

Carl Shapiro – Hal R. Varian

AZ INFORMÁCIÓ URALMA

Geomédia Szakkönyvek, 2000

A könyv ismeretanyagának gazdagsága: kitűnő, fontossága: kitűnő, hasznossága: kitűnő, felhasználási lehetősége: nagyon széles, előadásmódja: kitűnő. *Ez a mű a piacból való gondolkodás mesterkurzusa.* Világos, ésszerű gondolatmenetek és azokat kiteljesítő vagy éppen értelmező gyakorlati példák gazdag sorával azt kínálja, ami ma minden bizonnyal a leginkább nélkülözhetetlen ahhoz, hogy egy cég tartósan sikeres lehessen a piaci versenyben: a piaci lehetőségek felismeréséhez, megragadásához és sikeres kiaknázásához szükséges célratoró és rugalmas gondolkodásmódot. Emellett a piaci munkában különösen hathatósan felhasználható „ördögi praktikák” gazdag tárháza. Ezt a könyvet érdemes kitanulni.

A mű bevezetést kínál a digitális világ gazdaságtanába. Emeljük ki rögtön: jóllehet e téma bőséggel adna lehetőséget a misztifikálásra, bonyolult fejtegetésekre, a szerzők minden szava világos, jól érthető, azt a józan célszerűség és gyakorlatiasság uralja. Az itt kínált tudás megértéséhez és feldolgozásához nem kell előképzettség, tökéletesen elég a józan ész.

A gondolatmenetek kiindulópontja, hogy a tartós közgazdasági alapelvek képesek utat mutatni napjaink felgyorsult gazdasági viszonyaiban – a technológia ugyan változik, de a gazdaság törvényei változatlanok. Aki azzal küszködik, hogy megértse, mit jelent az Internet az egyes embereknek és vállalkozásoknak, rengeteget tanulhat abból, hogyan született meg száz évvel ezelőtt a telefonrendszer.

A könyv segít megérteni, milyen gondolkodással, milyen eszközökkel lehetnek az ártermelők sikeresek a di-

gitális gazdaság új feltételei között. Ebből gyakorta kitűnik az is, mire ügyeljenek a velük kapcsolatba kerülő fogyasztók, hogyan védjék az érdekeiket. Valójában azonban sokkal többet ad ennél: olyan „rendszerrel független” szemléletet, gondolkodásmódot, technikákat ismerhetünk meg belőle, amelyek alkalmazása bármilyen gazdasági környezetben jelentős segítséget adhat ártermelőnek is, fogyasztónak is a sikeres fennmaradáshoz. Az információ uralmáról, a digitális világ gazdaságtanáról kezdünk olvasni, és egyszerűen rájövünk, hogy a marketing gondolkodásmód egyik legjobb tanönyvét tartjuk a kezünkben.

Kiváló példa erre, és egyben különösen hasznos tudásanyag forrása a könyv azon része, amely a lekötésről, az ebben alkalmazható stratégiákról, s ezzel nyilvánvalóan a lekötés elleni védekezésről szól. Ártermelőként nyilvánvalóan elsősorban érdekünk, hogy magunkhoz kössük a vevőinket, azaz biztosítsuk, hogy a továbbiakban is tölünk vásároljanak. Az ebben felhasználható praktikák körét a legtöbb országban ma már erősen korlátozzák a monopóliumellenes, valamint a versenykorlátozást tiltó törvények. A dolgok természetes rendje viszont, hogy ha valamilyen rendszerbe tartozó eszköz, berendezés, szoftver használatáról másra kívánunk áttérni, ez kisebb-nagyobb költségeket okoz nekünk. Ezeknek az átállási költségeknek a nagysága jelentős tényező lehet annak eldöntésében, vajon érdemes-e váltani, vagy inkább maradjunk meg a meglévő rendszernél. A vevőink megtartására tehát hathatós eszközt találunk abban, ha olyan helyzetbe manőverezzük őket, amelyben az átállási költségeik nagysága riasztja el őket attól, hogy más szállítóhoz, szolgáltatóhoz partoljanak át. Természetesen vevőként is gondolonk kell erre: ha rendszert választunk, alaposan meg kell vizsgálni, mennyire szűkítjük le ezzel a további mozgásterünket, választási szabadságunkat. Jelentős érdeme a könyvnek, hogy

rületén. Összességében a tanulmányok azt sugallják, hogy az átalakulás első évtizedének nehézségeit maguk mögött tudva az új és átalakult vállalatok többsége képes a piaci igényekhez alkalmazkodó fejlődésre, a magyar vállalati szektor átalakulása, a centralizáció és koncentráció folyamata gyorsan halad előre.

A kötet záró fejezetének írásai az átalakulás legfontosabb tényezőjének, egyben alanyának, a munkaerőnek a problematikájával foglalkoznak. A munkaerőpiaci folyamatok Közép-Kelet Európában néhány ponton eltérnek a fejlett országokban tapasztaltaktól. Így például a munkanélküliség növekedési ütemének mérséklődése után is folytatódott a foglalkoztatottság, azaz az aktív foglalkoztatottak arányának csökkenése, egy másik tendenciaként pedig a vállalkozóvá válás. A munkaképes korú népesség egy része a munkába való visszatérés helyett például a korai nyugdíjba vonulást választotta. Ezért a foglalkoztatáspolitikában a fejlett országokban alkalmazottól eltérő módszerek is szükségesek, így például a duális gazdaság kialakulásának elkerülése végett olyan kormányzati stratégiára, amely ugyan támogatja a kisvállalkozásokat, ám ösztönöz az alkalmazottként való visszatérésre is a munkaerőpiacon. Ehhez a vállalkozóvá válás költségeinek emelését ajánlják a szerzők.

A szerkesztők által választott tanulmányok végül is az elmúlt tíz év gazdasági átalakulásának lényeges pontjait ragadják meg. Igaz – a kötet szerkesztőinek koncepciójából adódóan – némelykor meglehetősen különböző időszakokra vonatkoznak, 1992-ben publikálttól egészen 1999-ben közöltig.

Nemrég jelent meg a sorozat harmadik, kötete „The small transformation”, címmel, ismertetésére rövidesen visszatérünk.

B. R.

mindaz, amit a szerzők a lekötésről és annak felhasználásáról elmondanak, értékes segítséget ad ahhoz is, hogy felhasználóként se sétáljunk bele óvatlanul a lekötés csapdájába, amikor rendszert – pl. berendezést, vagy éppen távközlési szolgáltatót – választunk.

A könyv ehhez bőségesen kínál hasznos gondolatmeneteket, szempontokat, megfontolásokat arra, hogyan használhatják fel a gyártók, szolgáltatók az átállás költségeit a vevők lekötésére. Csupán egyik az erre szolgáló fogások közül, hogy ha olyan termékeket árulunk, amelyeknél magasak az átállás költségei, érdemes komoly ráfordításokat vállalni – így pl. számottevő kezdeti árendegményeket adni – annak érdekében, hogy a felhasználókat megnyerjük a termékeink alkalmazásának. A könyv ehhez példákat sorol arra is, miért éri meg az informatikai cégeknek, hogy bizonyos szoftvereket ingyen bocsássák a felhasználók rendelkezésére.

A lekötés sajátos eszközei a hűségprogramok, amelyeknél az eladó mesterségesen teremti meg az átállás költségeit. Ide tartoznak azok a nálunk is mind gyakoribb konstrukciók, amelyekben cég a fogyasztót megjutalmazza, ha ismétlődően és minél többet nála vásárolt. Ezek a programok két úton hozzák létre az átállási költségeket. Az egyik, hogy ha elpártolunk az eladótól, a továbbiakban már nem tudunk élni a nála már megszerzett kedvezményeinkkel. Példa erre az árkedvezmény, amelyet törzsvásárlóként kapunk és amelyet értelemszerűen csak ott kapunk meg, ahol törzsvásárlóvá váltunk. A másik, ha a hűségprogramban nyújtott előnyök az addigi vásárlások összesített értékétől függenek. Így a lekötés ereje a vásárlásokkal mindinkább nő.

Hálózati externáliák. Ugyancsak jó tisztában lenni ezek működésével, és a bennük rejlő csapdákkal. „Ha valamilyen termék értéke az egyik felhasználó számára attól függ, rajta kívül hányan használják, ez a termék a hálózati ex-

ternália jellegzetességeit mutatja. Mindnyájunknak kézenfekvő példa erre egy új nyelv elsajátítása. Ennek a gyakorlati haszna ugyanis elsősorban, attól függ, hogy azok közül, akikkel kommunikálni akarunk, hányan használják ugyanezt a nyelvet, és annak az irodalomnak, amelyet olvasni kívánunk, mekkora hányada található meg ezen a nyelven.

Jó példát jelentenek a hálózati externáliákra a kommunikációs rendszerek. A felhasználó számára ezeknek a használati értéke attól függ, hogy milyen sokan vannak benne a szóban forgó rendszerben, vagyis mennyiben tud elérni a segítségével másokat. Az elektronikus levelezés is sokaknak szolgál gyakori kellemetlen példakkal a hálózati externáliák hatására. Mindennapos tapasztalat, hogy csak azoknak tudunk ezen az úton üzeneteket vagy állományokat küldeni, akik ugyanazokat a rendszereket használják, mint mi. Következésképpen az alkalmazni kívánt rendszer kiválasztásánál nagyon kell ügyelnünk arra, hogy azt válasszuk, amelyet a leendő címzettjeink közül várhatóan a legtöbben használnak, különben rendre kapjuk majd a válaszokat, hogy a „csatolt file-t nem tudtuk megnyitni.” Stratégiánk kimunkálásában fontos tényező, hogy ha erősen növekszik a rendszer alkalmazóinak száma, egy kritikus tömeg elérése után ez többnyire életre hív egy erőteljes pozitív visszacsatolást és a piac a továbbiakban már önmagát építi tovább.

Mindez a gyártók számára különösen hatékony harci eszközzé avatja a szabványosítást. Ha szabvány születik, és az általunk kínált rendszer, az abba tartozó termékek megfelelnek annak, vagy éppen elérjük, hogy a szabvány feleljen meg a mi rendszerünknek, ez óriási versenyelőnyt teremthet azokkal szemben, akiknek a termékei nincsenek összhangban a szabvánnyal. A könyv nagyon érdekes és főként tanulságos fejezetet szentel a szabványháború megvívásának.

Szintügy ismereteket és fogásokat

meríthetünk belőle a *termékvonal menedzseléséhez*. Egyik figyelemreméltó stratégia ebben, hogy a terméket alkotórészeire kell bontani, és bizonyos elemeket ingyen kínálni ahhoz, hogy ezzel megnöveljük a keresletet a pénzért árusított többi elem iránt. A többit erről és még sok más, hasonlóan nagy gazdasági jelentőségű témáról a könyvből.

O. P.

Robert G. HAGSTROM

THE WARREN BUFFET PORTFOLIO

Mastering the Power of the Focus investment Strategy

John Wiley & Sons, Inc. 1999.
Angol nyelven.

Warren Buffet portfólió – A fókuszált befektetési stratégia kézikönyve.

PANEM Kiadó
John Wiley & Sons, 2000.

Robert G. Hagstrom műve a tőkepiaci befektetések tudományát igyekszik gazdagítani egy, az általános gyakorlattól merőben eltérő stratégia, és az annak alkalmazását segítő eszköztár bemutatásával. Középpontos alakja egy amerikai üzletember, aki a tőkepiaci befektetéseivel kiemelkedő sikereket ért el: Warren Buffet. Hagstrom számunkra talán kissé túlzottan is tűnő hévvel értékeli tudását és teljesítményét: *A Warren Buffet-módszer¹ sikere elsősorban magát Buffetet igazolja. Határtalan bölcsessége világszerte milliókat bővített el, intellektusa és eredményei évekig valósággal megigézték a befektetési szakembereket, beleértve engem is. E tulajdonságok páratlan együttessé teszi Warren Buffetet az egyetlen igazán követendő példává a befektetések mai világában.*, Könyvében azonban

¹ Ez Buffett előző könyve.