

HOFFMANN Istvánné Direktmarketing és módszerei

NOVORG Kiadó, Budapest, 1997. 310 p.

A marketing a piachoz való alkalmazkodás, a piac befolyásolásának szemlélete és módszertana; a vállalat piaci érvényesülését célozza, s összehangolt tevékenységek rendszeréből áll. A marketinget a gyakorlat, a piaci verseny és az új értékesítési eszközök keresése teremtette meg. Ugyanezek a célok hozták létre egy újabb, aránylag rövid múltra visszatekintő dinamikus piaci eszköz – értékesítési csatorna –: a direktmarketing kialakulását is. A kettő közti különbség a kommunikációs célban van. A direktmarketing összekapcsolja a reklámot az akcióval, az eladással, s azonnali rendelésre szólítja fel a vevőt. Specifikus kommunikációs értékesítési eljárás; hatása magában az értékesítésben, a visszaérkező válaszokban, a befutó telefonokban azonnal mérhető. Dinamikus fejlődéséhez természetesen a kommunikációs eszközök innovációjára is szükség volt...

A szerző részletesen bemutatja a direktmarketing médiumokat, előnyeiket éppúgy, mint buktatóikat. Segíteni kívánja a direktmarketing eszközeinek továbbfejlesztését, megismertet ennek az új értékesítési csatornának az alapvető jellemzőivel, a hozzá kapcsolódó jogi és etikai kérdésekkel. Rámutat arra, hogy a stratégiai tervezés a direktmarketing fontos feladata. A terv tartalmazza az elérendő célokat, a részletes akciókat, a végrehajtás ütemtervét, az ellenőrzés és az értékelés módszereit.

A költségvetések általában egy évre szólnak, s ezen az időn belül esedékes a ráfordítások és a bevételek ellenőrzése is a számvételeken keresztül. A nyereség optimalizálásához feltétlenül szükséges fedezetszámítás menetét példák szemléltetik a könyvben. A különböző nyereségmegtérüléseken kívül képet kapunk a direktmarketing kutatási feladatairól is.

A következetesen etikus magatartás eredményesen segít a vevők megtartásában. A helyes etikus magatartás kialakításához irányt mutatnak a Magyar Reklámszövetség Etikai Kódexének ide vonatkozó ajánlásai. A szerző ezeket éppúgy bemutatja, mint a média törvény, a verseny törvény, a fogyasztói érdekvédelmi törvény rendelkezéseit és az Európai Tanács ezekkel kapcsolatos ajánlásait is.

A direktmarketing eszközeinek rendszerét a kommunikációs feladatokat ellátó médiumok alkotják; a levélreklámok, a katalógusok, a telemarketing és az elektronikus médiumok (rádió, videó, televízió, számítógép) tartoznak ide. Közülük a levélreklám a legismertebb; a szerző részletesen foglalkozik ennek előnyeivel, eredményének mérhetőségével, majd alkotó részeivel (boríték, levél, prospektus, megrendelőlap) minták kíséretében. A továbbiakban ismerteti a címlistákat és katalógustípusokat, a katalógusalkotás szempontjait stb.

Végül az aktív és passzív telemarketingről, az elektronikus médiumok hazai használatáról és a multimédiának a direkt marketingben való alkalmazá-

sáról olvashatunk a könyvben. A Mellékletek a direktmarketing leggyakoribb angol kifejezéseit, a felhasznált irodalmat és bibliográfiát, valamint a Tárgymutatót tartalmazzák.

A direktmarketing specifikussága miatt alkalmas egyedi igények kielégítésére is; a válaszok ösztönzését az ajánlatok tetszetős formában történő bemutatása szolgálja. A szerző a direktmarketing eszközei alkalmazásának továbbfejlesztésével nyújt segítséget mindazok számára, akik az értékesítésnek ezt a hatékony változatát kívánják hasznosítani. Célja továbbá az is, hogy a direktmarketing fejlődésének biztosítása érdekében a hazai szak- és felsőoktatás számára útmutatást adjon. Könyvét minderre az teszi alkalmassá, hogy a nemzetközi szakirodalom bemutatása mellett megismertet a hazai gyakorlattal is.

R. I.

ÉRSEK Zsolt Bevezetés a devizapiacokra

Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1997. 196 p.

„Titokzatos világ – egy végtelenül egyszerű ügylet körül.“ Ezzel a mondattal kezdődik Érsek Zsoltnak a BANKÜZLET 2000 – sorozatban megjelent könyve. A devizapiacot valóban sokan nagyon titokzatosnak, sőt „misztikusnak“ tartják, pedig tulajdonképpen csak egyszerű adásvételi ügyletek bonyolódnak le ezen a piacon. Arról van szó ugyanis, hogy valamely deviza meghatározott mennyisége gazdát cserél itt egy bizonyos ösz-

szegű másik deviza ellenében. Igaz azonban, hogy sokszor teljesen kiismerhetetlen ez az egyszerű kereskedelmi ügylet és képes hatalmas meglepetéseket okozni. Erről a nemzetközi gazdasági-pénzügyi kapcsolatokban rendkívül fontos szerepet betöltő devizapiacnak a működési rendszeréről, „titokzatos“ világáról kapunk tájékoztatást a sorozat negyedik kötetében.

A szerző részletesen tájékoztat a devizapiac működési rendszeréről. Könyve nem tartalmaz hosszadalmas elméleti fejtegetéseket, hanem hasznos gyakorlati tanácsokat kíván nyújtani mindazoknak, akik meg akarnak ismerkedni a devizapiac játékszabályaival. A történeti előzmények áttekintése után a devizapiaci fogalmakkal, a devizapiac szerveződésével, felépítésével, szereplőivel s a piaci szokványokkal, a központi bank szerepével, az ügyfelek csoportjaival és a devizapiaci szakkifejezésekkel ismerkedünk meg a könyvben. Példa kíséretében tanulmányozhatjuk az azonnali vagy prompt ügyletnek is nevezett spot ügylet fő jellemzőit, használatát az ügyletközéseknél.

A továbbiakban képet kapunk a feltétlen és a feltételes határidős ügyletekről. Az előbbibe két fő ügylettípus tartozik: az outright forward és az FX swap; az utóbbiba pedig a devizaopció; ezen kívül még természetesen számos variáció van. Határidős szerződések a tőzsdén és a tőzsdén kívüli piacokon egyaránt köthetők; a kettő játékszabályai lényegesen különböznek, megismerjük legfontosabb sajátosságait. A határidős ügyletnek a köthető mennyiség, a lejárat napok száma és időpontja, vala-

mint a jegyzés módja szabványosítva van annak érdekében, hogy az ügylet a vevő és eladó között minél könnyebben létrejöhessen...

Ugyancsak példákkal szemlélteti a szerző a határidős ár (egy pénznem jelen- és jövőbeli értéke közti kapcsolat) képzését, képletének levezetését, jegyzését, a „fedezeti elv“ gyakorlati alkalmazását. Részletesen tájékozódhatunk a továbbiakban az outright forward ügylet fogalmáról, melynél valamely deviza másikkra való átváltása egy, a spot értéknapon túli előre meghatározott jövőbeli értéknapon, előre meghatározott árfolyamon történik. Az FX swap ügyletnél két deviza átváltása történik adott összegre egy másik deviza ellenében; amely ily módon lényegében devizafedezet mellett nyújtott felvett hitel.

A devizaopció fogalmáról, jellemzőiről, használatáról, különböző stratégiáiról szintén szó van a könyvben. A devizaopció jogot – de nem kötelezettséget – jelent a tulajdonosa számára egy bizonyos mennyiségű devizának egy másik devizával szembeni vételére vagy eladására előre meghatározott árfolyamon, időpontban vagy időpontig. Az opció eladója számára kötelezettség áll fenn, ha az opció birtokosa gyakorolni kívánja az opciót.

Nincs olyan elmélet, képlet vagy módszer, amellyel a devizaárfolyamok alakulását megbízható módon előre lehetne jelezni. A szerző az árfolyamalakulás megértéséhez összefoglalja a piaci ármozgást befolyásoló legfontosabb tényezőket. Bemutatja a technikai elemzés fő ágait (a

piac állapotának elemzése, a szezonális ciklusok vizsgálata, trendkövető módszerek stb.), a kamatlábak nagyságának és változásainak szerepét, a kormányzati és a központi banki politika befolyását, a piaci hangulat hatását, az importált vagy exportált nyers- és alapanyagárrakkal való összefüggéseket. Leszögezhető, hogy a mindenkori piaci hangulat meghatározó szerepet játszik a devizaárfolyamok alakulásában.

Olvashatunk arról is, hogy a devizapiac mennyire kockázatos ügylet; a kockázat forrása sokféle lehet. A piacrizikó a kedvezőtlen piaci áralakulás miatti kockázat, megjelenési formája sokféle; devizaárfolyamok ingadozása, kamatlábak változása stb. A hitelrizikó annak a kockázata, hogy a másik fél valamilyen okból nem teljesíti az ügyletből rá háruló kötelezettségeit. Ezen kívül létezik működési, jogi és rendszerrizikó is. A szerző hangsúlyozza a vállalat, illetve a bank felső vezetésének a felelősségét ezen a téren. A vállalható kockázat behatárolása, a vezetői információs rendszer megszervezése és működésének ellenőrzése a felső vezetés hatáskörébe tartozik.

Végül a magyarországi devizapiac kialakulásáról kapunk tájékoztatást a könyvből. A szerző rámutat arra, hogy a fejlődés két fő jellemzője a nemzetközi piaci normák átvétele és a fokozatos liberalizálás. Megismertet a hazai devizapiac felépítésével, működési mechanizmusával; az igények kielégítéséhez a feltételek rendelkezésre állnak. A szak-kifejezések magyarázata és Irodalomjegyzék zárja a könyvet.

Rubóczky István