

# AZ ALKALMAZKODÁS MINT STRATÉGIAI SIKERTÉNYEZŐ

**Dr. Mária Edit Ilona, Hódiné Szél Margit**

Szegedi Tudományegyetem Mezőgazdasági Kar  
Gazdálkodási és Vidékfejlesztési Intézet  
6800 Hódmezővásárhely Andrásy u. 15.  
[mari@mgk.u-szeged.hu](mailto:mari@mgk.u-szeged.hu), [hodine@mgk.u-szeged.hu](mailto:hodine@mgk.u-szeged.hu)

Témánk kifejtéséhez a logisztika fogalmának tágabb értelmezését vesszük alapul.

A logisztika menedzsmentszemlélet, amely áramlási folyamatok – alapvetően anyagok, energia, információk és személyek – egyes rendszereken belüli és/vagy rendszerek közötti áramlásának tervezésére, szabályozására, megvalósítására irányul, és amelynek célja a teljes áramlási folyamathoz járuló optimális összköltség és vevőkiszolgálási színvonal elérése. (Halászné Sipos E. 1998)

A terméket, logisztikai tevékenységet állandóan változtatni, módosítani, javítani kell, mert változnak a piac által felismert, látens igények (Henry Ford: „Nem olyan autót gyártunk, amelyet Ön szeretne, hanem amilyenre Önnek szüksége van”) és a kutatások, fejlesztések által hasznosítható új lehetőségek, és mert bővíteni, racionalizálni lehet a termékhez kapcsolódó szolgáltatásokat. Az utóbbiaknál megnőtt a marketing, a vevőkkel való szorosabb együttműködés szerepe, hogy a változtatás a kibocsátónál és a felhasználónál minél gyorsabban megvalósulhasson. Gyakori eset, hogy az újítás a felhasználótól indul ki, s hogy a prototípus elkészítését, első tesztelését is felhasználó végzi. A csúcsteljesítményre képes vállalatok abban is kitűnnek versenytársaik közül, hogy jobban odafigyelnek a vevők véleményére, szívesen veszik, ha a vevők irányítják őket.

Kulcskérdések, a termék előállítójára vonatkoztatva:

- Mit kell előállítani?
- Hogyan kell versenyképesen előállítani?
- Mire van igénye a felhasználónak?
- Mennyire alkalmazkodik termékünk a jelen kihívásaihoz?
- Milyen szempontok szerint kell átalakítanunk termékünket, szolgáltatásunkat?
- Milyen potenciálisan meglévő igényeit tudnánk kielégíteni a felhasználónak, ha változtatnánk a szolgáltatásunkon?

A tájékozódás egyik lehetséges formája:

Kérdőív alkalmazása

A kérdéseket úgy kell feltenni, hogy a mait meghaladó, magasabb színvonalú igény kielégítése lehetővé váljék.

A változtatás a logisztika minden területére kiterjedhet:

- alacsonyabb költség
- szolgáltatás megbízhatóságának növelése
- a termék vagy szolgáltatás új képességekkel rendelkezik
- a szolgáltatás kiterjesztése más időpontokban, szélesebb időspektrumban, más, újabb területekre kiterjedve.

A változtatás tervezéséhez a szakirodalom alternatívákat teremt: ismernünk kell, hogy ki tudjuk választani a felkínált lehetőségekből a nekünk megfelelőt. Henry Ford: „A legnagyobb kár mindig az elmaradó haszon.” A szolgáltatónak kell megtalálni, hogy mi az az elmaradó haszon, amiért lenyúlhat, amit fel tud ajánlani a vevőnek, kiegészítve, módosítva a terméket, szolgáltatást.

A vezetés lényegi feladata, hogy a logisztika területén is növelje a szervezet általános, célirányos tudástőkéjét, erősítse a stáb állandó változtatási, racionalizálási szándékát és képességét, a teljes tevékenység állandó kontrollját, az állandó elemzést, a jó diagnózisok elkészítését és elfogadtatását, hogy elkezdődhessen az újabb újratervezés. Mindezekből következik, hogy a cégvezetők a vállalatnál dolgozó, gondolkodni még tudó/hajlandó munkatársak jelenlétét nem kudarcként élik meg. Ellenkezőleg: szakértelmüket használni szándékoznak és erre képesek is azért, hogy az aktuálisan piacképes tudástőke legalább megmaradjon. (A szakmai tőke egy hatalmi rendszerben folyamatosan csökken.) A rendszerhibák nem javíthatók, ha nincs egy jó, elfogadásra kerülő konszenzusos kontroll, ha nincs jó diagnózis, terápia, állandó változtatási kényszer: ezek hiányában biztos a piac érdeklődésének csökkenése, a szervezet megmaradási képességének gyengülése, végül a radikális újra tervezés, átalakítás, a szanálás.