

# EGY MEZŐGAZDASÁGI ÉRTÉKESÍTŐ SZÖVETKEZET STRATÉGIÁJA

Kis Mária

főiskolai docens, Szegedi Tudományegyetem Mérnöki Kar

## Summary

In Hungary, the role of collection farms, which have numerous forms in increasing due to agricultural policy inspiring fusions. Producer Organisations have to be emphasized among collective farms because under the control of European Union's vegetable and fruit market, subsidy is paid through them.

In all fruit and vegetable growing regions of Hungary Growing and Trading Organizations have come into existence, so the geographical cover is nearly complete. There are 58 Producer Organizations currently in Hungary. In 2007 the turnover of product issue in the sector was HUF 179 billion. The fruit and vegetable growing organisations and groups turnover was HUF 35 billion. Their total turnover has been stagnating at about 15% of the total product issue in the sector. Mórakert Cooperatives's turnover runs to 15-20% of Growing and Trading Organisation's total turnover. In my thesis deal with Mórakert Fruit and Vegetable Producer Organization, which is the biggest one in Hungary, its products can be found on the shelves of most domestic supermarket chains.

Kárpát-medencében elhelyezkedő kis országunk kedvező természeti adottságokkal rendelkezik a növénytermesztésre nézve. Mindig fontos helyet töltött be az ország gazdasági tevékenységében a mezőgazdaság. A dél-alföldi régióban a népesség túlnyomó része ma is mezőgazdasági tevékenységet végez. A munkák korábban a TSZ-eken keresztül folytak, majd a 1990 évek elején a TSZ-ek felbomlásával több ezer kistermelő kezdett önálló gazdaságok kiépítésébe. Az idők folyamán a felgyorsuló világ piaci átrendeződései nyomán új kereskedelmi csatornák jelentek meg a hipermarketek által. Ezek az óriási áruházláncok már megkövetelték a válogatott minőséget és az egalizált csomagolást. Szükség mutatkozott egy olyan szervezet megépülésére, ami összefoglalja a kistermelőket és egységes csomagolt áruval ki tudja elégíteni a hipermarketek zöldség-gyümölcs osztályait. A TSZ-ek megszűnése után néhány évvel megjelentek az első Termelő Értékesítő Szövetkezetek. Feladatuk a kistermelő gazdaságok piacképességének javítása.

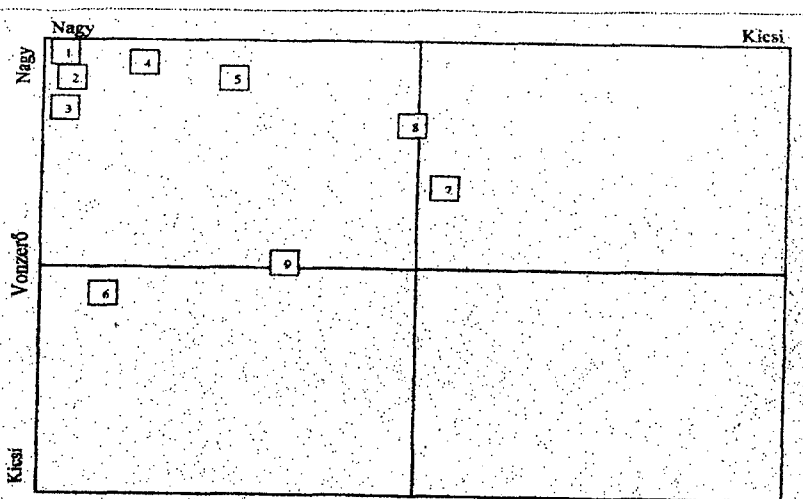
A TÉSZ modell magyar vonatkozásban különösen jelentős, mert kiutat mutat a kedvezőtlen mezőgazdasági tulajdonosi struktúra és a szövetkezeti jellegű, életképes külföldi megoldások közötti szakadék áthidalására. A dán, holland, német stb. modellre éppen Magyarországon lenne égető szükség, ugyanakkor a rossz beidegződések fékeznek a termelői demokratikus irányítás alatt működő szövetkezeti forma elterjedését, amely az EU csatlakozást követően is aktualitás maradt.

A Mórakert szövetkezet a dél-alföldi régió legjelentősebb TÉSZ-e. Kiemelten fontosnak tartják a folyamatos fejlődést. Nem csak a TÉSZ-en belüli fejlesztésekre koncentrálnak, hanem a tagok gazdaságainak fejlesztését is feladatuk körükbe építették. A fejlesztésekhez a forrásokat felkutatják, a gazdáknak lehetőségük van ezeknek a pénzeknek a lehívására pályázatokon keresztül. A pályázatok lebonyolításában folyamatos tanácsadással segítenek. Mint minden szakmában itt is elengedhetetlen a szakmai fejlődés. A TÉSZ szervezésében szakmai képzéseken keresztül sajátíthatják el az új technológiákat és tökéletesíthetik tudásukat növelvén hatékonyságukat.

A SWOT-elemzéssel a Mórakert Szövetkezet erősségeinek, gyenge pontjainak, lehetőségeinek és várható veszélyeinek, illetve nehézségeinek feltérképezését tudjuk vizsgálni.

A módszer lényege, hogy a szövetkezet erősségeit és gyengeségeit szembeállítja a környezet adta lehetőségekkel és veszélyekkel, majd a találkozási pontok alapján stratégiai akciókat fogalmaz meg.

### Lehetőségmátrix Sikervalószínűség



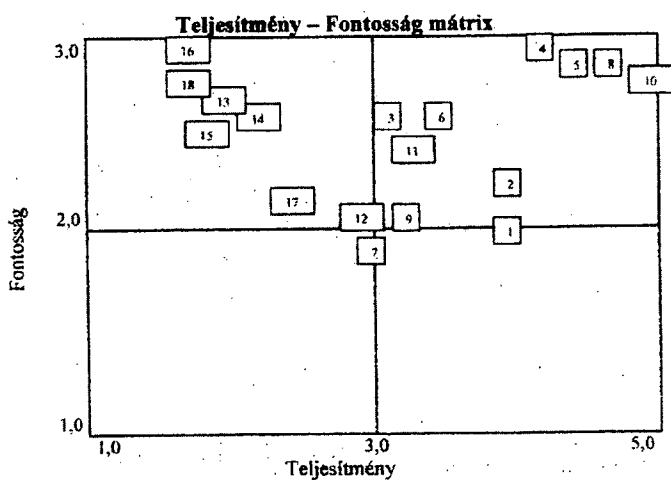
1. egészséges életmód terjedése, ezáltal piacélénkülés
2. választék bővítés, termék kiszérlés bővítés
3. kiskereskedelmi hálózat kiépítése
4. külföldi és belföldi terjeszkedés
5. versenylőny teremtés a vásárlói igények folyamatos nyomonkövetésével és lereagálásával
6. minőségbiztosítási rendszer továbbfejlesztése
7. szaktanácsadói rendszer továbbfejlesztése
8. logisztikai szolgáltatások bővítése
9. természetstechnológiai színvonal javítása

## Veszélymátrix Bekövetkezési valószínűség

		Nagy	Kicsi
Súlyosság	Nagy	1	4
	Kicsi	2	5
		3	6
		7	8
		9	10

1. importárúk arányának növekedése
2. fogyasztói érzékenység
3. természeti csapások negatív
4. beszállítók nem teljesítése
5. hazai termékek minőségének romlása
6. finanszírozási problémák
7. erősödő árverseny
8. újabb versenytársak megjelenése
9. a meglévő versenytársak erősödése
10. támogatási források elapadása

Erősségek/Gyengeségek	Teljesítmény					Fontosság		
	Fő erősség			Fő gyengeség		Nagy	Közepes	Kicsi
	5	4	3	2	1	3	2	1
1. első elismert TЭСZ titulus	4,0					2,0		
2. bővülő tagság	4,0					2,2		
3. nagy termelési tapasztalat a tagok részéről	3,1					2,5		
4. széles termékválaszték	4,3					3,0		
5. többfajta kiserelés	4,5					2,9		
6. stabil beszállítói hálózat	3,5					2,5		
7. szakembergárda	3,0					1,9		
8. növekvő belföldi piac	4,6					2,9		
9. közeli nagy felvevő piacok (Németország, Oroszország, CEFTA országok)	3,3					2,1		
10. magas színvonalú technológia, gépsorok	4,8					2,8		
11. GLOBALGAP rendszer kiépítése	3,2					2,4		
12. irodai folyamatok szabályozatlansága	3,0					2,0		
13. változó termékminőség						1,6		
14. folyamatos termékellátottság hiánya						1,7		
15. olcsóbb importtermékek						1,5		
16. gyenge marketingtevékenység						1,3		
17. általános forráshiány (fejlesztés és forgóeszköz)						1,9		
18. a termelés lehetőségei és a kereskedelem igényei nem találkoznak						1,5		



A szövetséget igyekszik megtartani erőseit, kihasználni a kínálkozó lehetőségeket, ezáltal megszüntetni vagy csökkenteni a gyenge pontokat. Ma már egyre nagyobb hangsúlyt fektet a reklám tevékenységeire. A marketingkommunikáció egyik eleme a PR tevékenység, ennek eszközeivel igyekszik megismertetni a céget a leendő partnereivel.

### **Stratégiai feladatok egymásra épülő sorrendben**

- marketing terv elfogadása
- az elfogadott marketing stratégia alapján a PR stratégia összeállítása (ezen belül sajtókapcsolatok, sajtótájékoztatók, hirdetések megjelenítése, egyéb kommunikáció stb.) Sajtófigyelés megkezdése;
- arculati kézikönyv alapján elkészíteni a céges arculathordozókat (pl.: levélpapír, boríték, épületek feliratai, prospektusok, szóróanyagok, csomagolás stb.);
- az arculati kézikönyv alapján weblap reklámfilm, DC/DVD elkészítése;
- az eseménylista és az arculati kézikönyv előírásai alapján felkészülés a kiállításokra, vásárookra, a szükséges eszközök (display, molinó, stand stb.) beszerzése;
- folyamatos piackutatással pásztázni a piacot, és azonnal reagálni a felmerülő igényekre;
- kiskereskedelmi hálózat elemeinek fejlesztése, a hálózat megnövelésére;
- akciók, játékok, vásárlást ösztönző, fogyasztómozgató események megszervezése;
- panaszok, észrevételek kezelése, nyilvántartása, az adatok feldolgozása, havi kimutatások készítése minőségjavítás céljából, eredmények eljuttatása az illetékeseknek, visszacsatolás a reklamálókknak (info@morakert.hu, zöld szám).

Összefoglalva a Mórakert TÉSZ mára olyan komplett tevékenységi körrel rendelkezik, amely lehetőséget biztosít arra, hogy a gazdáknak csak a termelésre kelljen koncentrálniuk, a beszerzést az értékesítést és a folyamatos fejlődést a Mórakert koordinálja.

A szövetséget úttörő szerepe és példája a teljes magyar mezőgazdaság szempontjából kiemelkedő jelentőségű.

### **Irodalomjegyzék**

- Az ország legnagyobb TÉSZ-e, Magyar Mezőgazdaság, 2005. március 30. (41. o.)  
Felföldi János: Termelői értékesítő szervezetek (TÉSZ) a zöldség-gyümölcs ágazatban, Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 2005. (11-22. o.) (89-95. o.) (125-134. o.)  
Hódi Pál : Mórakert- egy sikeres mezőgazdasági és vidékfejlesztési modell,  
Lehota József: Élelmiszer-gazdasági marketing, Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 2001. (18-23. o.) (286-303. o.)  
Ono-Frank van Bekkum-Gert van Dijk (szerk.): Agricultural Co-operatives in the European Union  
[http://ec.europa.eu/agriculture/capreform/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/capreform/index_en.htm)  
<http://www.omgk.hu/MGUT13/fej7.html>