatározók^{16,17,18,19,20}.

A hálózatos együttműködés egyik formáját az Európai Unióban a klaszterek képviselik. Céljuk a kis- és középvállalkozások, a multinacionális cégek, valamint a felsőoktatási és akadémiai kutatóműhelyek közötti együttműködés katalizálása, piacorientált innováció megvalósítása. Az innovációs klaszterek nyújtotta előnyök különösen hasznosak lehetnek a kkv-k számára azáltal, hogy forrásaik összeadódnak, kockázatauk csökken, az innovációs klaszterek bevonhatják a kkv-kat a K+F projektekbe, közvetíthetik vagy licenzselhetik a szükséges technológiákat. A tudásközpontok, az innovációs szolgáltatók és a kisebb vállalkozások az elsődleges kulcsszereplők az innovációs klaszterekben, mely az 1. ábrán jól látható.

Ugyanakkor a klaszterek kialakulásához szükség van egy bizonyos, kritikus mennyiségű vállalkozásra és gyakorlatra, amelyek között például egy külső hatásra elkezdődik a szerveződési folyamat. Ez igaz mind a fejlődő, mind a fejlett országokban végbemenő folyamatokra²¹.



1. ábra. Elsődleges kulcsszereplők az innovációs klaszterekben²²

Az Európai Unióban az elmúlt évtizedre a termelői szerveződések fejlődésére jellemző tendencia a következő volt:

- a tagországi szintű együttműködések erősödése,
- a vertikális integráció növekedése, termelési és marketing funkciókkal,
- a mezőgazdasági termelői és értékesítő szerveződések felértékelődése,
- piaci erejük növekedése,
- strukturális koncentráció, egyre kevesebb számú termelői csoport dominanciája,
- az export irányultság növekedése, magas minőségű termékekkel való piac-szerzés,
- a termelést végző és a befektetőtagokat egyaránt összefogó szervezetek számának növekedése,
- kezdetét vette a „határokon átnyúló”, nemzetközi szerveződések létrehozása,
- a környezetvédelmi és minőségi szempontok erőteljesebb érvényesülése.

Az egyetemi és közfinanszírozású kutatóintézetekből kiváló spin-off vállalkozások a tudományos intézményekben keletkező tudás gazdasági hasznosításának egyik legfontosabb megtestesítői. Az elmúlt évtizedekben – párhuzamosan azzal, hogy a gazdasági versenyben az innováció vált a legfontosabb tényezővé – az egyetemek és

állami kutatóintézetek szerepe is jelentősen átalakult világszerte, az oktatási és a kutatási funkciók mellett az ott létrejött tudományos eredmények hatékony gazdasági hasznosítása is egyre inkább elvárássá vált a kormányzatok és a társadalom részéről. Az Egyesült Államokban, korán felismerve a spin-off cégek jelentőségét, már az 1960-as években elkezdődtek az e vállalkozásokra irányuló tudományos kutatások, de ma már világszerte jelentős a téma szakirodalma és a kérdést az Európai Unió is kiemelten kezeli. Az Egyesült Államokban a kutatási eredményeket hasznosító spin-off cégek a regionális innovációs klasztereken keresztül általában dinamizálják térségük innovációs rendszerét és hozzájárulnak a lokális gazdaság fejlődéséhez. Ezzel szemben Európában a kutatások gyakran arról számolnak be, hogy a létrejövő spin-off cégek megmaradnak kisvállalatoknak. Az eltérés okait keresve felmerülnek az eltérő finanszírozási lehetőségek, a vállalkozói kultúra és szemléletmód közötti különbségek, a gazdasági, támogatáspolitikai és innovációs környezetben megmutatkozó differenciák.

A társadalomtudomány sokféle területének kutatói járultak hozzá ahhoz, hogy az innovációs rendszerek dimenziója szerint ma már megkülönböztethetőek a globális, a nemzeti, a regionális, a szektorális, és a technológiai innovációs rendszerek. Ezek sorát kiegészítik az egy-egy nemzetközi régióra (EU) koncentráló és a triple-helix modellben gondolkodó rendszerek²³.

A nemzeti innovációs rendszer az evolúciós közgazdaságtudomány egyik jelentős fogalma koncepcionális keretének megalkotása egy hosszú gondolkodási és empirikus kutatási folyamat eredménye. E tudományos gondolkodási folyamat egyik úttörője volt Christopher Freeman²⁴. A különböző, számos átfedést tartalmazó, domináns definíciók alapján „Az innovációs rendszer azoknak a tudás előállító, terjesztő és felhasználó intézményeknek a köre, amelyek külön-külön és együttesen hozzájárulnak az új technológiák fejlesztéséhez és elterjedéséhez. Az egyes intézmények képességei és a köztük lévő kapcsolatrendszer határozzák meg egy nemzet, egy régió vállalatainak innovatív teljesítményét. Ezek az intézmények adják annak a keretét, amelyen belül a kormányzatok kialakítják és megvalósítják az innovációs folyamat elmozdítása érdekében folytatott politikájukat. A kölcsönös kapcsolatban működő intézmények rendszere elősegíti az új technológiát meghatározó új tudás, új képességek és új termékek előállítását, megőrzését és átadását”²⁵.

Az eredményes innováció – a triple helix modell alapján, amely egy hármas spirálként közelít a nemzeti innovációs rendszerekhez – az állami intézmények, a tudásbázis és a vállalkozások harmonikus együttműködésével valósítható meg, gyakorlatilag bármelyik termék előállításánál, illetve vidékfejlesztési feladatnál. Amennyiben nem lehet egy-egy szakterületen ezt a kapcsolódást létrehozni, nem tud az elvégzett kutatási eredmény hasznosulni, így az (uniós vagy nemzeti) támogatás sem éri el a célját.

Ezzel szemben Kolodkó²⁶ összegző munkájában felhívja a figyelmet arra, hogy a fejlődés alapvetően a sikeres imitáció mentén valósult meg az elmúlt évszázadokban, nem kisebbítve kijelentésével az igazán nagy tudományos technikai eredményeket és a hozzájuk kapcsolható innovációs folyamatokat. Az innováció és imitáció

sikerességét munkájában Glass²⁷ is vizsgálta. Valójában a vállalati viselkedés az egyéni és osztályos érdekek az innováció – diffúzió folyamatának lerövidítése és költségeinek mérséklése mellett a megtérülés kockázatát csökkenti. Nagy²⁸ szerint a vállalatoknak figyelniük kell a tervezésre. Takácsné²⁹ kutatásai alapján az ágazati legjobb gyakorlat figyelése, adaptálása – az imitáció – sokkal nagyobb szerepet kell, hogy kapjon a vállalati életben. A kis- és középvállalkozási szektorban az imitáció a vállalati növekedés szempontjából fontosabb lehet, mint az innováció. Az innovátorok másolásával az imitáció révén a szereplők szignifikáns eredményt érhetnek el, költségeik minimalizálásával, a kockázat (technológiai és piaci) csökkentésével. Az imitáció lényege, hogy az utánzásra méltó ötletet kell megtalálni, és időben, gyorsan ráállni a termelésre, piaci elterjesztésre. Lényegében ez a vállalati viselkedés részben megfeleltethető az innováció diffúziójába a korai szakaszban belépő vállalatok viselkedésének.

Az ágazati sajátosságok, az eltérő gazdasági fejlettséggel jellemezhető regionális különbözőségek jellemzően meghatározzák a vállalkozások mozgásterét a fejlődés, a megújulás terén. A vállalkozói kör innovációra vonatkozó ismerete hiányos, továbbá szemléletváltásra van szükség.

Magyarországon a rendszerváltást követően átalakult a magyar mezőgazdaság üzemi rendszere, ezzel együtt jellemzően erősödött a termelők, főként a kis- és középvállalkozások kiszolgáltatottsága a különböző termékpályák más szereplőivel szemben. A kis- és középvállalkozások helyzete számottevő hatással van az egész európai gazdaságra³⁰. Az egymástól elszigetelődött, egyenként kis volumenben termelők fejlesztései összehangoltan sikeresebbek, gazdaságilag hatékonyabbak lehetnének. A termelés integrálását ellátó korábbi szervezetek, termelési rendszerek jelentős része azonban a rendszerváltás után megszűnt. A meglévő, de átalakult nagyüzemek integráló tevékenysége elsorvadt, a termelők érdekét valóban szem előtt tartó új szerveződések napjainkig viszont máig sem igazán elterjedtek. Ugyanakkor fontos hangsúlyoznom, hogy gyakran hangzik el az a gondolat, hogy a kis- és középvállalkozási szektor szereplői megerősödésének egyik kulcseleme a folyamatos megújulás, a képesség az innovációra, vagyis az innováció versenyelőnyöket eredményez és ennek eredményeképpen hosszú távon biztosítja a megfelelő piaci pozíciót. De a klasszikus schumpeteri értelmezés szerinti termék és szolgáltatás innovációra kevesen képesek, annak magas tőkeigénye mellett gyakran a végig vitelhez szükséges menedzseri képességek hiánya miatt.

Korszerű informatika megoldások

A XXI. századra, a mezőgazdasági termelőknek a felgyorsult gazdasági folyamatok és az új fogyasztói igények, a szigorúbb környezetvédelmi előírások miatt egyre több időt kell fordítani a termelésen kívüli feladatokra is. A legjobb döntés meghozása egyre nehezebb a sokféle lehetőség miatt például a termeléshez milyen vetőmagot, vegyszert és műtrágyát használjon fel, mikor és kinek értékesítse a termékét, a felhasznált input anyagokkal összhangban milyen agrotechnikai beavatkozások vannak összhangban. Ezen túlmenően jelentős időt kell fordítani a különböző adminisztrá-

tív feladatokra (például támogatásigénylésre, naprakész nyilvántartások vezetésére, különböző bevallások készítésére az állami intézmények számára), továbbá a fogyasztók között egyre inkább felmerül az igény az élelmiszerek előállításának a teljes nyomon követhetőségére is³¹.

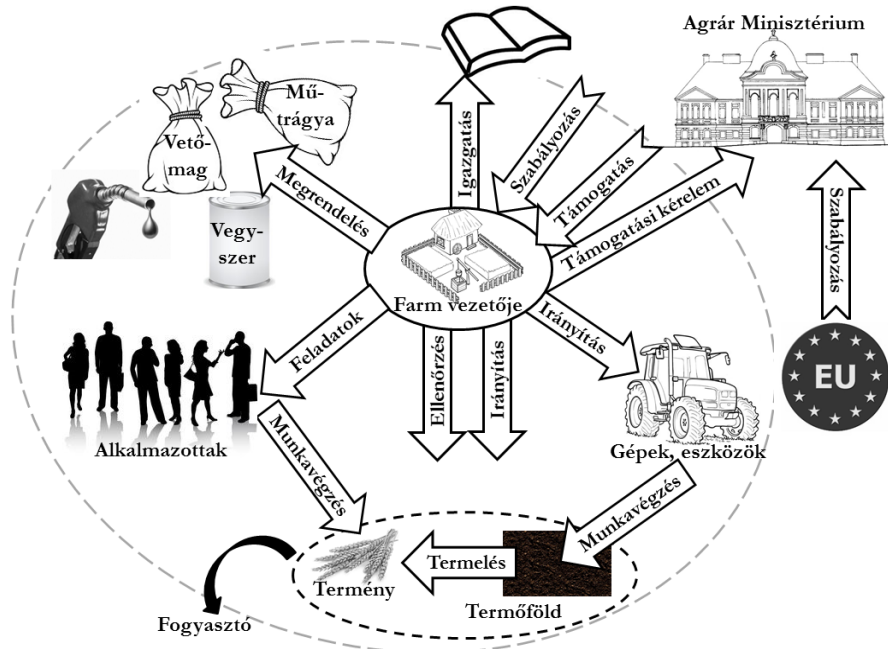
Ennyire szerteágazó feladatokat a hagyományos papír alapú nyilvántartásokkal lehetetlen elvégezni, ezért a mezőgazdaságban is az informatika adta lehetőséget kell felhasználni, hogy az új kihívásoknak megfeleljenek a termelők és ezzel együtt versenyben maradjanak a piacon.

Vagyis a XXI. században egyre több gazda vásárol és használ számítógépet és egyéb informatikai eszközt. Több tanulmány is kimutatta, hogy a gazdaságok miért vásárolnak számítógépet és egyéb informatikai eszközöket.

A legfőbb említett okok a következők voltak:

- Magasabb jövedelem elérése a költséghatékonyabb input anyagok kiválasztásán és felhasználásán keresztül.
- Időmegtakarítás a gyorsabb és könnyebb adatszolgáltatás az állami és szakigazgatási szervek felé.
- Vezetői feladatok megkönnyítése a gyorsabb döntések, hatékonyabb tervezési, kivitelezési és ellenőrzési folyamatot biztosításával.
- Egyszerűbb kapcsolattartás a piaci szereplőkkel és az állami szervekkel.
- Hatékonyabb szakmai fejlődés.
- Versenyben maradni a többi gazdával, akik már használják a számítógépet³².

Napjainkban, a mezőgazdaságban új nemzetközi tendenciák figyelhetők meg a farm menedzsment területén. A 2. ábrán láthatók azok a főbb tevékenységek és feladatok, amit a gazdálkodónak irányítani kell³³. Például a mezőgazdasági termelés főbb keretrendszerét a nemzeti és az Európai Unió közös agrárpolitikája alakítja ki a nyújtott támogatásokon és a törvényi, rendeleti szabályozásokon keresztül. A gazdálkodónak dokumentálnia kell, hogy a termelést a hatályos szabályoknak megfelelően végzi. A dokumentáción túl a gazdálkodónak a legfontosabb döntés, hogy mely fogyasztóknak milyen terméket állítson elő a gazdaság, ugyanis ennek megfelelően kell kiválasztani a vetőmagot, műtrágyát, növényvédő-szert, valamint kell megszervezni a gépek és emberek által végzendő munkafolyamatokat.



2. ábra. Főbb tevékenységek a farmvezető szempontjából³⁴

A magyar mezőgazdaság egyik sajátossága, hogy rendkívül változatos az üzemméret. A kisméretű önellátó farmok mellett éppen úgy jelen vannak a professzionális növénytermesztést folytató nagyüzemek is. Az elmúlt évtized jelentős változást hozott az információ-technológiai eszközök és rendszerek, valamint ezekre épülő alkalmazások és szolgáltatások fejlődésében. E fejlődés az agrárgazdaság számára is új lehetőségeket nyújtott, sok területen pedig ma már nélkülözhetetlen eszközök eléréséhez járult hozzá.

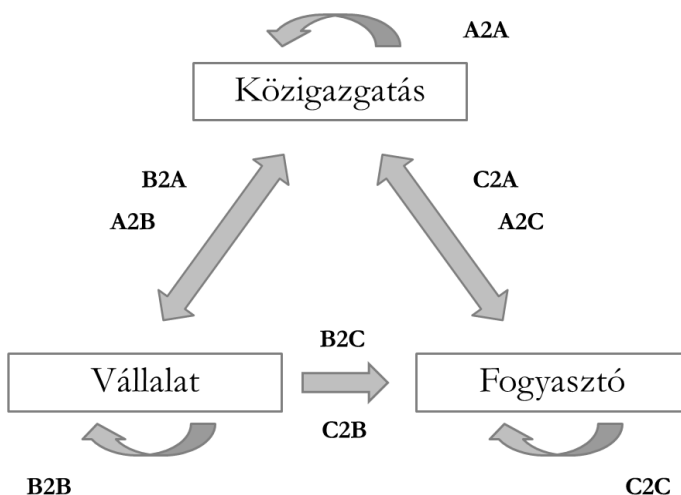
Az üzemméret, Magyarországon és külföldön egyaránt, jelentős tényező az alkalmazott informatikai eszközök és szoftverek terén. Az üzemméret növekedésével egyre többféle számítástechnikai eszközt és alkalmazást használnak a gazdálkodók. A néhány 10 hektár területen gazdálkodók szinte csak az állami adminisztrációs feladatokat végzik számítógépen. A nagyüzemek esetén már a legmodernebb technológiák és eszközök is jelen vannak (például a Globális Helymeghatározó Rendszerek, GPS).

E-kereskedelem és e-piactér

Az internet története egészen az 1960-as évekig nyúlik vissza. Az 1990-es évektől már a nagy számítógépes kereskedelmi központok is elérhetőek voltak interneten keresztül, és az üzleti alkalmazások köre folyamatosan, növekvő ütemben bővül. Az

internet által nyújtott lehetőségek napjainkban a gazdaság minden szegmensében egyre nagyobb szerepet kapnak. A néhány éve még szinte csak információszerzésre, levelezésre használt világhálón, ma már egyre több cég kínálja kereskedelmi, ügyfélszolgálati és egyéb szolgáltatásait. A XXI. század egy egészen új világ, az információs társadalom képét vetíti előre, ahol a tömeggyártás, az ipari termékek meghatározó szerepét az információtechnológia hatalma váltja fel.

Napjaink globalizálódó gazdasága percről percre változik és egyre inkább egy új, tudásalapú gazdaság felé tart. A változásban kiemelkedő szerepet játszik az elektronikus gazdaság térhódítása, amit gyakran Új Gazdaság (New Economy) névvel illetnek. Az információs technológiák elterjedése révén gyakorlatilag mindenhol lehetővé válik az információk egyszerű és olcsóbb hozzáférése, kezelése, feldolgozása és tárolása, ami megváltoztatja a gazdasági tevékenységek korábbi rendszerét. Az informatikai világhálózatok üzleti célú alkalmazása kitűnő lehetőség a vállalkozások fellendítésére. Ennek alkalmazása nélkül ma már elképzelhetetlen mind a vállalatok versenyképessége, mind az üzleti folyamatok működése. Olyan versenytényező, amellyel élni kell, ha egy cég talpon akar maradni. A világhálózatokon egyre gyorsabban terjednek azok a szolgáltatások, amelyeket a szolgáltatótól távol, akár otthonról is igénybe lehet venni.



3. ábra. Az e-kereskedelem megjelenési formáinak egymáshoz való viszonya³⁵

Gondoljunk csak az elektronikus piacokra, ahol a vevők és eladók beszerzéseiket, valamint szolgáltatásaik és termékeik értékesítését bonyolíthatják, ezzel egy időben pedig pénzt és időt takarítanak meg³⁶. Az interneten végbemenő elektronikus kereskedelem (e-commerce) a személyi számítógépek megjelenésével kezdett terjedni. Az elektronikus kereskedelem egyik meghatározása az üzleti tranzakcióknak minden olyan formája, melyek során a felek inkább elektronikus, mint fizikai úton, vagy

közvetlenül érintkeznek. Az IBM meghatározása szerint az üzleti folyamatok internetes technológiákon alapuló támogatását jelenti. Az e-kereskedelem különböző formáinak a gazdaságban betöltött szerepét jellemzi a lebonyolított üzleti forgalom nagysága, ami alapján a vállalkozói kereskedelem áll az első helyen, ezt követi a vállalatok és fogyasztók közötti elektronikus kereskedelmi forgalom.

Az e-kereskedelem négy fő formáját különböztetjük meg, azonban számos más formája létezik, ahogy az a 3. ábrán is látható:

- vállalkozói (business to business, B2B),
- vállalat és fogyasztó közötti (business to consumer, B2C),
- fogyasztók közötti (consumer to consumer, C2C),
- kormányzat és közigazgatás közötti (business to administration, B2A).

Az e-kereskedelemnek köszönhetően a vállalkozói tranzakciók folyamata teljesen átalakult; mind a vevők, mind pedig az eladók számára egy sokkal átláthatóbb piac jött létre³⁷.

A rohanó és korszerűsödő világban az elektronikus kereskedelem és az ehhez szorosan hozzákapcsolódó elektronikus piactér (e-piactér) az emberek kényelmére jött létre.³⁸ Az e-piacterek az elektronikus kereskedelem fejlődési folyamatainak eredményeképpen alakultak ki. Az elektronikus piactér sajátos kombinált forma, azaz az olyan kereskedés, amelyben egyidejűleg sok eladó és sok vevő vesz részt. Nem egyszerűen egy vállalat elektronizált kereskedéséről van szó. A vállalkozói e-piactereken nemcsak az adásvétel elektronizált, hanem valamennyi ehhez kapcsolódó folyamat is. Mint például az információszerzés, megrendelés, tehát az üzlet teljes egészében a világhálón zajlik. A szállítások teljesítése is nyomon követhető a vállalatok rendszereinek összekapcsolásával. Ezek alapján mondhatjuk, hogy az elektronikus piacterek a legértékesebb intézményei az elektronikus kereskedelemnek³⁹, vagyis az elektronikus piac olyan tényleges és potenciális vevők és eladók, valamint cserekapcsolataik rendszere, melyben a vevők és eladók a cserekapcsolataik létesítésére, fenntartására valamilyen információs és kommunikációs technológiát használnak, a legfőbb tényezők továbbra is a kereslet, a kínálat, az ár és a jövedelem. Az e-piactér alapvető képességéhez hozzátartozik, hogy tudja, miképpen adja meg a vevők számára objektív, érhető, megismételhető módon az eladásra kínált termékek adatait, jellemzőit.

A mezőgazdasági termelőket támogató beszerzési és értékesítési verseny létrehozása

A fentiekben leírtak alapján látható, hogy szükség van egy olyan rendszerre, amely szoros kapcsolatot tud tartani a termelőkkel és megoldja a hatékony érdekérvényesítést, valamint növeli az innovációs aktivitást. Az utóbbi években az információtechnológia egyre nagyobb teret hódít a piacok, piacterek működésében azáltal, hogy segíti a fentebb leírt feladatok hatékonyabb, költségkímélőbb végrehajtását. Az

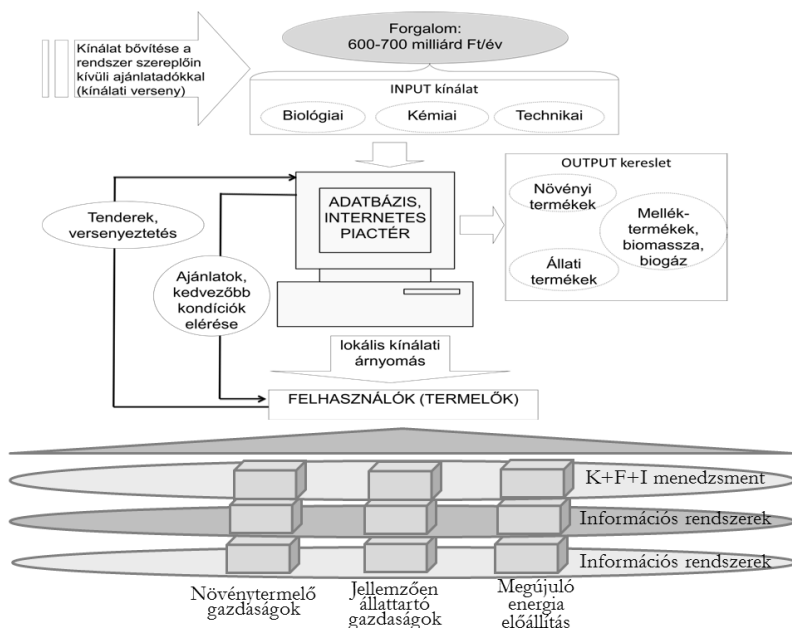
elektronikus piacterek térnyerésével több területen is megváltoztak a korábbi hagyományos folyamatok, és eredményeképpen nagyobb gazdasági hatékonyság jött létre.

Éppen ezért a javasolt rendszernek meg kell felelni:

- az inputszolgáltatók közötti versenyhelyzet megteremtésére,
- a kínálati oldal bővítésére,
- a megmerevedett kereskedelmi struktúrák fellazítására a legkedvezőbb beszerzési feltételek megteremtése érdekében.

Ehhez egy olyan rendszerre van szükség, amely lehetőséget biztosít a termelők közös ajánlatkérésére, illetve amely az egy tranzakcióban jelentkező igények mennyiségi növekedésén keresztül eredményezne kedvezőbb ajánlatkérési pozíciót a kínálati pozícióban levők versenyztetésén keresztül. A kidolgozott rendszer alkalmas – természetesen a szereplők pozitív affinitása mellett – a nyílt innováció színtereként funkcionálni, mivel a szereplők közötti, bizalmon alapuló partneri kapcsolat, az információcsere megfelelően biztosított.

A javasolt rendszerfejlesztés központi eleme egy adatbázis, amely az internetes piacér alapjául szolgál. A termelők részére a piactér ajánlatokat gyűjt, valamint segítséget nyújt a beszerzési-, illetve értékesítési tenderek megfogalmazásában, ezáltal a beszállítók és a vevők versenyztetésében. A termelők e rendszer segítségével kedvezőbb pozíciókat tudnak elérni input anyagaik beszerzési árszintjét, minőségét, egyéb termékjellemzőket illetően (4. ábra).



4. ábra. A piactér szereplőit átölelő rendszer⁴⁰

A rendszer célja elsősorban a termeléshez szükséges input anyagok előállítását és a termelők közötti termelési láncban érvényesülő részfolyamatok költséghatékony támogatása, ezért a beszállító (eladó) és felhasználó (vevő, termelő) közötti „utat” kell a lehető legrövidebbre csökkentenie. Meg kell teremtenie a transzparenciát, összehasonlíthatóságot és nem utolsósorban a követhetőséget.

A felhasználók strukturáltságát tekintve különböző ágazathoz tartozók lehetnek.

Termelők például a zöldség-gyümölcs-termelők, szántóföldi étkezési- és takarmánynövény-termelők, állattartók, állattenyésztők, törzstenyésztők, stb.

Beszállítók például a termésfokozó és növényvédő (kémiai és biológiai) anyag előállítók, forgalmazók, gépgyártók és -forgalmazók, szaporítóanyag előállítók, takarmánygyártók és -forgalmazók, állatgyógyászati termékgyártók és -forgalmazók, stb.

A rendszerben a partnerek szerepe is fontos, mert a partner szervezetek olyan intézmények összessége, amelyek szolgáltatásaikkal és szakértelmükkel elérhetővé tennék, és növelnék a vállalkozások sikerességét (stratégiai partnerek: kutató intézetek, egyetemek, szakmai szervezetek és szakkönyvkiadók; operatív partnerek: pénzügyintézetek, bankok, pályázatíró és szolgáltató intézmények). A felsorolt intézmények a mezőgazdasági termelés szakmai háttérét biztosítanák, javíthatnák az agrárszféra információ-ellátottságát, valamint terjeszthetnék a „best practice” megoldások elismertségét. A vállalkozásoknak szóló előnyökön túl a stratégiai partnerek egymással közreműködve projektterveket generálhatnak, és kutatási kapcsolatokat építhetnek, amelyek a mezőgazdaság hosszú távú fejlődését teszik lehetővé. A fent részletezett partneri hálózat, annak tagjai és a hálózati előnyök sarokpontját képezik a B2B online agrárpiactér kialakításában. A különféle felhasználói típusok csoportba foglalt megjelenítésén túl az adott csoportra jellemző releváns információ megjelenítése is szükséges.

A mezőgazdasági termelést nagy számban kis- és közepes vállalatok, gazdálkodók végzik, akik igen nehezen tudják a piaci előnyök megszerzéséhez szükséges koncentrációt megvalósítani, így a koncepció alkalmazásával a termelés intenzitásának koordinálása lényegesen magasabb, átfogóbb szinten valósulhatna meg több termelő bevonásával. Az így létrehozott kapcsolati háló alkalmas lenne a mezőgazdasági vállalkozások információ- és input-ellátottságának növelésére, az itt résztvevő termékeket és szolgáltatásokat kínáló vállalkozások ismeretségének és profitjának emelésére, továbbá források bevonására a kis- és középvállalkozások számára.

A felhasználók a rendszer segítségével, tekintet nélkül méretbeli és térbeli elhelyezkedésükre, egymással kapcsolatban lépve jelentkezhetnek input-anyag-igényeikkel beszerzés céljából. A kialakítandó információs rendszer együttműködésre ösztönzi a termelőket. Az együttműködés kiterjedhet a technikai eszközök közös használatának összehangolására, illetve a pénzeszközökhöz történő hatékonyabb hozzáférés megvalósítására. Továbbá a támogatási rendszerek összehangolása, azok különböző ösztönző mértékének optimalizálása is pontosabbá, szakmailag megalapozottabbá válhatna.

A felhasználók teljes körét átszöve biztosítaná a hatékony információáramlás feltételeit. Közös alapot biztosítana az innovációs rendszerek alkalmazásához, a K+F+I menedzsment feladatok koordinálása közösen, nagyobb termelési struktúrát átölelve valósulhatnának meg.

A kínálati- és keresleti piac szereplői annak ellenére, hogy versenyben lesznek egymással, előnyökben is részesülhetnek, hiszen számukra is átláthatóbb, tervezhetőbb lesz az általuk biztosított input termék kínálat-keresleti piaca, a piaci szereplők behatárolása egyszerűbbé válik, ezáltal kereskedelmük hatékonysága nő. A kínálati szereplők száma és személye fokozatosan bővíthet, hiszen a rendszer új belépőkkel számol, ezáltal a verseny fokozódhat, továbbá a kínálatban szereplő termékek száma nő, minőségi jellemzőik javulnak. A rendszerbe bevont termelőknél, kereskedőknél nyomon követhetők a ráfordítások, az értékesítések volumene.

A termelési modellekre alapozott, a kutatás-fejlesztést generáló, valamint a vertikális és horizontális kutatásokat optimalizáló (a K+F résztvevők versenyztetésével) rendszer eredményeinek, véleményem szerint, gyors gyakorlati bevezetését kellene elérni, úgy hogy minden információt, az adott termelőnek a specifikumok (például birtokméret, elhelyezkedés, kondíciók) figyelembevételével kellene átadnia. A felhasználói specifikumok figyelembevételét alkalmazó e-piactérre semmilyen (sem nemzetközi, sem hazai) példát nem találhatunk az interneten. Ez azt jelenti, hogy a termelő optimális esetben a rá vonatkozó termelési információkat kapja. A módszer „spontán” hozná létre a horizontális fejlesztési irányokat, hiszen a termékpálya, a tevékenység mentén történő fejlesztésnél több részelem lehet azonos, amelyek kezelése is hasonlóan történhet.

A külső információátadást végző szervezet feladatainak pontos kijelölése szükséges, mivel a lehető legjobb, felhasználóbarát elektronikus rendszert kellene kiépíteni, amely az országot leképező GIS struktúrára építene (pl. földnyilvántartási, állatnyilvántartási rendszerek), de fenntartaná a hagyományos információ átadási formákat is (például bemutatók, képzések).

Az elektronikus piactér SWOT analízise

Kutatásaim alapján érdemes lenne egy olyan elektronikus mezőgazdasági piactér létrehozása, mely a B2B hálózati platformok mintájára épül, annak minden alkotóelemét tartalmazza és a megvalósíthatóság korlátain belül igyekszik kielégíteni a piaci igényeket. Itt szeretném megjegyezni, hogy jelen munkának nem célja az elektronikus extranet B2B portál részletes bemutatása és vázlata, ezért annak szerkezete és moduljai nem kerülnek ismertetésre.

Egy ilyen piactér létrehozása rengeteg előnyt és erősséget rejtene magában. Elsőként említhető a gyorsaság. Ez annak köszönhető, hogy az információszerzéstől a teljesítésig az üzlet az interneten bonyolódik, illetve a rendszer soktényezős helyzetekben gyorsabban ad megoldást, mint az ember. Az ily módon történő adás-vétellel a vállalati rendszerek is összekapcsolhatók (a szervezetek elektronikus kapcsolatokat létesítenek a közvetítőkkel, szállítókkal, viszonteladókkal, disztribútorokkal, stb.),

így nyomon követhetővé válik a szállítások teljesítése is. Emberi erőforrás helyett is érdemes lenne online rendszert alkalmazni, mivel elérhetővé teszi a szakértői ismereteket ott, ahol egyébként nehezen elérhető. További pozitívum, hogy több szakértő tudását integrálja magába, így az általa hozott döntés több szempontból is megalapozott, könnyebben elfogadható mindenki számára. Igaz ez abból a szempontból is, hogy a döntés külső körülményektől független, szubjektív elemektől mentes, a leginkább objektív választ adja. A problémamegoldó modul több szempontból is rugalmas. Tértől és időtől jól elválasztható, nincsenek helyi, időbeli korlátai, a nap 24 órájában rendelkezésre áll, könnyen átváltható egyik problémáról a másikra.

Az alkalmazás segítségével nagy mennyiségű információ válik elérhetővé a termelési folyamat, a fogyasztói adatok, a termékinformációk, a szállítói adatok, a készletinformációk, az ellátási lánc szövetség adatai, az eladás és marketing, a versenytársak adatai, illetve az ellátási lánc folyamatainak és teljesítményének adatai területén.

Előnyei közé sorolható még, hogy a hagyományos piachoz képest az itt megfordulók száma gyakorlatilag korlátlan, ennek megfelelően a csatlakozás ingyenes lenne, a belépésnek minimálisak a kritériumai, továbbá elektronikus ügyintézésnek köszönhető a költségcsökkenés. Ennek keretein belül a csökkenthetőek a beszerzési (például papír), készletfinanszírozási és értékesítési költségek, redukálható a készletszint, javítható a logisztikai hatékonyság és növelhető az eladások.

Az ellátási lánc és az üzleti partnerek viszonyrendszerének átalakítása is lehetővé válhat, mivel a külföldi vállalatok nagy része használja a B2B rendszereket, a világon egyre több import cég és nagykereskedés választja ezt a fajta termékrendelést. Az online kereskedelem segítségével az export és import cégek bekapcsolódhatnak a nemzetközi üzleti láncolatokba is. A hatékonyság növekedése több területen is végbemeget. Első lépésként természetesen ez a költséghatékonyságban mutatkozik meg, az előbb említett költségek csökkenésével gazdaságilag is versenyképesebbnek tehető a vállalat. A felhasználók (vevők) szemszögéből a beszerzési folyamat egyszerűsödése emelhető ki, az eladók oldaláról pedig a kapcsolattartás válhat hatékonyabbá azáltal, hogy folyamatosan naprakész információkkal szolgálhatnak, illetve a vevői elégedettséget is közvetlenül mérhetik/növelhetik.

A kialakítandó online rendszer első két – talán legfőbb – gyengesége, hogy kialakítása költséges és a fenntartási költségek magasak. Ennek alapvetően az az oka, hogy a kiépítés menete rendkívül összetett, a kialakításhoz sok szakértő összehangolt munkája szükséges. A magas fenntartási költségeket az implikálja, hogy az összegyűjtött adatok és információk változnak, melyeket követni kell, hogy a rendszer folyamatosan „up-to-date” módon működhessen. További költségeket eredményeznek a különböző marketing tevékenységek, hiszen az új rendszert meg kell ismertetni a piaci szereplőkkel.

Negatívumként említhető még a közvetlen kapcsolatok hiánya. Először is, az adásvétel tárgya személyesen nem tekinthető meg, ezáltal nincs személyes kapcsolat az eladó és a vevő között sem. Ez problémát jelenthet a vevő és az eladó oldaláról is. A vevő részéről fellephet a bizalom hiánya, az eladó pedig nem tudja rábeszélési készségeit kamatoztatni. Figyelembe kell még vennünk, hogy a rendszer csupán az

általunk kért parancsokat és programokat hajtja végre. A zökkenőmentes működés érdekében biztosítani kell a személyes adatok maximális védelmét, beleértve a pénzügyi adatokat is, hiszen egy ilyen e-piacról jóval nagyobb forgalmat bonyolít le, mint egyéb online kereskedelemmel foglalkozó rendszerek.

A gyengeségek közé sorolható, hogy nehézkes a felelősségvállalás a kiszállításért, mivel alapesetben a rendszernek ezt a szegmensét nem közvetlenül az alkalmazás alkotói, fejlesztői végzik. Ennek okán, ha kiszállításakor valamilyen probléma (például fizikai kár, a termék sérülése) következik be, tisztázni kell, hogy mely szereplőnek milyen mértékig vállalja a felelősséget.

Az új alkalmazás által adódó lehetőségek számbavételénél elsőként említeném, hogy az online agrár-piacról az alkupozíció javításának és a kereskedőkre nehezedő kockázat csökkentésének is hasznos eszköze lehet. Jelenleg hazánkban a kkv-k jellemzően árelfogadó szerepben vannak nagyvállalatokkal szemben, valamint kisebb méretük, kevesebb bevételük és csekélyebb hitelfelvételi képességeik miatt nagyobb kockázattal szembesülnek, mint a multinacionális cégek. Amennyiben a tervezett alkalmazás több kis- és közepes vállalkozást integrálna, az árakkal könnyebben felvehetnék a versenyt nagyobb vállalatokkal. Ezt tovább vetítve, a rendszer sajátosságából adódóan az integráció által közvetlen információk szerezhetőek a versenytársakról, mely a későbbiekben a hatékonyság és a versenyképesség, valamint az alkupozíció javítása érdekében jelentős lehet. Az innovációs klaszterekhez történő csatlakozás nemzeti és nemzetközi szinten is számos lehetőséget hordozhat magában.

A csatlakozásnak azonban elengedhetetlen feltétele a piactér folyamatos fejlesztése, újabb és újabb technológiák kutatása és alkalmazása. Az innovációs klaszterek nyújtotta előnyök különösen hasznosak lehetnek a kkv-k számára azáltal, hogy forrásaik összeadódnak, kockázatuk csökken, az innovációs klaszterek bevonhatják a kkv-kat a K+F projektekbe, közvetíthetik vagy licencezhetik a szükséges technológiákat, motiválhatják a vállalkozást az innovációs politika megvalósítására. További lehetőség, hogy az internetes vásárlások és az e-piacterek törvényi szabályozása kedvezően alakul Magyarországon.

Egy új rendszer kialakítása, fenntartása és fejlesztése veszélyekkel és nem várt problémákkal is együtt járhat. Sajnos a fejlesztés nem találkozik minden esetben a fogyasztói igényekkel, a technológia fejlesztés nem feltétlenül szolgálja közvetlenül az igények kielégítését, hiszen az új technológiát nem feltétlenül fogadja el a piac és a fogyasztók. Amennyiben a fogyasztók (leendő felhasználók) úgy ítélik meg, hogy az online rendszer számukra nem hasznos vagy a fejlesztők nem a megfelelő célcsoportban népszerűsítik az alkalmazást, hosszadalmas lehet kiépíteni a megfelelő nagyságú felhasználói kört, mely a rendszer feleslegessé válásához vezethet.

A magyar vállalati szférában igen kevés az innováció, és a hazai innovációs folyamatokban mérsékelt szerepe van a kapcsolathálózatokra épülő, általuk koordinált különböző típusú és funkciójú innovációs együttműködéseknek. Kiszámú és főként kétszereplős kooperációk jellemzők, hiányoznak az összetett fejlesztési, innovációs hálózatok, ráadásul az együttműködő vállalkozások nagyobbik hányada főleg zárt, a

gazdasági/piaci mezőn belüli partnerekkel rendelkeznek. Ez a gyakorlat az új fejlesztési kezdeményezések hanyatlását eredményezheti, hiszen, az együttműködés és összefogás hiánya akadályokat gördíthet az innovációs hálózatokba való bekapcsolódás elé.

A hosszú távú lehetőségeket szem előtt tartva további problémát jelenthet a céltudatos és rendszeres innovációs politika hiánya. Gondolok ezen belül a stratégiai partnerkapcsolatokra elhanyagolására, a tanácsadó-elemző szolgáltatások figyelmen kívül hagyására, a végfogyasztók véleményének és a fejlesztő csoportokkal való együttműködés hanyagolására.

Konklúzió

A teljes munka alapvető koncepciója egy olyan innovatív online piactér létrehozása, amely a mezőgazdasági termelőket és beszállítókat egyesíti egy rendszerben, melyhez nélkülözhetetlen a megfelelő állami vagy európai uniós források biztosítása. Ezen túl a koncepció rengeteg fontos újítást is kínál, főként olyan információk formájában, amelyek eddig nehezen és drágán voltak elérhetőek, illetve hatalmas kutatási erőforrásokat igényeltek.

Az internetes piactér alkalmazásával elsődlegesen a felhasználók (termelők, vevők) jutnak előnyhöz, hiszen ezáltal a gazdálkodásuk tervezhetőbbé, átláthatóbbá válik. A gyorsabb információáramlás mellett költségcsökkentést valósíthatnak meg. A minőségbiztosítás és a szabványosság szavatolja a minőségi termékek felhasználását és értékesítését.

A piactér versenyösztönző hatása révén hozzájárulhat a termelők által elérhető termelőeszköz-kínálat folyamatos bővítéséhez; a termelők hatékonyabban képviselhetik érdekeiket és lépést tarthatnak a más országokban található versenytársakkal, emellett – a kereslet koncentrációjának köszönhetően – sokkal kedvezőbb áron juthatnak a termékekhez, ezzel nagyban javítva, racionalizálva működésük gazdaságosságát. A termelők közötti együttműködés ösztönzése valósulhatna meg a rendszer bevezetésével, ugyanis a korszerű megoldások, innovatív fejlesztések eredményeinek alkalmazását segítik elő a kooperációs megoldások. A termelési eszközök mellett a pénzeszközökhöz történő hozzáférés is javulhat, valamint a piaci információk elérésének technikája fejlődik.

Beszállítók (gyártók) szempontjából is rendkívül sok előnnyel jár a rendszer használata, például a kereslet koncentrált megjelenésére, a marketingszempontból fontos célcsoport profilok folyamatos frissítésére, valamint tervezhetővé teszi a működést.

Emellett a rendszer nemcsak a kereslet és kínálat találkozásának helyszíne, hanem egy tudásbázis, amit minden résztvevő közösen épít a termékekhez adott megjegyzésekkel, a rendszeren belül végzett különböző online aktivitásokkal, illetve a vásárlásokkal. Ez alapján a folyamatos monitoring viszonyrendszereket, valamint regionális különbségeket térképezhet fel és követhet nyomon, mindig az aktuális helyzetet mutatva.

Területi információs rendszer kialakítása valósulhat meg, amely által pontos adatok nyerhetők az inputok felhasználásáról, azok időbeli, minőségi és mennyiségi jellemzőiről.

A rendszer, a termelők és forgalmazók mellett az állam, a hatóságok, a kormányzat, a szakértők és a K+F+I piac egyéb szereplői számára is előnyöket biztosít. A támogatási, piaci előrejelzési rendszerekhez adathalmaz szolgáltatható, amely hozzájárulhat az európai uniós és a nemzeti támogatások optimalizálásához.

Tapasztalataim alapján a rendszer alkalmazása rendelkezik fogadókészséggel, ugyanakkor kialakítása, valljuk be, költségigényes, vagyis nélkülözhetetlen az állam szerepvállalása. Ugyanakkor a támogatások, az eddig is erre a feladatra költött pénz, hatékonysága növekedne, hiszen a rendszer munkája nyomon követhető, eredményei jól mérhetők.

A termelőket az inputértékesítőkkel és eladókkal összekötő rendszer olyan kapcsolati távlatokat nyithat meg, melyeknek eredményei túlmutathatnak a hagyományos kapcsolatoknál.

A fentiekben vázolt mezőgazdasági piactér a tervezett tartalommal, szolgáltatásokkal alapvetően új megközelítés, mivel semmilyen nemzetközi példát nem találhatunk e speciálisan felépített rendszerre, ugyanis a már működő rendszerek hagyományos „adok-veszek” kapcsolatok, és nem veszik figyelembe a felhasználók speciális jellemzőit.

Összefoglalás

A felhasznált főbb inputok a mezőgazdaságban: a biológiai termékek, a kémiai anyagok, a technikai rendszerek, az emberi és anyagi tényezők. Az inputok egyrészről a termelés, másrészről az üzlet alapjai. Jelenleg az inputok esetében nagyon dinamikus fejlesztő-megújító tevékenységek tapasztalhatók, és ennek eredményeként a piacon kínálati dominancia érvényesül. Általánosságban egyrészről elmondható, hogy a kereskedők irányából lévő input oldali nyomás kb. 15-20% extraprofitot eredményez, vagyis nagyságrendileg ennyivel csökkenti a termelők profitlehetőségét, másrészről a mezőgazdaság éves támogatási kereteit a nyomott felvásárlási árakon keresztül főleg a megtermelt javak felvásárlói realizálják. E helyzet kezelése szükséges, melyre megoldást adhat a mezőgazdasági input oldalon létrehozható elektronikus piactér és innovációs tér. Egy elektronikus piactér a mezőgazdaság beszerzési feltételeit és a termelők nyereségességét javíthatja, valamint a termelést bővítheti. Ennek megfelelően a piactudatos technológiafejlesztési rendszer alapjait felhasználva – Fenyvesi és Erdeiné Késmárki-Gally kutatásában megjelent⁴¹ –, egyrészről olyan innovatív online piactér koncepcióját szeretném kialakítani, amely a mezőgazdasági termelőket és beszállítókat egyesíti egy rendszerbe, és mint szervezési innováció lerövidíti a szereplők egymásra találását, így végső soron az árucseréi költségeit csökkenti. Másrészről munkámban célom ismertetni, hogy a fentieknek megfelelő, új elektronikus piactér létrehozása milyen szereppel rendelkezik az állami szervezetek életére és működésére.

Jegyzetek és hivatkozások

- ¹ NAGY, I. Z. (2015): Agrárvállalkozások kintlévőségének képződése és hatékony kezelése. 77-92. old. In: CSISZÁRIK-KOCSIR Á. (szerk.): Vállalkozásfejlesztés a XXI. században, Budapest, Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar.
- ² NAGY, I. Z. (2015): The Position of Agriculture in Hungary since the Political Regime Transformation (1990), with Special Regard to Outstanding Debts, 367-384. old. In: MICHELBERGER, P. (szerk.): Management, Enterprise and Benchmarking in the 21st Century, Budapest, Óbuda University.
- ³ BAKOS, I. M. et al. (2011): A vidékfejlesztési támogatások területi eltérései Romániában és Magyarországon, Acta Carolus Robertus, Gyöngyös, 4: (1) 9-21. old.
- ⁴ VÁSÁRY, M. (2013): Foreign Trade Trends in the Hungarian - Romanian Turnover of Agricultural Products, Eastern Journal of European Studies, 4: (1) 81-103. old.
- ⁵ VÁSÁRY, M. et al. (2013): Versenyképességi vizsgálatok a visegrádi országok közötti agrárkereskedelemben, Gazdálkodás, 57: (6) 544-558. old.
- ⁶ FENYVESI, L. – ERDEINÉ KÉSMÁRKI-GALLY, SZ. (2012): Boosting the competitiveness of agricultural production in Hungary through an innovation system, Studies in Agricultural Economics, Budapest, 114: 106-110. old., <http://dx.doi.org/10.7896/j.1215>
- ⁷ ERDEINÉ KÉSMÁRKI-GALLY, SZ. – FENYVESI, L. (2014): Egy új elektronikus agrár beszerzési piactér, mint a kereskedelem elősegítője és a termelők szakmai támogatója minden régióban. 277-288. old. In: LUKOVICS, M. – ZUTI, B. (szerk.): A területi fejlődés dilemmái. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar. Szeged
- ⁸ NESZMÉLYI, GY. (2014): The Motivations for the Diversification of the Nigerian Economy Focusing on Sustainable Agriculture, Applied Studies in Agribusiness and Commerce, 8: (1) 7-13. old.
- ⁹ ANDRÁSI, Z. et al. (2009): A mikro-, kis és közepes vállalatok növekedésének feltételei. GKI.
- ¹⁰ CSIZMADIA, Z. (2009): Együttműködés és újítóképesség, Kapcsolati hálózatok és innovációs rendszerek regionális sajátosságai, Napvilág Kiadó, Budapest
- ¹¹ CASTELLS, M. (2005): A hálózati társadalom kialakulása. Gondolat Kiadó
- ¹² NÁBRÁDI, A. (2010): Role of Innovations and Knowledge – Infrastructure and Institutions, Applied Studies in Agribusiness and Commerce – APSTRACT, 4: (3-4) 7-11. old.
- ¹³ MACIEJCZAK M. (2012): The Concept of SMART Specialization in the Development of Agribusiness Sector on the Example of Clusters of Innovations in Agribusiness in Mazovia Province, Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists, 14: (6) 169-176. old.
- ¹⁴ BIGLIARDI, B. – GALATI, F. (2013): Models of Adoption of Open Innovation within the Food Industry, Trends in Food Sciences & Technology, 30: 16-26. old., <http://dx.doi.org/10.1016/j.tifs.2012.11.001>
- ¹⁵ CSIZMADIA, Z. (2009): Együttműködés és újítóképesség – Kapcsolati hálózatok és innovációs rendszerek regionális sajátosságai, Napvilág Kiadó, Budapest
- ¹⁶ DABERKOW, S. – McBRIDE, W. (2003): Farm and Operator Characteristics Affecting the Awareness and Adoption of Precision Farming Agriculture Technologies in the US., Precision Agriculture, (4) 2: 163-177. old.
- ¹⁷ BARANYAI, ZS. – TAKÁCS, I. (2007) Factors of Cooperation in Technical Development of Farms in Hungary, Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists, 9: (1) 18-22. old.
- ¹⁸ TAKÁCS, I. – BARANYAI, ZS. (2010): Role of Trust in Cooperation of Farmers from the Aspect of new Institutional Economics, Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists, 12: (6) 179-184. old.
- ¹⁹ LENCSÉS, E. – BÉRES, D. (2010): Comparison Analysis of Different Degrees of Implementation of Precision Farming Technology in Hungary and Denmark, Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists, 12: (6) 116-121. old.

- ²⁰ KUTTER, T. et al. (2011): The Role of Communication and Co-operation in the Adoption of Precision Farming, *Precision Agriculture*, 12: (1) 2-17. old., <http://dx.doi.org/10.1007/s11119-009-9150-0>
- ²¹ TÓTH, J. – STRÉN, B. (2012): A tudás és az innováció szerepe a magyarországi borklaszterek versenyképességének formálásában, 53-102. old. In: FERTŐ I. – TÓTH J. (szerk.) *Piaci kapcsolatok és innováció az élelmiszer-gazdaságban*, Aula Kiadó, Budapest.
- ²² TÓTH, F. (2007): Az 5. generációs innovációs folyamat és a klaszterek, *TOTTICO*, 14. old.
- ²³ MARTIN, B. (2012): The Evolution of Science Policy and Innovation Studies, *Research Policy*, 41: (7) 1219-1239. old., <http://dx.doi.org/10.1016/j.respol.2012.03.012>
- ²⁴ GODIN, B. (2010): National Innovation System, A Note on the Origin of a Concept, 8. old.,
- ²⁵ INZELT, A. – BAJMÓCY, Z. (2013): *Innovációs rendszerek: Szereplők, kapcsolatok és intézmények*, JatePress, Szeged
- ²⁶ KOLODKO, G. W. (2009): *Megatrendek*, Akadémiai Kiadó, Budapest
- ²⁷ GLASS, A. J. (1997): Product Cycles and Market Penetration, *International Economic Review*, 38: (4) 865-891. old., <http://dx.doi.org/10.2307/2527220>
- ²⁸ NAGY, I. Z. (2013): A sikeres vállalkozás pénzgazdálkodása és pénzügyi tervezése, In: NAGY I. Z. (szerk.) *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században*, Budapest: Óbudai Egyetem, 3: 7-34. old.
- ²⁹ TAKÁCSNÉ GYÖRGY, K. (2014): Innováció vs. imitáció? – A fejlődés lehetőségei a kvv szektorban, 14th International Scientific Days, Károly Róbert College, Gyöngyös.
- ³⁰ FENYVESI, É. et al. (2013): Role of the Intelligence in the Small and Medium-size Enterprises, *The Central European Journal of Regional Development and Tourism*, 5: (1) 4-22. old.
- ³¹ CHARVÁT, K. et al. (2009): Future Farm Vision. *Agris on-line papers in Economics and Informatics*, (1) 2: 45-57. old.
- ³² NUTHALL, P. L. (2004): Case Studies of the Interactions between Farm Profitability and the Use of a Farm Computer, *Computer and Electronics in Agriculture*, 42: 19-30. old., [http://dx.doi.org/10.1016/s0168-1699\(03\)00084-x](http://dx.doi.org/10.1016/s0168-1699(03)00084-x)
- ³³ SOERENSEN, C. G. et al. (2010): A User-centric Approach for Information Modelling in Arable Farming, *Computers and Electronics in Agriculture*, 73: 44-55. old., <http://dx.doi.org/10.1016/j.compag.2010.04.003>
- ³⁴ SOERENSEN, C. G. et al. (2010) A User-centric Approach for Information Modelling in Arable Farming, *Computers and Electronics in Agriculture*, 73: 44-55. old. <http://dx.doi.org/10.1016/j.compag.2010.04.003>
- ³⁵ ÁDÁM, G. (2009): A piac új színtere: A világháló, *Jelentősebb e-piacterek Magyarországon*, Szakdolgozat, Debreceni Egyetem, Debrecen
- ³⁶ FÓNAI, B. (2006): Kihívás vagy általános tendencia – az online aukció térhódítása, BGF
- ³⁷ FÓNAI, B. (2006): Kihívás vagy általános tendencia – az online aukció térhódítása, BGF
- ³⁸ ÁDÁM, G. (2009): A piac új színtere: A világháló - Jelentősebb e-piacterek Magyarországon, Szakdolgozat, Debreceni Egyetem, Debrecen
- ³⁹ ÁDÁM, G. (2009): A piac új színtere: A világháló, *Jelentősebb e-piacterek Magyarországon*, Szakdolgozat, Debreceni Egyetem, Debrecen
- ⁴⁰ ERDEINÉ KÉSMÁRKI GALLY, SZ. (2014): Market-oriented Production System as a Part of Agricultural Innovation, *Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists*. 16 (6): 213-219. old.
- ⁴¹ FENYVESI, L. – ERDEINÉ KÉSMÁRKI-GALLY, SZ. (2012): Boosting the Competitiveness of Agricultural Production in Hungary through an Innovation System, *Studies in Agricultural Economics*, Budapest, 114: 106-110. old., <http://dx.doi.org/10.7896/j.1215>

ISBN: 978-615-5607-20-2