

KÖNYVISMERTETŐ

Nádor Éva

Az üzleti tanácsadás marketingje

A tanácsadási szakmáról,
az alkalmazott módszerekről,
a tanácsadó cégek marketingjéről

Budapest: Akadémiai, 2007 – 226 old.

A szervezetek napjainkban egy olyan spektrum mentén helyezkednek el, amelynek két végpontja ugyan jól elkülöníthető, ám működési logikájuk jelentősen átfedi egymást. Az üzleti szervezetek, közüzemi vállalatok, nonprofit szervezetek és egyéb formációk működési folyamatai rendszerelvű megközelítésben kezelendők, és soktényezős voltak következtében egyre inkább több ismeretet, tapasztalatot kívánnak. Egyre nehezebb a csak egyfajta döntés-előkészítés, egyre nagyobb hálózatosodás mentén szükséges felkészülni a szervezet eredményes működtetése érdekében. Ezért a szervezetben végzett munkához gyakran veszünk igénybe más tudásokat, amelyeket vagy saját, vagy más terület emberi erőforrásai szolgáltatnak. Az emberi erőforrás is az üzlet része, hisz egyénisége, munkája a gazdasági szervezet egyik meghatározó eleme. A szervezetbe allokálódó képességek olyan értékek, amelyeket minden szervezeti folyamatban kellően figyelemmel kísérünk, és a döntésekben mérlegelünk. A piacgazdaság kapcsolatrendszerében az eredményességet segítő eszköztár egyik eleme a tanácsadás. A felsőoktatásban a Bologna folyamattal együtt járó sokféle átrendeződés nyomán egyszerűbben bővült a tanácsadás tanulásának lehetősége. Az 1992-től tanulható tanácsadás sokféle összetevője megismerhető, a tevékenység elsajátítható. Az ismereteken túl nagymértékben meghatározó a személyiség kellő identifikálódása a vállalt tanácsadási feladatokkal, ezért igen lényeges, hogy a tanácsadástól minél többet és többet tudjanak. Az andragógia szakhoz kapcsolódó tanácsadási felkészítés az oktató és a hallgató oldaláról egyaránt a másfajta megközelítések megismerését kívánja az andragógus tanácsadó szerepének megerősítéséhez. Ehhez nyújt általános és

speciális támogatást Nádor Éva munkája, a Marketing Szakkönyvtár sorozatában megjelent Az üzleti tanácsadás marketingje című kötet.

A tanácsadás egyidős az emberiséggel, és a sokféle megközelítése jelzi a tevékenységgel összefüggő elméleti és gyakorlati érdeklődést. A tanácsot „vevő” és „adó” viszonya, személyisége, a tanácsadás feltételeinek és körülményeinek ismerete mindenki számára szükséges. Nádor Éva munkája több évtizedes tapasztalatok alapján született, erőteljesen a humanisztikus megértésre koncentrálva mondanivalóját. Marketing-filozófiai megközelítései állandó kapcsolatban vannak a tapasztalattal, így fejezeteiben szembetűnő a magyarázó és az ontológiai redukció. Ezért *Az üzleti tanácsadás marketingje* című kötet a marketingtudomány eredetének, kifejlődésének, szerkezetének, módszereinek olyan tudástranzszfere, amely egységes keretbe foglalja a kívánt és elvárt, megismerhető és kivitelezhető marketinget.

A marketingben tájékozott olvasó a gyakorlatot keresi – de a második fejezetben előrehaladva kényszerűen előlről kezdi a kötet tanulmányozását. A praktikus részek kevésbé érthetőek, ha átsiklunk a rendszerelvű megközelítésen. *Az üzleti tanácsadás elméleti kérdései* (I.) fejezetben a professzionizmus, a professzionális szolgáltatások, az üzleti tanácsadás, a tanácsadási folyamat, az ügyfélszerzés és ügyfélmegtartás a tanácsadási piacon, a tanácsadói piac és a tanácsadás vezetési sajátosságai szerepelnek. A II. fejezetben *A tanácsadási marketing gyakorlata* keretében a marketingtervezési folyamat, a tanácsadás marketingmixe, a tanácsadási marketing modellezésének feldolgozása következnek. A harmadik fejezetben *A marketing-tanácsadás gyakorlata* részleteit ismerheti meg az olvasó. A fejezeteket összegzések és kérdések, tanulságok zárják.

A marketing sokak által gyakorolt műfajában ez a munka elméleti összefoglalásaival nem előfeltételeket szab a marketingmunka számára, hanem maga igyekszik felhasználni a tudományos fejlődésben létrehozott eredményeket. Ezek általánosításával, valamint összefüggésrendszerük megrajzolásával alakította ki saját gondolatrendszerét.

A kötet kiváló minőségben az Akadémiai Kiadónál készült, megjelenését az AAM Vezetői és Informatikai Tanácsadó Zrt. és az Ernst and Young támogatása tette lehetővé, dr. Strausz Gábor szakértésével.

A marketing – közhelyként hangzik – napjaink tudományos fejlődése eredményeképpen nem pusztán egy-egy szaktudománykörből építkezik, hanem a szaktudományok eredményeinek kapcsolatrendszerében képes válaszolni a változó feladatokra és a változó tanácsadási szükségletekre. Szerzőnk komplex formában láttatja a sokrétű kapcsolatrendszert, ez esetenként analógiákra is csábít, annál is inkább, mert egyre több az az eset,

tény, ahol maga a tanácsadásban megtestesülő tudományos tartalom határozza meg a tanácsadás értékét, ezzel annak költségét. A hazai gazdag tanácsadó rendszer és irodalom igénybevétele stratégiai szükséglet. A tanácsadás minőségének fejlesztése és a célorientált marketing ennek a stratégiának a része, és ehhez értékes hozzájárulás Nádor Éva munkája.

Krisztián Béla

E SZÁMUNK SZERZŐI

Dr. Rekettye Gábor, tanszékvezető egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem; **ifj. Rekettye Gábor**, marketing- és kommunikációs igazgató, Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola; **Dr. Demeter Krisztina**, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dr. Vanicsek Mária**, kutatásvezető, GKI Gazdaságkutató Zrt.; **Vas Réka**, egyetemi tanársegéd, Budapesti Corvinus Egyetem; **Majláth Melinda**, PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem; tanársegéd, Budapesti Műszaki Főiskola Keleti Károly Kar Gazdálkodástudományi Intézet; **Virág Attila**, PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dr. Krisztián Béla**, egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem

CONTENTS

STUDIES AND ARTICLES

REKETTVE, Gábor – ifj. REKETTVE, Gábor The future of the world and the marketing of the future	2	MAJLÁTH, Melinda Importance of environmentally friendly product attribute in buying decisions – results of an empirical study	38
DEMETER, Krisztina Service management at the manufacturing and service companies in Hungary	9	VIRÁG, Attila Energy strategies at the wired gas branch of business in relation of the European Union and Russia	57
VANICSEK, Mária Resource allocation in the health care system ...	23	Book review	66
VAS, Réka Dilemmas in the information society – Actual issues of the electronic identification ..	44		