

kötelező belépési kényszer és tagdíj ellenében valamilyen szolgáltatást is kapnak. Ezt a megoldást alternatívaként a fizetett szakértő alkalmazása helyettesíthetné, de úgy, hogy e közvetítő szakértő réteget folyamatosan minősítsék és továbbképezzék.

● A jogszabályi háttér stabil, kiszámítható és egyértelmű legyen. Szükséges lehet a rétegspecifikus normák kidolgozása, illetve kódex-szerű adójogi norma kibocsátása. Az egyes adóterületek komplexen, az APEH által kidolgozott irányelvekkel és magyarázatokkal bővítte jelennének meg. A jogi nyelvet az alkalmazók számára érthetővé kell tenni.

● Az APEH aktívabb fellépésére van szükség. Egyrészt a tájékoztatásban mint ügyfélközpontú szerv lépjen fel, másrészt növelje a vizsgálati-ellenőrzési munka

hatékonyágát. Tevékenységével azt kell elérnie, hogy lehetőleg jelezze a hiányos számonkérést, mégpedig nem a szankciók súlyosbításával, hanem a rendelkezésre álló jogi eszközök következetes alkalmazásával.

● Utolsóként marad a legfontosabb: az általános adóteher csökkentése egy harmonizált adórendszeren belül, hiszen a jelenlegi elvonási szint kényszeríti a polgárt az illegális eszközök alkalmazására.

Végső összegzésként azt lehet megállapítani a vállalkozó és az adójogi normák viszonyrendszeréről, hogy ebben a kapcsolatban az aktív és irányító szerep az államé, és nem immanens része a társadalomnak a szolidaritás és a jogkövetés jelenlegi alacsony szintje.

*Szerzőnk egyetemi tanársegéd,  
JPTE*

BÉRCZINÉ DR. JUHOS JÚLIA

## Piackutatás a gyakorlatban

– Kézikönyv. CO-NEX Könyvkiadó Kft. Budapest, 1996. 236 oldal –

A magyar gazdaság piactudatosságá válni átalakulása egyre inkább megköveteli a szakemberektől, vállalkozóktól, hogy megismerjék a piacot, elemezzék a fogyasztói igényeket, elvárásokat, a konkurencia tevékenységét. Ma már alapvető igény, hogy piaci döntéseik jól megalapozottak legyenek.

Az információk megszerzését szolgáló marketing- és piackutatás módszertana és gyakorlata hazánkban a 90-es években komoly fejlődésnek indult, sőt, a nyugat-európai és amerikai szinttel azonos rangra emelkedett.

A kutatás fejlődésével azonban nem tartott lépést azon kiadványok megjelentetése, amelyek a módszertani, de főként a gyakorlati információk elsajátítását segítik. E hiányosság pótlására készült ez a kézikönyv, amely főleg a gyakorlati munkát támogatja.

A könyv arra vállalkozik – amint azt a szerző írja –, hogy elméleti ismeretekre alapozva gyakorlati útmutatót adjon arra, hogy

- mi célból,
- hogyan gyűjtse,
- kiktől szerezze be,
- hogyan igényelje,
- hogyan ellenőrizze,
- hogyan dolgozza fel,
- hogyan rendszerezze,
- hogyan tárolja és használja fel

az információkat, amelyek a rövid, közép-, valamint a hosszú távú döntésekhez szükségesek.

A mű első fejezete a piac- és marketingkutatás alapfogalmait foglalja össze. A kutatási cél meghatározása, a kutatási terv készítése során a kiindulástól kezdve döntéseket kell hozni, ezeket ellenőrizni, majd megvalósítani.

A piackutatás folyamatának bemutatása során – amely a mű második része – a szerző végigveszi a teendőket, ezek sorrendiségét, hozzáépítve az ezek mellé tartozó döntések tárát, valamint a döntéseket megkönnyítő, ezeket segítő módszereket és megoldásokat is.

A piackutatás folyamatának öt alapvető lépése

- a probléma megfogalmazása, pontosítása,
- a kutatási terv elkészítése,
- az adatok megszerzése, összegyűjtése,
- az adatok ellenőrzése, kiegészítése, elemzése, értékelése,
- a végső (összegző) megállapítások megfogalmazása, visszatérve a kiinduló problémára, megoldások, javaslatok bemutatása (prognózis) – ha szükséges – tanulmány formájában.

A harmadik fejezet a piackutatás felhasználási területeit mutatja be. Ezek a következők:

● a piaci helyzet vizsgálata, a vállalat, vállalkozás, a termékek és szolgáltatások piaci helyzetének elemzése, a verseny- és konkurencia-analízis,

- a keresletkutatás, keresletelemzés,
- a vevőkör-analízis, a fogyasztói magatartás kutatása,
- kínálatkutatás,
- az új termék, cég, szolgáltatás bevezetését megelőző vizsgálatok,
- a beszerzés kutatása,
- a kommunikáció- és reklámkutatás.

Az elmélet, a módszertan egybefoglalása után a szerző négy esettanulmányt nyújt át az olvasónak.

A könyv igen hasznos fejezete az ötödik, amely a gyakorlati információkat foglalja össze, azaz azt, hogy honnan szerezhetünk információkat, adatokat, hol található meg a piackutatás alapvető könyvei, publikációi, valamint felsorolja, egy-két szóval ismerteti a nagyobb magyarországi piac- és közvélemény-kutató cégeket, intézményeket.

A művet a gyakorlati munkában jól hasznosítható irodalomjegyzék zárja.

A gondos összeállítás nemcsak a gyakorlati szakemberek számára forgatható kézikönyv, hanem alkalmas lehet arra is, hogy bármilyen szintű – közép- vagy felsőfokú – oktatás keretében ajánlottként, tankönyvként hasznosuljon.

■ Baczoniné