

## Szekundér információk online környezetben

### Eszes István

A problémafelvetés, illetve a kutatási terület körvonalazása után a marketingkutatás folyamatának következő feladata a döntés előkészítéséhez szükséges információk begyűjtése. Az információ napjainkra felértékelődött, a tőkével és a munkával egyenértékű erőforrás lett, hiánya, illetve késése komoly veszteségeket vagy elmaradt hasznot eredményezhet.

A marketingkutatás megszervezése során, miután tételesen meghatározásra kerül, hogy a vizsgálathoz milyen információkra van szükség, meg kell határozni, hogy milyen forrásból lehet megszerezni a szükséges adatokat, tájékoztató anyagokat. Az információgyűjtés költség- és időigénye miatt a marketingkutatás első lépésében a már rendelkezésre álló adatok felkutatására, illetve begyűjtésére kerül sor. Ebben az esetben a marketingkutató nem elsődleges adatgyűjtést végez, hanem úgy mond „*az íróasztala mellől*” (innen az angol elnevezés desktop research) gyűjti a feladat előzetes megoldáshoz szükséges adatokat. Az így elemzésre kerülő adatokat valaki már előzetesen összegyűjtötte, feldolgozta és valamilyen formában elérhetővé teszi az érdeklődő számára. Az ilyen „másodkézből” származó adatokat nevezzük **szekundér információknak**. Előnyeiként elmondható, hogy az adatok elérése így módon **kevésbé költséges**, illetve **gyorsabb** a primer információkhoz képest.

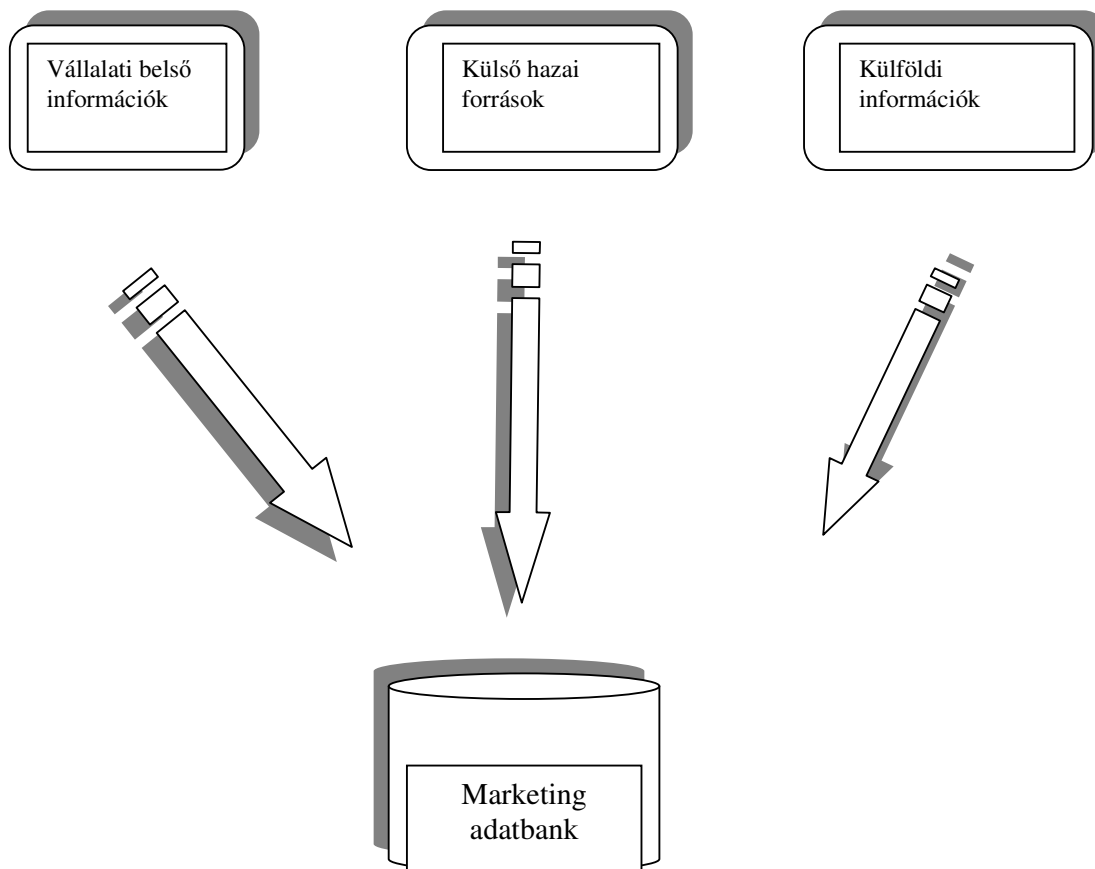
Ezeknek a birtokában dönthet a kutató arról, hogy mindezt elégségesnek tartja-e a vizsgálathoz, vagy pedig további informálódást, adatfelvételt vagy megfigyelés végrehajtást tart szükségesnek.

Egy vizsgálathoz általában különböző információs forrás áll rendelkezésünkre. Információnak kell tekinteni minden olyan tájékoztatást, amelynek közvetlen vagy közvetett segítségével kép nyerhető a piacról és annak jellemzőiről. Ilyen információ lehet például egy árjegyzék, egy szaklapban megjelent publikáció, egy statisztikai kiadvány, egy érdekes honlap az Interneten vagy akár a napilapokban megjelenő hirdetések és közlemények is.

A sok-sok információ között rendkívül nehéz az eligazodás. A kutatók munkáját nagymértékben megkönnyítené, ha ebben az évről - évre növekvő adattömegeből valamilyen könnyen áttekinthető kimutatás állna rendelkezésre. Jól működő nyilvántartás még nem készült, noha sok próbálkozás történt erre. Egy - egy kutatás megindítása tehát egyszerű böngészést jelent a hazai és a külföldi szakirodalomban, illetve válogatást a rendelkezésre álló adatok között.

A szakirodalom áttekintésére jó lehetőséget adnak a könyvtárak kartotékrendszerei vagy a számítógépes katalógusok. A statisztikai adatokról ilyen nyilvántartás többnyire nem áll rendelkezésre, noha a statisztikai évkönyvek, folyóiratok sok esetben jól összeválogatott adatgyűjteményeket tartalmaznak, ezek azonban a töredékét sem merítik ki a lehetőségeknek.

Tekintsük át a következőkben, hogy milyen forrásokból juthatunk a szükséges szekundér információkhoz.



## 1. Vállalati belső információk

Az esetek nagy részében mielőtt külső forrásokat kezdenénk keresni, ajánlatos a rendelkezésre álló adatok között körülnézni. A gazdálkodó szervezeteknél számtalan olyan adat érhető el, amelyek komoly információtartalommal rendelkezhet számunkra.

A teljesség igénye nélkül felsorolunk néhány szóba jöhető információ forrást:

- a vállalathoz beérkező levelek, feljegyzések, panaszos levelek
- beszámolók, feljegyzések
- szállítók adatai
- vevő adatok
- alkalmazottak személyi adatai

- értékesítési osztály jelentései
- vállalati belső információs rendszer elemei: pénzügyi adatok, munkaügy, anyagnyilvántartás, készletek, értékesítési adatok,...
- a vállalattal, környezetével, piacával, kapcsolatrendszerével kapcsolatos információk (melyek az adott cégnél rendelkezésre állnak - a levelezéstől a jegyzőkönyveken át az úti jelentésekig)

A vállalat közgazdasági, marketing, pénzügyi és egyéb munkatársai számos beszámolót, javaslatot, jelentést készítenek, amelyek nem csupán a saját tevékenységről adnak képet, hanem jelentős mennyiségű külpiazi információt is tartalmazhatnak.

A horizontális információs csatornák hiánya, illetve a sok helyen megoldatlan információátvitel miatt ezek az adatok a vállalati hierarchiában lebegnek és sok esetben egy "íróasztal - temetőben" kötnek ki.

A vállalati számítógépes rendszerek elsősorban a számvitelre, anyagnyilvántartásra, készletgazdálkodásra és a munkaügyre irányulnak, ritka a piaci információk direkt lekérdezési lehetősége. A marketing döntések jó előkészítése érdekében ajánlatos marketing adatbank kialakítása és folyamatos karbantartása.

## **2. Külső, hazai források**

A vállalati belső adatokon túlmenően lehetőség nyílik a vállalat külső környezetéből származó információforrások igénybevételére is.

### **2.1 Főhatóságok, országos intézmények**

A vállalat makrokörnyezetének szerves része saját országa mindenkori gazdaságpolitikája, a gazdasági szabályozók rendszere, a kereskedelempolitika. Ezzel kapcsolatosak a központi intézmények által kibocsátott és tárolt információk.

A hazai gazdasági és pénzügyi információk közül a legfontosabbak a különböző **főhatóságok** által készített és kibocsátott információs anyagok, hasznosak a Gazdasági Minisztérium, a Pénzügyminisztérium és a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium adatai.

A magyar nemzetgazdaságról statisztikákat és elemző tanulmányokat találhatunk például a Gazdasági Minisztérium honlapján ([www.gm.hu](http://www.gm.hu)) a következő iparágakról:

- híradástechnikai ipar
- távközlés
- számítástechnika
- gyógyszeripar
- műanyagipar
- kozmetikai és háztartásvegyipar
- növényvédőszer-gyártó ipar

- autóipar
- járműalkatrész-gyártás
- papíripar
- tejfeldolgozó ipar
- zöldség- és gyümölcsfeldolgozó ipar

### Feladat

#### Kik voltak hazánk legnagyobb külkereskedelmi partnerei 1999 elején?

A Gazdasági Minisztérium honlapján lévő Magyar Gazdaság rovat Külgazdasági fejezetéből publikált statisztikai adatokból kiválaszthatjuk a 10 legnagyobb forgalmat produkáló országot.

#### Külkereskedelmi termékforgalom országonként (az országok összforgalmának csökkenő sorrendjében) 1999. 01-02.

		KIVITEL		BEHOZATAL		EGYENLEG	
		1999	99/98	1999	99/98	1999	99-98
		M USD	%	M USD	%	M USD	+/-
1.	Németország	1 303,0	100,4	1 133,0	113,4	170,0	- 128,6
2.	Ausztria	373,6	112,2	382,3	108,7	- 8,7	10,1
3.	Olaszország	216,7	107,0	279,1	107,1	- 62,4	- 4,3
4.	Franciaország	157,3	125,1	199,3	100,0	- 42,0	31,5
5.	USA	163,0	153,1	142,5	92,5	20,5	68,0
6.	Hollandia	205,8	189,8	97,1	99,3	108,7	98,1
7.	Nagy-Britannia	150,6	134,8	121,0	96,8	29,6	42,8
8.	Oroszország	40,0	26,9	201,3	67,7	- 161,4	- 12,2
9.	Belgium	91,0	104,6	107,0	122,6	- 16,0	- 15,8
10.	Japán	9,2	74,9	154,4	114,9	- 145,2	- 23,1
	.....						
	<b>Összesen</b>	<b>3 444,3</b>	<b>104,4</b>	<b>3 915,3</b>	<b>106,1</b>	<b>- 471,0</b>	<b>- 77,5</b>

A különböző **országos intézmények** adatai is alkalmazható információforrások lehetnek: az Országos Műszaki Fejlesztési Bizottság, a Központi Statisztikai Hivatal, az Országos Szabványügyi Hivatal, az Országos Találmányi Hivatal, a Kereskedelmi és Iparkamarák tájékoztatói anyagai.

A különböző egyetemek és főiskolák **szakdolgozatok és diplomamunkák** formájában jól rendszerezett információkhoz juthatunk. Ezeket az intézmények könyvtáraiban, többnyire jó keresőrendszerekkel támogatva érhetjük el. A dolgozatok tartalmától függően, a kényesebb, üzleti információkat tartalmazó anyagok korlátozottan kutathatók.

## 2.2 Könyvtárak

A legfontosabb könyvtárak valamennyi magyar nyelvű publikációból ún. köteles példányt kapnak, gyűjtőköriük tehát teljes. A könyvtárak többsége Interneten keresztül elérhető. Nézzünk meg néhányat az ismertebbek közül:

### **Országos Széchenyi Könyvtár** (1027 Bp., Budavári Palota F. épület)

Csak helyben olvasás, igen széles könyvválasztékkal.

### **Magyar Tudományos Akadémia Könyvtára** (1051 Bp., Arany János u. 1.)

Minden tudományágban írott akadémiai, doktori és kandidátusi értekezések példányai megtalálhatók itt. Egyetemi és főiskolai hallgatók csak az olvasótermeket használhatják, nem kölcsönözhetnek.

### **Országgyűlési Könyvtár** (1055 Bp., Kossuth Lajos tér 1/3)

Az ENSZ és egyéb gazdasági világszervezetek statisztikái itt találhatóak meg. A könyvtár kölcsönzéssel nem foglalkozik, csak helyben lehet olvasni.

### **Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem Központi Könyvtára** (1093 Bp., Közraktár u. 18/20.)

Gyűjtőkörébe a társadalomtudományok, ezen belül főleg a közgazdaságtudomány és annak valamennyi ágazata beletartozik.

Katalógusai: betűrendes / ETO szakkatalógus, földrajzi és tárgyszókatalógus

A könyvtár kölcsönöz, továbbá díjazás ellenében témafigyelőszolgálatot végez, ill. másolatkészítést is végez. A szakirodalomban való tájékozódásban jól felhasználhatók a könyvtár havonta megjelenő tájékoztató kiadványai. Az 1990 január 1-től beérkező anyagokat számítógépre viszik.

### **Külkereskedelmi Főiskola Központi Könyvtára** (1165 Bp. Dióssy Lajos u. 22-24.)

A könyvtár gyűjti a közgazdaságtan, a külkereskedelem, marketing, nemzetközi pénzügyek, vámpolitika, szállítmányozás, az Európai Unióval kapcsolatos, valamint a magas szintű nyelvoktatáshoz szükséges könyveket

A könyvtár kölcsönöz, továbbá számítógépes (az Interneten keresztül is elérhető) katalógusa könnyíti meg a keresést.

### **Központi Statisztikai Hivatal Könyvtár és Dokumentációs Szolgálat** (1124 Bp., Keleti Károly u. 5/7.)

Hazai és külföldi statisztikákból a legnagyobb gyűjteménnyel rendelkezik, gyűjti továbbá a közgazdaságtan, a világgazdaság, a gazdaságföldrajz statisztikáival kapcsolatos területeit. A KSH Könyvtár nem kölcsönöz, csak helyben használható.

### **Országos Műszaki Információs Központ és Könyvtár** (1082 Bp., Múzeum u. 17.)

A hazai műszaki és gazdálkodási tájékoztatás központja. Több külföldi számítógépes információs rendszer elérhető innen. Speciális szolgáltatása a fordításgyűjtemény, amely helyben olvasható, ill. díjazás ellenében bármely cikkről fordítást készítenek.

### **2.3 Piac- és közvélemény-kutató cégek**

A száznál több piackutató vállalkozás közül kiemelünk néhány ismertebbet, melyek tanulmányai és kutatási jelentései jó alapot nyújthatnak adatgyűjtésekhez.

**AGB Hungary** - műszeres televíziós közönségmérés, médiakutatások, analízisek

**AMER Nielsen** - a világon elsőként emlegetett cég hazánkban is tevékenykedik, kutatásai átfogó jellegűek.

**GFK Hungaria** - fogyasztási cikk, szolgáltatás, marketingkutatások

**Magyar Gallup Intézet** - marketing, közvélemény-, piac- és médiakutatás

**Mareko Kft.** - széleskörű, elsősorban országos piackutató, társadalomkutató, szociológiai, pszichológiai vizsgálatok

**Marketing Centrum** - az Országos Piackutató Intézet jogutódja, a kül- és belföldi makró- és mikrószintű kutatás bázisa

**Medián Közvélemény- és Piackutató Kft.** - elsősorban közvélemény-kutató tevékenysége ismert

**Observer** - médiafigyeléssel foglalkozik, több száz újság, számos rádió- és TV állomás híreit és reklámjait dolgozza fel

**Szonda Ipsos Média-, Vélemény- és Piackutató Intézet** - vállalati, de jelentős arányban állami megbízásból is végez elsősorban helyi és országos közvélemény-kutatásokat, fogyasztói szokás- és attitűd vizsgálatokat

### **2.4 Az Európai Unió**

Az Európai Unióról, mint hazánk legfontosabb üzleti kapcsolatáról információk az alábbi címeken szerezhetők be:

#### **Európai Tájékoztatási Központ**

1052 Budapest, Bárczy István u. 1-3. Tel.: 327-1711

A központ naprakész adatokat szolgáltat

- az Európai Unió és Magyarország kapcsolatáról

- az Európai Unió tevékenységéről, intézményeiről,
- a Phare programokról,
- az EU hazánkban is elérhető pályázatairól
- különböző ösztöndíjakról.

### **Euro Info Service**

1138 Budapest, Margitszigeti Európa Ház Tel: 311-6061

Az EUR-OP (az Európai Közösségek Hivatalos Kiadója) magyarországi hivatala jogosult az EU intézmények hivatalos kiadványainak és információs anyagainak (nyomtatott és elektronikus) terjesztésére

### **Euro Info Központ**

1051 Budapest, Dorottya u. 4. Tel: 318-1712

Elsősorban a kis- és középvállalkozások információs igényeit hívatott kielégíteni. Szolgáltatásai közé tartozik a kutatási programokban való részvétel támogatása, a partnerkeresés, az adatbázisokhoz való hozzáférés biztosítása is.

A legteljesebb hozzáférés biztosított az EU anyagokhoz a szervezet Internet honlapján:

**<http://europa.eu.int>**

## **3. Nemzetközi információk**

### **3.1 Az európai marketinges számára fontosabb elérhető szekundér információk**

A piac nagyságáról

- European Marketing Data and Statistics
- European Marketing Pocket Book
- International Marketing Data and Statistics
- Business Monitor (sorozat különböző iparágakról)

Kik a versenytársak

- Dun's Europe
- Europe's 15.000 Largest Companies
- Extel's European Companies Services
- Principal International Business
- Kompass (országokéinti kiadások)
- Companies' Annual Reports Collection
- Fame CD-ROM
- Asia's 7.500 Largest Companies

Üzleti trendek

- The Book of European Forecasts
- Marketing in Europe

European Trends  
Economic Trends  
Family Expenditure Survey

#### Európai Unió statisztikák és információs források

Eurostat: kiadványsorozat, témái: általános statisztika, gazdasági élet, pénzügy, lakosság, szociális helyzet  
European Access  
European Research - Kelet és Nyugat Európa gazdasági és társadalmi kapcsolatait vizsgáló folyóirat  
European Report (kéthetente megjelenő kiadvány ipari, gazdasági és politikai témákban)

#### Kivonatok és indexek

Business Periodicals Index  
ANBAR Marketing and Distribution Abstracts  
Research Index

#### Publikált információk forrásai

Guide to European Marketing Information  
Compendium of Marketing Information Sources  
Croner's A-Z of Business Information Sources  
McCarthy Cards  
UK and Europe Market Information: Basic Sources

### 3.2 Országtanulmányok

Nemzetközi üzleti kapcsolatoknál különösen fontos az egyes térségekre vonatkozó megbízható és aktuális információ, melyet az un. országtanulmányok biztosítanak számunkra,

#### **Business International Country Assessment Service**

a világ 71 országáról ad ki évente két alkalommal országtanulmányokat

#### **Business Environment Risk Index (BERI)**

45 országot vizsgál és évente 3 alkalommal frissíti információit

#### **Frost and Sullivan cég**

a világ 60 országáról ad ki információkat havi frissítéssel

Magyarországon az angol **ECONOMIST** gazdasági szaklap országtanulmányai terjedtek el, melyek a nagyobb pénzügyi intézmények vagy gazdasági szakkönyvtárakban érhetőek el. Az országtanulmányokat az **Economist Intelligence Unit** 500 gazdasági szakértője készíti folyamatosan. A világ 180 országáról adnak információkat 3 havonta frissített változatban.

Egy - egy ország tanulmány hasonló felépítést követ:

- 1-2 oldalas összefoglaló
- 30 - 40 oldalas gazdasági elemzés, adatok összessége.

Az egyes országokról közölt adatokat a következő struktúrában tárgyalják:

- a gazdasági élet kulcsadatai
- politikai fejlemények
- infláció
- nemzetközi kapcsolatok
- pénzügyi infrastruktúra
- fogyasztói árak
- külkereskedelmi mérleg
- import és export
- monetáris politika
- banki kamatok
- gazdaságpolitika
- szektoronkénti elemzések
- hazai termelés
- várható trendek

Egy országra kiadott ország tanulmány éves előfizetés díja (1998) a frissítésekkel együtt: 225 angol font.

A magyar gazdaság számára fontosabb célországokról az **ITD Hungary** (1051 Budapest, Dorottya u.4. Tel.: 266 7034) készített ország tanulmányokat, melyek CD-ROM-on, illetve floppy-n vásárolhatók meg. A következő országokról készült tanulmány (1999): Ausztria, Belgium, Bulgária, Csehország, Finnország, Franciaország, Hollandia, Japán, Jugoszlávia, Kína, Lengyelország, Nagy Britannia, Németország, Olaszország, Oroszország, Románia, Svájc, Svédország, Szlovákia, Szlovénia, Ukrajna, USA, Vietnam, CEFTA, USA.

Az ITD Hungary által kiadott ország tanulmányok általános és a turizmussal foglalkozó része elérhető ingyenesen az Interneten keresztül is a Port cég honlapján ([www.port.hu/orszagtanulmany](http://www.port.hu/orszagtanulmany)).

#### **4. On-line információs rendszerek**

##### **4.1 Internet**

A szekundér információk forrása természetesen az Internet is lehet. Itt épp az adatok bőségével van sokszor gond. Találószerű az a hasonlat, mely az Internetet egy óriási könyvtárhoz hasonlítja, amelyet egy földrengés megrázott, a polcok eldőlték, az összes könyv egy nagy halomban hever a földön ... ember legyen a talpán, aki ebben a káoszban megtalálja egy könyvet.

Ilyen „könyvtár” az Internet is, ahol a találat eredményessége attól függ, hogy tudunk-e keresni. A továbbiakban röviden jellemezzük az egyes **keresőgépeket**, hogy milyen típusú információ keresésére alkalmasak.

<b>Információ igény</b>	<b>A keresőgép tulajdonsága</b>
Egy tág témakörben keresek információt. A témakörrel szeretnék áttekintést kapni.	Az információkat témakör fa-struktúrába szervezi ( <i>Yahoo!</i> )
Mi érhető el az Interneten a saját témakörömben	9 fontos adatbázisban keres és közös eredményeket ad. ( <i>Magellán</i> )
Minőségi, ellenőrzött hálószemeket keresek, melyekhez összefoglaló értékelés tartozik.	Kicsi adatbázis összefoglalókkal ( <i>Magellán</i> )  A háló legjobb 5%-ának áttekintése ( <i>Point</i> )  Kis adatbázis relevancia szint megadással ( <i>Web Crawler</i> )
Tűt keresek a szénakazalban, mert speciális kulcsszavaim vannak	A dokumentumok teljes szövegét indexelő óriás adatbázis, igen speciális keresésekre való ( <i>Alta Vista</i> )
Találok-e lexikonszerű információ forrást az Interneten?	A <i>MacroReference</i> széles területen keres információt, a <i>MicroReference</i> rövid választ ad speciális témakörökben ( <i>Internet Encyclopedia</i> )
Vannak általános kulcsszavaim, melyek várhatóan sok dokumentumban előfordulnak.	Gyors, az eredményeket sorbarendezi, sok opcióval a keresés befolyásolására ( <i>HotBot</i> )
Általános kulcsszavaim vannak egy kifejezésen belül, és ezek mind fontosak (pl. "A" az A - vitaminban).	Az <i>Ultraseek</i> keresőgép olyan szavakra is keres, melyeket a keresőgépek figyelmen kívül hagynak.
Tudományos kutatómunkámhoz van szükségem információra	Célszerű az <i>Alta Vista</i> -t választani
A keresett anyagot csak egy mondatban tudom leírni (angol nyelven)	Az <i>Infoseek</i> lehetővé teszi a természetes nyelven való kérését.
Valóságos névről (vállalat, hely, személy, tárgy) keresek információt	Az <i>Ultraseek</i> és az <i>Alta Vista</i> képes a nagy és a kis betűk között különbséget tenni.
Idézetet keresek	Az <i>Open Text</i> tetszőleges hosszú szöveget keres
Más tanácsára vagy véleményére van szükségem.	Hircsoportokban keres a <i>Reference.COM</i> , a <i>Deja New Search</i> , az <i>Excite</i>
Speciális magyar keresők	<i>Hudir, Heureka, Altavizsla, Zoom</i>

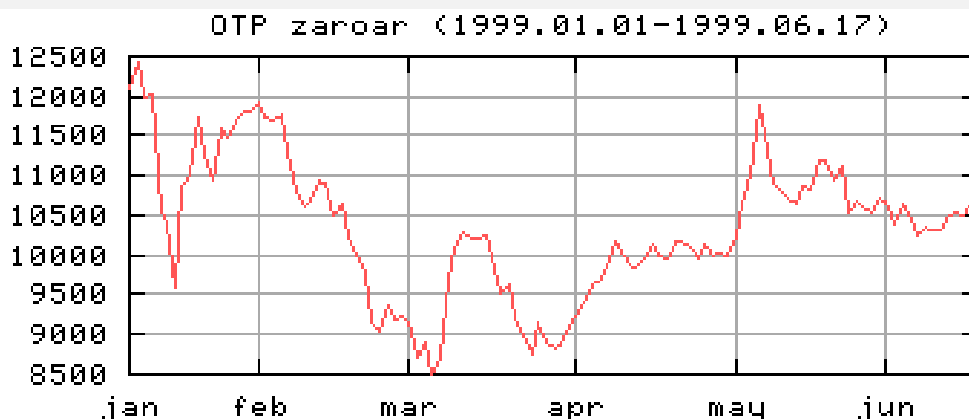
Az Internetet alapvetően két formában tudjuk bevonni a marketing kutatásba:

- felhasználása a mindennapi marketing kutatásban vagy
- marketing kutatás az Interneten keresztül

### Feladat

#### Hogyan áll az OTP részvény a Budapesti Értéktőzsdén?

Több megoldás is kínálkozik az adatok beszerzésére. az Interneten keresztül Ha a pillanatnyi árfolyamra vagyunk kíváncsiak, akkor a Fornax monitor ([www.fornax.hu](http://www.fornax.hu)) ingyen bocsátja rendelkezésünkre néhány perc késleltetéssel a részvények árfolyamát, a valós időben közölt adatokra elő kell fizetni. A HVG online változatában ([www.hvg.hu](http://www.hvg.hu)) pedig megnézhetjük például az utolsó 6 hónapban a részvény árfolyamát és az értékesítési mennyiség alakulását:



#### A marketing kutatási szakma honlapjai az Interneten

A Yahoo! keresőgép (<http://www.yahoo.com>) 1998 áprilisában az üzleti vállalkozások rovatában (Business and Economy: Companies: Marketing: Market Research) 413, az Interneten önálló honlappal rendelkező marketing kutató cég címét adta meg keresésünk eredményeként. Hat hónappal korábban ez a szám még 389 volt.

A felsorolt cégek között megtalálhatóak például a szakma nagy kiválóságai ( AC Nielsen Corporation, Dataquest Inc., Frost & Sullivan, Gallup, GfK Group, ...) valamint számtalan, egy - egy témára szakosodott kisebb - nagyobb kutató cég.

Egy adott témakörben folyamatosan hozzájuthatunk a legújabb információkhoz (pl. legújabb hírek, részvény árfolyamok, iparági adatok,...) napilapok, folyóiratok és hírügynökségi jelentésekből a **Pointcast** hálózat segítségével. Ez egy ingyenes szolgáltatás, ahol

- a személyes hírprofilon keresztül az ügyfelek saját igényeiknek megfelelően tudják alakítani a hírfolyamot
- az alkalmazott SmartScreen eljárással a képernyőn megjelenő címre kattintva elérhetjük a híryananyagot
- lemezünkre csak a legfrissebb hírek kerülnek, a régiek automatikusan törlésre kerülnek

## **Az Európai Unió online információs rendszere**

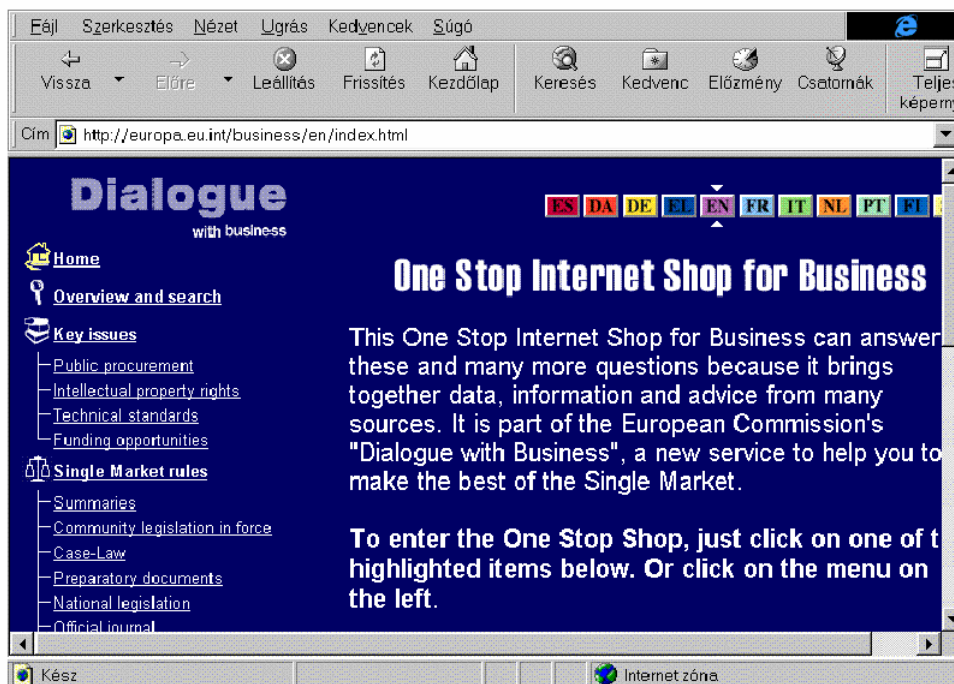
1999 január 25.-én nyitotta meg az Európai Unió a kifejezetten üzleti információk közlésére szakosított honlapját, a Dialogue-ot „One Stop Internet Shop for Business” elnevezéssel (<http://europa.eu.int/business>). Újszerűsége és a magyar vállalkozók körében relatív ismeretlensége miatt röviden bemutatjuk.

Célja, hogy az Egységes piac üzleti környezetéről és az itt lévő üzleti lehetőségekről információkat nyújtson, használata ingyenes, kapcsolódást biztosít a több, 11 nyelven elérhető adatbázisokhoz. A vállalatok közül különösen a kis- és középvállalatokat (SME) célozza meg, s a kétirányú kommunikáció révén visszacsatolási lehetőséget nyújt a vállalkozók számára tapasztalataik és kritikáik közlésére.

Ezen a területen eddig bábeli zűrzavar uralkodott, ugyanis sok és gyakran egymásnak ellentmondó információk voltak elérhetőek az EU területéről. A web oldal szerkesztői ezért előzetesen szelektálnak a meglévő web adatbázisok között. Egy olyan portált terveznek kialakítani, amely bármely vállalkozónak kiinduló pontja lehet és innen eljut a számára releváns információforrásokhoz. Közvetlen kapcsolatot biztosít a 230 Euro Info Center irodához a világon.

Szolgáltatásaiban minden lényeges területet fel kíván ölelni, nyitáskor a következő kérdésekre helyezték a hangsúlyt:

- műszaki szabványok
- EU pénzügyi támogatási lehetőségek
- szerzői jogok védelme
- nyilvános pályázatok



**1. Ábra: Az EU üzleti információinak portálja**

A szolgáltatás 11 nyelven érhető el, az angol változat alapján röviden tekintsük át az elérhető információk körét.

#### *Overview and search*

Áttekintést ad az EU gazdaságpolitikájáról, s annak egyes elemeiről, illetve keresési lehetőséget biztosít. Bármely európai témában lehet keresni abc sorrendben témakörök szerint vagy a keresett fogalom beírásával a 11 nyelv bármelyikén.

#### *Key issues*

Részletes információk és tanácsadás a következő négy kulcsfontosságú területen: közbeszerzési kiírások, szerzői jogvédelem, műszaki szabványok, pénzügyi támogatás. Az információk 11 nyelven érhetőek el és kapcsolódást biztosít a témakörben releváns európai és nemzeti információforrásokhoz, például szabványügyi hivatalokhoz. Közbeszerzési kérdésekben ingyenes hozzáférést biztosít a „Tenders Electronic Daily (TED)” (Napi elektronikus tenderek) adatbázishoz. Tekintettel arra, hogy a nemzeti adatbázisok többnyire csak az adott ország hivatalos nyelvén léteznek, az alapvető információkat közli az EU 11 hivatalos nyelvén is, illetve lehetőséget nyújt a honlapok szövegének azonnali fordítására egy ingyenes automatizált fordító szolgálat bekapcsolásával.

#### *Single Market rules*

Részletes információkat nyújt a Közösség gazdaságpolitikájáról és jogi szabályozásáról. Megismerhetők az új előterjesztések, a Fehér és a Zöld könyvek, keresni lehet az EU jogrendszerében, jogi precedenciák között és a nemzeti végrehajtási utasítások halmazában. Ezek mind a 11 nyelven elérhetőek. A nemzeti törvénykezés anyagai többnyire csak az ország hivatalos nyelvén érhetőek el és nem mindig ingyenesek. Ez a rész kapcsolatot nyújt az un. „World Law Guide”-hoz, amely 40 ország jogi szabályozását ismerteti.

#### *General advice and feedback*

Közvetlen elérést biztosít számtalan adatbázishoz és ingyenes tanácsadó szolgálathoz európai, nemzeti, regionális és helyi szinten.

- Üzleti tanács érhető el a **230 Euro Info Centerhez** biztosított elektronikus kapcsolaton keresztül. Vállalatok kérdésüket anyanyelvükön tehetik fel és a legközelebbi EIC-hez eljuttathatják.
- Probléma esetén ingyenes segítséget kérhetnek a nemzeti „**Contact Points of Business**” képviselőektől.
- Az egyéni és a munkáltatói jogok terén tanács kérhető a „**Citizens Signpost Service**” – től, illetve kapcsolatot biztosít az EU állampolgárok részére fenntartott „**Dialogue with Citizens**” web oldalhoz.
- Az Európai Unióval kapcsolatos általános információk ügyében elérhető az **EUROPA** szerver, illetve a kérdések és panaszok részére fenntartott **Europa „mailbox”**.
- További üzleti információ érhető el az „EURO services” nemzeti szolgálataitól, illetve a QUEST adatbázisból.
- A „suggestion box” – on keresztül észrevételeket és javaslatokat lehet eljuttatni a Bizottsághoz.

#### *Practical Information*

Általános üzleti jellegű gyakorlati információk érhetőek el, például:

- kereskedelmi vásárok és kiállítások adatai a FAIRSWORLDWIDE, a világ legnagyobb vásár és kiállítás adatbázisának az állományából
- EUROPAGES: több mint 500.000 vállalat adatait tartalmazó címjegyzék
- üzleti hírek
- ingyenes fordító szolgálat az AltaVista és az Eurodictautom gépi fordító rendszereinek a bekapcsolásával
- ingyenes SMS küldés az egész világon az MTN rendszerén keresztül
- üzleti kapcsolatok különböző területekre ( utazás, időjárás, hírek)

#### **Feladat**

##### **Milyen angol cégek foglalkoznak CD-ROM meghajtók gyártásával?**

A Dialogue honlapján a Practical Information részen lévő Europages címjegyzékbe lépünk. A fesorolt iparágak közül válasszuk az információs technológiát (Information Technology). A rendszer több mint 10 ezer vállalatot ad meg ezen a területen, ebből CD-ROM meghajtók gyártásával 39 foglalkozik. Lehetőség van több fajta szűkített keresésre, mi a földrajzi finomítást választjuk, s Nagy Britannia kijelölése után 7 vállalatot ad meg eredményként:

A.G.P. Distribution Ltd.  
Elite Group Computer Systems Ltd.  
Megabyte Ltd.  
Mi-Tech Peripherals Ltd.  
Misys Integrated Solutions Ltd.  
Seagate Distribution Ltd.  
Summit Peripherals Ltd.

Mindegyik vállalatnál megadja a pontos címet, a foglalkoztatottak számát és az éves forgalmat.

## 4.2 COMPUSERVE

A CompuServe, teljes nevén CompuServe Information Service, egy számítógépes információt szolgáltató cég, amely a világot átfogó hálózatot üzemeltet. Igen kiterjedt információs adatforrásokat, saját és továbbadott adatbázisokat, segédeszközöket, valamint a hálózaton megvalósítható egyéb szolgáltatásokat tesz tagjai részére elérhetővé. Zártkörű hálózat, csak tagok vehetik igénybe egyértelmű azonosíthatóság mellett.

Az Internettől eltérően itt az információk egy logikusan felépített struktúra szerint és könnyen visszakereshetően érhetőek el a megadott rövidítés vagy kulcsszó megadásával.

A továbbiakban - a teljesség igénye nélkül - ismertetünk olyan információs adatbázisokat, amelyek a marketing kutatásban jól használhatóak. Felhívjuk szíves figyelmüket, hogy az elérhető információk köre napról - napra változhat!

### **Marketing / Management Research Center ( Marketing /Menedzsment Kutató központ) (GO MKTGRC)**

Itt gyors és könnyű hozzáférés biztosított olyan adatbázisokhoz, melyek tartalmazzák

- a fontosabb amerikai és nemzetközi üzleti szakirodalom indexeit és teljes szövegeit
- piaci és iparági kutatások indexeit és teljes szövegeit, piaci jelentéseket és statisztikai beszámolókat
- amerikai és nemzetközi vállalati híreket
- kisvállalkozásokkal kapcsolatos gyakorlati útmutatókat

A központon keresztül a legfontosabb 33 adatbázis érhető el, például:

- ABI/Inform
- Advertising and Marketing Newsletters (Hirdetési és marketing hírek)
- Business and Industry Database (Üzleti és ipari adatbázis)
- Commerce Business Daily ( az USA Kereskedelmi Minisztérium napi kiadványa)
- Findex Directory of Market Research Reports (Marketing kutatási jelentések katalógusa)

- Harvard Business Review
- Market Intelligence Megasearch
- MARS /Marketing and Advertising Reference Service (Marketing és reklám referenciák)
- Population Demographics (demográfiai adatok)
- Standard and Poor's Daily News
- Trade and Industry Database Fulltext )Kereskedelmi és ipari adatbázis, teljes szöveg)

### **TRW Business Profiles (GO TRWREPORT)**

13 millió gazdálkodó szervezetről tartalmaz pénzügyi és hitelképességi adatokat. A lekérdezhető jelentések a következő információkat tartalmazzák:

- hitelfelvételek
- pénzügyi információk
- üzleti kulcsadatok, méret, tulajdonos, termékek
- adózással, bírósági ügyekkel és csőddel kapcsolatos eljárások
- rövid vezetői összefoglaló.

Kereséseket a vállalat nevének és címének a megadásával lehet indítani. Ha a megadott név nem pontos, a rendszer kiad 24 hasonló nevű vállalatot. Hasonlóképpen a pontatlan címnél megkeres hasonló vagy azonos nevű vállalatokat

### **European Company Research Centre (GO EUROLIB)**

Hozzávetőlegesen 3 millió európai vállalat pénzügyi adatait, valamint az Európai Unió jogi rendszerének összefoglalását tartalmazza. A rendszer a következő vezető adatbázisok adatait tartalmazza:

- ABC EUROPE: negyedévente frissítik, vállalatok és termékeik adatait tartalmazza
- D&B - EASTERN EUROPE: Nagy és kis kelet-európai vállalatok adatai és címei, negyedévente kerül frissítésre
- D & B Italy: olasz vállalatok adatai és címei (negyedévente frissítik)
- HOPPENSTEDT AUSTRIA: osztrák vállalatok tevékenysége, adatai és címei. Németül komplett információk kérdezhetőek le (félévente frissítik)
- KOMPASS EUROPE MEGASEARCH: A Kompass európai katalógusainak összesítője, negyedévente frissítik.
- TELEFIRM DIRECTORY OF FRENCH COMPANIES: a bejegyzett francia vállalatok 90%-ának tartalmazza a fontosabb adatait, havonta kerül frissítésre.

*Az Európai Unió jogrendszerének információi:*

- CELEX: 1951-től, heti frissítés, az EU teljes joganyagát tartalmazza.
- SPEARHEAD: 1985-től, heti frissítés. Az EU tervezett és elfogadott tervezeteit tartalmazza az egységes piac kialakítására vonatkozóan.

- SPICER'S CENTRE FOR EUROPE: az Európai Unió különböző szervezeteinek kiadványait és állásfoglalásait tartalmazza 1990-től heti frissítéssel.

A vállalati információkat név, iparági kód vagy földrajzi elhelyezkedés szerint lehet lekérdezni. Az EU jogi anyagokat téma vagy a dokumentum típusának a megadásával.

### **Iquest Business Management InfoCenter (GO IQBUSINESS)**

Az IQuest hozzáférést biztosít a vállalatvezetés, pénzügyi és marketing adatok legszélesebb köreit feldolgozó adatbázisokhoz. Forrásként folyóiratok, könyvek, kormányzati kiadványok, speciális jelentések és más kiadványok szolgálnak. Az IQuest egy menüvezérelt információrendszer, amely több millió cikkhez biztosít hozzáférést hivatkozás, kivonat vagy teljes szöveg formában.

Széleskörű keresési lehetőséget ajánl fel a rendszer, amely fokozatosan szűkíthető le arra a néhány adatbázisra, amely megfelel céljainknak. A rendszer az év 365 napján hozzáférhető, probléma vagy kérdés esetén szakmai támogatás vehető igénybe.

### **5. A szekundér adatgyűjtés előnyei és hátrányai**

A módszer vitathatatlan **előnye**, hogy **gyorsan** és viszonylag **alacsony költségráfordítással** juthatunk információkhoz problémánk megoldásához vagy kapunk egy kiinduló képet.

Az így nyert adatok kezelése azonban több **problémával** is jár. Több esetben nehéz az adatok **összehasonlítása**, mert az egyes statisztikai források gyakran eltérő nomenklatúrákat alkalmaznak. További problémát jelent az egyes adatközlések eltérő mélységű és **részletezettségű** adatközlése, valamint az adatok **megbízhatósága**. Ez különösen igaz az Interneten ingyenesen hozzáférhető adatokra, nem tudjuk, hogy ki és mikor ellenőrizte az adatok helyességét. A marketingkutató állandó feladata ezért az információk valóságtartalmának megállapítása. A gyakorlatban ezt párhuzamos információforrások igénybevételel oldják fel; ha a vizsgált területről különböző forrásokból beszerzett információk megegyeznek, akkor nagy valószínűséggel a valósághoz közelítő adatok állnak rendelkezésre.

A másodlagos adatok felhasználásánál fel kell tennünk az alábbi kérdéseket, hogy az adatok megbízhatóságát megítéljük:

- Ki gyűjtötte az adatokat? Lehetett-e valami indoka, hogy tudatosan meghamisítsa a tényeket?
- Milyen célra gyűjtötték az adatokat?
- Hogyan történt az adatgyűjtés? (kutatási módszer)
- Az adatok belülről konzisztensek-e és logikusak-e más adatforrások ismeretében?

A másodlagos forrásokból beszerzett adatok **elemzése** a következő feladat. Az információk többnyire kvantitatív vizsgálatok elvégzésére alkalmasak (érték-, volumenvizsgálatok, piaci

részesedés megállapítása és előrejelzése, termékéletgörbe elemzések, piaci ellátottság megállapítása, stb.), a marketing mix összeállításához többnyire nem elegendők.

Az elemzések után kialakulnak azok a **fehér foltok**, amelyekről nem vagy nem kellő mélységben lehet szekunder információkat beszerezni. A szekundér adatközlések többnyire általános kérdésekre adnak választ, a mi problémánk pedig lehet egyedi és speciális. Valójában azt kell tudnunk, hogy mit nem tudunk az adott piacról. A fehér foltok megismerése csak a **primer információk** beszerzésével lehetséges, amelyek első kézből tájékoztatnak a vizsgált területről.

### **Felhasznált irodalom**

1. James G. Barnes - Research for Marketing Decision Making  
McGraw-Hill Ryerson Limited
2. Bércziné Juhos Júlia dr. - Piackutatás a gyakorlatban  
Co-Nex Könyvkiadó Kft., 1996
3. Robin Birn - The Effective Use of Market Research  
Kogan Page Limited, 1992
4. David Jobber - Principles and Practice of Marketing  
McGraw-Hill Book Company, 1995
5. Dibb-Simkin-Pride-Ferrell - Marketing Concepts and Strategies  
Houghton Mifflin Company, 1994
6. Rich Wagner - Inside Compuserve  
New Riders Publishing, Indianapolis, Indiana
7. Dr. Szirtes László - Marketing az Interneten (kézirat)  
<http://w3.datanet.hu/>
8. The Economist Intelligence Unit, Country Reports
9. Vállalati belső anyagok: Kompass, GfK Hungária
10. Különböző Internet hálószemek
11. Compuserve szolgáltatások: TRW Business Profile, Iquest Business Management InfoCenter, European Company Research Centre, Marketing / Management Research Center

12.The Internet Yellow Pages  
Osborne McGraw-Hill