

Kassai Jenő

NÉHÁNY SZÓ A PIACRÓL

A modern gazdaságban, de fagazdaságunk vonatkozásában is egyre inkább alkalmazott vezetési információs forrás lett a piackutatás. Alig esett azonban szó eddig arról, hogy voltaképpen mi is a piac.

Aktuálisnak véljük ezért, hogy néhány sorral igyekezzünk megvilágítani a problémát. E célkitűzés elérésére legegyszerűbb módszernek az tűnik, hogy felsorolnánk a piac fogalmának a klasszikustól a legmodernebb tartalommal összeállított meghatározásait.

Ezek szerint a piac:

- a kereslet és kínálat találkozása,
- a kínálat általánosítása,
- a termelés realizálásának helye és feltétele,
- a gazdaság célja.

A meghatározáshoz tartozik még annak a rögzítése, hogy piac árutermelő gazdaságban lehet és szocialista gazdaságunk árutermelő gazdaság, és hogy a piac piacrészekből áll, azaz egy-egy cikk piacából, de az egész piacra nem mindig ugyanazok a hatások, egyensúlyi, vagy nem egyensúlyi helyzetek, tendenciák érvényesülnek, mint a részpiacokon.

A PIAC KÖRNYEZETBEN VAN

Csakhogy a piac nem légüres térben működik, s lényegét, szerepét és jelenségeit csak akkor érthetjük és értékelhetjük helyesen, ha minden változtatást valódi környezetébe helyezünk és hatásait, funkcióit ebben a környezetben, a többi környezeti tényezőhöz kapcsolva vizsgáljuk.

Történelmi őse nyilván — ma már közhelynek számító megállapítás szerint — két ember között az első csere lebonyolítása volt, bár ez még nem viselte magán a piac minden jellegzetességét (verseny stb.). Ennek a piacnak még nagyon egyszerű szerkezete és környezete volt, az egyik piaci fél fölös árufelhalmozódása révén a kínálatot képviselte, a másik fél a szükséglet tényéből és helyzetéből kiindulva a kereslet őse volt.

Mivel a modern gazdaságok kialakulásáig ez a felállás lényegében nem vettette el felismerhetőségét, ebből a szempontból nem is szükséges bővebben tárgyalni fejlődését.

Fontos azonban, felismerni azt a tényt, hogy a piac fejlődése mindig az őt körülvevő gazdaság növekedését, fejlődését és egyre bonyolultabbá válását jelezte és regisztrálta. A gazdaság fejlődése részben a gazdálkodási volumen növekedésében, részben a gazdálkodási ágak sokasodásában, bonyolultabbá válásában, az áruk nagy variációjában — szempontunkból azonban legnagyobb jelentőséggel bírón — a termelő és felhasználó gazdasági egységek számának, s ezzel együtt a kínálat és kereslet rendkívül nagymérvű megnövekedésében nyilvánult meg.

A modern gazdaságokban a következő, szempontunkból fontos piacra ható tényezők jelentkeztek:

- termelési bizonytalanság,
- termelési rizikó,
- hiány áruban, vagy pénzben,
- felesleg áruban, vagy pénzben,
- gazdasági érdekek kialakulása az egyes gazdaságokban,
- gazdasági érdekellentétek kialakulása az egyes gazdaságokban,
- verseny kialakulása az eladók között (konkurrencia),
- verseny kialakulása a fogyasztók között,
- verseny kialakulása a fogyasztók és az eladók között,
- fogyasztói igényváltozások egy bizonyos célra szolgáló áruval kapcsolatban,
- a keresleti és kínálati viszonyoknak és arányoknak az egész népgazdaság érdekeivel ellentétes alakulása,
- a kínálati potenciál rendkívüli megnövekedése,
- az eladók és vevők piacának váltakozóan uralkodóvá válása (vevők piaca: a kínálat potenciálisan meghaladja a keresletet; eladók piaca: a vevők ki vannak szolgáltatva az eladóknak),
- az eladók gazdasági hatalmának olyan mértékű megnövekedése, hogy azzal a vevőket saját érdekeik irányába terelni tudják,
- a gazdaságnak mind az eladókra, mind a vevőkre kiterjedő és érvényesített hatalma,
- az árutermelés és -fogyasztás megtervezése.

PIACI MECHANIZMUS

Mindezen tényezők mindig a piacon érvényesítik hatásukat, illetve a piac közvetíti ezeket az eladói és fogyasztói társadalomra irányított impulzusokat. A piacnak ezeket a ráhatás közvetítő tevékenységeit nevezhetjük *piaci mechanizmusnak*. Egyszerű esetben ez a kereslet-kínálat kiegyenlítésében nyilvánul meg. Szélső eseteiben vagy visszahat a termelésre és meghatározza annak sikerét, vagy sikertelenségét, vagy a gazdaság által történt irányítottsága révén egyszerűen a gazdaságirányítás eszközévé válik.

Hazai viszonylatban *Csikós Nagy Béla* a piaci mechanizmus szerepét így fogalmazta meg: „A piaci mechanizmusnak aktív szerepe van a mikrostruktúra alakításában, de a makrostruktúrának nem ez a fő szabályozója.”

Bármennyire szabályozottá, vagy irányítottá válik is a piac, mindenfajta közgazdasági környezetben létezik piac, van piaci mechanizmus és alapvető motívumai is többé-kevésbé működnek, hatnak, természetes törvényeit pedig nem lehet tartósan megváltoztatni. Ismeretük ezért nélkülözhetetlen a piacon megjelenők részére.

VERSENY ÉS FORMÁI

A piac egyik alapmotívuma a verseny. A verseny meghatározása *Vilczek J.* szerint: „A gazdasági verseny ott következik be, ahol a párhuzamos termelés szervezeti feltételei, egymást helyettesítő termékek gyártása folyik, illetve import források állanak rendelkezésre.” A verseny a gazdaság igen sok vonatkozásában nyilvánul meg, s így formája, előfordulása és hatása is igen sokféle lehet. Mozgató ereje minden esetben visszavezethető az anyagi érdekelttség olyan célból történő érvényesülésére, hogy a versenyben levők gazdasági ered-

ményeiket minél gyorsabban növeljék. Verseny lehet az egy szükségleti igényt kielégítő áruk között és egyazon árut értékesítő eladók között, vagy ugyanazon árut igénylő fogyasztók között.

Mindezeket a versenyformákat megtalálhatjuk a szocialista fagazdaság piac-részén is. Az akác szőlőkaró versenyez a betonoszloppal, a bányafa a vas és beton támszerkezetekkel, a tűzifa a szénhidrogén energia hordozókkal, a talpfa a betonaljakkal, a faláda a műanyag rekeszekkel, a fa sörös hordó az alumínium hordókkal, az akác, fenyő, cser rakodólap a műanyag rakodólapokkal, a fa vezetékoszlop a betonoszlopokkal, a légvezetékes energiaközlés a földkábel-
lessel, a parketta a nagymértékben feltörő különböző öntött és ragasztott műanyag padlókkal, a fa bútorelemek a műanyag és fém bútorelemekkel (a modern bútorgyártás már alig igényel fát eredeti formájában, lemezt még igen, de távlatban már olyan kijelentések is elhangzanak, hogy „fából is lehet bútort csinálni”), a fa építőelemek a vas- és betonszerkezetekkel, valamint a műanyagokkal, keményhabokkal (előrejelzés szerint 1978-ra az építőanyag 70%-a műanyag lesz), a faalapanyagú lemez alkalmazások a helyszínen öntött, vagy előre-gyártott keményhabokkal, a gyufagyártás a gázöngyűjtőkkel, a fából készült író, csomagoló és rotációs papírok a szintetikus papírokkal, a csomagoló papírok a kemény és félkemény polyuretán habokkal, a nyomott fóliák a furnérral, az építőipari faállványzat a csövázás szerkezetekkel és a műanyag pallókkal, s a verseny kimenetele a piacon, a piaci mechanizmus hatására dől majd el. A verseny folyamán nem egyedül a versenyző két anyag tulajdonságainak, előnyeinek, hátrányainak mérlege lesz döntő, hanem egyrészt a fogyasztók elé tálalás, az igényekhez való alkalmazkodás módján és az áregyenértékeken fog majd eldőlni. Ezt a piaci versenyt tartósan nagyon nehéz szabályozni, véglegesen az árucikkek használhatósága, az előbb említett tényezők döntik majd el. Ez a körülmény a piac természetes törvényeinek létezését igazolja.

A verseny nem egy adásvételre szorítkozik, hanem állandó folyamat. Az eladók versenye is feltalálható a mi viszonyaink között. A gazdasági eredményt mindig eszközbefektetéssel érik el, s a verseny szempontjából döntő, hogy mennyi a befektetett eszköz tiszta hozadéka. Ez az eszközgazdálkodás hatékonyságával fejezhető ki. Az eszközök nem kellő hatékonyságú használatából eredő veszteségeket a tervutasításos gazdaságirányítási rendszerben az állam viselte, az új mechanizmusban azonban az eszközköztési járulék, a hitel- és kamatpolitika, az amortizáció, a fejlesztési alapképzési rendszer ezeket a terheket nem kellő hatékonyságú gazdálkodás esetén a vállalatra hárítja. Ilyen esetben a vállalat kerül kedvezőtlenebb helyzetbe, kisebb fejlesztési alapja képződik, kisebb nyereségrészesedése lesz, s ezeknek a hatása tovább gyűrű-
zik.

A fogyasztók versenye abban nyilvánul meg, hogy törekvésük egyrészt pénzük vásárló erejének növelése, másrészt, hogy azonos összegért minőségileg jobb árut kapjanak. A vevők versenyének célja, hogy ráfordításaikért maximális vásárlóképességet érjenek el.

A tervirányításos gazdasági rendszerben is volt verseny. Ez a verseny olyan törekvésekben nyilvánult meg, hogy a vállalatok munkaigényes termékek előállítására helyett anyagigényes termékeket igyekeztek gyártani, az alacsony rentabilitású cikkek termelését igyekeztek megszüntetni, viszont a kedvezően rentabilis cikkek a szükséglettől függetlenül nagy mennyiségben termelték, ami a verseny burkolt és torz formájához vezetett és csak a mennyiségi terv-előírások versenyszerű túlteljesítésében nyilvánult meg.

A VERSENY HATÁSAI

A verseny egyik hatása az áralakulás, a másik az értékesítési volumen befolyásolása, azaz a termelés — fogyasztás, kínálat — kereslet összehangolása.

Az áralakulás szabad árrendszer esetén a piaci mechanizmus következménye. Szabályozott piac és szabályozott árrendszer esetében azonban rendkívül komplikált folyamat, mert a szabályozásnál a többi, azonos felhasználásra szolgáló termék árarányait is figyelembe kell venni, de elsősorban a helyettesítésre alkalmas termékek áregyenértékeit is. Gazdasági mechanizmusunkban árorientációs irányítás van, a szabályozott áraknak és árarányoknak tehát a világpiacon árárányoktól eltérve is ösztönözniük kell a népgazdasági célkitűzések megvalósítását, az import-export tevékenységek jelenlétében azonban hosszútávon a világpiacon árárányoktól való eltérés nehézségeket okozhat. Az árkialakításnál aligha lehet ilyen komplikált helyzetben egyedül egy termék társadalmi munkaráfordításait irányadónak venni, bár kétségtelenül ebből kell kiindulni.

A gazdaság fejlődésével és átalakulásával a verseny formája is változik. A régi konkurens cégek személyes párharca helyett (old competition), ma már egyre inkább a verseny új formája gyakoribb, amikor az eladók már tartós eredmények elérésére törekszenek, s az előny szerzés alapját képező döntések társadalmilag is hasznosak. Ilyenek pl. a fogyasztók szükségleteinek jobb kielégítése, a technikai haladás elősegítése, az önköltség csökkentése, jobb munkaszervezés, korszerűbb technológia bevezetése stb. (new competition). Mindezek alapja a minél több információ szerzése és azoknak a másik versenyzőnél hatékonyabb felhasználása.

TERVEZETT PIAC

Az ilyen versenyforma részben fejlettebb gazdaságot feltételez, részben annak következménye is. Ebben a fejlettebb gazdaságban a termelési rizikó csökkentése és a termelésnek a népgazdasági szükségletekhez való igazítása céljából tervezett gazdálkodás folyik. A tervezett gazdálkodás következménye a tervezett piac. De a tervezett piacon is van verseny, mert a hatósági piacszabályozás csak az általános jellegű és a főbb gazdasági mutatók terelő jellegében nyilvánul meg, és ezek kitöltésében és részletes kialakításában tág teret nyit arra, hogy a vállalatok a maguk anyagilag érdekeltté válásától ösztönözve minél jobb piaci helyzetet érjenek el. Ezt a tényt bizonyítja a tervirányításos gazdálkodási rendszerben soha el nem képzelt volumenű faexport kialakulása, az EFAG-ok árutermelésének egyre nagyobb variáltsága és vertikálitása, az új technológiák intenzív keresése és még sok minden más olyan tevékenység, melyeknek világosan kivehető célja a minél nagyobb piaci terület meghódítása, forgalmuk növelése és ezeken keresztül a minél nagyobb vállalati nyereség elérése, minél nagyobb fokú jövedelmezőség biztosítása. Ebben a tevékenységben nyilvánvaló, hogy mindegyik vállalat megelőzni igyekszik a másikat, s a piacon sikeres vállalat nagyobb nyeresége a többit is annak elérésére ösztönzi. A piaci mechanizmusnak éppen ebben nyilvánul meg a szocialista gazdaságban neki tervezett hatása, hogy ti.: működése révén úgy orientálja a termelést, hogy minél inkább helyettesítője legyen a tervutasítások által el nem érhető hatásoknak.

A kapitalista gazdaságban is módosította a versenyt a nagy részvénytársaságok kialakulása és az állam szabályozó beavatkozása. A régi értelemben vett szabad verseny és szabályozatlan piac ma már alig-alig lehetséges. A J. K. Galbraith által technostruktúráknak nevezett nagy részvénytársaságok (ahol

már a tulajdonjog alig jelent problémát), részben olyan hatalommal és olyan vezetői apparátussal rendelkeznek, hogy képesek a fogyasztók befolyásolására, ennek előnyét felhasználva csupán kis rizikóval tervezhetik meg termelésüket, részben érdekeik az állam érdekeivel esnek egybe, és ezáltal csak fokozzák az állam beavatkozó képességét. A nagy technostruktúrákon kívül eső gazdasági területen kétségkívül létezik még régi értelemben vett szabad piac, ennek azonban egyre kevesebb a jelentősége és egyre csökkenőbb a tendenciája. Ezt azért is fontos figyelembe venni, mert a szocialista államokban egyre több tere nyílik a nyugati cégekkel történő kooperációs és közös vállalkozásoknak, s ilyen együttműködés fagazdasági vonatkozásban is elképzelhető lesz.

A PIAC ORIENTÁL ÉS SZELEKTÁL

Bármennyire szabályozott is egy piac, a piac természetes törvényei akkor is működnek a piaci mechanizmus révén. Ezt bizonyítja pl. az, hogy rosszul tervezett, kalkulált és kivitelezett faházakat a kezdeti próbálkozások után ma már nem lehet eladni, míg a bevált, kellően megteremtett piaci környezetben megjelent jó faházak egyre kelendőbbek lesznek, vagy hogy ma már a hagyományos cser, vagy akár választékszerkezetre aligha lehetne a fafajok teljes mértékű és jövedelmet is hozó értékesítését megtervezni, azaz a piacot hosszú távon nem lehet úgy befolyásolni, hogy a megváltozott felhasználói igények ne vonjanak magukkal megváltozott termékszerkezetet, vagy árutermelői tevékenységet is. További példakul lehetne a piaci mechanizmus érvényesülésére felhozni azt, hogy ha a szénhidrogének tüzelési célokra történő felhasználásra versenyképesebbek lesznek a tűzifánál, akkor ezen a téren előbb-utóbb tudomásul kell venni a tényeket, és a tűzifa minőségű választékoknak más értékesítési területet kell teremteni, vagy az olyan körzetekben, ahol az import fenyő anyaggal való ellátás nem kielégítő, a gyenge minőségű hazai feketefenyő anyag is polgárjogot nyer a piacon. Arra is láttunk példát, hogy ugyanazon körzetben jelenlévő EFAG és TŰZÉP értékesítése esetén, az EFAG jobban szervezett, a piaci igényeket jobban kielégítő szolgáltatással adott aprított, házhoz szállított tűzifával előnyösebb piaci helyzetre tett szert. *A felhozott példák a piac orientáló és szelektáló hatását bizonyítják.*

RIZIKÓ

A piaci alapmotívumok közé sorolható még a rizikó is. A szocialista államban maga az állam vállalja a piaci bizonytalanság nagy részét. A mi esetünkben az ártényező nagyjából garantált, azaz az árelterések nem képezhetik nagyobb rizikóvállalás alapját. Rizikót jelent azonban a minőséggel kapcsolatos kifogásokból eredő bonifikációk és a szállítási károk árbevétel csökkentő hatása.

Ugyancsak rizikó alapját képezheti a megtermelt mennyiség, főleg annak kellően ki nem alakított szerkezete, és ez a jövőben minden bizonnyal egyre nagyobb tervezési gondosságot, előrelátást, szakértelmet és főleg helyes informáltságot fog igényelni.

A felsorolt piaci hatások együttesen adják magát a piac funkciók jelentését. A piac ismerete tehát rendkívül fontos mind a fogyasztó, mind a termelő társadalom szempontjából.

A piac kikapcsolásának egyetlen módja ismeretes, és ez a termelés előtt kötött szerződés. Ha ez nem lehetséges, csak azt a reális és minden szektorban természetesnek tartott gádzádkodási alapelveket kell a jövő termelés irányadó-

jául elfogadni, hogy mivel a piac szelektáló hatása végső fokon a fogyasztói igényeket teszi a termelés irányítójává, ezért távlati gazdálkodási célul azt az elvet célszerű kitűzni, hogy nem azt kell eladni, amit termelnek, hanem azt kell termelni, amit jó jövedelmezőséggel el lehet adni.

Кашуан Й.; НЕСКОЛЬКО СЛОВ О РЫНКЕ

Целью рынка является производство (продукция), поэтому предприятиям, участвующим в рынке, це, лесобразно знать его свойства. Законы рынка осуществляются в каждом хозяйстве имеющих рынок-включая и социалистическое. Соревнования и риск основные мотивы рынка. Плановый и регулирующий рынок занимает сейчас место ограниченного, хотя и здесь осуществляется механизм рынка. Заключение договора до производства единственный способ, чтобы выключиться из рынка.

Kassai, J.: SOME WORDS ABOUT THE MARKET

It is very useful for the enterprises appearing on the market to learn the characteristics of the market, since marketing is the purpose of production. Each economy includes market, and the rules of the market make way also in the Socialist economies. The basic motives of the market are the competition and the risk. In our days the planned and regulated market is becoming predominant instead of the free market, but the mechanism of the market is functioning in this situation as well. The only way to eliminate or minimize the risk of the market is the entering into a contract before the start of the production process.

Erdészeti növényfajták minősítése

A fűz alapfajtaválaszték kialakítása

Az Országos Mezőgazdasági Fajtaminősítő Tanács 1973 január 31-i ülésén erdészeti növényfajtákkal, a fűz fajtajelöltekkel is foglalkozott. Ennek során a következő fajta-akat minősítette:

1. A fajta neve: *Salix alba* cv., 'bédai egyenes' fajtajelöltet bédai egyenes fehérfűz néven előzetesen elismert fajtaként fogadta el.
Bejelentő intézmény: Gemenci Állami Erdő- és Vadgazdaság.
Nemesítők: Tóth I., Paczek J., Kecskés S., Csanády B., Palotás F., dr. Simon M. és a gazdaság munkaközössége.
Indoklás: Fatömeghozama 150%-kal felülmúlja az összehasonlító fajtaét, az erdődi fehérfűzét. Jó minőségű faanyagot növeszt.
2. A fajta neve: *Salix alba* cv. 'pörböldyi' fajtajelöltet pörböldyi fehérfűz néven előzetesen elismert fajtaként fogadta el.
Bejelentő intézmény: Gemenci Állami Erdő- és Vadgazdaság.
Nemesítők: Tóth I., Palotás F., dr. Simon M. és a gazdaság munkaközössége.
Indoklás: Fatömeghozamával több mint 200%-kal felülmúlja az erdődi fehérfűzét.
3. A fajta neve: *Salix alba* cv. 'csertai fűz' fajtajelöltet csertai fehérfűz néven előzetesen elismert fajtaként elfogadta.
Bejelentő intézmény: Gemenci Állami Erdő- és Vadgazdaság.
Nemesítők: Tóth I., Palotás F., dr. Simon M., Perlaki J. és a gazdaság munkaközössége.
Indoklás: Fatömeghozamával négyszeresen felülmúlja az összehasonlító fajtaét, az erdődi fehérfűzét. Inkább fatömeghozamával, mint fájának minőségével tűnik ki.
4. A fajta neve: *Salix alba* cv. 'I—1/59' fajtajelöltet I—1/59-es olaszfűz néven előzetes forgalombahozatalra engedélyezte.
Bejelentő intézmény: Erdészeti Tudományos Intézet.
Honosítók: Dr. Simon M., dr. Kopecky F. és dr. Tompa K.
Indoklás: Mintegy 77%-kal nagyobb fatömeget ad az összehasonlító erdődi fehérfűznél, kitűnik fájának minőségével.
5. A fajta neve: *Salix humboldtiana* Willd. argentin fűz fajtajelöltet argentin fűz néven előzetes forgalombahozatalra engedélyezte.
Bejelentő intézmény: Erdészeti Tudományos Intézet.
Honosítók: Dr. Simon M., dr. Kopecky F. és dr. Tompa K.
Indoklás: Mintegy 176%-kal nagyobb fatömeget ad az erdődi fehérfűznél.

Dr. Keresztesi Béla