

MOBILITÁS

Az idő pénz. Ezért is népszerűek az üzleti mobilitást támogató eszközök. Hogyan tehetjük hatékonyabbá a munkavégzést?

PC AZ IRODÁBA

Neves gyártótól kértünk irodai desktop gépeket. Milyen pluszt kínálnak, miért érdemes őket választani? Teszt.

**391
forint**

SZÁMÍTÁSTECHNIKA

ICT-STRATÉGIA DÖNTÉSHOZÓKNAK • WWW.COMPUTERWORLD.HU
ALAPÍTVÁ 1969 • 2008. MÁRCIUS 11. • XXXIX. ÉVFOLYAM 11. SZÁM

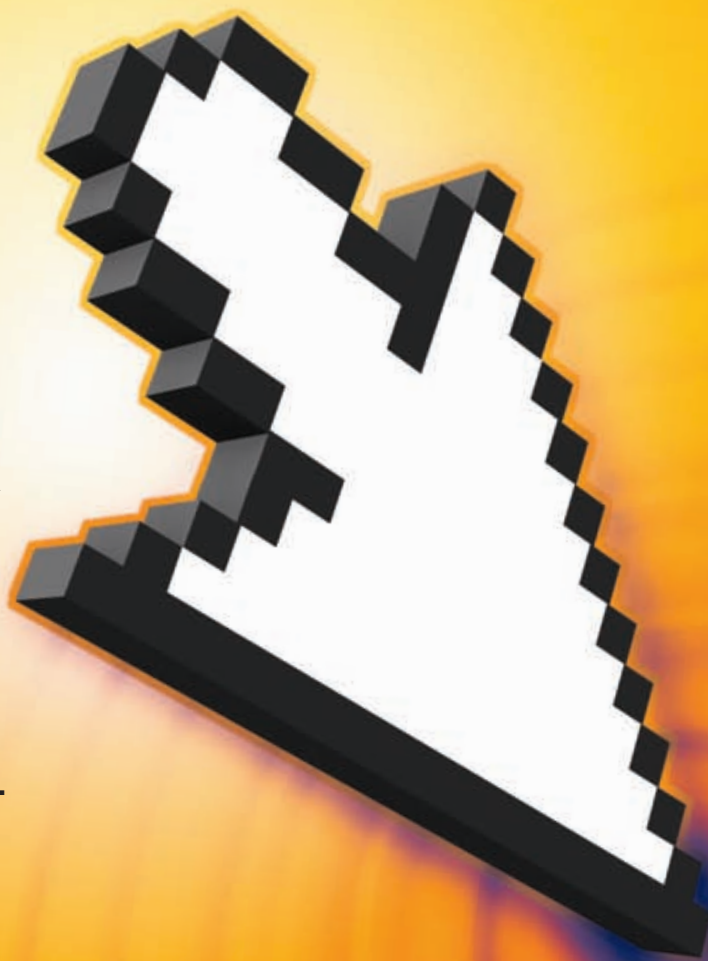
IDG
HUNGARY

COMPUTERWORLD

Jól CÉLZOTT KATTINTÁS

A 2007-es év fordulópont volt a kattintásalapú hirdetések hazai piacán: első alkalommal írtak ki keresőmarketinggel kapcsolatos állami közbeszerzési tendert; hivatalos minősítéssel rendelkező ügynökségek kezdtek el foglalkozni a területtel; a piac forgalma meghaladta az 1 milliárd forintot; jelentősen bővült azoknak a portáloknak a köre, amelyek látogatói keresőhirdetésekkel találkozhatnak; de ami talán a legfontosabb, versenyszituáció alakult ki a szolgáltatók között. Trendek a keresőmarketing-piacon.

► Interjúnk a 9-12. oldalon



Időpont: április 3.
Helyszín: VAM Design Center (1061 Budapest, Király utca 26.)
www.hp.hu/hpszoftver

HP SZOFTVER KONFERENCIA 2008





TITKOK 3.

Az IT nem cél, hanem az üzlet eszköze.
Ne csak az eszköze, a célra is figyeljen.
Monitorozza Ön üzleti folyamatait?

Krízisterápia

Konferencia

Hatékony technikák a vállalati krízisek orvoslására

Kilátástalannak tűnő váratlan helyzetek? Ugye ijesztően hangzik?
Jóllehet, a krízishelyzeteket nem láthatjuk pontosan előre,
de felkészülhetünk rájuk!

Magyarországon a cégek felkészültsége a **vératlan katasztrófákra** messze elmarad a nyugat-európai átlagtól. Vajon az Ön cége kellőképpen **felkészült a krízisekre?** Elképzelte már, mit tenne, ha egy **influenza világvárvány** fenyegetné vállalata zökkenőmentes működését? Ön szerint ilyen esetben **kít terhel a cselekvés felelőssége:** az államot vagy az Ön vállalatát? Szeretné tudni, hogyan nézhet szembe a nem egyszer cégek bukását is előidéző **informatikai katasztrófákkal?** Kíváncsi rá, hogy van-e megoldás a sokszor kilátástalannak tűnő helyzetekre?

A **Figyelő** soron következő konferenciája a vállalati krízishelyzeteket és azok megoldási lehetőségeit veszi górcső alá neves szakértők segítségével, számos esettanulmányt elemezve.

Szakértői előadások többek között **Dr. Bújdosó Lászlótól**, a Pandémiás Bizottság megbízott kormánybiztosától, továbbá a **MOL**, az **IBM** és a **Magyar Telekom** kríziskezelési stratégiáitól.

Kerekasztal-beszélgetéseinken részt vesznek a katasztrófavédelem, a GKM, az energia és az IT szektor, valamint az Egészségügyi Minisztérium, és az OTH járványügyi főosztályának felelős képviselői.

Itt lesz velünk a téma világhírű szakértője, **Ralph van Uden** is a **Deloitte**-től.

Készüljön fel előre!



Regisztráció: www.fn.hu/konferenciak

Dátum:
2008. április 3. csütörtök, 09:00-16:30-ig

Helyszín:
SYMBOL Budapest
(1036 Budapest, Bécsi út 56.)

Részvételi díj:
március 11-ig kedvezményesen **36 000 Ft**
március 12-től **42 000 Ft**

Főtámogató:



Támogató:



Médiatámogatók:



Szervező:



Kommunikációs partner:



**COMPUTERWORLD
ÜZLETI MEGOLDÁSOK
HÍRLEVÉL**

MINDEN HÉTFŐN

REGISZTRÁCIÓ:
COMPUTERWORLD.HU/MEGREND
A REGISZTRÁCIÓ INGYENES.

STÁMTÁSTECHNICA
COMPUTERWORLD



Egységben az erő!

Időpont: **2008. március 20.**

Részletekért és regisztrációért kattintson ide: ibm.com/hu/rendezvenyek

_14. NAP: Szervereink kihasználtsága nem optimális, rendszereink működése lelassult, hátráltatva ezzel a megfelelő üzletmenetet. Györgynek nem sikerült kisakkozni a megoldást.

_19. NAP: Márk már egy lépéssel előttünk jár. Tudja, hogy az IBM bemutatóján megismerkedhetünk azokkal a virtualizációs szoftvertechnológiákkal, melyek az IBM Power platformon teljesítmény és költség szempontjából optimális kombinációt nyújtanak. Erre vártunk. Mikor lesz az bemutató?

_György a fejére csap. Ilyen egyszerű?!

IBM



AKTUÁLIS

05 EGY SZERZŐDÉS VÉGE

A hannoveri CeBIT-en a Mio standján már nem szerepelt az iGo My way navigációs szoftver logója.

05 KOMPETENCIAKÖZPONT BUDAPESTEN

Az IBM magyar egyetemekkel és főiskolákkal együtt hívta életre Cell kompetenciaközpontját a BMF NIK Karán. Az IBM Böblingen Laboratórium 2002 óta folytat kutatási és fejlesztési projekteket Magyarországon.

06 BALLMER: HÉTÉVENTE FORRADALOM

A Microsoft-vezér hosszan taglalta a CeBIT-en, hogy mit vár a jövő számítógépeinek területén. A sajátjával nem elégedett.

07 INFORMÁCIÓVADÁSZAT

A Montana Zrt. működés közben mutatta be saját fejlesztésű tudásmenedzsment rendszerének, az Infodásznak legújabb alkalmazását.

FÓKUSZ

09 KERESŐMARKETING

A PPC-hirdetések mindig célzottan jelennek meg, kulcsszavak, kifejezések alapján. Ez azt is jelenti, hogy az internetezőket nagy valószínűséggel éppen a kulcsszóhoz kapcsolódó termék, szolgáltatás érdekli.

09 A CLICK FRAUD JELENSÉG

10 ÖSSZEFOGÁSRA VAN SZÜKSÉG

11 SZÁMOLD EL MAGAD!

12 KI MIT TUD?

ÜZLET

13 KARDVÍVÓ VÉDI A HÍRKÖZLÉSI FOGYASZTÓK JOGAIT

15 SZOFTVERTESZTELÉS '08

16 A VISZ SZAKMAI KÖZÖSSÉG A HATÉKONYSÁGÉRT

TECHNOLÓGIA

18 NOMEN EST OMEN?

Milyen pluszt kínálnak a nagy gyártók, amely miatt érdemes az ő gépeiket választani a kis, névtelen összezerelő cégek termékei helyett?

22 A VIA NÉV MEGINT SZÉP LESZ?

A VIA először engedett érdemi betekintést a hamarosan várható Isaiha kódnevű processzorának technológiai részleteibe.

23 WINDOWS SERVER 2008 MAGYARORSZÁGON

ÁLLANDÓ ROVATAINK

04 VÉLEMÉNY

Vass Enikő: Nem csak üres frázis – A technológia világában az állandó újítás szükségszerű, az újdonságok, a divatterületek, a „varázsszavak” jönnek és mennek, és csak az idő tudja eldönteni, melyik bizonyul életképes, túlélő típusnak.

05 ESEMÉNYEK

Mi várható a héten? Konferenciák, előadások, tapasztalatcserék

05 HÍRMOZAIK

Tudósítások az IT-szakma legfrissebb eseményeiről, újdonságairól.

2008.03.11.

WWW.COMPUTERWORLD.HU



Olcsobb lesz a Vista

A Windows Vista SP1 érkezésével csökkennek az egyes változatok árai. Ez akár 20 százalékot is jelenthet, de a változások országonként eltérnek. computerworld.hu/cikkek/olcso_vista



ASUS Eee PC 4G – a kevesebb több

Kinek kellene 2008-ban egy noteszgép 900 megahertzes Celeron M processzorral és 4 gigabájtos HDD-vel? Nos, mindenkinek, akinek eddig megmutattuk! computerworld.hu/cikkek/kevesebb_tobb

Atomot nekik!

Az Intel hivatalosan bejelentette a korábban Silverthorne kódneven futó processzorára épülő termékcsaládot, amely az Atom nevet kapta. computerworld.hu/cikkek/intel_atom

Az Acer felvásárolja az E-Tent

291,3 millió dollárért kerülhet az Acer tulajdonába a Windows Mobile 6.0-alapú, GPS-es Glofiish okostelefonok gyártója. computerworld.hu/cikkek/acer_eten

Kiadja	IDG Hungary Kft. 1075 Budapest Madách Imre út 13-14. A ép. Postacím: 1374 Budapest 5, Pf. 578 Internet: www.idg.hu
Felelős kiadó	Bíró István ügyvezető – ibiro@idg.hu
Lapigazgató	Szigetvári József – jszigetvari@idg.hu
Műszaki vezető	Birkus Imre – ibirkus@idg.hu
Nyomás és kötészet	D-Plus Kft. 1037 Budapest, Csillaghegyi út 19-21. Németh László
Ügyvezető igazgató	Németh László
Szerkesztőség	Csontos Péter – pcsontos@idg.hu
Főszerkesztő	Dervenkár István – idervenkar@idg.hu
Főszerkesztő-helyettes	Barabás Balázs – bbarabas@idg.hu
Lapszerkesztő	Tököli Gábor – gtokoli@idg.hu
Online-szerkesztő	Egyed Zsóka – zsegyed@idg.hu
Olvasószerkesztő	Árokszállási Gábor – garokszallasi@idg.hu
Munkatársak	Bata László – lbata@idg.hu Csórián Sándor – scsorian@idg.hu Horváth Ádám – ahorvath@idg.hu Kis Endre – ekis@idg.hu Makk Attila – amakk@idg.hu

Szerkesztőségi ügyelet	Mozsik Tibor – mtibor@idg.hu Samu József – samu.jozsef@idg.hu Trautmann Balázs – trau@idg.hu Vass Enikő – evass@idg.hu Bödör Eszter – ebodor@idg.hu Telefon: 577-4343, fax: 266-4343 Internet: www.computerworld.hu e-mail: leveleke@idg.hu
Szerkesztőségi ügyelet	Újságíróink szakmai képzésének háttérét a NetAcademia Oktatóközpont biztosítja. www.netacademia.net
Tipográfia: IDG Grafikai Stúdió	Palotai Árpád – apalotai@idg.hu Berényi Teréz – tberenyi@idg.hu Berényi István – iberenyi@idg.hu Béres Gábor – gberes@idg.hu Lázárfalvi Tamás – tlazarfalvi@idg.hu Lukács Gergely – glukacs@idg.hu Prekop László – lprekop@idg.hu
Stúdióvezető Munkatársak	
Korrektúra: IDG Nyelvi Labor	Hajdú Éva – ehajdu@idg.hu Sz. Erdős Judit – jerdos@idg.hu

Hirdetésfelvétel	Radácsy Katalin – kradacsy@idg.hu Telefon: 577-4310, fax: 266-4274 Rodriguez Nelsonné – irodriguez@idg.hu Telefon: 577-4311
Hirdetési osztályvezető Lapreferens	Bohn Andrea – abohn@idg.hu Telefon: 577-4316, fax: 266-4274 e-mail: keriroda@idg.hu
Kereskedelmi asszisztens	
Terjesztési és ügyfélszolgálat	Babinecz Mónika – mbabinecz@idg.hu Telefon: 577-4301, fax: 266-4343 MediaShop: mediashop.idg.hu e-mail cím: terjesztos@idg.hu
Terjesztési igazgató	
Marketing	Kovács Judit – jkovacs@idg.hu
PR-munkatárs	
Konferencia	Kovács Orsolya – okovacs@idg.hu
Rendezvényszervező	
Jogi közlemények	Szerkesztőségünk a kéziratokat lehetőségei szerint gondozza, de nem vállalja azok visszaküldését, megőrzését.

A COMPUTERWORLD-ben megjelenő valamennyi cikket (eredetiben vagy fordításban), minden megjelent képet, táblázatot stb. szerzői jog védi. Bármilyen másodlagos terjesztésük, nyilvános vagy üzleti felhasználásuk kizárólag a kiadó előzetes engedélyével történhet.
A hirdetőket a kiadó a legnagyobb körültekintéssel kezeli, ám azok tartalmáért felelősséget nem vállal.
Terjesztési, előfizetési, ügyfélszolgálati információk
A lapot a Lapker Rt., alternatív terjesztők és egyes számítástechnikai szaküzletek terjesztik. Előfizethető a kiadó terjesztési osztályán, az InterTicketnél (266-0000 9-20 óra között), a postai kézbesítőknel (06/80-444-4444; hirlapelofizetes@posta.hu, fax: 303-3440) Előfizetési díj egy évre 15 624 forint, fél évre 7812 forint, negyed évre 3906 forint.
Lapunkat a MATESZ auditálja
Olvasóink szokásait a Nemzeti Médiaanalízis méri fel.



Vass Enikő
újságíró

Nem csak üres frázis

Az informatika olyan világ, ahol a fejlesztések és a technológiák egymás után születnek, aztán valamennyire megerősödnek, majd az idő és a fogyasztók, no meg az iparági szereplők együttesen eldöntik, hogy életképes dologról beszélünk-e vagy sem.

A technológia világában az állandó újítás szükségszerű, az újdonságok, a divatterületek, a „varázsszavak” jönnek és mennek, és csak az idő tudja eldönteni, melyik bizonyul életképes, túlélő típusnak. Elég, ha csak a HD-DVD és a Blu-ray formátumok csatájára gondolunk; itt is az idő és a megkötött szövetségek döntötték el a harc kimenetelét.

A különböző technológiák mellé időnként buzzwordök, vagyis gyakran hangoztatott kulcsszavak születnek, mint például a Web 2.0. Erről bevalom, hosszú ideig nem is tudtam, mit is jelent, mígnem egy nap az egyik kollégám fel nem világosított: alapjában véve az, amit mi nap mint nap teszünk, vagyis interaktív tartalomkészítés, csak szépen megfogalmazva. Mire megvénülünk, csak kikopik szótárunkból...

Ehhez hasonló kulcsszóként repked körülöttünk a green IT kifejezés, vagyis a zöld informatika. Másfél-két évvel ezelőtt hallottam először azt a gyakorlatias gondolatot (a Fujitsu Siemens technológia vezetője, *Joseph Reger* beszélt erről egy konferencián az összegyűlt újságíróknak), hogy a mosógépekhez vagy hűtőszekrényekhez hasonlóan a számítógépeket is el kellene látni címkével, amely az energiafogyasztásukat jelezné. Nagy valószínűséggel az asztali számítógépek területén is lenne olyan érezhető különbség, amely vásárláskor döntésünkben segítene, de világszinten is jelentős változást az állandóan működő, energiahabzsoló szerverek esetében érhetnénk el. Már létezik az a technológia, amely lehetővé teszi, hogy az öt évvel ezelőtt megvásárolt, szekrény méretű adattárolókat esetenként egy darab blade szerverre cseréljük. Hasonló kapacitás, kevesebb energiafogyasztás, kevesebb helyfoglalás. Kitalálták már

a virtualizációs technológiákat, ez kevesebb hardvert és több szoftvert takar. De az is nagyon tanulságos, amit az Intel tett a végleges nevén Centrino Atom platform kapcsán. Eredetileg ennek az alacsony fogyasztású, UMPC-kbe, MID-ekbe szánt x86-os architektúrának a piacra dobása sokkal későbbre volt betervezve, de jött az Asus Eee, és tarolt. Az olcsó, apró, szexi gépet imádják a felhasználók és nem is csak ott, ahová eredetileg szánták, a fejlődő piacokon, ahol egyszerűen nem tudnak megfizetni jobbat és drágábbat, hanem a fejlett piacokon is, ahol leggyakrabban máso-

teljesítmény érdekében vetették be, hanem a minél alacsonyabb fogyasztásra koncentrálnak. A legkisebb Intel-termek is ugyanazon a csíkszélességen készül, mint a cég vezető terméke, csak éppen itt a minimális fogyasztás és melegezés a cél. A CPU-gyártóként is igencsak háttérbe szorult VIA éppen ennek a termékcsoportnak a révén kerülhet fel ismét az IT-világ térképére. Még az idén megjelenik Isaiah kódnevű processzoruk, amelynek minden esélye megvan arra, hogy jó időben legyen jó helyen, és a zöld IT-nek hála, örökzöld lehessen.

informatikai vezetőjével, aki elmondta: cégükönél fontos program – és ezért valódi erőfeszítést is tesznek –, hogy valahogy rávegyék az alkalmazottakat, a munka végén kapcsolják ki gépeiket, amelyek száma a több ezret is eléri. A CIO már annak is örülne, ha a felhasználók felét rá tudnák venni, nyomják meg a kikapcsoló gombot a műszak végén, hiszen már ebben az esetben is jelentős lenne az energiamegtakarítás. Nem mintha a cég nyereségét ez jelentősen befolyásolná, de a vállalati filozófiával összeegyeztethetetlen az energiapazarlás. Egy másik cégnél rájöttek, hogy papírmentes irodát

A háttérben természetesen ott a high-tech, ám nem a maximális teljesítmény érdekében vetik be, hanem a minél alacsonyabb fogyasztásra koncentrálnak.

dik vagy harmadik gép. A konkurencia gőzerővel dolgozik, és az Intel nem engedhette meg magának, hogy lemaradjon egy ilyen ígéretes piacról, arról nem is beszélve, hogy már az Atom CPU-jának nagy sűrűségű szerverekbe gyömszölésén is törik a fejüket. Tehát szó sincs arról, hogy teljesítményben a legegyszerűbb a felhasználók, mint jó pár évvel ezelőtt, hanem éppen ellenkezőleg, a „leg” a fogyasztásban kell, nevezetesen a legkisebb étvágyú, teljesítmény tekintetében pedig az elvárt szinten teljesítő kombináció a nyerő.

A háttérben természetesen ott a high-tech, csak éppen nem a minél nagyobb

A buzzword sajátossága, hogy gyakran nincs is igazi újdonság mögötte, csak egy jól kitalált marketingszlogen, amelynek segítségével a régi árut akarják ráncolni újracsomagolt formában. Amikor ez a lufi kipukkan, akkor az emberek rájönnek, hogy a szó mögött nincs tartalom, a varázsszó elfelejtődik, mert egy újabb fogalmazódik meg, s veszi át a régi helyét.

A kivételt a green IT jelenti. Határozottan kijelentem, ez nem üres, marketinges varázsszó. A cégek és a felhasználók komolyan veszik, és értelemmel töltik meg. Nemrég beszéltem például egy nagy, üdítőital-gyártó és -forgalmazó cég

alakítanak ki újonnan épülő székhelyükön. Való igaz, elsőként, vagy legalábbis itthoni úttörőként el lehet adni a történetet, van marketingértéke – ahogy a szakemberek fogalmaznának. Nem kis pénzt és szaktudást fektetnek a rendszer felépítésébe, amely rövid távon nem is biztos, hogy fedezi majd a megspórolt papírmennyiség árát –, de nem ez a lényeg. A fontos, hogy valós tartalommal töltik meg az eddig üresen pufogatott szavakat, frázisokat, és újabb érvet szolgáltatnak a fogyasztónak, hogy őket válassza. Nem mellékesen pedig maguk is hozzájárulnak a Föld természeti értékeinek megővéséhez.

Kompetenciaközpont Budapesten

Árokszállási Gábor ■ Az IBM magyar egyetemekkel és főiskolákkal együtt hívta életre Cell kompetenciaközpontját a BMF NIK Karán. Az IBM Böblingen Laboratórium 2002 óta folytat kutatási és fejlesztési projekteket Magyarországon az IBM Global Procurement Services Group (IBM GPSG) közreműködésével, amely a kompetenciaközpont létrehozását kezdeményezte. – A magyar mérnökök szak tudása, kreatív és innovatív gondolkodás-

módja már sokszor bebizonyította, hogy érdemes Magyarországon magas szintű mérnöki fejlesztő- és kutatómunkát végezni – mondta *Kócza Gábor*; az IBM GPSG projektmenedzsere.

A nyílt kompetenciaközponthoz kapcsolódva a Budapesti Műszaki Főiskola Neumann János Informatikai Kara és az IBM Böblingen Laboratórium együttműködési megállapodást írt alá, amely szerint az intézmény részt vesz

a Cell Broadband Engine (Cell/B.E.) processzorral kapcsolatos kutatás-fejlesztési tevékenységben. A Budapesti Műszaki Főiskola a Neumann János Informatikai Karán felhalmozódott tudást és a rendelkezésre álló erőforrásokat a modern, többmagos processzo-

rokon alapuló rendszerek fejlesztésére összpontosítja.

A most bejelentett megállapodás már nem a Cell Broadband Engine alkalmazásával, hanem elsődlegesen magának az architektúrának a továbbfejlesztésével kapcsolatos. A Budapesti Műszaki Főiskola csapata – *Sima Dezső* egyetemi tanár, a Neumann János Informatikai Kar alapító főigazgatójának vezetésével – a korszerű számítógép-architektúrák területén megszerzett tudást felhasználva elemezni fogja a többmagos processzorokon alapuló rendszerek architektúrájának tervezési terét és a fontosabb többmagos architektúrátipusok teljesítménypotenciálját.

Az IBM, a Sony-csoport és a Toshiba által közösen fejlesztett Cell/B.E. processzort különösen számításgényes alkalmazásokra szánták, többek között multimédia-eszközökhöz, virtuális világok megjelenítéséhez, valós idejű video-csevegéshez, interaktív tévéműsorokhoz, valamint egyéb, „képés” feldolgozási környezetekhez. A Cell/B.E. processzor olyan termékekben van jelen például, mint a Sony PS3 játékkonzolja vagy az IBM BladeCenter QS21 típusú szervere.



ESEMÉNY-NAPTÁR

Március 12. BUDAPEST
PGP – Vállalati titkosítási rendszer kialakítása
WWW.PIKSYS.HU

Március 12. BUDAPEST
Automatizálás az SPSS-szel
WWW.SPSS.HU

Március 13. SZEGED
SAP Business One szakmai nap
WWW.SAP.COM/HUNGARY

Március 13. BUDAPEST
Lotusphere Comes To You 2008: Központban az ember.
WWW-306.IBM.COM/SOFTWARE/HU

Március 17. BUDAPEST
Bevezetés a Clementine-ba
WWW.SPSS.HU

Március 19. BUDAPEST
Vállalati tűzfal- és VPN-megoldás a WatchGuardtól
WWW.PIKSYS.HU

Egy szerződés vége

A hannoveri CeBIT-en, a Mio standján már nem szerepelt az iGo My way navigációs szoftver logója. „Szemmel láthatóan mindkét fél részéről megszületett az elvi döntés, hogy a Nav N Go és a Mio között megszűnik az együttműködés” – mondta *Fazakas András* operatív igazgató. Hozzátette, a Mio szerződésbontásának valódi oka a Nav N Go előtt sem ismert, ám a szoftvergyártó szerint a Mio több ponton megszegte a két vállalat között létrejött megállapodást.

– A szerződéssel kapcsolatban felmerült problémákat békés úton tudtuk volna rendezni, a Mio részéről azonban erre nem mutatkozott igény, gondolom azért, mert egy másik szoftveres megoldást mutattak be – értékelt az igazgató. A kifogásolt problémákat üzleti titkokra hivatkozva nem árulta el, csak annyit: nem a térképfrissítések elérhetetlensége vezetett a szerződés megszűnéséhez.

William Brook, a Mio termékigazgatója szerint a különválásnak egyszerű okai vannak: a NavMan navigációs eszköz- és szoftvergyártóval történt egyesülést követően mindent saját fejlesztésként akarnak megvalósítani, s ennek jegyében az új termépalettájukra koncentrálnak. A Nav N Góval kötött szerződés megszűntével értelemszerűen a Mio szoftvertámogatási kötelezettsége is megszűnik. (MTI)

HÍRMOZAIK

Szakmai elismerést kapott a rEVOLUTION Software

A rEVOL Express szakmai különdíjat kapott az Ügyvitelbázis weboldaltól a számlázó és készletnyilvántartó programok kategóriájában. A szoftvercsalád számlaíró programját az Enter-Net tavaszi akciója keretében az új és szolgáltatóváltó előfizetők mindössze 1 forintért kapják meg ADSL tarifacsomag előfizetésük mellé.

SMC Új VPN Router

Az SMC Networks bevezeti a piacra az SMCBR21VPN Barricade VPN routert. Az új szélessávú útválasztóba beépített Virtual Private Network (VPN) szerver található, amellyel a felhasználók hitelesített és titkosított internetes csatornákat hozhatnak létre. Ez ideális megoldás azoknak, akik távolról dolgoznak, így biztonságos távoli hozzáférésre van szükségük, valamint azoknak az üzletembereknek, akik biztonságos kapcsolatot akarnak létesíteni a fiókirodák között.



IDC IT SECURITY ROADSHOW 2008

Stratégiai és Megoldások Vállalati Biztonságáért

Budapest, 2008. március 26., szerda

Corinthia Grand Hotel Royal
1073, Budapest, Erzsébet krt. 43-49.

ELŐSZÖR MAGYARORSZÁGON: **SIMON SINGH**, TITKOSÍTÁS SZAKÉRTŐ



Simon Singh
író, újságíró, TV producer

Simon Singh előadásából megtudhatjuk, hogyan változtatta meg az ENIGMA-kód a kódok történelmét. Elmeséli, hogyan találták rá a szövetséges kódtörők a gyengeségeire, és hogyan fordították meg a második világháború menetét. A konferenciára elhoz magával egy eredeti ENIGMA kódológépet, így ez azon ritka alkalmak egyike lesz, amikor egy teljesen működő ENIGMÁT láthatunk. Dr. Singh bemutatja a gépet és annak működését, és elmagyarázza, hogy mit is tanulhatunk ma a második világháborúban elkövetett hibákból.

További információ: Üveges Szabolcs, email: suveges@idc.com tel.: +36 1 473 23 75
Regisztráció: www.idc-cema.com/events/itsecurity08hu

Arany partnereink:



Ezüst partnereink:



Mediapartnereink:

HÍRMOZAIK

A legeredményesebb SAP-partnerek

Az SAP Hungary Kft. évindító partnertalálkozóján két kategóriában, a kis- és középvállalatoknak szánt megoldások kapcsán díjazta a tavalyi év legeredményesebb partnereit. SAP Business All-in-One kategóriában a legdinamikusabb fejlődésért díjat a MindSystem Consulting Kft. nyerte el a tavalyi évben elért teljesítménye alapján. A legnagyobb indirekt szoftverbevételért a Synergon Informatikai Nyrt. kapott elismerést, a legtöbb új ügyfélért díjat pedig a Hostlogic Kft. kapta meg. SAP Business One kategóriában a 2007-ben elért eredménye alapján a legnagyobb szoftverbevételért díjat és a legtöbb új ügyfélért járó elismerést egyaránt az E-BOne Tanácsadó Kft. érdemelte ki.

Megjelent az AVG8

Az AVG Technologies bejelentette az AVG Internet Security 8.0-t, az AVG termékcsalád egyik legújabb verzióját. Az AVG 8.0 sok új biztonsági megoldást kínál felhasználói számára, köztük a weblapú támadások veszélyeivel szembeni megerősített védelmet. A hosszú együttműködés mintegy magasabb szintre emeléseként 2007 decemberében az AVG Technologies felvásárolta az Exploit Prevention Labs vállalatot, amely az AVG 8.0 termékekbe beépített Link vizsgáló (LinkScanner), a valós idejű Kereső Védelem (Safe Search), valamint a Biztonságos Böngészés (Safe Surf) technológiáit fejlesztette.

Rekord negyedéves forgalom az Avnetnél

Az amerikai központú IT-disztribútor nyilvánosságra hozta a 2008-as pénzügyi év (2007. július – 2008. június) második negyedévének adatait. Az Avnet ebben az időszakban (2007. október – december) világszerte 4,75 milliárd US dollár forgalmat ért el, amely a tavalyi hasonló időszakhoz képest plusz 22,2 százalékos növekedésnek felel meg. A nettó nyereség a három hónap alatt elérte a 142,2 millió amerikai dollárt; egy évvel korábban ez 99,1 millió dollár volt. A Magyarországon is jelen lévő Avnet Technology Solutions divízió forgalma több mint 50 százalékkal emelkedett, ami új rekord. Az Avnet utolsó háromhavi forgalma is rekorderedmény: 207,9 millió dollárral a cég 26,9 százalékos növekedést ért el tavalyi időszakhoz képest.

Ballmer: hétévente forradalom

Barabás Balázs ■ A Microsoft-vezér hosszán taglalta a CeBIT-en, hogy mit vár a jövő számítógépeinek területén. A sajtójával nem elégedett.

A hannoveri kiállításon tartott előadásán Steve Ballmer elmondta: négy forradalmat élt meg a 28 év alatt, amióta a Microsoftnál dolgozik. Statisztikailag ez azt jelenti, hogy ezek hétévente következtek be, tehát mostanában várható a következő. Az eddigi négy: az elérhető árú személyi számítógépek megjelenése, a grafikus felhasználói felület megjelenése, az internet elterjedése és a Web 2.0 forradalom (ami éppen elkezdődött 2002-ben, amikor Ballmer utoljára a CeBIT-re látogatott).

A mostani forradalmi változás összetevői a megnövekedett számítási és tárolási kapacitás és a vezeték nélküli szélessávú internet terjedése. Hátrány viszont, hogy a számítógépet még mindig nem lehet természetes módon használni, meg kell tanulni a billentyűzetet, az egeret, valamint a menürendszerrel kezelni. A Microsoft azon dolgozik, hogy ezeket a korlátokat lebontsa, többek között a hangfelismerő technológiák fejlesztésével – szögezte le a vállalat vezérigazgatója.

Az információk megjelenítése is gyökeresen változni fog: egyszerűen rácsatlakoztatjuk az eszközünket a legközelebbi kijelzőre, vagy kivetítjük bármilyen felületre.

A mostani forradalom egyébként 2015-ig fog lezajlani. – Ennek eredményeként mindenkinek saját digitális azonosítója lesz, amivel bárhol hozzáférhetünk e-mailjeinkhez, fotóinkhoz, naptárunkhoz és egyéb, mindennapi adatainkhoz. A szoftverek pedig alkalmazkodnak szokásainkhoz – tette hozzá Ballmer. A közelgő forradalom nem mindenki számára lesz jótékony hatással, mivel egyesek a munkahelyüket fogják elveszíteni miatta. A vezérigazgató saját példáján keresztül szemléltette a folyamatot: amikor a hannoveri útját tervezte, a számítógépe ebben nem segítette olyan mértékben, ahogy kellett volna (Ballmer nem tért ki arra, hogy a gépén milyen szoftvert használ). Ezért az asszisztensének kellett sok mindent elintéznie. „Nincs túl sok intelligencia ezekben az eszközökben. Az ötödik forradalomban a szoftverek elkezdik megtanulni szokásainkat, és aszerint végzik el a feladatokat” – tette hozzá. Ugyanakkor a technológia segít majd bennünket abban is, hogy óv-



„Még van körülbelül kilenc jó évem ezen a területen, ami nagyjából másfél forradalomra elég.”

STEVE BALLMER
VEZÉRIGAZGATÓ
MICROSOFT

juk a környezetet, mivel hatékonyabb energiafelhasználást tesz lehetővé.

Végezetül Steve Ballmer utalást tett arra is, hogy mennyi ideig szeretne a Microsoft élén maradni: „Még van körülbelül kilenc jó évem ezen a területen, ami nagyjából másfél forradalomra elég.”

45 nanométeres CPU-k az AMD-től

Samu József ■ Az Intel már jó ideje gyárt 45 nanométeres technológiával termékeket, de az AMD csak az idén fog átállni erre a csíkszélességre. Az első kézzelfogható CPU-kat a CeBIT-en demonstrálták.

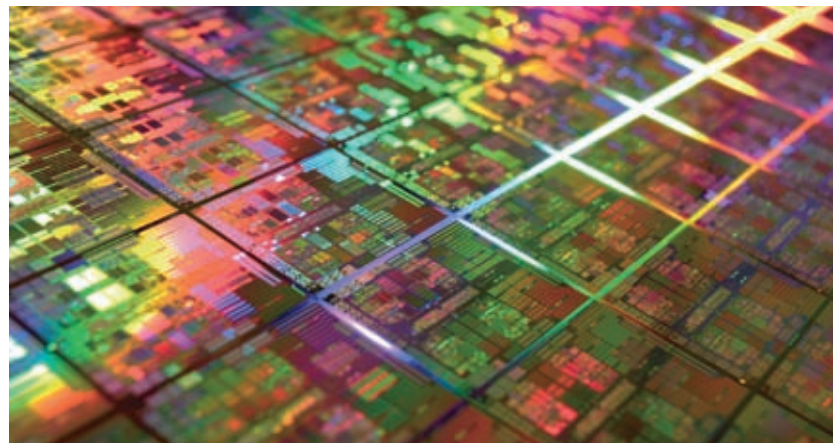
Az AMD múlt heti sajtótájékoztatóján két 45 nanométeres technológiával készült processzor prototípusát mutatta be. Az egyik a Shanghai kódnevű, négymagos, kiszolgálókba szánt pro-

cesszor, a másik szintén négymagos, de asztali gépekbe szánt darab, kódneve Deneb. Mindkettő a cég drezdai, 300 milliméteres szilíciumkorongokat (wafer) használó Fab 36 nevű gyárában készült – derült ki a hannoveri CeBIT-en.

Akármiikor is kerül a piacra a Shanghai, az nem lehet elég korán. Az AMD még nem közölt pontos dátumot, egyelőre csak 2008 második feléről beszéltek. Az AMD, hogy ne ismétlődjön

egy ahhoz hasonló probléma, mint amilyen a négymagos Opteron (Barcelona) piacra dobása után előállt, azt ígérte, hogy a processzorok mintapéldányait időben eljuttatja az OEM partnereihez. *Bill En*, a cég Logikai (áramkörök) Technológia Csoportjának menedzsere elmondta, hogy a bemutatott processzorok készültési fokát már olyan, hogy azokon Windows alatt nyüztegesztek és benchmarkokat futtatnak.

Az Intel még 2007 negyedik negyedévében állt át a 45 nanométeres csíkszélességű technológiára, és az AMD most durván kilenc hónap lemaradásban van hozzájuk képest. Ez nem rossz eredmény, ha figyelembe vesszük, hogy volt idő, amikor ez a lemaradás 18 hónap volt. Az IBM-mel közösen kifejlesztett, alacsony k-együtthatójú, 45 nanométeres gyártástechnológia előnyei nyilvánvalók: segítségével ugyanakkora waferre több CPU-mag fér, a kisebb processzorok pedig kevesebbet fogyasztanak és kevésbé is melegsznek.



Információvadászat

Dervenkár István ■ A Montana Zrt. működés közben mutatta be saját fejlesztésű tudásmenedzsment rendszerének, az Infovadásznak legújabb alkalmazását, amelyet a Jedlik Ányos kutatás-fejlesztési pályázat keretében fejlesztett ki az ORFK részére.

A többévi kutatási-fejlesztési munkával létrehozott rendszerrel a rendőrségi nyomozók a különböző forrásokból származó, elektronikus formában rendelkezésre álló, de alapvetően strukturálatlan szöveges adathalmazokban és adatbázisokban – a cég állítása szerint korábban információkeresésre szánt idő 9 százaléka alatt – megtalálják a releváns információkat. A különböző bűncselekmények tartalom alapján összekapcsolhatók, az egyes információteredékek csoportosíthatók, ezáltal a korábban nem látszó összefüggések és tendenciák is felismerhetővé válnak. A projektben részt vett többek között a Magyar Tudományos Akadémia Számítástechnikai és Automatizálási Kutatóintézete és az MTA Nyelvtudományi Intézete is.

A hagyományos, karakteralapú keresőkkel szemben az Infovadásban alkalmazott technológia, amely egy brit technológia továbbfejlesztése, intelligens keresést tesz lehetővé a mögött épített tudásbázis alapján. Ennek a tudásbázisnak az elkészítésében számos határtudomány eredményeit felhasználták, többek között a strukturalista nyelvészetet, illetve a matematikai nyelvészetet. A rendőrségi változat mögött többek között beépítették például a teljes Büntető Törvénykönyvet, valamint szinonimaszótárakat.

Az internetes keresőmotorokhoz képest a Montana technológiája egyszerűen több és kevesebb. Egyrészt nem keres mindenhol a világhálón, ugyanis hatékony alkalmazásához meg kell határozni a keresési kört, például jelen esetben a különböző rendőrségi adatbázisokat, másrészt azonban egy ilyen körülhatárolt halmazban intelligensen, a szövegösszefüggéseket figyelembe véve tud keresni nemcsak meghatározott karakterláncokra, hanem szavakra és azok

A rendszer bevezethető például a közigazgatásban,

sőt akár a konkurens cégek és a sajtó figyelmét is segítheti.

szinonimáira, valamint a közöttük lévő kapcsolatra is.

A sajtótájékoztatón *Vadász Pál*, a Montana Zrt. elnök-vezérigazgatója hangsúlyozta: a technológiának csak egy lehetséges alkalmazása a rendőrségnek átadott rendszer. Bevezethető a közigazgatás számos területén, de az egészségügyben, az orvosi, a biokémiai és a gyógyszerkutatások világában, a banki és a biztosítási területeken, sőt akár a konkurens cégek és a sajtó figyelmét is hathatósan segítheti. A tudásmenedzsment-rendszer a levéltárak számára is kiváló megoldás, a jövő kutatóközpontjainak pedig elengedhetetlen informatikai eszközévé válhat.

HÍRMOZAIK

A Novell felvásárolta a SiteScape-et

A SiteScape megoldásaival a Novell a munkacsoportok számára fejlesztett hatékony környezettel és valós idejű együttműködési képességekkel egészíti ki kínálatát.

A Novell a SiteScape felvásárlásával nyílt, nagyvállalati szintű csoportmunka és a közösségi hálózati kínálatot hozza létre, amellyel az ügyfelek hatékonyan és rugalmasan integrálhatják munkakörnyezetükbe az új kommunikációs technológiákat, és ösztönözhetik az alkalmazottak termelékenységét, valamint az üzleti innovációt.

REGISZTRÁLJON!

Ha szeretné hétről hétre

a legfontosabb szakmai résztvevőkhöz eljuttatni az Ön cégével kapcsolatos információkat, regisztráljon Céginfó szolgáltatásunkra oldalunkon!

ceginfo.computerworld.hu

You've got the dreams,
we've got the wings!

Java Application Developers (Ref.458):

You would like to:

! **develop applications using Java** programming language ! **analyse existing software** for refactoring and redesign

You have:

! at least **3 years experience** in software development ! good understanding of OOP ! good knowledge of **Java programming language** ! good **interpersonal communication** ! **stress resistance** ! **english** intermediate level (language exam is not required) ! **college** graduation

You may have as an advantage:

! experience in software analysis and design ! knowledge of German language ! certification in Java language (SCJP)

You request:

! **unlimited duration** of employment ! **global development** opportunities ! **attractive bonus** package

JOIN US: job.lhsystems.hu

Lufthansa Systems Hungária Kft.

MOM Park Centrum Building „A”
H-1123 Budapest, Alkotás u. 53.
phone: +36 1 887-2900
fax: +36 1 887-2977
portal: job.lhsystems.hu
web: www.lhsystems.hu

 **Lufthansa Systems**

GOOGLE ADWORDS

HIRDETÉSI PROGRAM

A Computerworld-Számítástechnika olvasóinak lehetősége nyílik kipróbálni a cikkben említett PPC hirdetési formát és annak hatékonyságát, a kupon értékének erejéig. A kuponnak egy egyszeri aktivációs díja van, ami 1000 Ft.

**AJÁNDÉK
ADWORDS
KUPON
13 000 FT
ÉRTÉKBEN!**

Google AdWords hirdetések létrehozása

Tisztelt Ügyfelünk!

Szeretnénk megismertetni Önnel a Google AdWords hirdetési programot. A Google AdWords hirdetések számos formátumban jeleníthetők meg a Google találati oldalain, a keresési és a tartalmi hálózaton, valamint különböző egyéb termékek (pl. Gmail, YouTube) webes felületein. A kereső találati oldalain pontosan akkor érheti el potenciális ügyfeleit, amikor ők az Ön termékeivel, szolgáltatásaival kapcsolatban keresnek információkat.

Készíthet szöveges és képes hirdetéseket, megcélozhat különböző országokat és nyelveket, és fizethet az egyes kattintások vagy megjelenítések után. A hirdetések teljesítményét az utolsó kattintásig, vagy akár annál tovább is követheti, így biztos lehet benne, hogy pénzét ténylegesen ügyfelek szerzésére fordítja.

Ha szeretne hirdetéseket megjeleníteni a Google AdWords segítségével, tegye a következőket:

1. **Látogasson el a www.adwords.google.com címre.**
2. **Kattintson a „Jelentkezzen most” gombra.**

A regisztráció során létrehozhatja hirdetéseit, kiválaszthatja kulcsszavait, beállíthatja a költségekkel kapcsolatos korlátozásait, és megadhatja a számlázási adatait. Súly Központunkban a legtöbb felmerülő kérdésre választ talál a következő címen:

www.adwords.google.com/support.

Magyar ügyfélszolgálati csapatunk is készséggel válaszol kérdéseire. A következő címre várjuk levelét:
adwords-hu@google.com.

MOST INGYEN KIPRÓBÁLHATJA!

Kérjük, fogadja el tőlünk egy 13 000 Forintot érő promóciós kódot a program kipróbálásához. A promóciós kódot SMS-ben küldjük el Önnek. Ehhez kérjük, küldje el a (06)30/344-4119 telefonszámra a következő kódot: **COW**

A promóciós kedvezmény felhasználásához regisztráció szükséges, és fiókjában meg kell adnia a számlázási adatait. Ezután a következőket kell tenni:

1. **Lépjen be a fiókjába a következő címen: www.adwords.google.com.**
2. **Lépjen a „Fiókom” menüpontra.**
3. **Kattintson a „Számlázási beállítások” linkre.**
4. **Írja be a promóciós kódját a „Promóciós kódok” mezőbe.**
5. **Kattintson a „Bevált” gombra.**

FIGYELEM!

A kupon csak 14 napnál nem régebben létrehozott fiókokban váltható be, és azt 2008.07.30-ig lehet felhasználni. További részletek a Felhasználói feltételekben.

Üdvözléssel:

A Google AdWords csapata



Az AdWords kuponokra vonatkozó felhasználói feltételek

A promóciós kód értéke 50 euró (körülbelül 13 000 Ft). A promóciós kedvezmények csak a Google AdWords azon új ügyfelei számára állnak rendelkezésre, akik az önállóan végrehajtható online regisztráció segítségével jelentkeznek a www.adwords.google.com címen, és akiknek a fiókja a promóciós kód beváltásakor kevesebb mint 14 napja működik.

A Google AdWords használata és a promóciós kedvezmények igénybevételének engedélyezése a hirdetés elfogadásától, az érvényes regisztrációtól és a mindenkor hirdetési felhasználói feltételek elfo-

gadásától függ. A promóciós kedvezmény a promóciós kód beírása és a számlázási adatok beállítása után automatikusan jóváírásra kerül új Google AdWords-fiókjában.

Ha az utólagos fizetési módot választja (hitelkártyás fizetés), akkor a rendszer még a kedvezmény jóváírása előtt levonja az aktiválási díjat (jelenleg 1000 Ft) a promóciós kedvezményből. Ha az előzetes fizetési módot (banki átutalással vagy hitelkártyás fizetéssel történő egyenlegfeltöltés) választja, akkor a fiók aktiválásához be kell fizetnie egy kezdeti minimális összeget (amelyből a rendszer levonja az aktiválási díjat), és a promóciós kedvezményt csak ezután lehet jóváírni.

A promóciós kedvezményt meghaladó hirdetési költségeket Önnek kell fedeznie, és az Ön kizárólagos felelőssége a költségekhez tartozó esetleges adók és járulékok befizetése. Ha a promóciós kedvezményen túl nem szeretne további költségeket fizetni, akkor figyelemmel kell kísérnie fiókjának helyzetét, és az összeg elérésekor vagy az összeg elérése előtt le kell állítania vagy törölnie kell kampányát.

A promóciós kedvezmény nem ruházható át, nem adható el és nem cserélhető el. Ha azt szeretné, hogy Google AdWords-fiókja a promóciós kedvezmény pénznemétől eltérő pénznemmel működjön, akkor a promóciós kedvez-

mény valós összege a devizaárfolyamoktól függetlenül változhat.

Az ajánlatot a Google Ireland Limited és/vagy az AdWords szolgáltatást az Ön országában kínáló bármely partnercég bármikor módosíthatja vagy visszavonhatja. Ügyfelünként egy promóciós kedvezmény jár. Az ajánlat érvényességének vége: 2008.07.30.

Az ajánlat érvénytelen, ahol azt törvények tiltják vagy korlátozzák. A Google és az AdWords a Google Inc. védjegye, amely az Amerikai Egyesült Államokban és egyéb országokban bejegyzésre került. A kupon és/vagy a promóciós kedvezmény használatával Ön elfogadja a jelen felhasználói feltételeket.

Jól célzott KATTINTÁS

A 2007-es év fordulópont volt a kattintásalapú hirdetések hazai piacán: első alkalommal írtak ki keresőmarketinggel kapcsolatos állami közbeszerzési tendert (a Diákhitel Zrt. volt a kiíró). Hivatalos minősítésű ügynökségek kezdtek el foglalkozni a területtel; a piac forgalma (előzetes becslések szerint) meghaladta az 1 milliárd forintot; jócskán bővült azoknak a portáloknak a köre, amelyeken keresőhirdetésekkal találkozhatnak a látogatók; s ami talán a legfontosabb, hogy versenyhelyzet alakult ki a szolgáltatók között. [írta: Árokszállási Gábor]

A cégek az internetes korszak hajnalán szinte csak a vállalati weboldalak elkészítésére korlátozták erőfeszítéseiket. Ezek leginkább egy digitalizált céges brosúrához hasonlítottak, s a látogatók rendszerint a hagyományos reklám vagy „szájpropaganda” révén jutottak el hozzájuk. Nem érte meg több energiát befektetni – akkoriban ugyanis alig interneteztek az emberek, a konkurenciának pedig sokszor még honlapja sem volt.

Az internetezők száma azonban egyre nőtt, s mind több cég indított saját portált. Idővel a vállalati weboldalak is sok változáson mentek át, a korábbi statikus forma helyett rendszeresen frissített adatok és hasznos funkciók kerültek fel rájuk, s némelyik cég megkezdte termékeinek és szolgáltatásainak internetes értékesítését. Ehhez **olyan oldalak kellett, amelyek nemcsak megszólítják a látogatókat, hanem tartósan le is kötik, sőt rábírnák őket a cég termékeinek és szolgáltatásainak megvásárlására.**

A verseny egyfolytában erősödik közöttük, és ebből nem mindegyik online kereskedő kerülhet ki győztesen; hosszú távon azok nyerne, akik egyszerűen fejlesztik a termékeiket és szolgáltatásaikat kínáló weboldalakat, és el is tudják juttatni üzeneteiket a ke-

resőkhöz. A potenciális vásárlók gyűjtésének egyik leghatékonyabb módja pedig a keresőkre való optimalizálás és a keresőmarketing – véli *Kálmán Tamás*, az ETARGET magyarországi vezetője.

SZELEKTÍV REKLÁMMEGJELENÉS

A banner napjaink legnépszerűbb online hirdetési formája. De vajon elég hatékony-e? Mi történik például akkor, ha az internetező észre sem veszi a hirdetést? Ez könnyen előfordulhat, például azért, mert elgörgeti az oldalt vagy a túl kicsi képernyőfelbontás miatt a reklám nem is látszik az oldalon. A hirdető persze ilyenkor is fizet! És akkor még

nem is beszéltünk a bannervakságról. Több kísérlet is kimutatta, hogy az internetezők nagy része öntudatlanul is figyelmen kívül hagyja a weboldalon megjelenő reklámokat, még ha azok nagyok és színesek is. Az már általában jó eredménynek számít, ha a megjelenő reklámok 1 százalékára rákattintanak – sok hirdető azonban legfeljebb csak álmódhat erről.

Részben ezeknek a tényezőknek a hatására született meg az online reklámok legújabb generációja, a PPC (pay-per-click); a név maga a kattintásalapú elszámolás fontos mérföldkő a hirdető-

barát reklámmódszerek történetében. A hatékonyság érdekében a PPC-szolgáltatók túlnyomó többsége lehetőséget ad a hirdetés kulcsszavas célzá-

sára. A célzás akkor jó, ha a zömében potenciális ügyfeleknek, illetve vásárlóknak jelenik meg a hirdetés, másoknak nem.

A click fraud jelenség

Napjainkban a kattintásos csalás, szakkifejezéssel a click fraud okozza a legnagyobb gondot. Ezen azokat a PPC-hirdetésekre való kattintásokat értik, amelyek mögött nem áll valós érdeklődés. Az ilyen csalásokat általában az a szándék vezérli, hogy indokolatlan költségeket (egyenlegesökkentés) okozzanak a versenytársaknak, vagy bevételt hozzanak a hirdetést megjelentető portáloknak. Ez kényes téma, mivel kikezdeheti a szolgáltatók hitelességét. A CTnetwork részben algoritmusok segítségével automatizáltan, részben kézi módszerrel igyekszik kiszűrni a gyanús kattintásokat – egy adminisztrátor ellenőrzi a partneri oldalt. Ritkán az is előfordul, hogy valamelyik oldalon kattintásra buzdító feliratot helyeznek el („támogassa a lapot” címmel). Az ilyen portálokat azonnal kizárják a rendszerből, a jutalékokat visszatartják, és kártalanítják az ügyfeleket.

A Google védekezési módszerei alapján két csoportra oszthatók: automatikus módszerekre és emberi ellenőrzésre. Az automatikus rendszerek azonnal kiszűrlik a hamis kattintások túlnyomó többségét, a vitás ügyeket pedig mindig

a legnagyobb alapossgal derítik fel az erre kiképzett alkalmazottak. Ezenfelül az ügyfelek bejelenthetik a nekik gyanúsnak tűnő forgalmi adatokat. Az ETARGET több szempont szerint is szűri a téves kattintásokat. Ennek egyik módja az IP-cím szerinti figyelés: ilyenkor a hivatkozásokra kattintók IP-címét és kattintási „szokásait” figyelik. S ha valami furcsaságot fedeznek fel (például egy IP-címről rövid időn belül több kattintás érkezik), akkor nem számítják fel vagy visszafizetik az ügyfeleknek a kattintások árát. A másik módszer a téves kattintások kiszűrésére a black list, azaz a „feketelista”; erre az elemzésekben feltárt IP-címek kerülnek fel, s ha azokról jön kattintás, akkor azért az ügyfeleknek eleve nem kell fizetniük. Szerencsére kevés ilyen eset fordult elő, bár voltak olyan portálok is, amelyeknek a tulajdonosai a bevétel növelése érdekében megpróbáltak többször is rákattintani egy-egy hirdetésre, s ettől a hirdetés CTR-je (click through rate – átkattintási arány) kiugróan magassá vált. Ezekkel a partnerekkel az ETARGET azonnal megszüntette az együttműködést.

A reklámnak kell, hogy legyen pontos célja.

A nulladik lépés eldönteni, hogy pontosan mit szeretnénk elérni.

Összefogásra van szükség

Az aktualitásokkal kapcsolatban megkerestük *Peresztegi Zoltánt*, a Google magyarországi képviselőjét is. **Computerworld-Számítástechnika:** *Milyen újdonságokat, trendeket hozott a 2007-es év a kattintásalapú hirdetések hazai piacán, s mi várható az idén?* **Peresztegi Zoltán:** Úgy érzem, a 2007-es esztendő fontos mérföldkő volt a keresőhirdetés magyarországi ismertségében; egyszerre több forrásból és fórumon kezdtek beszélni róla. Már nemcsak a trendekre érzékeny kevesek játékszere, hanem teljesen elfogadott, kivételes hatékonyságú és igen jól mérhető hirdetési eszközzé vált. Arra számítottok, hogy ez a trend tovább folytatódik, és 2008-ban még több piaci szereplőhöz jut el a keresőhirdetés. Ez különösen annak fényében valószínű, hogy kisebb cégek már napi néhány ezer forintos költségvetésből is folytathatnak sikeres kampányokat – ez a hirdetési forma tehát szinte minden vállalkozás számára elérhető és megfizethető.

CW-SZT: *A Google szerint tavaly indult piaci verseny hazánkban a keresőmarketinggel foglalkozó szolgáltatók között?*

P.Z.: A keresőmarketing – bár még csak nemrég jelent meg – egyre nagyobb teret hódít hazánkban. Mértékadó becslések szerint évente mintegy 50 százalékkal növekszik a piac. Ilyen körülmények között nincs igazán éles verseny a szereplők között.

Most a piaci szereplők összefogására van szükség, hogy megmutassuk a magyar reklámparnak a keresőmarketing hatékonyságát. A piac többi szereplőjével személyesen is jó kapcsolatot ápolok. Az összefogás sokat segít abban, hogy még több lehetőséget teremtsünk a magyar internetezők számára, és ezzel hosszú távon tovább növeljük az internet szeletét a reklámtortából.

Ha valaki megkérdezi tőlem, hogy szerintem kit érdemes választania, hol éri meg jobban hirdetni, általában azt javaslom neki, hogy próbálja ki mindegyik

szolgáltatást, és a mellett döntsön, amelyikkel mindent összevetve elégedettebb – amelyik jobb eredményt hoz neki.

CW-SZT: *Milyen jövője van itthon a PPC-hirdetéseknél, van-e esetleg speciális, csak a hazánkra (társágunkra) jellemző befolyásoló tényező? Mekkora növekedés várható?*

P.Z.: Úgy látom, hogy itthon és az egész világon hatalmas jövő előtt áll a keresőmarketing, ezen belül pedig a PPC-hirdetések. Hazánkban ugyan még viszonylag alacsony az online világ részesedése a teljes reklámtortából, és (a Magyar Reklámszövetség online tagozatának adatai szerint) az online-on belül is mindössze



„A piac többi szereplőjével személyesen is jó kapcsolatot ápolok”

Peresztegi Zoltán
A GOOGLE
MAGYARORSZÁGI KÉPVISELŐJE

sze 10–15 százalékat tesznek ki a keresőhirdetések, a nemzetközi trendek és az elmúlt évek hazai tapasztalatai alapján egyértelműen levonhatjuk a következtést, hogy igen nagy növekedés vár ránk az idén és a következő években. Ebben persze semmi meglepő sincsen, hiszen a keresőhirdetéseken kívül egyetlen más marketingeszköz sem adja a mérhetőségnek és a hatékonyságnak ezt a kombinációját a hagyományos marketing költségvetéssel szemben. Arra azt

szokták mondani, hogy a fele kidobott pénz – csak éppen nem tudni, hogy melyik fele. Itt az ügyfél pontosan tisztában van azzal, hogy elköltött forintjai milyen eredménnyel jártak, hányan látogattak el a weboldalára, és mit csináltak ott. Ebben a Google AdWords finomhangolást lehetővé tevő opciói és a magyar nyelven, ingyen elérhető Google Analytics, a Google weboldal látogatottságát elemző szoftvere is sokat segít.

Fontos azonban megjegyezni, hogy a Google AdWords hirdetési rendszer semmiképpen sem csak a kattintásalapon (PPC) hirdetők szerezni kívánó részét szolgálja. Arra törekszünk, hogy partnereinknek a nekik legmegfelelőbb elszámolási megoldást kínáljuk; például aki márkát szeretne építeni, annak lehet, hogy a megjelenítésalapú fizetés (CPM) a legmegfelelőbb, azoknak a partnereinknek viszont, akik az internetet már értékesítési csatornaként kezelik, azaz van webshopjuk, nyilvánvalóan az akció utáni fizetés (PPA) a legjobb megoldás – persze ezek kombinálása, összcsoportosítása lehet a hosszú távon legjobb módszer.

CW-SZT: *A PPC növekedése elképzelhető-e önállóan, vagy csak más hirdetési formákkal összekapcsolva (esetlegesen)?*

P.Z.: Úgy gondolom, hogy 2008-ban is töretlenül folytatódik a piac felfutása, egyre több és több cég fogja kipróbálni és megszeretni ezt az aránylag új – és igen hatékony – hirdetési formát. Egyre több megkeresés érkezik hozzánk, és nem látok olyan veszélyt, hogy a közeljövőben telítődne a piac. Fontos persze az is, hogy az ügynökségek csomagban, integrált megoldásként is komolyan számoljanak a keresőhirdetésekkel. Véleményem szerint azonban a keresésekhez kapcsolódó szponzorált hivatkozások önállóan is jól megállják a helyüket; várakozásaink szerint tehát mindenképp dinamikusan fog bővülni a hazai keresőmarketing-piac.

ve nem csupán a statisztikai hibahatáron lévő számokról beszélhetünk, ha a keresőhirdetések arányát vizsgáljuk a teljes online reklámtortaszeleten belül – mondta *Fazakas László*, az Arcus Search divízióvezetője. **Tavaly hazánkban az online költségeknek nagyjából 9 százalékat tették ki a PPC-hirdetések (Szlovákiában 15 százalékat, Csehországban 25 százalékat, az Egyesült Államokban 42 százalékat – két év alatt a semmiből nőtt ki –, Nyugat-Európában 45 százalékat, Nagy Britanniában pedig 57 százalékat).** Egyébiránt a közel 14 milliárd forintos reklámtortának körülbelül 8 százaléka volt internetes hirdetés a 2007-es esztendőben.

Keresztúri Gergely, az iProspect Hungary igazgatója szerint az idén tovább növekszik az online hirdetések aránya a teljes reklámtortán belül. Az internetes hirdetések között a PPC-költségek növekedése várható – arányuk 2010-re meghaladhatja a 25 százalékat. 2008-ban várhatóan 2 milliárd forintot tesznek majd ki a PPC-hirdetések.

A felfutás részben a szolgáltatók aktív kapcsolatépítésének tulajdonítható. Az ETARGET, a Google AdWords és a CT Network egyaránt kereste az együttműködés lehetőségét a tartalomszolgáltatókkal, s ezzel növelik a piac ez irányú lefedettségét. A hazai verseny pillanatnyilag háromszereplős, és nem sok esély van rá, hogy ebbe valaki más is beleszólhasson – véli *Kristók Balázs*, a CTnetwork kkv-üzletágának igazgatója. Ez alól a Yahoo és az MSN sem kivétel. Nem is feltétlenül érné meg nekik, mivel hazánkban a keresők között egyértelmű a Google dominanciája. **Keresztúri Gergely szerint itthon a tartalomszolgáltatókért folyó csatából tavaly az ETARGET jött ki jobban, de még bőven vannak tartalékok mindkét oldalon. Szerinte egyre fontosabb szerepet kapnak az ügynökségek is:** segíthetnek az ügyfelek megszerzésében, oktatásában, az ügyfelek igényeinek a szolgáltatóhoz való eljuttatásában, emellett fejlesztési ötleteket adhatnak, jelezhetik az esetleges hibákat, s végül leveszik a kereskedelemmel járó terhet a szolgáltatók válláról.

ELTÉRŐ MEGKÖZELÍTÉSEK

Kristók Balázs szerint a tavalyi évben mondhatni, divat lett a keresőmarketing, és már nem csak a kis- és középvállalkozásoknak (kkv) lehet ez érdekes hirdetési felület; multinacio-

A PPC-reklámok másik sajátossága a dinamikus árképzés. Ha egy jól megírt és jól célzott reklámra az átlagosnál többen kattintanak, akkor idővel egyre kevesebbet kell fizetni a kattintások után. Az ár emellett függ a versenyhelyzettől is. Ha sokan hirdetnek,

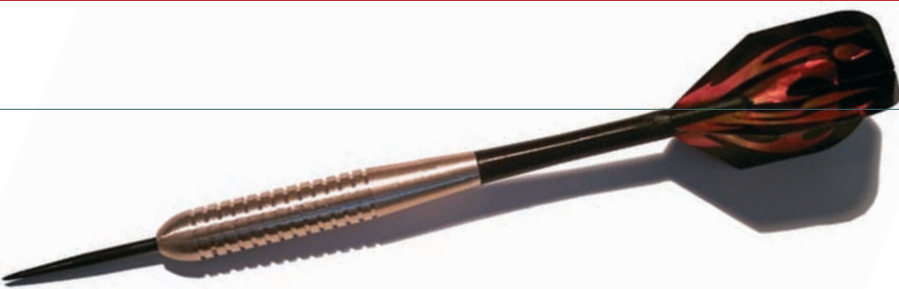
akkor emelkedik az ár, a kevésbé felkapott témáké meg csökken.

Magyarországon most három PPC-szolgáltató működik: a Google, az ETARGET és a CTnetwork. Esetenként érdemes párhuzamosan többjük rendszerén is futtatni egy

kampányt – ha minél több internetező elérése a cél.

LÁTVÁNYOS FELFUTÁS VILÁGSZERTE

Mindent egybevetve valójában 2007-ben indult be hazánkban a keresőhirdetési piac. A tavalyi évtől kezd-



nális vállalatok és FMCG cégek is szeretik bizonyos üzenetek kommunikációs csatornájaként használni. Felismerték, hogy nemcsak egy-egy promócióhoz szerezhetnek potenciális látogatókat, vásárlókat, hanem viszonylag olcsón nagy mennyiségű reklámmegjelenéshez is juthatnak vele. Persze hagyományos imidzshirdetés megjelenítésére a CTnetwork nem ad lehetőséget a hálózatán át.

Fazakas László másképp látja az ügyfelek megoszlását. Szerinte a hazai legelső 100 cég, illetve legelső 10 hirdető egyelőre nem használja aktívan – legfeljebb kísérleti jelleggel – ezt a marketingeszközt, pedig tudnak a létezéséről. A megkeresésekre is viszonylag passzívan reagálnak, nem érzik méreteikhez méltónak ezt a hirdetési formát.

A 2007-ben tapasztalható dinamikus piaci növekedés nagyrészt a kis- és közepes vállalatoknak (kkv) köszönhető; azok ugyanis rákényszerülnek arra, hogy már néhány nap után megtérülő eszközöket és megoldásokat alkalmazzanak.

Érdekes azután, hogy a kkv-k egyre tudatosabban használják a keresőhirdetéseket: a multinacionális cégeknek főleg a nagy látogatószám a fontos, a kkv-k viszont figyelemmel kísérik a látogató elérésének a költségét, illetve a tőlük származó bevételt; olyan felhasználók elérésére töreksenek tehát, akik mindjárt potenciá-

lis vásárlók is. – Következésképpen – mondja Fazakas László – ezek a kkv-k szemléletben 2-3 évvel megelőzik a hasonló termékkörű nagyvállalatokat. Ez utóbbiak inkább presztizskérdésként tekintenek a marketingre.

MILYEN A JÓ PPC-KAMPÁNY?

Nemrég jelent meg a *Céltott online reklám – keresőmarketing a gyakorlatban* című könyv (www.celzottonlinereklam.hu); ennek Kálmán Tamás az egyik szerzője. A kiadványban az alapok mellett sok jó tanács is olvasható. Néhány ízeletül:

Minden reklámnak kell, hogy legyen célja – a nuladik lépés eldönteni, hogy pontosan mit szeretnének elérni. A reklám céljának egyszerűnek kell lennie, például megismertetni a felhasználókkal ezt vagy azt a céget, terméket vagy szolgáltatást, esetleg növelni az értékesítési

terület volumenét – ez nem egyenlő a nagyobb ismertséggel!

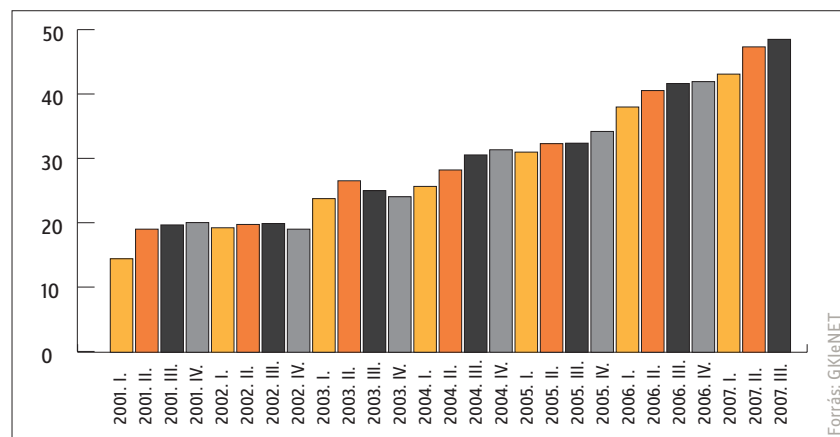
A reklám szövege az első szűrő. A PPC-reklámban ugyanis ez dönti el, hogy kattint-e az internetező, vagy sem. Olyan ez, mint egy kapu: ha szép és hívogató, akkor az internetező belép rajta. De vajon mennyire „szép” egy hirdetés, ha helyesírási hiba van benne? Minden esetben ellenőrizni kell tehát a hirdetéseket, szükség esetén külső segítséggel is.

Nem szabad megelégedni egyetlen szöveggel. Egy-egy jól futó kampányban



Fazakas László

divízióvezető
Arcus Search



A hazai internetpenetráció alakulása a GKleNET felmérése alapján

Számold el magad!

A kattintásalapú számlázásnak (PPC – Pay Per Click) az a lényege, hogy az ügyfél csak akkor fizet, ha egy látogató valamely portálon rákattint az ajánlatára. A kattintások értékét azonban egyedi módon határozzák meg a szolgáltatók.

A Google AdWords hirdetések áráról a hirdető dönt; a beállításoknál megmondhatja, hogy mennyit hajlandó fizetni egy, az oldalra vezető kattintásért. A hirdetéskeresésben elfoglalt pozíciója viszont már több tényezőtől múlik, a legfontosabb a kérdéses hirdetés relevanciája, vagyis hasznossága a felhasználók szempontjából. A hirdetésre kattintásonként szánt összeg és a felhasználói relevancia szorzata határozza meg a pozíciót (a felhasználói relevanciába egyebek között az is beleszámít, hogy valójában hányan kattintották rá a megjelenített hirdetésre). Lehetséges tehát, hogy egy kevesebbet fizető, de a felhasználók szemében érdekesebb hirdetés – ha arra, mondjuk, kétszer annyian kattintanak, mint a pénzesebb konkurenciára – előke-

lőbb helyet foglaljon el, mint tökére-erősebb vetélytársai.

Mint a legtöbb PPC-rendszerben, az ETARGET-en is három dolog szükséges a hirdetéshez: reklámszöveg, kulcsszavak és árazás. Ami a kulcsszavakat illeti, célszerű tájékozódni a legnépszerűbb kifejezésekről, arról tehát, hogy éppen hányan hirdetnek egy-egy kifejezésre vagy annak kombinációira. A kulcsszavak árazására ajánlatot lehet tenni, még 20 forintért is megadhatók kulcsszavak, de a találati listában való előrébb jutáshoz érdemes növelni a licitet. Egy kampányban bármikor már egyetlen kattintással is megállíthatók a hirdetések, módosítható a licit és a megadott kulcsszavak.

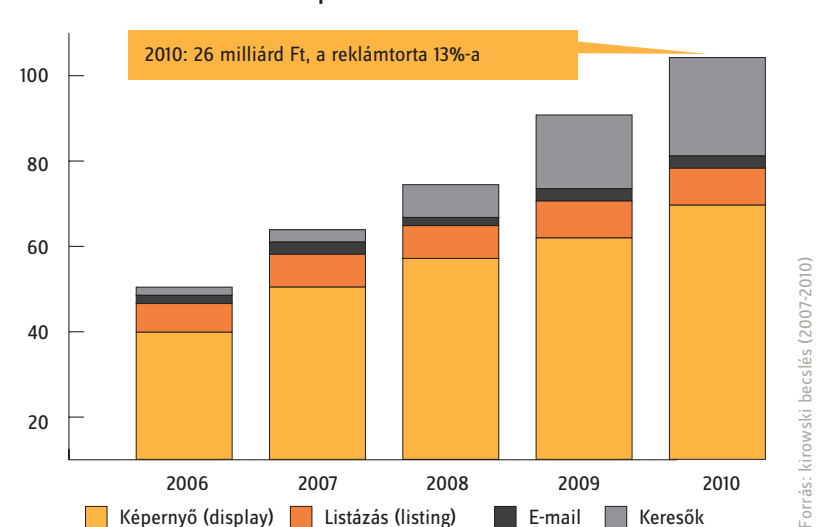
A CTnetwork kezdettől fogva rögzített árakkal dolgozik, nem vezet be a konkurencia által alkalmazott licitrendszert. Van tehát egy rögzített kattintási ár, s annál nem kerülhet többre egy-egy látogató, csak kevesebbe – például mennyiségi kedvezmények révén. *Kristók Balázs* szerint ez átláthatóbbá teszi a szolgáltatást, és tervezhetőbbé a költségeket.

10–15 eltérő szövegű reklám is futhat, és ez nem jár semmilyen többletköltséggel.

A hirdető gyakran a szükség esetén is jobban kiemeli egy-egy termék valamilyen előnyös

tulajdonságát, s közben hallgatnak a többi, esetleg nem annyira pozitív dologról. Fontos, hogy a kattintások nagy száma önmagában még nem eredmény, csak ha olyanok kattintanak, akiket valóban érdekel-

Az online reklámpiac hazai bővülése 2006-2010



het az ajánlat. Nem célszerű tehát túlozni. Ráadásul a legtöbb PPC-rendszer tiltja a túlzó jelzők és a felsőfok használatát, vagyis a termék nem lehet a legjobb vagy a leggyorsabb.

Az igazmondás növeli a bizalmat: azt kapja az érdeklődő, amit várt, és nem érzi magát becsapva. Online hirdetések révén nagyon gyorsan ellenőrizni lehet az ajánlatok validitását. Blogok, fórumok hada oszta meg információkat az interneten, és egy-egy nem teljesen korrekt ajánlat nagyon hamar pellengérré kerülhet – sőt kerül is. Nem érdemes eljátszani tehát a felhasználók bizalmát!

Alig van olyan cég vagy vállalkozás, amelyik csak egy dologgal foglalkozna. Szinte mindig van „széles választék”, „egyedi igények kielégítése”. Valóságos kísérlet ez: mindent el akarnak mondani a vevőknek. Hiszen ha mindenről tud-

nak, akkor könnyebben találnak maguknak megfelelőt. Hát nem igaz? A PPC-hirdetések esetében bizony nem! A hirdetések mindig célzottan jelennek meg, kulcsszavak, kifejezések alapján. És ez azt is jelenti, hogy az internetezőit nagy valószínűséggel éppen a kulcsszóhoz kapcsolódó termék, szolgáltatás érdekli, nem más!

Kristók Balázs összességében megállapította: a látogatók figyelmének felkeltése csupán a folyamat eleje, a sikert számos más tényező is befolyásolja, s azokra a hirdetési rendszert üzemeltető szolgáltatók nincsenek hatással, legfeljebb javaslatokat tehetnek egyike-másikra. Ilyen tényező a hirdetés milyensége, a hirdető weboldalának minősége, a kínált szolgáltatások ár-érték aránya. S ezekre is nagy figyelmet kell fordítani, mert a marketing csak pénzkidobás, ha nincs mögötte tényleges tartalom.



Kálmán Tamás

vezető
ETARGET
Magyarország

Ki mit tud?

A verseny folyamatos fejlesztést, és bővülést, az igényeket lefedő funkciókat kíván meg a piaci szereplőktől. A szolgáltatóknak emellett célszerű felvillantani valami egyedit – olyasmit, ami vonzóvá teszi őket a célcsoportjuk szemében.

A Google AdWords keresőhirdetés a világ bármely részére célozható, szükség szerint országokra, nyelvekre vagy kisebb földrajzi területekre szűkítve. A sokrétű beállítási lehetőségekkel igény szerint alakítható a hirdetési kampány. Az AdWords hirdetőpartnerei ezenfelül ingyen használhatják az egyik legnagyobb tudású webanalitikai programot, az AdWordsbe is belefoglalt Google Analyticset; az a maga magyar kezelőfelületén naprakész információkat ad az adott honlap forgalmáról. Az ETARGET több módot kínál a megjelenésre:

csak keresőkben, csak tartalmi oldalakon, illetve a startlap keresőjében lehetőséget ad logók használatára. Exkluzív megjelenéseket kínál továbbá az [origo]-n, az iwiw-en, az indexen. Az idén két területre összpontosít: a kkv-k képzésére és az ügynökségekkel való szorosabb együttműködésre, továbbá honlaptulajdonos magánszemélyekkel is keresi az együttműködés lehetőségét. Emellett technikai újítások bevezetésén dolgozik: például lehetőséget szeretne a célzás szűkítésére (például megye szerint), sőt véletlenszerű hirdetések megjelenítését is lehetővé tenni a videomegosztó és közösségi portálokon – ott az általános (nehezen behatárolható) tartalom miatt nem megy a célzás.

A CTnetwork jellemzőiről az alábbiakban olvashatnak.

Formába öntött tartalom

A CTnetwork szolgáltatása 2004 elején indult hazánkban. Akkoriban a hirdetések még nem ismerték a keresőmarketinget, az átkattintás alapú szöveges hirdetési lehetőségeket és a kulcsszavak szerinti weboldal-optimalizációt. Már hazánkban is elérhető volt ugyan a Google AdWords és AdSense szolgáltatása, sőt azok már a tartalmi hálózat irányába is elkezdtek terjeszkedni, de még nem igazán voltak benne a köztudatban. Mindent összevetve gyerekcipőben járt a hazai piac, és jócskán le volt maradva a nemzetközi trendekhez képest.

KÉT MUZSIKUS EGY CSÁRDÁBAN...

– Úgy gondolom, időben ismertük fel ezt a piaci rést – mondta *Kristók Balázs*, a CTnetwork kkv-üzletágának igazgatója. A szolgáltatásnak kezdetben általános tulajdonságai voltak: a partneroldalakon elhelyezett szövegdobozokban jelenítette meg a hirdetéseket – az oldal tartalmához vagy tematikájához igazítva. A CTnetwork 2004-es indulása óta dinamikusan fejlődik: kezdetben havonta néhány százezernyi reklám megjelenési (AV) volumennel gazdálkodhatott, s ehhez képest tavaly volt olyan hónap, amelyben ez az érték

elérte az egymilliárdot. A többi piaci szereplőhöz hasonlóan portfóliójában egészen kicsi oldalak és neves, magas



A network legújabb rendszerek költséghatékonyak

Kristók Balázs
CTNETWORK, KKV-ÜZLETÁG

márkaimázsú, látogatott portálok egyaránt található. A szolgáltatók közötti verseny leginkább ez utóbbiakért folyik. A szakember szerint most helyekkel közzel fel van köztük osztva a piac, de

általában egyik sem élvez kizárólagosságot a médiapartneréknél. Manapság valószínűleg nem is lehetne ilyen szerződést kötni, mivel az nem érne meg a tartalomszolgáltatónak – állapította meg Kristók Balázs. Kezdetben, amikor még jószereivel egyszereplős volt a piac, a CTnetwork ezt az utat járta.

Ma viszont nem meglepő, ha egy oldalon (már annak a nyitólapján is) két keresőhirdetés-szolgáltató doboza is megtalálható. A portáltulajdonosok is örömmel hasonlítják össze őket: melyikre kattintanak többen, illetve miként oszlik meg a hirdetési tábor; általában más célcsoportot szolgálnak ki, s ezért is gond nélkül megfér egymás mellett két rendszer.

KAMÉLEON MÓDJÁRA

A CTnetwork rendszerének működése bizonyos tekintetben eltér a piac többi szolgáltatójától; újfajta, a hagyományos hirdetési dobozoktól eltérő megjelenítési formákkal (is) operál. Az ügyféllel és a portáltulajdonossal együttműködve alakítja ki a reklámfelületeket, amelyek – látszatra – szerves részévé válnak a gazdaoldalnak. „Tapasztalataink szerint a hagyományos, elszeparált dobozban megjelenő szöveges hirdetések hatékonysága alacsonyabb a tartalomba integrált ajánlatokénál” – mondta Kristók Balázs. Szerinte a Google-hoz hasonló

globális szolgáltatók a nagy számok miatt nem szolgálhatnak ilyesfajta egyedi megjelenéssel – a megjelenések nem gyárthatók le ugyanis automatikusan, portálonként; az oldal dizájnájához kell őket szabni.

Egy másik érv: a tudatos reklámkerülők száma a világhálón is növekszik, ők elvből nem kattintanak a hirdetésekre, sőt tekintetük automatikusan elkerüli a hirdetésnek látszó tartalmat. A CTnetwork rendszerében megjelenő ajánlatok a gazdaoldal megjelenéséhez igazodnak, ezért a marketingtől idegenkedő felhasználók is nagyobb eséllyel tekintik meg őket. „Természetesen szó sincs bújtatott reklámról és a látogatók félrevezetéséről, hiszen szöveges hirdetés lévén elolvasás után azonosítható a hivatkozás, és az oldalba foglalt megjelenésben éppígy helyet kap a hirdetés megjelölése” – hangsúlyozta Kristók Balázs.

A konkurencia elsősorban a keresők-re és kulcsszavakra épít, a CTnetwork viszont a tartalmi hálózatot helyezi előtérbe. A különféle hirdetések és portálok jellegét figyelembe véve tematikus párosításokat alakít ki. Ennek a módszernek a jóvoltából javult a megjelenési/kattintási arány, és az így megnyert látogatók között nem kevesebb a potenciális vevőjelölt, mint a konkurenciánál – állapította meg a szakember.

Kardvívó védi a hírközlési fogyasztók jogait

2007 novembere óta Takács Péter a hírközlési fogyasztói jogok képviselője (HFJK). A távközlési szakemberrel az előtte álló feladatokról és teendőkről beszélgettünk. [Írta: Vass Enikő]

Computerworld-Számítástechnika: Kardvívóként kezdte pályafutását, az olimpiai csapatnak is tagja volt. A hírközlés területén is komoly csatákat kell vívni?

Takács Péter: Tízéves koromban kezdtem a vívást, és életem egyik fontos része lett. Közgazdasági és informatikai diplomát szereztem, miközben sportoltam, és a megszerzett tudást a Nemzeti Hírközlési Hatóságnál (NHH) végzett munkámban jól tudom hasznosítani. A hírközlési fogyasztói jogok képviselőjeként ismernem kell ezt a piacot, ugyanakkor én nem hatóságként lépek fel. A feladatom, hogy tájékoztassam a fogyasztókat, elébe menjek a problémáknak, segítsék a visszas ügyek megoldásában, valamint egyeztessenek a szolgáltatókkal. A kérdésre válaszolva pedig, bizony segíthet sportoló múltam is az érdekérvényesítésben.

CW-SZT: Mivel is foglalkozik a hírközlési fogyasztói jogok képviselője?

T.P.: A hírközlési szolgáltatásokat – telefon, internet, mobiltelefon, kábeltévé és posta – igénybe vevő fogyasztók problémáival foglalkozunk. A problémákat, kérdéseket telefonon, e-mailen is fogadjuk, s mivel mi nem vagyunk hatóság, kötetlenebb formában tudunk válaszolni, segíteni a gondok megoldásában, mint sok esetben az NHH. A HFJK igyekszik semleges álláspontot képviselni; szerepe nem az igazságszítás, hanem a problémamegoldás. Ha a fogyasztók olyan kérdéssel fordulnak hozzánk, amelyben az NHH vagy

egy társhatóság az illetékes, akkor bevonjuk őket a munkába. Vannak olyan esetek, amikor nem tudjuk a problémát megoldani, mert már bírósági ügyről van szó. Ilyenkor tanácsot tudunk adni, hogy milyen iratra lesz az érintetteknek szüksége, azt hova kell vinnie, mire kell vigyáznia stb.

CW-SZT: November közepén kezdte meg a munkát. Az eltelt rövid időszakról készített már mérleget?

T.P.: Ha csupán a számokat nézzük, akkor a korábbi havi 40-50 panasz helyett most januárban 82 érkezett. Az eltelt pár hónap mégis inkább a jövő tervezéséről szólt. Arról, hogyan, milyen eszközökkel segíthetjük a hírközlési szolgáltatásokat igénybe vevőket abban, hogy tudatos döntéseket hozzanak.

CW-SZT: Miről panaszkodnak leginkább a fogyasztók?

T.P.: Jelenleg slágertéma a telefonos hangszerződés – amikor a távollévők között telefonon keresztül úgy kötnek szerződéseket, hogy azok nem megfelelők. Hangsúlyozom: nem a hangszerződéssel van problémánk, hanem azzal, ha egy szolgáltató úgy él (illetve inkább visszaél) ezzel a kényelmes szerződéskötési lehetőséggel, hogy az a fogyasztókat hátrányosan érinti. A hangszerződés az egyszerű szerződések között akkor alkalmas szerződési forma, amikor mind a két fél jól ismeri az adott terméket, a fogyasztó pontosan tudja, hogy mit kínálnak neki, és mire mond igent vagy nemet. Sajnos gyakran találkozunk nem, vagy félretájé-

koztatott fogyasztókkal, sőt olyan eset is előfordul, amikor nem is a szerződésre jogosult féllel kötik a megállapodást. Ha valaki ilyen helyzetbe kerül, akkor azt javasolom, bátran forduljon hozzánk, ezeket a problémákat meg tudjuk oldani. Több szolgáltató is belátta már, hogy ezeket a panaszokat kezelnie kell, de a legjobb: megelőzni. Azt tanácsolom ebben az esetben a fogyasztóknak, hogy jelezzék egyértelműen, ha nem érdekli őket az ajánlat, vagy legalább kérjenek további írásos tájékoztatást. Hangsúlyozom a tájékoztatást –, ha valakit érdekel az ajánlott lehetőség.

CW-SZT: Elfogadhatatlan, örült panaszok is érkeznek?

T.P.: Alapvetően minden ügyből mi is tanulunk, sokszor a beadványokból szer-

zünk tudomást a problémákról. Van, hogy egy adott területen minőségi problémák merülnek fel, és vannak panaszok, amelyek nem a hírközléssel kapcsolatosak. Nyilván akadnak, akik ezt a fórumot arra használják, hogy csak általánosan panaszkodjanak, kiöntsék a szívüket. A hivatal munkatársai ezeket is igyekeznek kezelni, ha tudunk, foglalkozunk velük, ám érdemi választ, megoldást nem minden esetben tudunk kínálni. Érzek minősíthetetlen hangvételek levelek is, a múltkor például az egyik ügyfelet az internetes kapcsolat sávszélessége miatt ragadta el a hév...

CW-SZT: Érdekes, hogy a sávszélességet említi. Utolsó sajtótájékoztatójukon arról is beszéltek, hogy az

A HFJK működése

A hírközlési fogyasztói jogok képviselője (HFJK) intézményét az elektronikus hírközlési törvény teremtette meg. Takács Péter 2007. november 15. óta tölti be a posztot. Elődje, az első HFJK, 2004 áprilisától látta el feladatát. A hivatal az NHH égisze alatt működik. A HFJK-nak nincs hatósági jogköre, határozatot nem hoz. A fogyasztói ügyekben eljár, illetve a beadványok egy

részét más hivatalokhoz továbbítja. Tevékenysége elsősorban a hírközlési piac szereplőivel, a társhatóságokkal és fogyasztóvédelmi szervezetekkel való egyeztetésekre, illetve jogszabályok előkészítésére, véleményezésére terjed ki. A képviselőhöz közvetlenül is lehet panasszal fordulni: telefonon a 06-1/457-7141-es számon vagy a hfjk@nhh.hu e-mail címen.

CIO⁰⁸

Konferencia és kiállítás

Hangszerelés változásszimfóniára

2008. április 17–18.
Siófok, Hotel Azúr



Informatikai döntéshozók éves találkozója

Fókusz: a vállalatok környezetében végbemenő változások IT-menedzsmentje

Ízelítő témáinkból

- **Szerverszobából bőrfotelbe:** a változással együtt a CIO-k szerepe is átalakult a vállalatok életében – stratégiai befolyású szereplővé váltak
- **Alulértékelt CIO-k**
- **Változások mindenáron,** avagy a változásmenedzsment alapjai
- **A technológiaváltozás jövője** – mire készülhet a CIO?
- **Szemben a menedzsmenttel** – CIO-sikerek és kudarcok
- **Az IT projektszerű működtetésének előnyei a vállalatoknál**
- **A vállalatméret változásának informatikai hatásai**
- **Virtuális hulladékgazdálkodás**
- **Jogosultságok, szolgáltatások** és ezek biztonságossága nagyvállalati környezetben
- **Garaszkodás és berhelés** – magyar IT-beszerzési tradíciók

A konferencia teljes részvételi díja szállással

2008. április 4-től	68 000 Ft+áfa
Részvételi díj korai jelentkezés esetén	
2008. március 27-ig	48 000 Ft+áfa
CIO-k, tavalyi résztvevők és az államigazgatási szektor dolgozói számára	38 000 Ft+áfa

Jelentkezési határidő: 2008. április 16., 12 óra

Bővebb információ és jelentkezés: www.fn.hu/konferencia

Telefon: 437-1414

e-mail: konferencia@sanomabp.hu

Szervezők:

számítástechnika
COMPUTERWORLD **FIGYELŐ**

Szakmai
védnök:



Szakmai
támogató:



Média támogatók:



internetszolgáltatóknak a garantált sávszélességet is fel kellene tüntetniük a hirdetésekben...

T.P.: A hírközlési szolgáltatókat a jogszabályok arra kötelezik, hogy minimális minőségi paramétereket adjanak meg, amelyeket minden esetben garantálnak. Az ADSL-nél például ez a minimális le- és feltöltési sebesség. Sok esetben azonban sajnos a hirdett és a garantált sávszélesség nagyon messze van, esetenként köszönő viszonyban sincs egymással (például akár 8 Mbit/s sebesség..., de a garantált érték csak 512 kbit/s). A fogyasztó elsődlegesen a hirdett értéket látja és a garantált értéket már nem. Azt szeretnénk, ha ez a két érték közeledne egymáshoz, azaz hogy a szolgáltatók próbálják meg a garantált sávszélességet fejlesztések árán növelni, és ne hirdessék a garantált tizenhat-szorosát. Erről folyamatosan egyeztetünk velük, sőt a reklámszövetség is partner lesz abban, hogy korrekt legyen a figyelemfelhívás, és hirdeteiken a garantált sávszélesség is megjelenjen. Sok problémára az is megoldás lenne, ha a szolgáltatók a hűség szerződésben is lehetővé tennék, hogy a fogyasztók indokolt esetben válthassanak, illetve az eredeti szerződést úgy módosítsák, hogy a számukra valószínűleg elérhető sebességű szolgáltatást vehessék igénybe.

CW-SZT: Ehhez viszont kellene egy megbízható, független sebességmérő...

T.P.: Igen, ezzel tisztában vagyunk és keressük is a megoldást. Nem egyszerű a hiteles mérés, de azon vagyunk, hogy a TANTUSZ portálon elérhetővé tegyünk egy ilyen szolgáltatást is.

CW-SZT: Mobilinternet tekintetében van panasz?

T.P.: Általánosságban a mobilszolgáltatók ellen ma igen kevés a panasz. Piaci helyzetükből adódóan – három szereplő van ezen a piacon, a verseny igen éles, nagyon jól körülhatárolhatók a szereplők – a szolgáltatók igyekeznek minőségi termékekkel megjelenni a piacon, és úgy tűnik, sikerül is. A roaminggal kapcsolatban van néhány probléma. Köztudott, hogy tavaly nyáron csökkent a hívásindítás és hívásfogadás díja külföldön, és sokan azt hitték: az adatroamingot is hasonló módon szabályozták, és azt is alacsonyabb áron lehet igénybe venni. Sajnos ezt a területet az EU még nem szabályozta, így itt az árak rendkívül magasak. A külföldre utazóknak egyelőre erre még nagyon oda kell figyelniük, és tudniuk kell, hogy mennyibe kerül az adatforgalom vagy az SMS-, MMS-küldés. Ezért azt javasolom, a jelenlegi árak mellett ezeket a szolgáltatásokat körültekintően vegyék igénybe. A roamingot il-

letően azonban más témában is volt már panasz: előfordult, hogy a határszáron táborozó gyermek mobiltelefonja automatikusan áttért a külföldi hálózatra, és így még a hívásfogadás is pénzbe került. Akik ilyen zónában laktak, már ismerik ezt a jelenséget, de azoknak, akik csak



Takács Péter

Hírközlési fogyasztói jogok képviselője

ideiglenesen tartózkodnak ilyen területen, készítettünk egy térképet és megjelöltük az „átlógós”, veszélyeztetett zónákat. A külföldi hálózatok egyébként szabályosan is átlóghatnak, a nemzetközi előírások szerint, csak

ezt jó, ha tudja, aki éppen ott tartózkodik. A roaminggal kapcsolatban egyébként talán azért nincs sok probléma, mert jól működik a roaming- és a mobil TANTUSZ szolgáltatásunk.

CW-SZT: Nehéz a távközlési szolgáltatókkal egyeztetni?

T.P.: Néha igen, néha nem, nehéz általánosítani. Ezek a szolgáltatók profitorientáltak, versenyhelyzetben lévő cégek, amelyek a maximumot szeretnék teljesíteni. A mi feladatunk pedig megvédeni a szolgáltatók túlkapásaitól a fogyasztókat, és megelőzni a panaszos helyzetek kialakulását. A szolgáltatók néha együttműködnek, máskor akadályt gördítenek elénk. Elég, ha például a TANTUSZ portál helyzetét nézzük, amit egyebek mellett azért alakítottunk ki, hogy a távközlési tarifák és a szolgáltatási területek ismeretek legyenek. Azt képzeltük, a szolgáltatók örülni fognak egy újabb felületnek, ahol termékeiket és szolgáltatásaikat meg tudják ismertetni a nagyközönséggel. Ám gyakori, hogy nekünk kell az adatokat elkérni tőlük, nekünk kell feltölteni az adatbázist, holott ezt ők is automatikusan megtehetnék. Remélem, idővel ez a helyzet változni fog, és a szolgáltatók is belátják, hogy milyen előnyökkel jár, ha egy ilyen, sokak által látogatott felületen szerepelnek. Ehhez, no és sok más ügyszö – például a szolgáltatók megtartásának megváltozásához – is idő kell. A fogyasztói tudatosság növekedésével a szolgáltatók prioritásai is átrendeződnek. És akkor talán egy kevésbé harcias, kardvívásban járatlan emberre lesz szükség e tisztség betöltéséhez...

IDG konferencia a tesztelésről

Az IDG konferenciasorozatának legutolsó előadása, amely teltházas részvétellel zajlott, a szoftvertesztelés témakörét járta körül. [Írta: Bartók Nagy János]

A HP Alkalmazástesztelési szolgáltatások üzletág szakértője, *Dacher László*, a szoftvertesztelés legfontosabb alapfogalmainak bemutatásával kezdte előadását. Rámutatott néhány triviálisnak tűnő, de gyakran elfelejtett alapigazságra is, például hogy a fejlesztés minél korábbi fázisában derül fény egy hibára, annál gyorsabb és olcsóbb annak elhárítása. (A szakirodalom szerint a végső tesztelési fázisban a hibajavítás költségei akár a harmincszorosát is elérhetik a követelményelemzés során felismert hibákhoz képest!)

Az is mért tapasztalat, hogy a tipikus alkalmazásfejlesztés költségeinek majd háromnegyede a rossz specifikáció okozta késői és drága módosításokra megy el. Mindezek minden másnál beszédesebb érvként szolgálnak egy átgondolt, hatékony tesztelési módszertan és eszközkészlet mellett.

A HP rendelkezik mind a korszerű eszközökkel, mind az azokat támogató módszertannal, mondta az előadó. Használatukkal becslhetővé, előre kalkulálhatóvá és mérhetővé válnak a fejlesztés során gyakran nem számszerűsíthető teherként vagy kockázatként megjelenő költségek is.

A HP Quality Center termékei teljes körű menedzselte tesztelési folyamatot tesznek lehetővé (követelményellenőrzés, biztonsági, funkcionális és regressziós teszt) egy automatikus tesztelési keretrendszerbe ágyazva, amelynek használatával radikálisan csökkenthető a tesztelés időtartama.

A HP Performance Center termékei terheléstesztetek automatikus végrehajtását, hibák esetén a szükséges real-time diagnosztikai lehetőségeket biztosítják. A HP Application Security Center termékei révén a biztonsági szempontok sem sikkadhatnak el a fejlesztésnél. Segítségükkel az alkalmazás teljes életciklusa során, mind a fejlesztés, mind a tesztelés alatt végrehajthatók automatikus biztonsági tesztek, a szoftverek kimutatják a biztonsági szempontból aggályos részeket. Az előadás nagy hangsúlyt fektetett a kapcsolódó megtérülési számítások bemutatásán keresztül annak demonstrálására, hogy a tesztelésre fordított költség nem kidobott pénz: a jobb minőségben, határidőre elkészülő szoftverek azonnal jelentkező költségsökkenést jelentenek, elég, ha csak a radikálisan csökkenő támogatási költségekre gondolunk.

CIB-IEB – EGY FÚZIÓ TAPASZTALATAI

Év elején informatikai szempontból is megtörtént a CIB és az IEB egyesülése. *Mikuska Márk László*, a CIB tesztelési

si vezetője számolt be a fúzió tapasztalatairól. Előadásában részletesen beszélt az integrációs projekt kialakításáról, a szükséges adatmigrációk, adattisztítások és tesztek szervezeti-módszertani kérdéseiről. Mivel az új rendszer javarészt a CIB meglévő rendszereire épült, alapvető fontosságú volt, hogy az IEB ügyféléadatai hiánytalanul átkerüljenek a CIB rendszereibe, s ugyanakkor ezek ne befolyásolják a rendszerek működőképességét.

Tesztelési szempontból a projekt 4 nagy funkcionális részre volt osztható: *adatvalidáció* (annak ellenőrzése, hogy az IEB adatai hibátlanul – a forgatási szabályoknak megfelelően – kerüljenek át); *gap teszt* (annak ellenőrzése, hogy a migráció miatt szükségessé vált, önmagukban már letesztelt új termékek és funkcionális változások az integrált környezetben hibamentesen működjenek); *regressziós teszt az IEB-s migrált adatokon* (annak ellenőrzése, hogy a bank alkalmazásainak alapfunkciói hibátlanul működnek-e a bemigrált IEB-s adatokon); *regressziós teszt a CIB rendszerein* (annak ellenőrzése, hogy a migrációs változások nem okoznak-e hibát a banki alkalmazások alapfunkcióiban).

A teljes projekt erőforrásigénye mintegy 230 emberév (!) volt. A szükséges folyamatok bonyolultságát mi sem mutatja jobban, mint hogy volt olyan pillanat az adatátvitelés és az egységes rendszerek indításának kritikus szakaszában, amikor több

mint 200 tesztelő dolgozott az új, egységes rendszerbe került adatok összevetésén, a rendszerek funkcionális működésének ellenőrzésén, hogy az új év első banki munkanapján a felhasználók zökkenőmentesen vehessék igénybe a megszokott szolgáltatásokat.

IQSYS – TESZTELÉS NAGYVÁLLALATI KÖRNYEZETBEN

Császár Zoltán, az IQSYS tesztelési kompetenciaközpontjának vezetője először a kompetenciaközpontot mutatta be, amely a T-Systems csoport részeként mind független tesztelési szolgáltatásokat, mind tanácsadást nyújt ügyfeleinek.

Mint azt előadásában kifejtette, a nagyvállalati környezetek a maguk komplex szervezeti struktúrájukkal, kiterjedt alkalmazásportfóliójukkal különös kihívást jelentenek tesztelési szempontból, amelyek speciális válaszokat igényelhetnek. Már önmagában a nagyvállalati jelleg is bonyolítja a tesztelési alaphelyzetet, hiszen adott tekintetben eltérő érdekek és szempontok érvényesülhetnek egy kereskedelmi szoftver, egy házon belül fejlesztett alkalmazás, vagy egy alkalmazásintegráció esetében. Az előadás első része a *tesztelés automatizálásának* témakörét járta körül, hogyan és milyen eszközökkel érdemes választani, hogyan kell a tesztelési típusokat és paramétereket meghatározni,

miket kell figyelembe venni a tesztelési script hordozhatóságával kapcsolatban.

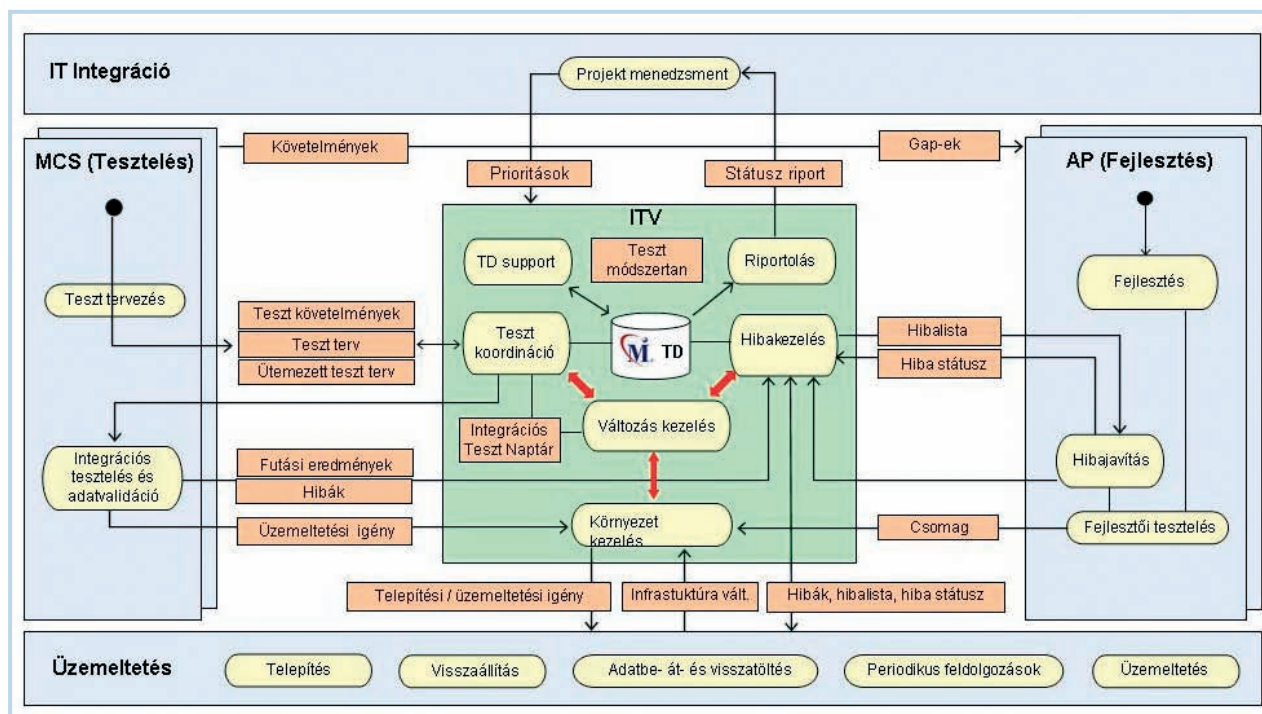
Kimondottan nagyvállalati probléma a *tesztek szervezeti kérdéseinek kezelése*. A megfelelő tesztelési környezet kialakítása egyrészt komplex projektvezetési tevékenységet jelent, másrészt jól működő verziókezelési folyamatokat feltételez (amihez megint csak nem árt a szoftveres támogatás). Persze egy bizonyos méret-határ felett elkerülhetetlenek a szervezeti változ(tat)ások, például önálló tesztelési osztály vagy szervezet létrehozása.

A *tesztmenedzsment* célja a kockázatmeghatározás és a „döntés-előkészítés, gyakorlatilag a tesztelési folyamatok operatív menedzsmentjét jelenti, a maga speciális problémáival.

Végül a *hibamenedzsment* szót a hibakeresési-fejlesztési folyamatok összefogásáról, a hibák naplózásáról, nyilvántartásáról és besorolásáról.

RAIFFEISEN – ADATTÁRHÁZ-RENDSZEREK TESZTELÉSE

A konferencia másik ügyfélelőadását *Angyal Gergely*, a Raiffeisen tesztelési csoportvezetője tartotta, aki adattárház-rendszerek tesztelését mutatta be saját tapasztalataik alapján. Részletes áttekintést kaphattunk az adattárház-rendszerek általános felépítéséről és fejlesztési folyamatairól, valamint az adattárházakban tipikus transzportálási folyamatokról. Az adattárházak tesztelésének is megvannak a maga sajátosságai, ezek közül elsősorban a nagy adatmennyiségek okozta problémákat és nehézségeket érdemes említeni, amelyek befolyásolják mind a funkcionális tesztelés, mind a teljesítménytesztelést. Az előadás végül bemutatta a használt teszt típusokat és szólt a tervezett fejlesztésekről.



Gyorsan és megfontoltan

„Nemhogy napra, de percre késznek kell lenni a lapterjesztésben” - mondja Takács Tibor, a Lapker informatikai igazgatója, a Vezető Informatikusok Szövetségének (VISZ) elnöke. Megbízható informatikai háttér nélkül jóval kevesebb napi- és hetilap, havi periodika közül válogathatnánk nap mint nap az újságosnál. A hatékony munkában pedig ott van a VISZ többi tagvállalatának tapasztalata. [Írta: Goldberger Márton]

Takács Tibor: Nap mint nap nagyon sok árut kell nagyon rövid idő alatt megmozgatni a lapterjesztésben. Minden percre megvan a feladata, és az egymásra épülő lépések mindegyikénél vigyázni kell, hogy egy-egy esetleges zökkenő a lehető leg-rövidebb megtorpanást idézhesse elő, hisz a lapoknak mindenképpen el kell jutniuk a vásárlókhoz. Nekünk, vásárlóknak megvannak a szokásaink: a legtöbben reggel vesszük meg a sajtótermékeket, tehát ha nyitásra nincsenek ott a lapok a pavilonban, sose vesszük már meg. Napközben már nem megyünk vissza az újságért, délután meg inkább a tévére számítunk az aktuális hírek megismerésében. Ami a terjesztés oldaláról annyit tesz, hogy pár órás késés is mérhető forgalom- és árbevétel-kieséssel jár. A tejet, kenyeret el lehet adni másnap, de a napilapot nem.

Az erősen testre szabott iparági média SAP-megoldással napi másfél millió tranzakciót dolgozunk fel. A cég mindig homogenitásra törekedett, a rendszerintegráció szempontjából ezért jó a helyzet, nincsenek szigetszerű rész megoldások, az SAP lefedi a fo-



Takács Tibor

elnök
Vezető Informatikusok Szövetsége

lyamatok 80 százalékát. A disztribúció támogatása, a teljes pénzügyi elszámolás SAP-ban történik, de van egy ügyfélkapcsolati rendszerünk az árusokkal való kapcsolatok kezelésére, hiszen ők a mi közvetlen vásárlóink. Az alapvetően ügyfélpanaszok kezelésére koncentrált CRM – egyedileg fejlesztett alkalmazás, az SAP CRM testre szabása a különleges igényeink miatt drágább lett volna.

A másik fő terület, amihez saját programot fejlesztettünk, a remittenda kezelése. Naponta több mint 12 000 áruhelyről jönnek vissza lejárt lapok – az aznapi lejáratok alapján nyomtatott és a reggeli csomaggal együtt kiszállított, az árus által kitöltött nyomtatvány kíséretében. A remittendajegyzéket OCR-rel dolgozzuk fel az SAP-rendszer számára. Ennek és a kiszállítástervezésnek az összevetésével számolunk el a kereskedővel.

Sokat köszönhetünk annak is, hogy SAP BW-vel tudjuk naponta elemezni: az egyes áruhelyeken melyik termék mennyire fogy, melyek az aktuális értékesítési adatok. Ezt az információt

naponta visszacsatoljuk a rendszerbe, s finoman tudjuk szabályozni általa a lapok szétosztását az árusítóhelyek között. A kiadók pedig napi szintű adatokat kapnak a lapjaikra vonatkozóan.

Computerworld-Számítástechnika: A marketingben is van együttműködés a lapkiadókkal?

T.T.: Marketingszolgáltatást értékesítünk nekik. Saját üzlethálózatunknak sok olyan eladható felülete van, ahol reklámozni, a vásárló szeme elé lehet tenni a lapokat.

CW-SZT: Tehát van egy SAP-rendszerrel támogatott logisztika, kétlépcsős feldolgozással. Előbb a központban raknak össze csomagokat a heti- és havilapokból a regionális részlegek számára, majd ott áruhelyekre osztják szét a lapokat. Ennek a folyamatnak az informatikai támogatása online, vagy inkább bizonylatokkal dolgoznak?

T.T.: A logisztikai feladatok végrehajtásának támogatása részben terminálokon történik, míg a tényleges fizikai munkafolyamatnál papíralapú dokumentumokkal (szállítólevelekkel) dolgozunk. Egy papírra nyomtatott lista alapján állítják össze a rakodók a regionális elosztóközpontoknak szánt kötegeket, ahol szintén a szállítólevél alapján osztják tovább a lapokat az újságos üzletekbe. A Lapker központjában csak a magazinokkal dolgozunk, a napilapokat már a nyomdában szétosztják a régiókra, és közvetlenül nekik szállítják ki.

A disztribúciót tehát papírra nyomtatott bizonylatokkal támogatjuk, de a központ mellett kilenc távoli helyszínen vannak informatikai feladatok, eszközök. Mindenki ugyanabban az SAP-rendszerben dolgozik, mind egy, hogy melyik régiós központban ül le valaki a terminálhoz, ugyanazt az SAP-t használja. Az üzletmenet folyamatossága érdekében a kommunikációs vonalokhoz van a távközlési szolgáltató hálózatától független tartalék megoldás, és az SAP-rendszerrel is élünk a biztonsági megoldásokkal. Van egy tartalék rendszer, amely negyedórás késéssel megkapja a tranzakciós adatokat, ezeket a fő rendszer dolgozza fel. Vagyis hiba esetén legfeljebb negyedóra információ esik ki. Ejszaka nem is történik online tranzakció az SAP-rendszerben.

CW-SZT: Nyugodtan, megbízhatóan dolgozik a háttérben az informatika, és eközben ön ráér a VISZ ügyeivel foglalkozni!

T.T.: Úgy szervezem a munkámat,

hogy tudjak rá időt szakítani, a legtöbbet pedig a Lapker profitálja azokból az információkból, tapasztalatokból, amelyekhez VISZ-tagként hozzá tudok jutni. A VISZ 1997-ben alakult, tagjai a hazai nagyvállalatok közül kerülnek ki, és a tagokat általában az első számú informatikai vezető képviseli a szövetség-

A VISZ-ben gyorsan kapok információt bizonyos kérdésekben.

Márpedig ezen a szinten a jó információ haszna milliókban mérhető.

ben. 2002 óta vagyok tagja a VISZ elnökségének, és 2007 novemberében választott meg a közgyűlés elnöknek.

CW-SZT: Most, hogy már túl van a VISZ a tízéves jubileumon, biztosan látszik, mennyire sikerült az alapításakor kijelölt célt elérni.

T.T.: A szervezet 10 év után is jól működik, tagsága az évek alatt folyamatosan bővült. Érdemes belépni. Éves tagdíj van, ezt a vállalatok fizetik, cserébe részt vehetünk a magyar gazdaságban egyedülálló együttműködésben, tapasztalatcserében. A magam részéről évek óta sokat profitálok ebből. A közvetlen kapcsolat a hasonló méretű cégekkel számomra azzal az előnnyel jár, hogy jó rálátást szerzek a hazai vállalati informatika problémáira és a bejáratott megoldásokra, amelyeket a vállalatunknál hasznosítani tudok. Bizonyos kérdésekben egy-egy probléma megoldásához vagy egy szállító megítéléséhez gyorsan kapok információt. Márpedig ezen a szinten a jó információ haszna milliókban mérhető.

A másik oldalról vizsgálva, a VISZ olyan fórumokat is teremt, ahol a nagyvállalati kört érdeklő kérdéseket vesszük górcső alá, például új működési modelleket, a külső szabályozók hatásait. Ha egy tagvállalat előrébb tart másoknál egy témában, tudását megosztja a többiekkel, esetenként pedig külső előadót hívunk egy-egy kérdés megvitatására. Havonta egyszer biztosan találkozunk, hogy megbeszéljük az éves munkatervben felvetett kérdéseket. Szoros a kapcsolatunk a CIO-kat megcélzó szakmai konferenciákkal is, ahol védnöki szerepet vállalva próbálunk hatással lenni a témaválasztásra, a szakmai tartalomra. Célunk,

Névjegy

Takács Tibor 1991-ben a BME Villamosmérnöki Karának informatika szakán szerezte első diplomáját, majd két évvel később ugyanott az informatikai szakmérnököt. Ezt követően Pakson a BME Gépészmérnöki Karának főiskolai tagozataként működő Energetikai Szakképzési Intézetben volt főiskolai oktató. A Paks-i Atomerőműben eltöltött 12 év alatt szerzett vezetői gyakorlatot, 1997-

től osztályvezetőként, 2000-től mint az erőmű informatikai vezetője. 2003 novemberétől a Magyar Lapterjesztő Rt. (LAPKER) informatikai igazgatója. 2000-től tagja a Magyarországi Vezető Informatikusok Szövetségének, 2002-től elnökségi tagként, 2004-től alelnökként tevékenykedik. 2007 novemberében a szervezet elnökévé választotta a közgyűlés.

hogy a tudásunkat VISZ-paneleken, kerekasztal-beszélgetéseken vagy előadásokon keresztül megosszuk a CIO-k széles körével. Ilyen alkalom évek óta a CIO Fórum, és ilyen lesz most áprilisban a CIO'08 rendezvény, aminek a VISZ a fővédnöke.

CW-SZT: Márciusban közgyűlésük lesz. Mit terveznek?

T.T.: A következő néhány évre szóló stratégia megalkotása és a VISZ-tagvállalatoktól begyűjtött adatokból készülő éves benchmark tanulmány megújítása lesz napirenden. Ezt a hasznos elemzést minden tagvállalatunk megkapja, amelyik részt vesz az adatgyűjtésben. A benchmark segít a vezetésnek, hogy reális képet kapjon informatikai erőforrásainak felhasználásáról. A tanulmány a hazai nagyvállalatokkal való összevetések mellett nemzetközi összehasonlításokra is lehetőséget ad.

CW-SZT: Ekkora gazdasági potenciált képviselő szövetségről feltehető, hogy törekszik arra, hogy a szabályozók a tagjainak kedvezők, a fejlődésüket segítők legyenek, és a támogatásokhoz is könnyen hozzájussanak. Mit tesz a VISZ ezen a téren?

T.T.: Magyarországon az elmúlt években kialakult pályázati rendszer elsődlegesen a kis- és középvállalatokat, illetve a közigazgatási szférát vagy a nonprofit szervezeteket erősíti. A VISZ tagvállalatai általában túl nagyok ahhoz, hogy pályázhatnak. Az elmúlt években az alapszabályzatban megjelenő szakmai érdekvédelem is háttérbe szorult, és a tapasztalatcsere került előtérbe. Korábban nagyobb intenzitással foglalkoztunk

érdekképviseléssel, de könnyebb is volt, hiszen volt egy Informatikai és Hírközlési Minisztérium, megvolt a közvetlen kapcsolat a kormányzattal és az informatikai szakmához kapcsolódó kormányzati intézményekkel. Az IHM megszűnése a téma szétesztása óta a kormányzati szervek között, ez a tevékenységünk háttérbe szorult.

CW-SZT: A szakemberképzésre mennyire figyel a VISZ?

T.T.: A hazai informatikai szakképzés régóta szívügye a VISZ-nek. A CEU-val szoros a kapcsolatunk, a menedzserképzésben segítettünk összeszedni, mi az, amit tudnia kell a technológiáról a vezetőnek, és tagjaink külső oktatóként is részt vesznek a képzésben. Hat éve alapítottuk az „Év informatikai oktatója” díjat, amelyet minden évben év végén adunk át. Három oktató nyerheti el, intézményi javaslatra. Az értékelésnél fontos szempont, hogy a jelölt mennyire vesz részt szakmai tananyagok elkészítésében, internetes publikálásában, a TDK animálásában.

Az informatikusképzés napirendre került az Informatikai Vezetők Európai Szövetségének (EuroCIO) legutóbbi éves konferenciáján is. Tehát a megfelelő színvonalú informatikai szakemberképzés kérdése Európa más országaiban is foglalkoztatja a VISZ-hez hasonló szervezeteket. Máshol is fontos, hogy a vállalatokat kellően magas szinten kvalifikált informatikusok támogassák. A rendezvényen kiemelt témák közé tartozott, hogyan adjunk piacképes tudást a jövő informatikus generációjának, és hazai gyakorlatunk nagy érdeklődést keltett a résztvevők körében.

A VISZ céljai

- Felhasználói érdekegyeztető tevékenységet lát el az informatikai eszközöket, rendszereket alkalmazó és informatikai szolgáltatásokat igénybe vevő vállalatok és intézmények érdekében, ezen belül javaslatokat, ajánlásokat fogalmaz meg az informatikát érintő jogszabályok, koncepciók kidolgozásához, célkitűzések kialakításához;
- felhasználói elvárásokat fogalmaz meg és intézkedéseket kezdeményez az informatikai gyártók-szolgáltatók felé;
- véleményezi az érdekelt hatóságok által kezdeményezett informatikai szol-

- gáltatásokkal foglalkozó javaslatok, előterjesztések, rendeletek tervezetét, illetve tájékoztatja az érdekelt hatóságokat az informatikai szolgáltatásokkal kapcsolatos tapasztalatairól;
- érdekegyeztető fórumként kíván működni a Szövetség tagjai számára az egymás közti, illetve az informatikai szállítói oldalon érdekelt szervezetekkel való véleményeserében;
- a Szövetség tevékenységéről és rendezvényeiről publikációkat tesz közzé;
- kezdeményezi az informatikai piac más szereplőivel együttesen felállítandó közös szakértői bizottság létrehozását.

SOA START

Összeáll, ami összetett



A SOA Start szolgáltatással saját környezetében vizsgálhatja meg egy SOA-bevezetés várható folyamatát, módszereit, eredményeit. Hogy a SOA elméletből gyakorlattá váljon, megfelelő módszertanra, konkrét tapasztalatokra, szolgáltatóorientált látásmódra van szükség. Az Alerant és BCA szolgáltatása ezt nyújtja az induláshoz.

www.soastart.hu

Alerant Informatikai Zrt.

1117 Budapest, Infopark sétány 1. • Telefon: 205-0055 • Fax: 205-0056
E-mail: info@alerant.hu • www.alerant.hu

Alerant

Üzletre szabott informatika
A SOA magyarországi
szakértője

BCA
tanácsadó partner

Nomen est omen?

Az, hogy egy nagy céghez neves gyártótól származó, egységes gépparkot érdemes kiépíteni, nem is kérdés. De mi a helyzet a kis cégeknél? Milyen pluszt kínálnak a nagy gyártók, amely miatt érdemes az ő gépeiket választani a kis névtelen összeszerelő cégek termékei helyett? [írta: Samu József]

Amióta vége van annak a korszaknak, amikor a kis cégek gépparkjának zöme a bécsi Mariahilfer Strasse üzleteiben vásárolt, a csomagtartóban a lila színű tehenes szénhidrátszeletek alatt becsempészett és a BÁV-on keresztül legalizált alkatrészekből épült fel, azóta kérdés, hogy érdemes-e a néhány fős cégnek márkás gépekbe ruházni, vagy tökéletesen megteszi a sarki számítógépboltban dolgozó szervizes srácok által épített

konfiguráció. A legismertebb gyártók irodába szánt konfigurációit kértük el tesztünkhöz, hogy választ találjunk kérdésünkre: mi az a plusz, amelyet a nagyok tudnak adni a kis számítógépes üzletekben összeszerelt gépekhez képest?

TESZTÜNKRŐL

Egyértelműen a teljesítmény volt az, ami legkevésbé érdekelt minket, hiszen **irodai gépet kerestünk, amelyen szövegszerkesztőt, táblázatkezelőt, könyvelőprogramot, készletnyilvántartót és hasonlókat szokás futtatni, ezeken kívül esetleg szóba jön az elektronikus levelezés, valamint a szűrőlés neten.** Ezekkel a feladatokkal a manapság kapható legolcsóbb, legkevésbé izmos processzor is csuklóból elbánik. Éppen ezért csak a viszonyítás kedvéért közlünk egy adatot arról, hogy a WinRAR 3.61 másodpercenként hány kilobájtnyi adat feldolgozásával végez ezeken. A mértékegységekben kifejezhető paraméterek közül sokkal jobban foglalkoztatott minket, hogy mennyit fogyasztanak az adott konfigurációk. Négy

állapotot vizsgáltunk: a kikapcsoltat, amikor a kapcsolóüzemű tápegység feszültség alatt lévő oldala azért, ha módjával is, de fogyasztja az áramot, a szunynadni küldött (sleep) fogyasztást, az íróasztalon hagyott, semmit sem csináló gép „üresjárat” fogyasztását és azt, amikor a gép „teljes gőzzel” működik. Ez utóbbinál öt percnél tovább jártunk a gépeket 100 százalékos CPU-terheléssel, hogy a hűtésnek is legyen már tennivalója. Elvártuk, hogy a neves gépek csendesek legyenek, értékeltük, ha a törvényben előírt egy évnél több garanciát vállalnak rájuk, illetve azt sem tartottuk mellékesnek, hogy milyen szoftvermellékletet kapunk velük.

LENOVO THINKCENTRE A61E

Szeretnivalóan apró, teljesen zajtalan és abban erős, ami egy irodában kell; ez a ThinkCentre A61e tömönatokban. A géphez külső tápegység jár, amely kicsivel nagyobb, mint amit a noteszgépeknél ismerünk, és alapvetően ez az oka csendességének. A hagyományos ThinkPad/ThinkCentre-fekete gép nagyjából akkora, mint egy lexikon, ideális egy zsúfolt asztalra, és még szexi is. A hűtésről csak érezni, hogy dolgozik, ha közel tesszük a kezünket a gép elejéhez vagy hátuljához, hallani azonban éppen annyira nem lehet, mint a benne dolgozó 3,5 hüvelykes SATA II, Western Digital merevlemez. Ennek 160 gigabájt kapacitását kicsit csökkenti a Lenovótól megszokott, a rendszer-visszaállítást is lehetővé tévő szervizpartíció, de még így is bőven elegendő az irodába, és egyáltalán nem áldozat a pluszszolgál-

tatásokért. Optikai meghajtónak egy szintén SATA felületű, Super-Multi DVD-író kapunk. A 2,1 gigahertzes, kétmagos, AMD Athlon X2 asztali gépbe való CPU könnyedén elboldogul bármilyen feladattal, amely irodai környezetben szóba jöhet. A gépbe SO-DIMM – tehát noteszgépbe való –, 667 MHz-es DDR2 memóriamodul illeszkedik; a nálunk járt példányban 1 gigabájtnyi volt.

Mivel a ThinkCentre A61e Windows Vistával érkezik, mi inkább 2 gigabájttal kérnénk ezt a konfigurációt, különösen, hogy az integrált ATI grafikus vezérlő is ebből foglalja le magának a működéséhez szükséges mennyiséget. Az ATI Radeon X1200 3D-ben igazából nem rúg labdába, de nem is ez a fontos egy irodában, hanem az, hogy kiszolgálja a Vista Aero felületét. A gép egyetlen gyengéje is ehhez kapcsolódik: az analóg VGA-kimenet, amely manapság inkább tűnik túlhaldottnak, mint univerzálisnak. Értékeljük azonban a gigabites Ethernet-vezérlőt, illetve az apró figyelmességként beépített hangszórót.

A ThinkVantage programcsomag a Lenovo gépek olyan sajátja, amelynek segítségével könnyű rendszerbe integrálni őket, emellett számos életmentő szolgáltatást is nyújt, például automatikus firmware-frissítések, rendszer-visszaállítás, diagnosztika stb.

Régi Lenovo-szokás szerint semmilyen telepítőlemez nem kapunk a géppel, s ezért régi szokásunk szerint nem lelkesedünk különösebben. A Lenovo joggal büszke ennek az ultrakisméretű gépnek az alacsony fogyasztására.





Abszolút csendessége miatt egy zsúfolt irodába elsőrangú választás.

HP COMPAQ DC7800P

A HP asztali kínálatából egy Small Form Factor, azaz a megszokottnál kisebb méretű asztali kivitelű gépet nevezett tesztkre. Működés közben meglepően csendes, pedig nem veti be a külső tápegységek trükköt. Az Intel Core 2 Duo processzorra bőven hozza azokat a lóerőket, amelyekre egy irodában szükség van, a két gigabájt memóriával a Vista vidáman fut. Az integrált grafikus vezérlő képes arra, hogy a Vista Aero felületét kiszolgálja, de valamiért a HP is csak fájdalmasan túlhaladott, analóg VGA-kimenetet épít a gépre. Az optikai meghajtó minden nyersanyag megírására képes, ami CD vagy DVD. A 3,5-ös floppy helyén „nagyon sok az egyben” kártyaolvasót találunk, amely a legtöbb irodában valószínűleg érdektelen, de például egy olyan szerkesztőségben, mint amilyen a miénk is, igencsak kapóra jön. Erre került egy extra USB-kapu, így ez a konkrét konfiguráció ebből hármat is hordoz az előlapján.

A DC7800p-ben megtalálni viszont az Intel vPro távfelügyeleti technológiáját. Ez nagyon hasznos lehet a rendszergazda számára, ha cégünknek több telephelye van, esetleg egyes kollégák otthoni irodából dolgoznak. Segítségével meglepően sok karbantartási, beállítási

vagy éppen katasztrófa-elhárítási feladatot végezhető el a távolról!

Kedves figyelmességnek tartjuk a beépített hangszórót, amelyen nem hallgatnánk zenét, de arra tökéletes, hogy a „Windows azt tudja mondani, hogy taaaaa” – és egy munkahelyre ennél többre igazán nincs szükség. A gépen több mint elég USB-kapu található, ráadásul ezekből sem a mellékelt egér, sem a billentyűzet nem foglal le egyet sem, azokon ugyanis PS/2 csatlakozót találunk. Biztos, ami biztos, a jó öreg soros és párhuzamos kapukból is figyel még a hátulapon egy-egy. A gigabites Ethernet-vezérlő szintén örvendetes tartozék.

Apropó Vista! A HP gépének merevlemez-területéből is kicsip valamennyit a szervizpartíció, de ők nem gondolják ezzel elintézettnek a szoftvermellékletek kérdését. Minden mellékelt programot megkapunk CD-ken és DVD-ken is a géphez, és

bár Vista van előtelepítve a gépre – amiről az első rendszerindításkor kell eldöntenünk, hogy magyarul vagy angolul szeretnénk-e használni –, Vista- és XP-telepítő lemez is érkezik a géppel: tésék választani, azt tetszik használni, ami jólesik! Szoftvermellékletből ötös!



DELL OPTIPLEX 755

A Dell az Optiplex 755 minitorony változatát nevezte tesztkünkbe, így ez volt az egyik legnagyobb testű gép a mezőnyben; olyan kivitel, amelyet leginkább az asztal alá szokott elhelyezni az ember. Hogy mi kerül az Optiplexekbe, azt elég széles skáláról választhatja ki a felhasználó, ez a kivitel az arany középutat testesíti meg. Az Intel Pentium sorozatának az utolsó, az Intel asztali processzorainak egyik első kétmagos darabja teljesít szolgálatot – és mint a *táblázatból* kiderül, nem is akárhogy. Bár nem ez a cég legújabb CPU-ja, a teljesítménnyel bizonyosan nem lesz gondunk, ez még az Optiplexekhez választható Celeronokkal sem lenne más képp. Azoknak a felhasználóknak azonban, akik szeretnék egy igazán fejlett távfelügyeleti technológiát használni – nevesítve: a vPrót –, azért érdemes ezt a konfigurációt a Pentium helyett Core 2 Duóval, vagy akár Core 2 Quaddal rendelniük – bármelyikre van lehetőség –, mert a vPro a Core microarchitektúrához kötődik, azaz csak ezekkel a processzorokkal működik, a Pentiummal nem. Ebből is látszik, hogy ebben a gépben sokkal több szunnyad – a RAID1 tömb kezelése is ilyen –, mint amit ez a konkrét konfiguráció kínál. Az 1 gigabájt memóriával Windows XP alatt irodai feladatokra optimális, még úgy is, hogy az integrált grafikus vezérlő – amely amúgy megbirkózna a Vista Aero felületének követelményeivel is – szintén ebből táplálkozik.

Nem egészen értjük, hogy miért elégednek meg a gyártók az analóg VGA-kimenettel, de mint jól látszik, nem a Dell az egyetlen cég, amely úgy gondolja, hogy jól van ez így. A 80 gigabájt SATA II merevlemez a legkisebb kapacitású a tesztben, de úgy gondoljuk, irodai környezetben valószínűleg bőven elég. **A DVD-olvasó megosztotta az ítéseinket, mert az egyik tábor azt mondta, hogy a DVD-írók jelenlegi árait ismerve indoklatlan csak olvasót beépíteni egy ilyen gépbe, ráadásul az utóbbi archiválási okokból hasznos, míg a másik tábor azt hangoztatta, hogy mi a csudának egy irodai gépbe DVD-író;** ha majd valamit archiválni kell, akkor a hálózaton összegyűjtött adatokat kiírja a rendszergazda a saját gépén. Mindkét tábor érvelésében van valami. Abban viszont egyetértettünk, hogy a Dell gépe egészen valószínűtlenül csendes, és úgy sem lehet zajongásra bírni, ha nagyon leterheljük a CPU-t.

A programmellékletet tekintve sajnos azt kell mondanunk, hogy a Dell nem kényezteti el a vásárlókat ezzel a géppel, cserébe a három év helyszíni garancia annál kellemesebb figyelmesség.

ALBACOMP ACTIVA-STANDARD OFFICE

Az egyetlen hazai versenyző apró termetével hódít. A small form factor gép egyértelműen asztallakó, és a mellékelt támasztékok segítségével élére is állítható. A beépített „sok az egyben” memóriakártya-olvasó és az előlapi USB-kapuk így nagyon kényelmesen



elérhető. Tesztünk legszerényebb teljesítményű gépében a mezőny egyetlen egymagos processzora dolgozik, nevezetesen egy 1,6 gigahertzes Intel Celeron. Mielőtt ezért rálegyintenénk, szögezzük le: ez is bőven elegendő a kitűzött célra. Az 1 gigabájt memóriával az XP-hez ideális, még úgy is, hogy az Intel chipkészletbe integrált grafikus vezérlője is ebből választja le magának a működéséhez szükséges megabájtokat.

Az Albacom gépében egyébként egy MSI alaplap dolgozik, s ezt büszkén hirdeti is bejelentkezéskor. Mielőtt ezt negatívumnak könyvelnénk el, nem árt tudni, hogy mindenki a tajvani gyártókkal készített alaplapjait, és pont az MSI az egyik legnevesebb OEM.

Kis mérete ellenére az Albacom gépe zajos. Nem is igazán a hangerejével van baj, hanem azzal, hogy hű-



tőventilátora bosszantó frekvencián fűtül. A szoftvermelléklet az operációs rendszeren kívül kimerül egy DVD-játszó programban. Az Albacomp 3 év szervizgaranciát ad a gépre, amelyhez az ügyfél helyszíni garanciát vásárolhat két munkanapon belüli vagy következő munkanapi kiszállással. Cserébe viszont a gépházát egy kis matricával lezárják. Ezt pedig a legtöbb rendszergazda nem veszi jó néven, hiszen az olyan alapvető karbantartásokat vagy gyorsjavításokat, mint például a portalanítás vagy a bővítőkártya beépítése, inkább maguk látják el, mintsem apróságok miatt szervizbe hordanák a gépet. Amiben azonban az Albacomp veri a mezőnyt, az az ár.

ACER VERITON T661

A Veriton T661 jókora toronyházába azonnal beleszereltünk. Azon túl, hogy fekete, szép és optikai meghajtóit lenyíló ajtók mögé bújtatták, a tetején lévő négy USB-kivezetést, fehallgató- és mikrofonaljzatokat rejtő „spoilert”

és az előtte lévő gumírozott kis polcot is ilyasvalaki tervezte, aki biztosan használt már ilyen gépet, és azt a rendes helyén, az asztal alatt tárolta. Igazán remek! Nem kell térdre vetni magunkat, ha egy USB-kulcsot akarunk bedugni az előlapi csatlakozókba vagy a fehallgatót az aljzataiba, és a gumiborításnak köszönhetően még csak a festését sem karistoljuk össze.

A gép nagyjából annyira zajos, mint egy macska, amikor éppen becserkésközi a zászkmányt. Az Intel Core 2 Duo CPU-ja irodai feladatokra egyenesen túlzás, de a gépen futó Vista miatt inkább 2 gigabájt RAM-mal kérnék ezt a gépet. A 160 gigabájos merevlemez, a DVD-író nem hagy kívánnivalót maga után, mint ahogy a gigabites Ethernet-vezérlő sem, de a chipkészletbe integrált VGA-t ezen a gépen is csak analóg kimenettel látták el. A rengeteg 2.0-s USB-kapu mellé még mutatóba jut egy-egy soros és párhuzamos is, sőt a retróhullámot meglovagolandó, kapunk még egy 3,5 hüvelykes floppymeghajtót is.

A mezőnyből ez a gép fogyasztotta a legtöbbet, cserébe viszont a szoftvermelléklete legalább olyan bőséges,

mint a HP vagy a Lenovo gépeké. CD-n vagy DVD-n azonban nem kapunk hozzá semmit, a telepítőlemezeket az Empowering Technology szoftverrel magunknak kell elkészítenünk. A gépre három év szervizgaranciát vállal az Acer, és a szállítás gondját is magára vállalja, háztól házig.

SUMMÁZÁS

Az világosan látszik, hogy ha neves gyártótól származó gépet választunk, akkor két területen kapunk extrákat: a mellékelt szoftverek és a garanciális idő az, amellyel kényeztetnek minket.

Ugyanakkor érdekes volt látni, hogy a gyártók tökéletesen elegendőnek tartják, hogy analóg VGA-kimenettel szerelik fel irodai konfigurációikat. Persze, ezek univerzálisak, teljesen mindegy, hogy a vevőnek milyen monitora van, ilyen bemenet bizonyosan lesz rajta. Ugyanakkor épp a mára már abszolút megfizethető szintre zsugorodott árú LCD-monitorokon lehet jól agyonvágni a képminőséget, és igencsak randa, mosott képet elérni. Tényleg ennyire nagy költségeteher lenne a DVI-kimenet és minden eshetőségre hozzá egy DVI-analóg VGA-átalakító?

Gyártó	Acer	Albacomp	Dell
Típus	Veriton T661	Activa-Standard Office	Optiplex 755 monitorony
Processzor	DualCore Intel Core 2 Duo E8200, 2600 MHz	Intel Celeron 420, 1600 MHz	DualCore Intel Pentium E2160, 1800 MHz
Memória	1 GB DDR2-667 SDRAM	1 GB DDR2-667 SDRAM	1 GB DDR2-667 SDRAM
Chipkészlet	Intel Q35	Intel i945GC	Intel Q35
Videovezérlő	integrált Intel GMA 950, analóg VGA-kimenet	integrált Intel GMA 950, analóg VGA-kimene	integrált Intel GMA 3100, analóg VGA-kimenet
Merevlemez	Hitachi, 160 GB, SATA II	Samsung, 160 GB, SATA II	Seagate, 80 GB, SATA II
Optikai meghajtó	LG GSA-H31N DVD-író, SATA II	Toshiba-Samsung SH-S203B DVD-író, SATA II	Toshiba-Samsung TS-H353B, DVD-ROM
Kapuk/csatlakozók	4 × USB 2.0 előlapon, 6 × USB 2.0 előlapon, 1 × soros a hátlapon, 1 × párhuzamos a hátlapon, 5.1 audio a hátlapon, 1 × fehallgató, 1 × mikrofon az előlapon	4 × USB 2.0 hátlapon, 2 × USB 2.0 előlapon, 1 × soros a hátlapon, 1 × párhuzamos a hátlapon, 5.1 audio a hátlapon, 1 × fehallgató, 1 × mikrofon az előlapon	6 × USB 2.0 hátlapon, 2 × USB 2.0 előlapon, 1 × soros a hátlapon, 1 × párhuzamos a hátlapon, 1 × mikrofon, 1 × line out a hátlapon, 1 × fehallgató, 1 × mikrofon az előlapon
LAN	Intel 82566DM Gigabit Ethernet	Realtek Gigabit Ethernet	Intel 82566DM Gigabit Ethernet
Méret	185,9×447,4×484,2 mm	400×97×320 mm	408,9×186,9×445 mm
Fogyasztás (megközelítő érték)			
- kikapcsolva	4,6 W	2,6 W	1 W
- sleep üzemmód	8 W	3,3 W	2 W
- üresjárat	54 W	48 W	49 W
- 100%-os CPU-teheléssel	91 W	69 W	70 W
WinRAR teljesítmény	859 KB/s	426 KB/s	786 KB/s
Operációs rendszer	Windows Vista Business OEM	Windows XP Professional SP2 OEM	Windows XP Home SP2 OEM
Mellékelt szoftverek	IntelR Active Management Technology (AMT) 3.0, Acer Empowering Technology (eDataSecurity1, eLock, eRecovery, eSettings, ePerformance Management), Acer LANScope v3.5, Norton Internet Security 2007, CyberLink PowerDVD, NTI CD-Maker Gold, MicrosoftR Office 2007 60 napos próba	Nero 7 Home Essentials SE, Microsoft Office 2007 60 napos próba	Cyberlink PowerDVD DX, DELL diagnosztika programok, XP és Vistadriverekek
Speciális szolgáltatások	-	-	-
Kiegészítők	3,5 hüvelykes floppymeghajtó, 105 gombos magyar PS/2 billentyűzet, 3 gombos, gördítős PS/2 optikai egér	105 gombos magyar PS/2 billentyűzet, 3 gombos, gördítős PS/2 optikai egér, 16 az egyben memóriakártya olvasó	105 gombos magyar USB-billentyűzet, 3 gombos, gördítős USB optikai egér, beépített hangszóró
Ár	169 990 Ft	87 990 Ft	156 000 Ft
Garanciális idő	3 év (szerviz, ingyenes háztól házig szállítással)	3 év (szerviz, de bővíthető)	3 év (helyszíni)
Forgalmazó	Acer viszonteladók	Albacomp Zrt.	HRP Hungary Kft.

Kellemes meglepetés volt azonban, hogy az Albacomp gép kivételével a résztvevők egészen minimális zajt keltettek. A bevetett trükkök a külső tápegységtől a tunel elrendezésű – gyakran 12 centis ventilátorokkal szerelt – hűtésekig terjednek. Ez is olyasmi, amit a sarki PC-bolt csak nehezen tud a neves gyártók után csinálni, hiszen az olcsó PC-házak zöme – épp azért, hogy bármilyen gyártótól származó alaplapot képes legyen fogadni – nem így lett kialakítva.

A szoftvermelléklet kérdését felelős módon kezelik a cégek. Elég csak átnézni a gépek tulajdonságait összefoglaló táblázatot, hogy lássuk, a gyártók többsége szeretne a kedvünkben járni,

és hasznos programokból válogatott összeállítással igyekszik megnyerni minket magának. Ugyanakkor ritka, hogy a mellékelt programokat megkapjuk valamilyen optikai adathordozón is – pont ezért értékeltük nagyra azt, ahogy a HP áll ehhez a kérdéshez. Érdemes tehát felkészülni erre, és a rendszergazdának az új géphadba fogása előtt a teljes merevlemez-tartalomról egy biztonsági men-

tést készíteni egy Partition Magicel, vagy valamilyen hasonló funkciójú segédprogrammal.

Örvendetes azonban, hogy **a törvényben előírt 1 éves garancián túl, kivétel nélkül mindegyik cég 3 év garanciát vállal a termékére.** Abban azonban vannak eltérések, hogy ez szervizgarancia – nekünk kell beszélni a gépet a szervizbe –, vagy hozzánk látogat el a szerelő. Az Acer ugyan szervizgaranciát vállal, de leveszi a vállunkról a szállítás terhét, így ugyanolyan hasznosnak értékeltük szolgáltatásukat, mint a HP-ét és a Dellét.

A fogyasztás tekintetében meglehetősen hasonló adatokat mértünk, ami nem is csoda, hiszen hasonló elemekből építkező konfigurációkat (CPU, alaplap, lapkakészlet, memória) kaptunk a cégektől. A Lenovo minije volt a mezőnyből a legkisebb étvágyú, amiért egyáltalán nem fizetünk teljesítménnyel. A fentiek alapján – úgy gondoljuk – világos, hogy miért a HP gépének ítéltük a *Computerworld* ajánlatát. Bár kétségtelenül ez a gép a legdrágább a mezőnyben, úgy gondoljuk, hogy á-teljesítmény arányban ezzel kapjuk a legtöbbet.

Portfolio Manager IBM módra

Az IBM Rational Portfolio Manager (RPM) terméke átfogó projekt- és portfóliómenedzsment eszköz, amely magában foglalja a portfólióelemzést és -tervezést, támogatja a pénzügyi és IT-beruházások ellenőrzését, az erőforrás-gazdálkodást, a folyamat- és projektmenedzsmentet, valamint azok teljes körű követését.

Az IT Governance számtalan problémájára ad megoldást – elsősorban az IT és üzlet összehangoltabb működését elősegítő –, kockázatkezelést és változáskezelést támogatva, szabványosított folyamatok mentén biztosítva az összetett projektek és programok áttekinthetőségét.

Az RPM olyan megoldás, amely a már kialakult folyamatokra és gyakorlatokra építve rugalmasan hozzáigazítható a vállalat igényeihez, hogy illeszkedjen a meglévő szolgáltatásokhoz és termékekhez. Így kiegészíti az IBM többi alkalmazáséletciklus-menedzsment megoldását és az IT-szolgáltatás-menedzsment technológiáit, de segítségével más, nem IBM-termékek is integrálhatók.

Az IBM Rational portfóliókezelő teljes körű projekttervezést tesz lehetővé az integrált interaktív Gantt-táblák készítésétől kezdve a többszörös naptártámogatáson át (alap-, erőforrás- és projektnaptár) az erőforrás-kihasználás táblázatainak elkészítéséig. Az analitika és az üzleti információk közvetlenül az alkalmazás integrált projektportfólió jelentésétől eszközzein keresztül nyerhetők ki. A beépített iratkezelő funkcióval dokumentumok csatolhatók a munkafolyamatok szervezeti tagolása (work breakdown structure, WBS) szerinti bármelyik szinthez. Az iratkezelő rendszer minden dokumentumot beléptető-kiléptető funkcióval irányít, kéri az elektronikus aláírást, feljegyzi az átdolgozások történetét, és a változatokat teljes mértékben ellenőrzése alatt tartja.

Emellett a portfóliókezelő biztosítja a vállalat portfóliója és projektjei átláthatóságát és teljes körű felügyeletét, az akadálytalan termékfejlesztést és a termékek életciklus-menedzsmentjét automatizált bevált gyakorlatok (best practice) mentén. Újrahasznosítható módszertanokat és folyamatdefiníciókat kínál, emellett elősegíti, hogy az üzleti célokhoz rendeltlen lehessen felállítani az IT-befektetések fontossági sorrendjét, valamint integrált eszközökkel kínál a projektek pénzügyi menedzsmentjéhez és a teljes körű idő-, költségjelentések készítéséhez.

Az IBM Rational portfóliókezelő többek között a következő folyamatmintákat tartalmazza: a Rational Unified Process különböző változatait (például RUP for Systems Engineering), a SOA Governance-et és az IBM Tivoli Unified Process-t.

Mivel a portfóliókezelő sok platformot támogat (operációs rendszerek: AIX, RS/6000, egyéb Unix, Linux, Windows 2000/2003; adatbázisok: Oracle, DB2; alkalmazásszerverek: WebSphere, Apache Tomcat, Bea WebLogic, JBoss, Sun One Application Server, Oracle AS), szinte mindig felhasználható a meglévő infrastruktúra.

Az IBM Rationalt integrálták a Rational termékes család alábbi tagjaival: *IBM Rational ProjectConsole* – segítségével a projekt részletesebben nyomon követhető, a portfólióban szereplő projektek összes adatát figyelembe véve időben figyelmeztet a projektek trendjére. *IBM Rational Method Composer* – a folyamatok tervezésével és felügyeletével, valamint a feladatok és a kollégák által végzett munka összekapcsolásával segíti a projektek menedzselését a teljes életcikluson keresztül.

IBM Rational ClearQuest – segítségével a projektmenedzsment részletesen áttekinthető a fejlesztési feladatokat. Biztosítja a hatékony erőforrás-tervezést úgy, hogy a részletes fejlesztési tevékenységek állapotát áttemeli a Portfólió Managerben szereplő feladatokhoz. Az integráció révén az alapvető folyamatok és eljárások jelentős változtatása nélkül is jobban irányíthatók a tevékenységek.

IBM Rational RequisitePro – a projektvezetőknek nagyobb rálátást ad a fejlesztési tevékenységekre és a követelményekre, valamint lehetővé teszi az üzleti elemzőknek a követelmények megvalósításának követését.

Az RPM-et 2008. április 2-án ingyenes workshop keretében mutatja be a Quattrosoft Kft. és az Avnet Technology Solutions Kft. (cím: 1117 Budapest, Budafoki út 91–93. IP West Irodaház 6. em.). Jelentkezni a balazs.preisinger@avnet.com e-mail címen lehet. ■

HP	Lenovo
Compaq DC7800p SFF	ThinkCentre A61e 6449-I2G
DualCore Intel Core 2 Duo E6550, 2333 MHz	DualCore AMD Athlon X2, BE-2350, 2100 MHz
2 GB DDR2-667 SDRAM	1 GB DDR2-667 SDRAM (SO DIMM)
Intel Q35	AMD 690V
integrált Intel GMA 3100, analóg VGA-kimenet	integrált ATI Radeon X1200, analóg VGA-kimenet
Seagate, 160 GB, SATA II	Western Digital, 160GB, SATA II
LG GSA-H60L Super-Multi DVD-író, SATA II	Toshiba-Samsung TS-H653A Super-Multi DVD-író, SATA II
6 × USB 2.0 hátlapon, 2(+1) × USB 2.0 előlapon, 1 × soros a hátlapon, 1 × párhuzamos a hátlapon, 1 × mikrofon, 1 × line out a hátlapon, 1 × fejhallgató, 1 × mikrofon az előlapon	4 × USB 2.0 hátlapon, 2 × USB 2.0 előlapon, 1 × fejhallgató, 1 × mikrofon, 1 × line out a hátlapon, 1 × fejhallgató, 1 × mikrofon az előlapon
Intel 82566DM Gigabit Ethernet	Broadcom NetLink Gigabit Ethernet
337,82×378,5×100,33 mm	81×275×242 mm
1,3 W	0,9 W
2 W	2 W
42 W	38 W
73 W	67 W
665 KB/s	712 KB/s
Windows Vista Business OEM vagy Windows XP Professional SP2 OEM (mindkettő mellékelve)	Windows Vista Business OEM
HP Restore Plus, HP Compaq Documentation and Diagnostics, Symantec AntiVirus Corporate Edition 10.2 60 napos próba, Microsoft Office 2007 30 napos próba, Sonic Digital Media Plus (XP), Roxio Easy Media Creator	ThinkVantage programcsomag, Diskeeper 9.0 Home Edition, PC-Doctor 5, Picasa 2, IntervideoWinDVD, Sonic RecordNOW, Symantec Norton Internet Security 2007 90 napos próba
Intel vPro távfelügyeleti technológia	-
105 gombos magyar PS/2 billentyűzet, 3 gombos, gördítős PS/2 optikai egér, beépített hangszóró, 16 az egyben memóriakártya-olvasó	105 gombos HU USB-billentyűzet, 3 gombos, gördítős USB optikai egér, beépített hangszóró
179 000 Ft	150 000 Ft
3 év (helyszíni)	3 év (szerviz)
HP Magyarország	Lenovo Magyarország

A VIA név megint szép lesz?

A VIA először engedett érdemi betekintést a hamarosan várható Isaiah kódnevű processzorának technológiai részleteibe. Ézsaiás nem kevesebbet tehet, mint a fajsúlyos x86-os CPU-gyártók közé emelheti a céget. [Írta: Samu József]

A VIA felől régen hallottunk jó híreket. A cég nyilvánvalóan elvesztette a legjövődélmezőbb bevétel forrását, gyakorlatilag úgy vehetjük, hogy kiesett az alaplap lapkakészlet-üzletből. Akkoriban, amikor az AMD piacra dobta az Athlon processzort, akkor a hozzá való alaplapok elsősorban többsége VIA lapkakészletre épült, és ez így is maradt sokáig, nagyjából az Athlon 64 első generációinak megjelenéséig. A cég hiába ásta el a csatabárdot az Intellel és készítette a kortól legálisan lapkakészleteket az Intel CPU-khoz, az, hogy az NVIDIA és az ATI/AMD is komolyan kezdett ezzel a területtel foglalkozni, kiszorította a VIA-t a piacról.



Glenn Henry

**Centaur Technology
alapító és vezető**

A VIA-n még az sem segített, hogy a legtöbben az olcsó, de használható chipsetek gyártóját látták benne, és ezért számos belépő szintű alaplapra kerültek rá a termékeik. Az előbb említett két gyártó és az Intel nemcsak a VIA-t, hanem az ULi-t (régiben ALi) is kiszorította a piacról, az utóbbit az NVIDIA fel is vásárolta 2005 decemberében. Sokan hasonló sorsról féltek a VIA-t is.

AZ UTOLSÓ MENTSVÁR

A tajvani cég szerencséjére még időben „több lábra állt”. A Centaur Technology (CPU), az S3 (grafikus megoldások) és a Cyrix (CPU) távoli múltban történt felvásárlásával olyan fejlesztői erőre tett szert, amely azt ugyan nem tette lehetővé, hogy széles fronton felvegye a versenyt a nagyságrendekkel nagyobb iparági vezető cégekkel, de ahhoz elég erős volt, hogy a maga piacán megtartsa a céget. Így nem kebelezheték be, vagy söpörhették el, mint a már említett ULi-t, vagy a valamikor ígéretes CPU-technológiát kínáló Transmetát. Ez a terület pedig az alacsony-közepes teljesítményű, de egyáltalán nem melegező x86-os CPU-kra épülő, apró alaplapok piaca. A VIA-nál még idejében rájöttek arra, hogy külön-külön a CPU, VGA,

lapkakészlet, hangchip, hálózati és periféria lapkák (USB, FireWire) piacain nem fognak megélni, de ha ezeket mind öszerszerkák egyetlen speciális egésszé, akkor olyan terméket hoznak létre, amelyre jól kereshetnek. A cég egészen kicsi alapterületű, Mini- (17×17 cm), Nano- (12×12 cm) és Pico-ITX (7,2×10 cm) alaplapjaival nagyon sikeres a beágyazott rendszerek piacán. Ezek a lapok, amelyek egyébként a megszállott PC-rajongók körében is népszerű alapjai az egészen elképesztően apró méretű és szokatlan megjelenésű gépeknek (érdemes megnézni a www.mini-itx.com oldalon), számos igencsak neves gyártó termékeiben működnek.

POS-terminálok, intelligens pénztárgépek, pénzkidó automata, de kisebb kaliberű NAS-ok is „titokban” VIA-alapokra épülnek. Most úgy fest, hogy a VIA-nak megvan rá az esélye, hogy ezután ne csak ezekben a rendszerekben találkozzunk CPU-ival.

ÉZSAIÁS, A PRÓFÉTA

A VIA C3 és C7 processzorait eddig is használták kis ázsiai gyártók olcsó noteszeikben, de a cég így nagyon kis nagyságrendben értékesített CPU-t. A hamarosan érkező Isaiah kódnevű – a VIA mindig bibliai alakok neveit használja – processzorában végre megvan a potenciál, hogy egy bizonyos piaci szegmensben felvegye a versenyt akár az Intel termékeivel is.

Az Isaiah alapvetően különbözik a VIA jelenlegi, C7 családjától. A texasi Austinban, a Centaur Technologynál tervezett, már soron kívüli végrehajtású (superscalar, out-of-order), 64 bites processzor 65 nanométeres csíkszélességű gyártástechnológiával fog készülni. Órajele 400 megahertz és 2 gigahertz között mozog majd – csakúgy, mint a mostani C7-családé –, míg külső órajele akár 1,3 gigahertz is lehet. Első szintű gyorsítótára 64 kilobájtos, míg másodszintű gyorsítótárának mérete egy megabájtos. Felépítéséből fakadóan az

Az Isaiah nagy lehetőség a VIA számára,

remélhetőleg ennek révén jókor lesz jó helyen.

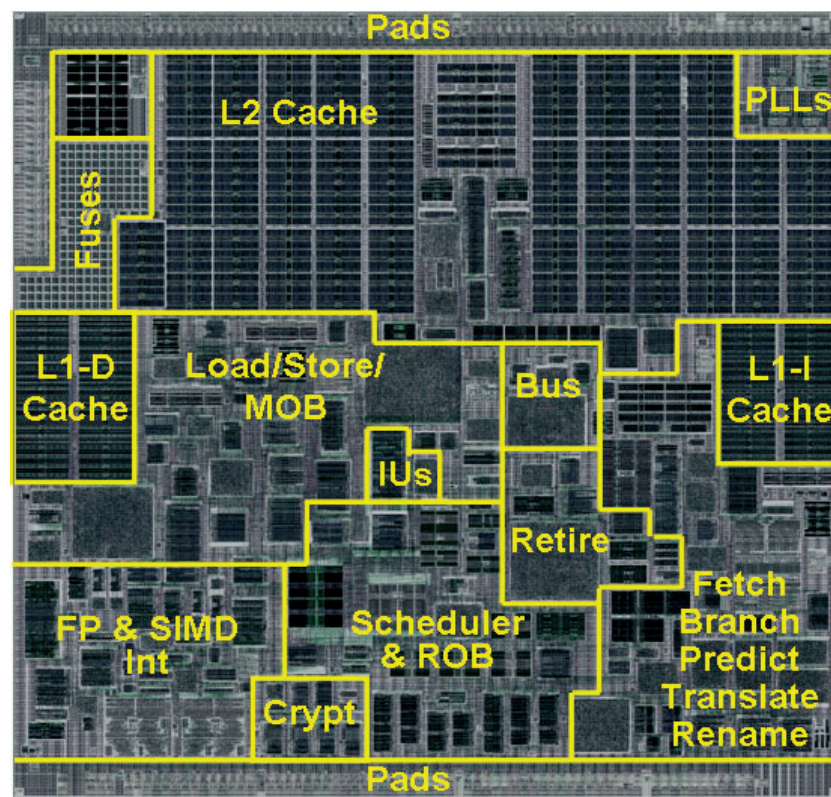
Isaiah órajelenként 3 utasítást tud végrehajtani; a VIA jelenlegi C7-es processzoraival összehasonlítva, azonos órajelen kétszer-négyszer gyorsabb azoknál, miközben ugyanannyit fogyaszt! Ez a fogyasztás pedig minden, csak nem sok: a maximális két gigahertzes órajelen TDP-je (maximális hődisszipációs mutatója) mindössze 20 watt.

A C7-tel lábkompatibilis Isaiah kifejlesztésével nem a csúcsteljesítményre törekedtek, hanem az energiahatékonyság

lön esetelnünk. Figyelemre méltó tehát, hogy számos modern CPU-technológiát beépítettek a processzorba, beleértve a már említett 64 bites és az SSE utasításkészletet és virtualizációs támogatást is.

Az Isaiah egymagos processzor, de a megcélzott piaci szegmensben nincs is igény a többmagos megoldásokra – egyelőre. Mindazonáltal úgy tudjuk, hogy dolgoznak az Isaiah kétmagos változatán is, amellyel valószínűleg a belépő szintű asztali PC-k piacát célozzák majd. Tudván azt, hogy az Intel azonos kaliberű, Celeron kínálatából hamarosan eltűnnek az egymagos processzorok, a lépés nem csupán ésszerű, de szükségszerű is.

Az Isaiah nagy lehetőség a VIA számára, és remélhetőleg ennek révén „jó időben lesz a jó helyen”. Egyre népszerűbbek az UMPC-k, a kettővel ezelőtti számunkban bemutatott ASUS Eee-hez hasonló méretű apró PC-k. Hogy ez mennyire ígéretes piac ez, mi sem bizonyítja jobban, hogy az Intel előre hozta a Silverthorne kódnevű processzorának a premierjét – ez lett az Intel Atom ter-



Az Isaiah felépítése

volt a fő cél. Az implementált energiagazdálkodási megoldás a processzor hőmérsékletének változását is figyelembe veszi. Teljes terhelésen például a névleges órajelnél magasabb frekvencián tudja működtetni a processzort, ha azt annak hőmérséklete lehetővé teszi. Arra is mód van, hogy szoftveres úton határozzuk meg a processzormag legmagasabb hőmérsékletét. Ennek előnyeit a nagy processzorsűrűségű kiszolgálóknál nem kell kü-

mékcslád. Ezért egy alacsony fogyasztású, de használható teljesítményű x86-os processzor nagyon népszerű lehet a piacon. Glenn Henry, a Centaur alapítója és vezetője – annak alapján, amit most tudni lehet az Intel azonos piaci szegmenst megcélzó üdvöskéjéről, az Atom-ról – arra számít, hogy az Isaiah majd lépélpálja azt teljesítményben. Ha ez valóban így lesz, akkor az hatalmas fegyvertény lenne a VIA-tól. Mi drukkolunk neki!

Referenciák szerverplatformra

A Windows Server 2008, az SQL Server 2008 és a Visual Studio 2008 mindössze egy héttel a Los Angeles-i premier után Magyarországon is bemutatkozott. A Microsoft szerverplatformját alkotó három terméket a hivatalos bejelentés időpontjában világszerte, így hazánkban is számos partner támogatja, és ügyfél használja. [Írta: Kis Endre]

Minden vállalat biztos lehet abban, hogy informatikai rendszerei változni fognak, mivel változnak az üzleti igények is, amelyeket ki kell szolgálniuk – mondta *Drajkó László*, a Microsoft Magyarország ügyvezető igazgatója lapunknak a cég TechNet rendezvénysorozatának múlt heti, rendkívüli eseményén. – Ezért célszerű olyan rendszereket építenünk, amelyek kód szintjén tartalmazzák ezt a dinamikus változtathatóságot. Három, párhuzamosan fejlesztett és most egyszerre bejelentett termékünk, a kiszolgálóplatform, az alkalmazásplatform és a fejlesztőkörnyezet együttesen ezt adja a felhasználóknak.

NÉGY FÓKUSZTERÜLET

Az új szerverplatform erősségei a biztonság, a webes alkalmazások fejlesztése és hostolása, a virtualizáció és az üzleti intelligencia terén mutatkoznak meg elsősorban. Napjainkban a vállalatok teljes felügyeletre törekednek az üzletileg kritikus információ kezelésé felett, miközben ezt az információt az interneten és mobil eszközökön is elérhetővé kell tenniük. Infrastruktúránk a korábban bejelentett kliensoldali termékek, a Vista és az Office 2007-tel együtt olyan környezetet teremt, amelyben könnyebb szabályozni, hogy ki, milyen információhoz fér-

het hozzá, és azzal mit tehet, mondta az ügyvezető igazgató.

– A Windows Server 2008 részét képező Internet Information Services 7.0 webkiszolgáló az ASP .NET keretrendszerrel és a Silverlight beépülő szoftvermodullal együtt egy nagyon agilis kiszolgálóplatformot és kézenfekvő módon használható fejlesztőkörnyezetet alkot – hangsúlyozta *Drajkó László*. – A szolgáltatók ezekkel az eszközökkel gazdag felhasználói élményt adó webes alkalmazásokat készíthetnek az internetfelhasználók egyre szélesebb körének. Ez nagyon fontos, mert az emberek többsége audiovizuális úton sokkal hatékonyabban szerzi meg az ismereteket, és ez nem elhanyagolható szempont, már csak az élethosszon át tartó tanulás egyre kifejezettebben jelentkező követelménye miatt sem.

A kiszolgálóplatform Hyper-V virtualizációs technológiája az IT-üzemeltetés területén biztosítja a változó üzleti igények kiszolgálásához nélkülözhetetlen dinamizmust, folytatta az ügyvezető igazgató. Korábban a vállalatok minden újabb alkalmazás bevezetésekor új vasat, új kiszolgálót is üzembe helyeztek. Ez a gyakorlat azonban komplexitáshoz vezetett, ami megdrágította a működést. A virtualizáció ezen változtat, lehetővé téve a szerverek konszolidálását

és az erőforrások igény szerinti hozzárendelését.

– A vállalatok napjainkra komoly adatvagyon halmoztak fel, amelyek eredményes hasznosításához elengedhetlen, hogy a lekérdezéseket a felhasználók széles köre maga konfigurálhassa a munkavégzés helyén, a változó igényeknek megfelelően – mondta *Drajkó László*. – Ne kelljen ehhez az informatikai osztályra várni. Az SQL Server 2008 ehhez egyrészt megfelelő eszközöket ad, másrészt a legkülönbözőbb adatformátumok tárolására képes.

Új szerverplatformunk ezen a négy fontos területen nagy előrelépést jelent, és a következő években jelentkező igények lefedésére is képes. A lehetőség szoftvertermékeinkben adott, és már a közöttünk élő hősökön, a vállalati informatikusokon, fejlesztőkön múlik, hogy mindent kiaknázzák. Meg vagyok győződve róla, hogy a hazai IT-társadalom képes élni ezzel a lehetőséggel. Az érdeklődés mértékét jól szemlélteti termékbejelentő rendezvényünk is, amelyen ezeregyszáznál több IT-szakember vett részt.

ELSŐ FELHASZNÁLÓK

A szerverplatformot alkotó három termék hivatalos bejelentésekor, február 27-én a Microsoft világviszonylatban már több száz referencia-ügyféllel rendelkezett. Csak a Windows Server 2008-at több mint kilencven szervezet vezette be a szoftvercég Rapid Deployment Programjának résztvevőjeként.

– Ezeket a vállalatokat a Microsoft többszörös túljelentkezés mellett választotta ki, és a termékek harmadik béta-verziójának megjelenésétől kezdve folyamatosan támogatja – mondta *Újvári Krisztián*, a Windows Server 2008 hazai termékmenedzser.

– Emellett a leányvállalatok lokálisan is támogatták a partnereiket és ügyfe-

leiket az új platformon megvalósított fejlesztéseikben, így a 2008-as termékek felhasználói tábora ezres nagyságrendű. Külön örömről szolgál, hogy a redmondi RDP-programban egy magyarországi ügyfél, a Richter Gedeon Zrt. is részt vett. A gyógyszergyár a Windows Server 2008 Network Access Protection szolgáltatását vezette be a Microsoft Consulting Services segítségével. Egy nagy hazai bank pedig, amelyet sajnós nem nevezhetünk meg, a Windows Server 2008 részét képező Actice Directory Federation Services és Rights Management Services szolgáltatásaival alakít ki adatvédelmi megoldást. Mindez tükrözi,

hogy a Microsoft biztonsági megoldásaiban mennyire megbíznak a nagyvállalatok, olyan kritikus területeken is, mint a gyógyszergyártás és a pénzügyi szolgáltatások.

– Egy több ezer gépet tartalmazó infrastruktúra biztonsága csak folyamatos fejlesztésekkel tartható fenn – fejtette ki lapunknak korábban *Szűcs Vince*, a Richter Gedeon informatikai igazgatója. – Számunkra a következő lépés ezen az úton a Windows Server 2008 NAP és Policy Server funkciójának bevezetése volt, amely-

lyel központilag szabályozhatjuk, hogy a hálózatra csatlakozó gépek vagy azok csoportjai milyen feltételekkel és milyen erőforrásokat érhetnek el. **A Windows Server 2008 egyértelműen növelte vállalatunknál a hálózati biztonságot.** Mivel IT-infrastruktúránk alapvetően Microsoft-technológiára épül, ezt a magasabb fokú biztonságot adó megoldást ráadásul könnyen és költséghatékony módon alakíthatuk ki.

Újvári Krisztián elmondta, hogy a Microsoft Magyarország a webalkalmazások fejlesztése és hostolása terén is fel tud mutatni hazai referenciákat az új szerverplatform vonatkozásában. A Carnation Internet Tanácsadó Zrt., amely többek között a Nexon weboldalait fejleszti, már IIS 7.0-t futtat Windows Server 2008 alatt.

A Freeblog – miként azt *Kriszki Attila*, a blogszolgáltató fejlesztője a konferencián elmondta – szintén IIS 7.0-t és ASP .NET-et futtat, és a Windows Server 2008-at fájlkiszolgálóként is használja éles környezetben. A Freeblog közel 90 ezer blogot és napi több százezer oldal-lekérést szolgál ki. Kriszki Attila szerint a Windows Server 2008 bevezetésének



Újvári Krisztián

Microsoft
Magyarország



Drajkó László megnyitja a szerverplatform hazai bejelentését



Szakács Szilárd, Bisztrai Dávid, Márton Lajos és Trum Mercedesz a Cason standján

egyik előnye, hogy egységesített konfigurációval szolgálhatják ki az igényeket. Az ISS 7.0 emellett mintegy 15–20 százalékos teljesítménynövekedést eredményezett a szolgáltató számára, és a C++ programnyelv használatával a fejlesztés is hatékonyabbá vált.

MEGOLDÁSSZÁLLÍTÓK...

A Windows Server 2008, az SQL Server 2008 és a Visual Studio 2008 hazai bejelentését kísérő kiállításon olyan megoldásszállító, alkalmazásfejlesztő cégek is jelen voltak, mint a Cason Mérnöki Zrt. A vállalat, amely a teljes szerverplatformot és a Silverlightot is használja, a Microsoft világszintű referenciái között is szerepel.

– A flottakövetést és személyek, például értékkihordók, csomagkészesítők kíséretét lehetővé tevő Diwicon-M alkalmazásunkat teljes egészében megújítottuk, és felkészítettük az új szerverplatform adta lehetőségek kiaknázására – mondta Márton Lajos, a Cason Mérnöki Zrt. IT-igazgatója. – Itt külön kiemelném a virtuális szerverek támogatását és az SQL Server 2008 használatát, amely a földrajzi koordinátákhoz rendelt adatok kezelését is lehetővé teszi.

Szakács Szilárd, a Cason junior fejlesztője hozzáfűzte, hogy a Diwicon-M kliensoldalon is teljesen megújult a Silverlight 2.0 technológiának köszönhetően. Intuitív módon kezelhető, esztétikus felületet készítettek, mivel az alkalmazást jellemzően alacsonyabb képzettségű operátorok használják, akik így rövidebb idő alatt, kisebb költségek mellett sajátíthatják el a szükséges ismereteket. A .NET-környezetben készült webes felületet az alkalmazás a Windows Server 2008 részét képező Windows Communication Foundation hívásokon keresztül látja

el adatokkal. Ez a korábbi JavaScriptes alkalmazáshoz képest mintegy húszszor gyorsabb futást eredményezett. A fejlesztő szerint ez rendkívül fontos, mert a böngészőből elérhető Diwicon-M-nek olyan teljesítményt kell nyújtania, mint egy kliensoldalon futó térképmotornak.

– Az SQL Server 2008-nak köszönhetően az alkalmazás által használt Virtual Earth térképeket kiegészíthetjük a saját szervereinken elérhető, részletesebb térképadatokkal, anélkül, hogy ez a teljesítmény rovására menne – tette hozzá Bisztrai Dávid junior fejlesztő. – Ráadásul a Diwicon-M a flotta- és a személykövetést már egyetlen felületen is tudja kezelni a mobil munkaszervezéssel együtt, ami az ügyfeleink számára egyszerűbbé és könnyebbé teszi a használatot.

...ÉS HARDVERGYÁRTÓK STANDJAIN

A kiállításon a Microsoft-partner szoftvercégek mellett az olyan neves

hardverszállítók is jelen voltak, mint a Dell, az IBM és az Intel. Kovács Tamás, a Dell Hungary üzletágvezetője a HumanSoft Kft. standján kifejtette, hogy ez a cég forgalmaz a legrégebb óta Dell gépeket Magyarországon, és több mint ötven, Microsoft-képesítéssel rendelkező mérnököt foglalkoztat. Így hazánkban kétségtelenül ez a vállalat a legkompetensebb a Windows Server 2008 Dell gépeken való tesztelésében.

– Egy négyprocesszoros, processzoroként négymagos Dell 900-as szervert hoztunk ki a kiállításra, amely jelenleg a legerősebb hardverkonfiguráció a kínálatunkban – mondta Szűz Krisztián, a HumanSoft nagyvállalati termékekért felelős menedzsere. – **Ez a gép teljes mértékben támogatott Windows Server 2008 alatt, két hete letölthető hozzá a meghajtók és a felügyeleti alkalmazás is.** A szerveren az operációs rendszer RC1-es verziója fut, de a tesztelés során ebben sem találtunk semmilyen hibát. Szinte minden új funkcióját kipróbáltuk, különösen nagy hangsúlyt fektetve az adattárolás-oldali illesztésre. Minden külön szoftver telepítése nélkül tökéletesen kezeli a többutas üvegszálas elérést. Nagyon jónak találtuk a storage node menedzsmentet, amely az eddigi lemezfelügyeletet kiterjeszti a többutas Fibre Channel és iSCSI megoldásokra. A Hyper-V technológiát is eredményesen teszteltük.

Egy Windows Server 2003 kiszolgálót és egy Windows XP-alapú gépet virtualizáltunk a technológiával egy fizikai kiszolgálón, amelyen emellett a korábbi Virtual PC virtuálisgép is teljesen problémamentesen futott.

Grósz Attila, az IBM Magyarország tárolórendszerének értékesítési szakértője lapunknak elmondta, hogy a cég a DS4000-es tárolómegoldással és

a hazai piacon újdonságnak számító nSeries termékcsaláddal szerepelt a kiállításon. Ezek a gépek rendkívül széles szoftverkínálattal rendelkeznek, amelyek jól integrálhatók a Windows platformmal.

A SnapManager for Exchange és SnapManager for SQL Server révén rendkívül fejlett adatmentési és visszaállítási szolgáltatásokat adnak a levelezőrendszerhez és adatbázis-kiszolgálóhoz, lehetővé téve egyetlen levél, egy-egy felhasználói postafiók vagy a teljes vállalati levelezés gyors és megbízható visszaállítását.

Az Intel a két- vagy többutas változatban elérhető Xeon processzorokat és a kifejezetten nagyvállalati alkalmazási területek kiszolgálására fejlesztett Itanium processzorokat készítette fel a Windows Server 2008 futtatására.

– A Microsofttal kialakított együttműködésünk nagy teljesítményt és megbízhatóságot ad a felhasználóknak – mondta Gacsál József, az Intel Magyarország üzletfejlesztési igazgatója. – A termékfejlesztés során megvalósított optimalizálásnak köszönhetően csökkenteni tudjuk a kiszolgálók energiafelvételét, a virtualizáció támogatásával pedig további eszközt adunk a költséghatékonyabb üzemeltetés eléréséhez. Mindez Magyarországon is egyre több vállalat számára válik fontos szemponttá.

TOVÁBBI 2008-AS BEJELENTÉSEK

A március 5-én megrendezett TechNet konferencia a Windows Server 2008 újdonságaiba adott részletes szakmai betekintést. A nap folyamán azonban a közönség a platformot alkotó másik két termékről, az SQL Server 2008 és a Visual Studio 2008 újdonságairól is áttekintést kapott. A Microsoft Magyarország következő TechNet szemináriuma március 27-én a Visual Studio 2008-cal foglalkozik majd részletesebben.

A Visual Studio 2008 a múlt év novemberében, a Windows Server 2008 pedig gyakorlatilag február elején elérhető – és a Microsoft partnereinek márciusi árlistáiban már világszerte szerepel. A jelenleg CTP-verziójánál tartó SQL Server 2008 megjelenése őszre várható.

Ugyancsak az év második felében jelenik meg a Windows Server 2008-ra épülő Windows Essential Server Solutions termékcsalád is. Ezt a kisvállalatoknak szánt és Cougar néven fejlesztett Windows Small Business Server 2008, valamint a Centro kódnéven ismert, középvállalatokra méretezett Windows Essential Business Server 2008 alkotja majd.



Kovács Tamás, Dell Hungary és Szűz Krisztián, HumanSoft

Hatékony munkavégzés



Az idő pénz. Mindent megteszünk tehát azért, hogy minél jobban kihasználhassuk, hogy minden szabad percet hasznosan tölthessünk. Ezért népszerűek az üzleti mobilitást támogató eszközeink.

A közlekedési dugóban araszolva pár perces telefonhívásokat mindenképpen elintézhettek, néhány levelet is elolvashattok, és ha nem mi vezetünk, akkor áttekinthetjük a prezentációt is, elvégezve rajta az utolsó simításokat. Gyakran nem is fontos –, és hogy őszinték legyünk, a többséget nem is érdekli – milyen háttér-infrastruktúrának kellett azért kiépülnie, hogy ezeket a szolgáltatásokat igénybe vehessük. Ugyanilyen kényelmesen dolgozhatunk egy hotel szobájában is, mivel az ehhez szükséges infrastruktúra megfizethető és rendelkezésünkre áll.

NEM MINDIG KELL UTAZNI

Manapság az sem okoz gondot, ha bokros teendőink mellett nem tudunk elutazni már jól ismert üzleti partnereinkhez. Videokonferencia-megoldások állnak rendelkezésünkre, s ezekkel mégis lehetővé válik a szemtől szembeni találkozás. Még a személyes találkozás varázsáról sem kell lemondani, mert – amint az összeállításunkból is kiderül – olyan kijelzők állnak rendelkezésünkre, amelyek minden helyzetben éles képet adnak. A videokonferencia-rendszerek használata nemcsak költség-takarékos megoldás, hanem kevesebb a szén-dioxid-kibocsátás általa, valamint az energiafogyasztás révén bolygónk védelméhez is hozzájárul.

MINDENNEK ALAPJA

– Az üzleti mobilitás ma már szinte minden vállalati, sőt közintézményi

projekt alapja – mondja *Élő András*, a D-Link Magyarország Kft. ügyvezető igazgatója. Persze a mobilitáson mindenki mást ért, de az értelmezés közös alapja mégis az, hogy a mobilitás kihívásaira felkészült az IP-hálózat. Üzleti környezetben ma már nem elegendő, ha az utazó vagy otthonról dolgozó munkatársak ADSL- vagy éppen 3G-kapcsolaton keresztül bejelentkeznek a vállalati hálózatba. Ehhez megfelelő titkosításra van szükség. Ma már azonban a vezeték nélküli irodai hálózatoknál sem elegendő egy-két hozzáférési pontot telepíteni; fontos a jogosultságok kezelése, például a vezeték nélküli hálózat szegmentálása belső és külső, vagyis publikus egységekre.

Élő András szerint az üzleti mobilitás területén nyernek igazán értelmet olyan innovatív gyártók alkalmazásai, mint a D-Link, amely az új technológiák megjelenését követően szinte azonnal piacra dobja újdonságait. Az egy vállalatban belüli vezetékes és vezeték nélküli hálózatok egységes kezelését szolgálják az úgynevezett unified switch megoldások, amelyekre mindegy, hogy szerveret, munkaállomást vagy hozzáférési pontot csatlakoztatunk, egységes menedzsmentfelületről vezérelhetjük a hálózat minden paraméterét. A legújabb hozzáférési pontok használatával a különböző felhasználói csoportok különböző jogosultságokkal, különböző, de ugyanarra a hardverre épülő hálózatokat is

el tudnak érni. A biztonságról vezeték nélküli felületen a ma legfejlettebb WPA-PSK Enterprise titkosítás gondoskodik – mondja a D-Link ügyvezető igazgatója. – A távoli munkatársak biztonságos hozzáférést a vállalati hálózathoz VPN-kap-

csolaton keresztül biztosíthatjuk, de ma már ennek laikusok számára is konfigurálható verziója, az SSL-VPN terjed, így nem kell rendszer-mérnököt küldeni minden becsatlakozó számítógép beállításához – tájékoztat Élő András.

D-Link®
Building Networks for People

www.dlink.hu

Bankot az ingysebbe!

Legújabb, okostelefonokra szánt alkalmazását iMobile Banking néven fejlesztette ki az IND Group. A megoldás érdekessége, hogy rugalmasan bővíthető, így a bankok egyénileg dönthetik el, milyen szolgáltatásokat tesznek mobillá.

Rekordidő, vagyis négy hónap alatt fejlesztette ki a banki front-office technológiák specialistájaként ismert IND Group miskolci fejlesztőcsapata az iMobile Banking névre keresztelt, okostelefonokra szánt alkalmazását. Az újító technológiai megoldás használatával lehetővé válik, hogy a telefon operációs rendszerétől függetlenül, a felhasználók bármilyen okostelefonon olyan banki műveleteket végezzenek el, amelyeket korábban csak számítógépes felületen, interneten keresztül tudtak. A mobilalkalmazás azért tud a telefon operációs rendszerétől függetlenül működni, mert a telefon böngészőjére fejlesztették ki, így az esetleges érzékeny információk nem tárolódnak a készülék memóriájában.

– A mobiltelefon mindennapi használati tárggyá változott, ez az eszköz állan-

dóan mellettünk van, így az IND Group számára logikus választás volt, hogy az internetes banki alkalmazások fejlesztését és implementációját követően az okostelefonokat és PDA-kat célozzuk meg egy újabb innovatív megoldásunk platformjaként – mondja *Vimmai Balázs*, az IND Group ügyvezető igazgatója. Szerinte felnőtt és munkába állt már egy generáció, amely számára a technológia a második anyanyelv. Ezek a fiatalok olyan bankokat választanak majd, amelyek az IND iMobile Banking megoldáshoz hasonló innovatív alkalmazásokat állítanak ügyfeleik szolgálatába. Az új alkalmazás már több hazai banknak is felkeltette a figyelmét, és külföldi pénzügyekkel is megismertették már. A bahreini Meftec kiállításon debütált megoldás után külföldről is nagy az érdeklődés, ezért iMobile Banking alkalma-

Támogatott tranzakciók

Lekérdezések, számlainformáció, valutaátváltási adatok, tőzsdei információ, bankkártyaadatok, számlatörténet, keresés a tranzakciók között
Tranzakciók: pénzátutalás, betétkötés, bankkártyalimit módosítása.

Értékesítés: utasbiztosításhoz hasonló egyszerű termékek értékesítése. A rendszere a cég weboldaláról letölthető videón működés közben megtekinthető: http://www.indgroup.eu/solutions/self_service/mobile_banking/imobile_banking

zásukat a hannoveri CeBIT kiállításon is bemutatták.

Az IND iMobile Banking használatához a telefonnak GPRS-, 3G- vagy WiFi-kapcsolatra van szüksége. A telefonon futó böngészőben a felhasználó a bankja által megadott címet adja meg, vagyis az azonosítás után a mobilbank felhasználói felületére jut. Az adatokat titkosítják, majd az internetes kapcsolatot használva továbbítják a banki szerverre. A fejlesztésnél az IND szakemberei figyeltek arra, hogy azt olyan eszközökön is használhassák majd, amelyeken nincs teljes értékű billentyűzet. Ideális esetben az alkalmazást futtató kérszűrő érintőképernyős, ekkor a felhasználó könnyen és természetesen tudja használni a különböző ikonokat.

Az, hogy az adott bankok milyen funkciókat építenek be a mobilkészítő futó alkalmazásba, rajtuk múlik, a legnépszerűbb banki alapműveletek (egyenleglekérdezés, utalás, számlatörténet megtekintése) minden bizonnyal megtalálhatók lesznek. Az alkalmazást úgy tervezték, hogy minden tranzakciót maximum öt lépésből, vagy ahogy a technológiai igazgató nevezi, öt tapintással be lehessen fejezni. A tranzakciókat egy ikonos menürendszerből lehet elérni.

Az alkalmazás könnyedén integrálható a meglévő banki rendszerekhez, nem kell külön adatbázist felállítani és menedzselni. Elegendő a már meglévő, a számítógépes online-felhasználókat is kiszolgáló adatbázishoz csatlakoztatni.

A la carte

iMobile Bank

Azok, akik korai elfogadói az új technológiáknak, képesek mások döntéseit is befolyásolni. Ők az innovátorok, akik a jövőt formálják.

Az IND iMobile Banking egy forradalmi újítás olyan innovatív pénzügyi szektor részére, akiknek a holnap ügyfelei is fontosak.

IND

The Banking Front-Office Technology

www.indgroup.eu



Éles kép

A gyors döntéshozatal záloga a szemtől szembeni találkozás és kommunikáció. A gyorsuló mobil világban nem mindig érünk rá hosszasan utazgatni egyik helyről a másikra csak azért, hogy találkozzunk, és kapcsolatot ápoljunk meglévő ügyfeleinkkel. Ezért a közép- és nagyvállalatok körében is egyre népszerűbbek a videokonferencia-megoldások.

A videokonferencia-megoldások igazi alternatívái a hosszas és fárasztó utazásoknak. Noha ezek a megoldások nem váltják még fel az első személyes találkozást és ismerkedést, könnyebbé tehetik az életünket, mivel megkímélhetjük magunkat a többször ismétlődő utazástól. A szakértők, tanácsadók ideje méregdrága, ezért néha – közepes méretű vállalatoknál is – költséghatékonyabb, ha videokonferencia-megoldásokat alkalmazunk.

A standard videokonferencia-megoldásokat a hozzájuk csatolandó kijelző különbözteti meg egymástól. A kis- és közép-vállalatoknak nem kell egy videokonferencia céljára kifejlesztett, igen költséges megoldást választani; a szórakoztatóiparban is rendkívül nagy a választék a jó minőségű és megbízható kijelzőkből.

– Az utóbbi évek trendjét figyelembe véve az LCD-televíziók piacának gyors növekedése tovább folytatódik – mondja *Andreas Kellner*; a Sharp szórakoztatóelektronikai üzletágának értékesítési vezetője. Az előrejelzések szerint az eladott készülékek a 2007-es pénzügyi évben mért 72 milliós darabszáma 2009-ben 100 millióra, 2011-ben pedig mintegy 120 millióra növekszik majd. Mivel az LCD-készülékek hozzávetőlegesen a lapos kijelzők piacának csaknem 90 százalékát teszik ki, így kijelenthető, hogy a „síkképernyős televízió az LCD-televízió”. Ami a technológiai trendeket illeti, a DisplaySearch álláspontja szerint az átlagos képátó a mai 29 hüvelykről (73,66 centiméter) 2010-re 37 hüvelykre (93,98 centiméter) növekszik, ennek jeleit például a kelet-közép-európai régió országai közül Magyarországon is határozottan érezni lehet. A további paraméterek tekintetében is hasonló a helyzet: a trendek egyértelműen a Full-HD felbontás, a 100 hertz technológia, valamint a széles képernyős megjelenítés irányába mutatnak, persze mindez kiváló képminőség mellett. Az értékesítési

szí vezető meggyőződése, hogy a vásárló szemében a minőség a legmeghatározóbb döntési szempont Európában, beleértve Magyarországot is.

A ZÁSZLÓSHAJÓK

Andreas Kellner szerint a digitális életmód valamennyi kategóriájában vannak vezető termékek. A Sharp AQUOS LC 52HD1E például az EISA 2007–2008-as kiírásában Az Év Televíziója kitüntetésben részesült, vagyis 20 európai ország 50 különböző multimédia és szórakoztatóelektronikai magazinjának főszerkesztői gondolták úgy, hogy ez a legjobb. Emellett persze számos egyéb készülékük is figyelmet érdemel, így például a Slim-Line termékcsalád 108 hüvelykes (274,32 centiméter) képátó LCD-televíziója, amely nagy felbontású képernyőjével, érthető menüjével, nagyszerű designjával és nem utolsósorban árával is látványosan demonstrálja a vállalat élenjáró technológiáját. Ezt a terméket az értékesítési vezető a kis- és közép-vállalatok videokonferencia-megoldásainak kiegészítésére is ajánlja.

A KÖZELJÖVŐ ÚJDONSÁGAI

A Sharp fejlesztéseit a továbbiakban is ugyanaz a két alapvető szempont határozza meg: dizájn és teljesítmény. Ennek alapján – a különböző fogyasztói igényekhez igazodva – az AQUOS-ból különféle változatokat készítenek a jövőben, emellett továbbra is elsősorban a Full-HD felbontású termékcsaládra fókuszálnak. Ugyanakkor igyekeznek nagyobb képátó készülékeket bevezetni, mint például a 108 hüvelykes (274,32 centiméteres) változatot, amely jelenleg a világ legnagyobb televíziója.

Az idei évre tervezik a világ legvékonyabb, egyben legkisebb LCD-televíziójának sorozatgyártását. Ez a 2007-es IFA-n is bemutatott készülék mindössze 20 milliméter vastag, és valamennyi léte-



ző modellt maga mögé utasít kép, minőség, vékony dizájn és takarékoság tekintetében, hiszen éves fogyasztása mindössze 140 kilowattóra.

Természetesen elsősorban az LCD-technológiára összpontosítanak – hangsúlyozza az értékesítési vezető –, de az új technológiák előretörése szintén nagy szerepet játszik a stratégiában. A statisztikák azt mutatják, hogy a HDTV-szettek elterjedtsége az európai háztartásokban 2010-re 20 százalék körülire nő majd, közel 10 millió háztartás tartozik majd addigra a HDTV-előfizetők közé. Az Ecoconsult adatai szerint a HDTV-csatornak sokszorozódása, az új generációs optikai lemezek megjelenése, valamint a megfelelő standardok fejlődése, mint például a HD Ready címke, mind-mind alapvető szerepet játszanak a HDTV-technológia térnyerésében.

KERESLET ÉS TÚLKÍNÁLAT

A 2007-es pénzügyi év idén márciusban ér véget, vagyis még korai lenne részleteket említeni, azt azonban Andreas Kellner határozottan állítja, hogy a 2006-os év meglehetősen nehéz időszak volt a globális televízió-piacnak, hiszen a németországi futball-világbajnokság a vártnál jóval lassabb keresletnövekedést eredményezett, ez pedig túlkínálathoz és 30-40 százalékos árzuhanáshoz vezetett. A Sharp ennek ellenére jól teljesített, mivel ők elsősorban a nagyobb képátó készülékekre, vagyis a prémium kategóriára fókuszálnak. A 2007-es évről Magyarországra vonatkozóan az értékesítési vezető annyit tudott elárulni, hogy az LCD-kereslet más országokban tapasztaltaknál gyorsabban növekedett.

SZEMINÁRIUM KERESKEDŐKNEK

A Sharp mindenképpen Európát tekint a jövő piacának, nem véletlenül nyitották meg LCD-tévéműveiket a lengyelországi Torunban 2007 szeptemberében. A toruni gyár révén hatékonyabban tudnak megfelelni az LCD-televíziók egyre növekvő keresletének Európában. Az értékesítési vezető szerint a kelet-európai helyszín kiválasztása is abszolút tu-

datos tervezés eredménye volt, hiszen ez Európa egyik legdinamikusabban fejlődő területe. Mindemellert rengeteg energiát fektettek erős partnerhálózatok kiépítésébe, amelyekben mindkét oldal jól jár, és kiváló szolgáltatásban tudják részéssíteni a vásárlókat. Andreas Kellner azt szeretné, ha a fogyasztó számára az ország bármely részében elérhető lennének a Sharp-termékek, tehát láthatóvá kell tenniük a márkát. Ennek érdekében minden segítséget megadnak a partnereknek, hogy megfelelő módon és megfelelő helyen tárják a termékeket a vásárlók elé. Az elmúlt évben több mint 400 kereskedőt fogadtak Csehországból, Szlovákiából és Magyarországról új LCD és Blu-ray készülékeink bemutatására fókuszáló szemináriumokon. A következő ilyen rendezvényükre 2008 áprilisában kerül sor, amelyen hasonló számú látogatóra számítanak.

MAGYAR TERVEK ÉS POZÍCIÓK

Andreas Kellner szerint a Sharp elsődleges célja Magyarországon, hogy folytassák a Sharp arcukatának építését, a kiváló minőségű termékek gyártójaként, amelynek lenyűgöző tapasztalatai vannak az LCD-technológia terén, készülékei pedig minden körülmények között jó, és biztonságos alternatívát kínálnak.

A magyar piac kiemelten fontos a Sharp számára, ennélfogva úgy döntöttek, a közvetlen piaci kapcsolatok kiépítésére fektetik a hangsúlyt. Ennek következtében lényegesen gyorsabban tudnak reagálni a szükségletekre, illetve így attól függetlenül ki tudják elégíteni a high-tech készülékek iránt egyre növekvő keresletet, hogy ezt otthoni szórakozásra vagy üzleti célból videokonferencia-megoldások kiépítésére vásárolják. – Világosan látjuk, hogy a magyar piacon inkább új jövevényként tekintenek ránk annak ellenére, hogy termékeink már éveket ezelőtt is megtalálhatók voltak – mondja Andreas Kellner. Annak érdekében, hogy ezen változtatásnak, temérdek kiváló minőségű terméket vezettek itt be, és úgy látják, a piac abszolút megérett ezek befogadására, a céget pedig elfogadja, mint a kiváló minőségű készülékek gyártóját.



Andreas Kellner

értékesítési vezető
Sharp

SHARP



JAPANESE
TECHNOLOGY
INSIDE



FULL HD. A TELEVÍZIÓZÁS TÖKÉLETES FORMÁJA.

Az LCD technológiában szerzett 35 év tapasztalata és 6,2 millió pixel egy nagy képernyőn lehetővé teszik számunkra, hogy átlépjük a televíziózás határait. Lásjon többet a Sharp Full HD Aquos készülékekkel. Bízva magát a kiváló japán technológiára és hozzon egy biztos döntést egy elismert márka mellett.

Tudjon meg többet: www.sharp.hu



AQUOS

*Nem minden modell rendelkezik valamennyi jellemzővel.