

EGYSZÓVAL

A Gartner szakemberei úgy vélik, az egységes kommunikáció bevezetése nagy hatással lesz majd az informatikai rendszerek fejlődésére.

E-GOVERNMENT

Lehet bármilyen hatékony az e-közigazgatási rendszer, ha nem párosul a humán erőforrás menedzsmentjének reformjával. Ez azonban hosszú folyamat.

**395
forint**

SZÁMÍTÁSTECHNIKA

ICT-STRATÉGIA DÖNTÉSHOZÓKNAK • WWW.COMPUTERWORLD.HU
ALAPÍTVÁ 1969 • 2008. OKTÓBER 7. • XXXIX. ÉVFOLYAM 41. SZÁM

IDG
HUNGARY

COMPUTERWORLD

Gerilla- marketing

Elsőre fiatal pályakezdők szárnypróbálgatásának tűnhet. Hatékonyágát tekintve azonban egyre inkább felveszi a versenyt a bejáratott módszerekkel. Legfőbb fegyvere a meghökkentés - így sokan nem is gondolják, hogy reklámot látnak. A gerillamarketing legfontosabb terepe az internet.

Összeállításunk a 8-11. oldalon



e-government



KONFERENCIA

e-Government konferencia

Az e-Befogadás, az e-közigazgatási keretrendszer és a közigazgatási szervezetfejlesztés kapcsolata

Dátum: **2008. október 15.**

Helyszín: **Ramada Plaza Budapest** (1036 Budapest, Árpád fejedelem útja 94.)

Rendezvényünk célja: szakemberek segítségével, különböző esettanulmányok bemutatásával lehetőséget adni a téma kínálta nyitott kérdések megválaszolására.

Tervezett témák

- A keretrendszerprojekt állása
- Mit nyújt az ÁROP az önkormányzatoknak?
- Mit várnak a GVOP-s önkormányzatok?

Tervezett szekciók

1. Keretrendszer és e-Befogadás
2. Szervezetfejlesztés a PM-hivatalokban

Program és jelentkezés: <http://computerworld.hu/konferencia>

Védnökök:



COMPUTERWORLD
KONFERENCIA

Iránytű a szabályrengetegben

Business Rule Management (BRM) workshop

Időpont: **2008. október 29.**

Helyszín: **A38** (Petőfi híd budai hídfő)

Az üzleti folyamatmenedzsment (BPM) szerepének növekedésével előtérbe került az egyik legfontosabb folyamat, az üzleti szabály kezelésének kérdése. A BRM egyaránt fontos az üzleti és IT-oldal számára, hiszen a BRM az IT helyett az üzleti oldal kezébe helyezi a szabályalkotást és felhasználást, az informatikai oldalnak pedig hatékony infrastruktúrával és támogatással kell mindezt segítenie. Mindkét oldalnak fel kell tehát készülnie az új típusú feladatokra.

A rendezvény célja a közös gondolkozás elindítása, hiszen csak együttműködve érhető el siker.



A rendezvény részletes programja és regisztráció:

<http://computerworld.hu/konferencia>



AKTUÁLIS

- 05** ÉRKEZIK A WINDOWS FELHŐJE
- 06** IV. INFORMATIKAI BIZTONSÁG NAPJA

FÓKUSZ

- 08** MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ 2.0
Gerillamarketing helyett szerezhetőbb a buzz marketing kifejezés.
- 09** ÚJ TAGOZATOKKAL BŐVÜLT AZ MRSZ
- 09** GERILLAMARKETINGRE SZAKOSODVA
- 10** NEM NORMÁLIS ELEMEL
A gerillamarketing attól gerillammarketing, hogy nem a szokványos elemeket használva szerez a hirdető magának nyilvánosságot, figyelmet.
- 10** ÓVAKODJUNK A VÍRUS-MARKETINGTŐL

ÜZLET

- 12** ÉRETTEBB FÁZIS
Az amerikai pénzügyi válság hatásaként lelassulnak a cégfelvásárlások és a tőzsdei részvénykibocsátások az IT-iparágban.
- 13** HÁLÓZATI LÉGSZILIP
A phion új termékcsaládot jelentett be kis- és középvállalatok számára. Az innsbrucki IT-biztonsági cég új leányvállalatokat alapított.
- 14** IT-SZOLGÁLTATÁSI PIAC MAGYARORSZÁGON
A hazai IT-szolgáltatási piac 2007-ben a cégek által mutatott teljesítmény alapján ugyan felejtethető évet zárt, néhány esemény azonban hosszú esztendőkre meghatározza a piac alakulását.
- 15** EU-TÜKÖR

TECHNOLÓGIA

- 16** AZ ELSŐ VIHAR UTÁN
Mielőtt látatlanul letöröljük kedvenc böngészőnket, és Google Chrome-ra váltunk, nézzük meg alaposan, hogy mit is tud, különösen az új Internet Explorer 8 béta 2-höz képest!
- 18** NYOMTATOTT FORINTOK
Informatikai eszközeink közül a nyomtató az, amely beszerzését követően még évekig képes megbosszulni, ha rosszul választottunk. Arról, hogyan járunk a legjobban, nincs mindenki számára működő, egymondatos recept, annyi azonban bizonyos, hogy minden az igények felmérésével kezdődik.
- 20** 5 TIPP A TAKARÉKOS NYOMTATÁSHOZ

HORIZONT

- 21** HÉT (SZOFTVER) DOLOG, AMIT UTÁLOK BENNED
- E-GOVERNMENT**
- 23** HUMÁN ERŐFORRÁS ÉS INFORMATIKA
- ÁLLANDÓ ROVATAINK**
- 04** VÉLEMÉNY
Csillagos reklámok: internet, telefon és autó – ingyen
- 05** ESEMÉNYEK
Mi várható a héten? Konferenciák, előadások, tapasztalatcserék
- 05** HÍRMOZAIK

2008.10.07.

WWW.COMPUTERWORLD.HU



CX1-et mindenkinek!
Kompakt szuperszámítógépet fejlesztett ki a Microsoft és a Cray. A gép árát is „versenyképesre” szabták.
computerworld.hu/cikkek/mscra1



Eladták a Vaterát
A vevő a dél-afrikai Naspers kiadócsoporthoz tartozó leányvállalata, egyes hírek szerint a cég másfél milliárd forintért kelt el.
computerworld.hu/cikkek/vatera

Kiszáll a Fujitsu
Sajtóinformációk szerint a Fujitsu a Western Digitalnak adná el teljes merevlemez-üzletágát. A Seagate trónja nincs veszélyben.
computerworld.hu/cikkek/fujitsuwdd

Hódít az OS X
A Mac OS X története során először érte el a 8 százalékos piaci részesedést. A Vista mindeközben elkezdte megenni az XP-t.
computerworld.hu/cikkek/hoditosx

Kiadja IDG Hungary Kft.
1075 Budapest Madách Imre út 13-14. A ép.
HU ISSN 0237-7837
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.
Ügyvezető igazgató Németh László

Szerkesztőség

Főszerkesztő Csontos Péter – pcsontos@idg.hu
Főszerkesztő-helyettes Dervenkár István – idervenkar@idg.hu
Lapszerkesztő Barabás Balázs – bbarabas@idg.hu
Online-szerkesztő Tököli Gábor – gtokoli@idg.hu
Olvasószerkesztő, korrektor Sz. Erdős Judit – jerdos@idg.hu
Munkatársak Árokszállási Gábor – garokszallasi@idg.hu
Csórián Sándor – scsorian@idg.hu

Szerkesztőségi ügyelet

Horváth Ádám – ahorvath@idg.hu
Kis Endre – ekis@idg.hu
Makk Attila – amakk@idg.hu
Mozsik Tibor – tmoszik@idg.hu
Samu József – samu.jozsef@idg.hu
Vass Enikő – evass@idg.hu
Bödör Eszter – ebodor@idg.hu
Telefon: 577-4343, fax: 266-4343
Internet: www.computerworld.hu
e-mail: levelek@idg.hu

Újságíróink szakmai képzésének háttérét a NetAcademia Oktatóközpont biztosítja. www.netacademia.net

Tipográfia

Berényi István – iberenyi@idg.hu
Berényi Teréz – tberenyi@idg.hu

Hirdetésfelvétel

Hirdetési osztályvezető Radácsy Katalin – kradacsy@idg.hu
Telefon: 577-4310, fax: 266-4274

Lapreferens Rodriguez Nelsonné – irodriguez@idg.hu
Telefon: 577-4311

Kereskedelmi asszisztens Bohn Andrea – abohn@idg.hu
Telefon: 577-4316, fax: 266-4274
e-mail: keriroda@idg.hu

Terjesztés és ügyfélszolgálat

Terjesztési igazgató Babinecz Mónika – mbabinecz@idg.hu
Telefon: 577-4301, fax: 266-4343
[MediaShop: mediashop.idg.hu](http://MediaShop:mediashop.idg.hu)
e-mail cím: terjesztes@idg.hu

Marketing

PR-munkatárs Kovács Judit – jkovacs@idg.hu

Konferencia

Rendezvényszervező Bödör Eszter – ebodor@idg.hu

Jogi közlemények

Szerkesztőségünk a kéziratokat lehetőségei szerint gondozza, de nem vállalja azok visszaküldését, megőrzését.

A COMPUTERWORLD-ben megjelenő valamennyi cikket (eredetiben vagy fordításban), minden megjelölt képet, táblázatot stb. szerzői jog védi. Bármilyen másodlagos terjesztésük, nyilvános vagy üzleti felhasználásuk kizárólag a kiadó előzetes engedélyével történhet. A hirdetések 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 kézbesítőknél (06/80-444-4444; hirlapelofizetes@posta.hu, fax: 303-3440) Előfizetési díj egy évre 15 720 forint, fél évre 7860 forint, negyed évre 3930 forint.
Lapunkat a MATESZ auditálja
Olvasóink szokásait a Nemzeti Médiaanalízis méri fel.
A Computerworld az IVSZ hivatalos médiapartnere.

print-audit **GfK** **Ipsos**

A szerkesztőségi anyagok vírusellenőrzését az **F-Secure Anti-Virus** programmal végezzük, leveleink biztonságáról pedig a **Kaspersky Anti-Virus** program gondoskodik. Mindkettőt a 2F 2000 Kft., a szoftverek magyarországi kizárólagos elosztója biztosítja.
<http://www.2f.hu>

IMPRESSZUM COMPUTERWORLD-Számítástechnika
ICT-stratégia döntéshozókak • alapfolyam 1999 • 2008. október 7. • XXXIX. évfolyam 41. szám



Horváth Ádám

újságíró

Csillagos reklámok: internet, telefon és autó – ingyen

A szép új világban minden ingyen van, vagy legalábbis a reklámok ezt sugallják nekünk. Igaz, hogy a szolgáltatók mindenhol pénzből élnek, de verseny és verseny között is van különbség: nálunk még négy-öt csillagnyira vagyunk a valódi, éles versengéstől.

Talán a legextrémebb példákat az autóreklámokban lehet találni: mire a kereskedésbe érünk, a 2 190 000 Ft-tól induló jármű végösszege olyan távol van már, mint mi voltunk a valóságtól, amikor a plakátot nézegettük. Ja, hogy forgalomba is akarjuk helyezni? Ja, hogy a nevünkre akarjuk íratni?

De vajon mi jöhet még? Ja, hogy ülés is kell bele? Persze minden relatív, hiszen amíg autónak lehet nevezni azt a vashulladékot, ami a kereskedés üvegfalai mögött áll, addig bármennyiért lehet árusítani, csak hát, ha járni is akarunk vele..., az egy kicsit bizony megdobja majd az árat.

Persze nem kisebb „tréfa” a repülőjegy sem: Dublin 5700 forinttól... kár, hogy mire kifizetem, 27 000 lesz, és még azért is fizetnem kell, hogy fizethessek, hiszen kártyadíj is van (nem melleleg személyesen nem lehet kifizetni, mivel nincs iroda).

Ez ügyben persze az Európai Unió fellépett, hiszen nem voltunk már messze attól, hogy „Repülőjegy! Mi fizetünk Önnek 10 000 forintot, ha velünk utazik” típusú reklámok is megjelenjenek. Szépen lassan tehát mindenkinek ki kell írni a valós árakat, úgyhogy visszatereljük a versenyt a régmódi kerékvágásba, amikor is még nem a *-os megjegyzések számával ment a verseny az ügyfélért.

Ami viszont még mindig mesze van, az a távközlési szolgáltatások reklámozásának szabályozása. A hazai három mobil- és mobilinternet-szolgáltató már kizárólag a trükkös megfogalmazásokkal próbál ügyfeleket szerezni. Hová lett az innováció?

Összeszedtünk néhány „ajánlatot” a szolgáltatók lapjáról:
995 Ft/hó*

Most 0 Ft-ért elviheted az első 3 hónap havidíja 0 Ft XXX csomag 990 Ft****

Modem és adatkártya már 0 Ft-ért...

De vajon miért van az, hogy egyfelől ezeken már meg sem lepődünk, másfelől pontosan tudjuk, hogy hazugság, és rögtön a lap alján kifejtett csillagos megjegyzéseket kezdjük olvasni. Vagy az sem abszurd, hogy már van négycsillagos megjegyzés is?

Ugy tűnik tehát, hogy leáldozóban vannak a becsületes ajánlatok. Annyira eltorzultak a vásárlói igények és szokások, hogy ha csak úgy egyszerűen megmondanánk, mennyi az annyi, még ki is nevetnének. Nem értenék, hogy miért nincs csillag minden szavunk mögött, miért nem ígérjük meg a nyilvánvaló lehetetlent.

A háttérben közben persze mi, vásárlók magunkkal szúrunk ki. Ha elmegyünk a szolgáltatóhoz és kiderül, hogy ja kérem szépen, a nulla nem úgy nulla, ahogyan azt matematikából tanultuk, akkor azonnal felállnánk, és megköszönnénk, az ilyen jelenség egyre fogyna. De mi semmi problémát nem látunk abban, hogy miért kell végül hárommilliót fizetni az alig több mint kétmillióért hirdetett autóért, hogy miért érkezik egyszer csak kétszer akkora mobilinternet-számla, hogy hogyan lesz a percdíjunk máigikusan másfélszer annyi, mint amit ígértek.

Mondhatnánk persze, hogy ugyan már, „nyugaton” is ezt csinálják, úgyhogy kár ezen fennakadni, ilyen a fogyasztói társadalom. Ezzel kapcsolatban több rossz hírünk is van. Egyfelől nagyon nyugaton (tengerentúlon) az autók durván feleannyiba kerülnek, mint itthon, a helyi telefonálás már évente óta ingyen van, az internet pe-

dig nem extra, hanem úgy kezelik, mint a villanyáramot.

Közepesen nyugatra pedig csúcskategóriás mobiltelefonokat adnak új előfizetőknek, nem pedig „Előfizetés (24 hónap) kezdő részlet****”-tel hirdetik azokat a telefonokat, amelyeket ott már lassan lecserélnek, de nálunk még jó lesz az.

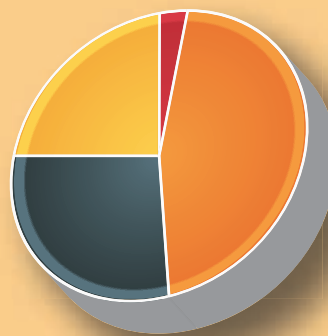
Igaz tehát, hogy a szolgáltatók mindenhol pénzből élnek, de verseny és verseny között is van különbség: nálunk még négy-öt csillagnyira vagyunk a valódi, éles versengéstől. Hogyan lehet például az, hogy míg a mobiltelefon-használat évről évre nő, s a vezetékstelefon-előfizetéseket sorra mondják föl, addig a nagy konszernnek eszébe sem jut a helyi hívásokat ingyen adni? Miért jut eszébe az észtluxemburgi Skype-nak, hogy a világ minden pontjára kedvezményes havidíjon korlátlan helyi vezetékes-telefonhívást biztosítson? Nekik onnan ezt egyszerűbb lenne megszervezni, mint „ezeknek” itthon? Vagy ők más modell sze-

rint dolgoznak, és az „ügyfél” szó nem azonos náluk a „szerencsétlennel, aki a sárga csekket fizeti”?

Ezt egyébként igen egyszerű letesztelni: fizessünk elő bármire egy külföldi szolgáltatónál (legyen például a fent említett Skype), majd írjunk egy e-mailt egy vélt vagy valós problémánkról. Majd írjunk e-mailt a hazai „nagyak”, szintén segítségért esedezve... Vajon honnan tudjuk, hogy mi lesz az eredmény? Miért lehet ez ennyire triviális?

Nem is annyira régen történt, amikor az egyik mobilszolgáltató televíziós reklámjában a következőt mondta a képzeletbeli előfizető: „Nem találtam ezek fel más, csak az apró betűt” – utalva ezzel a másik mobilszolgáltató kevésbé őszinte ajánlataira.

No igen. A gond az, hogy azóta a fenti reklámot kitaláló egyik, a „nem apró betűs” szolgáltató, már négy-öt csillagnál jár minden hirdetésében, reklámjában. Ki mit talált akkor fel pontosan?



Olvasóink szerint...

Előző lapszámunkban a firmware- és meghajtóprogramok hibái kapcsán közöltünk véleményt. Eszerint a frissen kicsomagolt eszközök kötelező frissítésével olyan munkát hártanak ránk a gyártók, amelyet nekik kellett volna elvégezniük, hiszen mi teljes árat fizettünk a termékért. Kíváncsiak voltunk, olvasóinkat mennyire zavarja ez a jelenség

- Csak ritkán találkozom ilyesmivel (46%)
- Rendszeresen találkozom vele, de megoldom (29%)
- Nagyon zavaró, és néhány problémát sehogy sem tudok megoldani (22%)
- Rendszeresen találkozom vele, és ilyenkor segítséget kell kérnem (3%)

Az e heti véleményről a computerworld.hu/cikkek/velemeny41 weboldalon szavazhatnak.

ESEMÉNY-
NAPTÁR

Október 9. BUDAPEST
FITI Konferencia 2008
WWW.FITI.HU

Október 14–15. TIHANY
Internet Hungary
WWW.INTERNETHUNGARIA.HU

Október 15. BUDAPEST
e-Önkormányzat 2008
COMPUTERWORLD.HU/KONFERENCIA

Október 15. BUDAPEST
KFKI-nap
KFKINAP.KFKIZRT.HU

Október 16. BUDAPEST
SAS Fórum Magyarország 2008
WWW.SASFORUM.HU

Október 16. BUDAPEST
15 éves az Axico Partner Nap
WWW.AXICO.HU

Érkezik a Windows felhője

Mozsik Tibor ■ Egy hónapon belül bemutatják a Windows Cloudot, azt a környezetet, amelyre a fejlesztők számításháló-alkalmazásokat írhatnak majd – jelentette be *Steve Ballmer*. A Microsoft vezérigazgatója nem túl sok részlettel szolgált, annyit azonban elárult, hogy a Cloudot – a Vistát néhány év múlva leváltó – Windows 7-től külön projektként fejlesztik.

Az elmúlt időszakban néhány vállalat – mint például a Google vagy a Salesforce.com – fejlesztéseinek köszönhetően egyre inkább előretörnek az interneten keresztül nyújtott szoftverszolgáltatások, amelyek révén a korábbinál alacsonyabb áron és kisebb üzemeltetési igény mellett érhetőek el az alkalmazások. Az utóbbi időben azonban már a hagyományos, desktop-környezetre fejlesztő cégek, így a Microsoft is egyre elszántabban próbálják bizonyítani, hogy nekik is vannak terveik az internetes szoftverszolgáltatásokra. S. Ballmer hangsúlyozta, hogy a Microsoft továbbra sem tervez olyan szoftvereket, amelyek teljes mértékben az interneten elérhetőek, inkább olyan szolgáltatásokon dolgoznak, amelyek segítségével például egyszerűbb szerkesztési fel-

adatokat végezhetnek a felhasználók Office dokumentumaikon (számítási felhőn) azokat a programokat értik, amelyek egy webböngészőben jelennek meg, ugyanakkor a tényleges számítás egy távoli adatközpontban történik).

A Microsoft jelenleg is számos szoftveréhez fejleszt online komponenseket, mint például a Sharepoint kollaborációs alkalmazáshoz, az Exchange e-mail szerverhez vagy a Dynamics ügyfélkapcsolat-kezelő szoftverhez. A szoftverszolgáltatásokhoz képest a Microsoft stratégiája: „szoftver plusz szolgáltatás”, azaz a központi alkalmazásait webes funkcionalitásokkal látja el.

A Microsoftra ugyanakkor egyre nagyobb nyomás helyeződik a Google részéről, amely egy ideje már webes vállalati produktív csomagot is kínál Google Dokumentumok és Táblázatok néven. A Google szolgáltatásával kapcsolatban Ballmer úgy vélte, hogy azt kevesen használják, mivel a felhasználók több funkciót várnak el egy irodai szoftvercsomagtól. „Mi erősebb szoftvert akarunk adni annál, mint amilyen egy böngészőben futó alkalmazás lehet” – tette hozzá a Microsoft vezérigazgatója.

HÍRMOZAIK

Újabb erős negyed-
évet zárt a Novell

A vállalat minden kiemelt területén jelentős növekedést ért el 2008-as harmadik pénzügyi negyedévében az előző év azonos időszakához képest Linux, biztonság és rendszerfelügyelet területeken egyaránt. Árbevételük elérte a 245 millió amerikai dollárt, míg a 2007-es pénzügyi év harmadik negyedévében ez a bevétel nettó 237 millió dollár volt. A működési eredmény a 2008-as harmadik pénzügyi negyedévében 1 millió dollár volt, míg a 2007-es pénzügyi év azonos időszakában a Novell 10 millió működési veszteséget realizált.

REGISZTRÁLJON!

Ha szeretné hétről hétre

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

ceginfo.computerworld.hu



vodafone

Amennyi zenét csak bírsz!

KORLÁTLAN ZENEletöltés a Vodafone live!-on
Több mint százezer zeneszám közül választhatsz

www.vodafone.hu/multimedia

Havi 1 800 Ft-ért, vagy díjmentesen
egyes Multimédia tarifacsomagokkal

Ez a Te pillanatod



IV. Informatikai Biztonság Napja

Az Informatikai Biztonság Napja (ITBN) immár negyedszer hívta fel a figyelmet az IT-biztonság fontosságára, illetve a hatékony védelem kialakításának szükségességére. A rendezvényen ezeregyszáz érdeklődő kísérte figyelemmel az előadásokat és a kiállítást. [Írta: Kristóf Csaba]

Minden olyan eseménynek fontos szerepe van, amely képes rávilágítani a hatékony informatikai biztonság szükségességére. Hazánkban ezek közül az egyik legjelentősebb az Informatikai Biztonság Napja, amelynek ideai célja az volt, hogy sikerüljön ráébrednie a vállalatok, szervezetek biztonsági vezetőit és döntéshozóit a biztonság tudatosság, valamint a prevenció fontosságára.

Az ITBN – hasonlóan az előző évekhez – a MOM Parkban kapott helyet. Az első szembetűnő érdekesség egy vitrinben lapult: a Hadtörténeti Múzeumból származó, Mátyás király halotti pajzsának hiteles másolata a védelem szimbólumaként tártult a látogatók elé. A dicső történelmi időkön való töprengésre azonban nem volt sok idő, hiszen kezdődött a program,

A plenáris előadások során a Symantec képviselőjében *Gombás László* világított rá az adatvesztések megelőzésének lehetőségére és a DLP (Data Loss Prevention) rendszerek előnyére. Ezek közül a legfontosabb az érzékeny adatok követhetősége és az alkalmazottak, az ügyfelek, valamint a szervezetek szellemi tulajdonának hatékony megóvása. A szakember megemlítette, hogy egyes DLP-módszerek révén tíz napon belül akár 90 százalékkal csökkenthető az adatvesztésekkel járó események száma. A délelőtti órákban színpadra lépett *Keleti Arthur*, a KFKI IT-biztonsági stratégája, aki a teljes körű védelem kihívásait ecsetelte. Felvázolta, hogy a gyártók által kínált technológiák általában önmagukban nem elegendők, hiszen módszertanokra, tanácsadásra, valamint szá-

Az ITBN ideai célja mindenekelőtt az volt,

hogy ráébredjen a vállalatok döntéshozói a biztonság tudatosság, és a prevenció fontosságára.

biztonságáról. Amíg sokan a védekezés lehetőségeiről beszéltek, addig *Papp Péter*, a Kancellár.hu vezérigazgatója azt szemléltette, hogy egy nem megfelelően védett Oracle adatbázis, illetve az azt futtató szerver milyen könnyen válhat teljesen kiszolgáltatottá. A hallgatóság érdeklődéssel figyelte, ahogy a szakember a bemutató céljára használt – biztonsági frissítéseket nem tartalmazó – Oracle szerver IP-címének ismeretében ingyenes kis szoftverekkel, illetve kódokkal pár perc alatt megfejtette az Oracle SID-azonosítóját és egy teszt felhasználójelszavát. Ezt követően táblát törölt az adatbázisban, és adminisztrációs jogosultságot szerzett. Ettől kezdve viszont már nemcsak az Oracle-ben tudott tevékenykedni, hanem az operációs rendszerben is, amit egy hátsó kapu létesítésével be is bizonyított.

Az ITBN délutáni programja további érdekes és aktuális témákkal kecsegtetett. Nagy hangsúlyt kapott a jogosultságkezelés, amelynek kapcsán többek között IBM-, Sun-, Novell- és Oracle-megoldásokkal is megismerkedhetett a publikum. Azoknak a látogatóknak sem kellett unatkozniuk, akik nem érdeklődtek a jogosultságkezelés iránt, hiszen párhuzamosan számos olyan előadás zajlott, amelyek az e-mail és webbiztonság, az adattitkosítás, a SOA, a napló- és eseménykezelés stb. területeire kalauzolták el a résztvevőket.

Szappanos Gábor, a VirusBuster víruslaborjának vezetője egy átlagos felhasználó szemüvegén át bemutatva napjaink ránk leselkedő veszélyeit. Előadásából kiderült, hogy sok esetben még mindig a már több éve ismert és irtható számítógépes kártevők okoz-

zák a legtöbb problémát, ami többek között a vírusvédelem hiányosságaira vezethető vissza. Olyan károkozókra tett említést, mint például az OpaServ, a Zafi, a NetSky, a FakeAlert, valamint az Exchanger. Ez utóbbi legfőbb veszélye, hogy egy 315 ezer fertőzött számítógépből álló botnet hálózat áll a háta mögött, emiatt naponta akár 60 milliárd spam generálására is képes.

A szekciók moderátorai sokszor már-már „közelharcot” vívtak az előadók által túllépett időkeretek miatt, ez azonban szerencsére a résztvevőket nem tántorította el a nap plenáris záró előadásának meghallgatásától. A closing note-ot idén *Richard Reimer* kanadai IT-biztonsági szakértő tartotta, aki a különféle sebezhetőségek és a kártékony programok veszélyességéről, típusairól beszélt. A szakember szerint összességében a sérülékenységek száma folyamatosan növekszik, elsősorban a ki-szolgáltatói támadások vannak túlsúlyban. Richard Reiner a leggyakoribb és egyben legveszélyesebb sebezhetőségeknek a puffertúlszordulási hibákat tartotta. Majd megjegyezte, hogy a webes alkalmazások esetében ugyan az XSS (Cross Site Scripting) okozza a legtöbb gondot, mégis a legnagyobb károk az SQL Injection-alapú támadásokra vezethetők vissza.

JÓ, JÓ, DE...

Az ITBN lezárása után azok a látogatók, akik elsősorban a konkrét védelmi megoldások iránt érdeklődtek, többnyire nem csalódtak a rendezvényben. Az eseményen részt vevő számos konkurens gyártó, valamint szolgáltató kínálatáról élő bemutatókat láthattak, és feltérképezhették az alternatív megoldásokat. Felmérhették, hogy az eddig alkalmazott, illetve a bevezetendő védelmi intézkedéseik valóban képesek-e helyállni a való világban, vagy esetleg vannak-e még olyan területek, gyenge pontok, amelyekre jobban oda kell figyelniük. Azok a résztvevők azonban, akik az Informatikai Biztonság Napján egy-egy témában szívesen merültek volna el mélyebben, talán kicsit csalódottabban távoztak. Ők ugyanis néhány előadást meglehetősen marketing-szágúnak érezhettek, nem is alaptalanul. Mindezek ellenére az Informatikai Biztonság Napja idén is igazolta, hogy szükség van erre az eseményre, hiszen képes középpontba állítani azokat a veszélyforrásokat, valamint védelmi megoldásokat, amelyek ismerete a biztonságos informatikai rendszerek kialakításához és üzemeltetéséhez elengedhetetlen.



amelyet 36 kiállító termékei is színesítettek. Neves biztonsági cégek, sok jól ismert szakember, számos országból meghívott vendég állt a standoknál.

KEZDŐDIK AZ ELŐADÁSDÖMPING

Az első előadáson az I. Független Magyar IT Biztonsági Felmérés kompetens eredményeit és ténymegállapításait ismertette *Sugár Mihály*, a BellResearch vezető tanácsadója. Kiderült többek között, hogy a hazai vállalatok körében a kérértlen elektronikus levelek, a szolgáltatásmegtagadási támadások, az adatlopások jelentik a legnagyobb kihívásokat. Mindezek mellett sokszor problémaként merül fel az adatbázisok biztonságos elérhetővé tétele, a kommunikáció védelme és az emberi tényező kezelése is.

mos területet érintő szakértelemre is szükség van a megfelelő védelemhez. A plenáris előadások zárásaként *Hamed Khan*, a HP munkatársának jóvoltából egy SQL Injection-alapú, Ajax-elemeket is felvonultató, webes támadást tekinthetett meg a közönség.

A teltházas előadások után kezdődött meg igazán a bemutatók dömpingje, hiszen összesen kilenc szekció várt még a résztvevőkre. Délelőtt a kommunikáció biztonsága és az adatvédelem került a középpontba. Szó volt a vezetékes és vezeték nélküli hálózati megoldásokról, a tartalomszűrésről, a mobilizálódással összefüggő kockázatokról, valamint az alkalmazások, illetve az adatbázisok



A Toshiba
a Windows
Vista™
operációs
rendszert
ajánlja.

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

VÉGRE EGY TÁRS, AKI SOHASEM KRITIZÁL.

Van stílusa, bírja a tempót, szereti a pörgést,
nem akadékoskodik, mindig van ideje,
jól lehet vele szórakozni, segít, ha kell,
remekül kommunikál, és mindenhova elkísér
- persze csak ha akarod.

Nyerd meg a társad!
Töltsd ki a laptopválasztó tesztet, és tiéd lehet
a Toshiba Satellite A300-as laptop, vagy a további
25 értékes nyeremény egyike!
Részletek a weboldalon.

www.igazitars.hu

Az alábbiak az Intel Corporation Egyesült Államokban vagy más országokban használt védjegyei: Intel, Intel logó, Centrino, és Centrino Inside. A Microsoft, a Windows és a Windows Vista név a Microsoft Corporation Amerikai Egyesült Államokban, illetve más országokban bejegyzett védjegye vagy kereskedelmi védjegye. Minden védjegy a jogtulajdonos tulajdona.



Marketing-kommunikáció 2.0

Felületesen szemlélve talán komolytalannak, fiatal pályakezdők szárnypróbálgatásának tűnhet. Hatékonyságát tekintve azonban egyre inkább felveszi a versenyt a bejáratott sémákkal, mivel az új fogyasztói generáció nyelven szólal meg. Tehát oda kell figyelni rá, sőt esetenként tanulni belőle. Összeállításunkban a grillamarketing mibenlétét és lehetőségeit mutatjuk be. [Írta: Árokszállási Gábor]

Gerillamarketing helyett szerencsésebb a buzz marketing kifejezést használni – mondja *Kaizer Gábor*, a ReVISION stratégiai igazgatója, egyben a Magyar Reklámszövetség (MRSZ) Gerilla és Vírusmarketing Társaságának vezetője. A „buzz” zsongást, pezsgést jelent, amely tökéletesen jellemzi az összeállításunkban tárgyalt újszerű hirdetési formákat, illetve az azok által kiváltott hatást. Visszhangosak, vagyis témát szolgáltatnak a fórumok, a chat-felületek, szobák számára csakúgy, mint a valós, offline közösségeknek. Egyfajta öngerjesztő folyamatról beszélhetünk, ahol a közösség terjeszti az ügyesen csomagolt reklámüzenetet.

REPÜLJENEK A TORTÁK!

A buzz marketingnek több alfaját különböztethetjük meg. A legegyszerűbb a *szóbeszéd* (*word of mouth*). Ez akár egy termékkel/szolgáltatással is kapcsolatos lehet. **Az érdekes információk futótűzként terjednek. Ma már persze nem feltétlenül szájról szájra, sokkal inkább klaviatúráról klaviatúrára áramlanak a hírek,** érdekességek – éppen ezért az online megfelelőjét szokták vírusmarketingnek is nevezni. *Kaizer Gábor* a Hotmailt említette mint első kiemel-

kedő példát, amely indulásakor a kiküldött e-mailek alájára elhelyezett, regisztrációra biztató üzenetekkel népszerűsítette magát. Mivel akkoriban még újszerűnek számított az ingyenes levelező szolgáltatás, rövid idő alatt hatalmas népszerűsége tett szert (így már az is érthető, hogy később miért vette meg a Microsoft). Természetesen ehhez egy jó szolgáltatásra is szükség volt, de marketingkommunikációs szempontból így is forradalmi lépésnek számít.

Másfajta az *ambient média*. Ez esetben valamely közterületet alakítják át reklámhordozóvá úgy, hogy az lehetőleg felkeltse az érdeklődést, tömeget vonzzon magához. Volt rá példa, hogy az IKEA egy buszmegállót rendezett be saját bútoraival – nem kis feltűnést kelteve.

Végül meg kell említeni az *astroturfing* formát, amely egy amerikai műfűmárkáról kapta a nevét, és mesterségesen, felülről (tehát a gyártók, a vezetés által) létrehozott fogyasztói mozgalmakat takar. Előszóval szeretettel alkalmazzák politikai üzenetek terjesztésére is, mivel itt általában csak utólag derül ki, hogy reklámról van szó. *Kaizer Gábor* példaként hozta fel erre a Szeretem Magyarországot mozgalmat (www.szeretemmagyarorszagot.hu). Fel-tűnően profi, egy átlagos civil szervezet-hez képest meglepően szé-

les körű kommunikációt kap – igen sokat szerepel a médiában is –, aminek ugyebár magas költségei vannak. Ezért sok jobb-oldali újságíróban felmerült, hogy gerilla-kampányról volt/van szó. Ugyancsak ide sorolható a Blondy nevű szórakozóhely nyitó kampánya, amikor elterjesztették, hogy szőke nőket nem szolgálnak ki, s ezzel természetesen igen nagy felháborodást keltek az érintettek körében. Utóbbiak megdobálták tortával a tulajt, de ekkor egész „véletlenül” a helyszínen volt a média apraja-nagyja, így igen sok fórumon megjelent az esemény, hatalmas hírverést csapva a mulatónak. Itt érdemes megemlíteni a Reakció magazin (www.reakcio.hu) indulását is, amely önkéntes 4-es metró-építésre buzdított egy adott napon, majd a kivonuló sajtó előtt leleplezte kilétét.

VAN HOZZÁ MOZGÓKÉPÜK

Ahogy egyre többet tudnak a felhasználók, s mind gyorsabban fejlődik az internet, a reklámozási eszköztár is folyamatosan változik. Megjelenési formák tekintetében pillanatnyilag a vírusvideók a legnépszerűbbek és legelterjedtebbek. Ez nagyban betudható a videomegosztó portálok sikerének, illetve sokasodásának – véli *Kaizer Gábor*.

A vírusvideók sajátossága, hogy nem feltétlenül látszanak hivatalos profi művészi ihletésű alkotásnak, gyakran amatőr felvételnek álcázzák őket. A ReVISION például most készített egy ilyet legújabb ügyfelének, a Cocaine névre hallgató energiatalnak. A filmen a Blaha Lujza téren álló furgon látható, amelyből egy bizalomgerjesztő fiatalember az említett nedűt árulja. Az egésznek körülbelül olyan a hatása, mintha illegális kábítószerüzletről lenne szó. És persze az operatőri munka arra

hajaz, mintha egy járókelő vette volna fel mobiltelefonnal az esetet. Az anyag néhány nap alatt többeszes látogatottságot generált a videomegosztó portálokon – az eredményhez a figyelemfelkeltő cím is hozzájárult: „Kokaint árulnak a Blahán” (http://www.indavideo.hu/video/Kokaint_arulnak_a_Blahan).

– Természetesen a vírusvideó nagyon sokféle minőségi szintet elbír – hangsúlyozta *Kaizer Gábor*. **Az amatőr hatású felvételek mellett komolyabb munkákkal is találkozhatunk. A milyenségét leginkább a kívánt cél határozza meg.**

Ugyancsak népszerű formák a flashjátékok, az elektronikus képeslapok, valamint a különböző kommentek – utóbbiak elhelyezhetők fórumokon, chat, illetve közösségi oldalakon és hagyományos látogatói hozzászólásnak tűnnek elsőre. Ezek akár az előbbi tartalmak valamelyikére is hivatkozhatnak.

KI MINT VETI KAMPÁNYÁT...

Kaizer Gábor megemlítette még a Véleménypanel portált, amely egy úgynevezett *seedling* platform. – Csúnya magyar szóval élve itt „magvetés történik” a kampányokronatkozóan – mondta. Gyakorlatilag ez olyan közösségi oldal, ahol különböző termékekről, szolgáltatásokról folyik a csevej. A tagsághoz egy viszonylag hosszú kérdőívet kell kitölteni, amely alapján az üzemeltetők eldöntik, hogy az illető kompetensnek tekinthető-e valamilyen témában, alkalmas-e esetleg véleményvezérnek. Abból lehet véleményvezér, aki járatos egy adott területen – legyen az a parfümök vagy éppen a mozifilmek világa –, és úgy tudja megfogalmazni a gondolatait, hogy azt a közösség hiteles információként fogadja el (más szóval, olyan



emberekről van szó, akiknek a közösség ad a véleményére, akikre hallgat a tömeg). Nekik az oldallal kapcsolatban álló gyártók felkínálják kipróbálásra termékeiket, amelyekről ők elmondhatják tapasztalataikat a többieknek. Álláspontjuk a hirdetőknél is visszacsatolásul szolgál. Megesik, hogy egy-egy terméket még a bevezetés előtt módosítanak ennek figyelembevételével, vagy egy film több alternatív befejezési lehetősége közül ily módon választanak. A véleményvezérek munkáját különféle ajándékokkal honorálják. **A módszer egyfajta közvélemény-kutatásnak is tekinthető, amelynek résztvevői a felkínált árucikkek, illetve szolgáltatások minősítése mellett azok népszerűsítésében is jelentős szerepet vállalnak** azáltal, hogy különböző online és offline fórumokon elmondják róluk a gondolataikat.

A Véleménypanel alapjául egyébként a Procter & Gamble hasonló amerikai oldala szolgált (www.tremor.com), amely kezdetben csak saját termékeket kínált, ma azonban más gyártók portékái (nem csak higiéniai témakörben) is megtalálhatók rajta – a P&G számára ez is egy pluszbevételi forrás.

BRAND A LELKE MINDENNEK

A Procter & Gamble példájából látható, hogy a buzz marketing nem csupán a kis reklám-költségvetésű cégek „fegyvere”, a nagyobb vállalatok ugyanúgy nyerhetnek vele. Kaizer Gábor szerint kiváltképp alkalmas az FMCG (fast moving consumer goods), azaz a gyakran vásárolt termékek (például szappan, parfüm, sajtó, film, zene stb.) népszerűsítésére. Emellett minden olyan produktum és szolgáltatás hir-

dethető ily módon, amelyről az emberek (potenciális vásárlók) egymás közt beszélgetni tudnak.

– Vannak olyan – homogén – termékek, amelyekről elsősre úgy tűnhet, nem lehet így propagálni őket. Vegyük például a banánt – mondta *Bonyhádi Gábor*; a ReVISION *client attack commander*-e. – Hiszen azt gondolhatnánk, hogy egy hasonló kampánnyal legfeljebb a teljes banánpiacra vonatkozóan érhetünk el jótékony hatást. Ez azonban így nem igaz, mivel a banánt is „be lehet brandingelni”, azaz márkanévet kapcsolni hozzá, azt látványosan feltüntetni, hogy az emberek meg tudják különböztetni a többtől, és megfogalmazni valamilyen csak arra az adott gyártmányra jellemző hozzáadott értéket. Onnantól kezdve, hogy egy árucikknek egyedi termékjellemzője van, már készíthető marketingkampány – fejtette ki.

Kaizer Gábor szerint ma bármely termék vagy szolgáltatás reklámkampányába érdemes beépíteni gerillamarketing-elemeket, mivel kellően költséghatékony, másrészt a klasszikus hirdetési formákkal nem elérhető célcsoportokhoz is el lehet így juttatni az üzenetet. Ilyenek például azok, akik nem néznek tévét, érzéketlenek az útszéli óriásplakátokra vagy éppen átlapozzák az újsághirdetéseket. Ez utóbbiak száma egyébként rohamosan növekszik, hiszen egy ember naponta több ezer reklámüzenettel találkozik, és szép lassan ellenállóvá válik ezekkel szemben – tehát szükség van valami pluszra, ami felkelti a figyelmét. A buzz marketing olyan újszerű terjesztési csatornákat, illetve formákat használ, amelyek széles rétegekhez eljut, és nyitott fülekre/szemekre talál.

Gerillamarketingre szakosodva

A ReVISION kreatív, sok esetben szabadúszó, egy-egy szakterületre specializálódott fiatalokból álló csapat az újszerű hirdetési formák mellett kötelezte el magát. *Kaizer Gábor* szerint a nagyobb ügynökségek nincsenek rákényszerülve hasonló kísérletezgetésekre, a változó felhasználói szokások gyors követésére, mivel – méretükből adódóan – a jól bevált sémákat, reklámozási formákat felhasználva is kényelmesen fenn tudják tartani magukat. A világ viszont napról napra változik, az elmúlt 10 évben rohamosan nőtt az internetfelhasználók száma, ezzel egyidejűleg fejlődött az elérés minősége, illetve kapacitása, és sorra jelentek meg a reklámozás szempontjából rendkívül hatékonynak mondható platformok.

Természetesen itt nem a bannerekre kell gondolni (amelyek tulajdonképpen az óriásplakátok online megfelelői), hanem a közösség szokásait figyelembe vevő formákra (például vírusmarketing). A ReVISION ügyfélkörében zömében nagyobb multinacionális cégek találhatóak, amelyek a gerilla- vagy buzz marketinget kampányuk kiegészítő elemeként alkalmazzák. De persze akad olyan is, aki a teljes reklámstratégiáját erre a fajta kommunikációra építi. Sőt vannak olyan márkák, amelyek teljes körű kommunikációját az innovatív brigádra bízták. A ReVISION többek között ezért indította el úgynevezett full-service üzletágát Visioned néven 2008 végén.

Új tagozatokkal bővült az MRSZ

Idén tavasszal Gerilla- és Vírusmarketing, valamint Ambient Media tagozat alakult a Magyar Reklámszövetségben. A két rokonterületi tagozat alapításával tovább erősödött a szövetség tagozati struktúrája, biztosítva a nemzeti trendekkel való lépéstartást. Az Ambient Media tagozat célja a névben foglalt reklámszervezők és megoldások széles körű megismertetése a piaccal, előnyök bemutatása, elfogadottságuk növelése és a szegmens fejlesztése. Az Ambient Media tagozat célkitűzései között szerepel az egysíkú médiavásárlási szokások elmozdítása, hatékonysági mérések és azok módszereinek kidolgozása, a kutatócégekkel való szoros együttműködés kialakítása és kreatív médiafelületek biztosítása a reklámok magasabb elfogadottságának érdekében. A tagozat meghatározó feladatának tartja az ambient eszközöket felvonultató kampányok tapasztalatainak megosztását, hatástanulmányok

publikálását a szakajtónak, az ügynökségeknek és a médiavásárlóknak. A Gerilla- és Vírusmarketing tagozat célja valamennyi gerilla- és vírusmarketing-mechanizmus megismertetése a piaccal, használatának növelése és a szegmens fejlesztése; szakmai érdekképviselő létrehozása a hazai és nemzetközi fórumokon. – Az olyan piaci folyamatok, mint az alternatív marketingeszközök felértékelődése, illetve egyes hazai gerillakampányok etikai kérdései számos szakmai tennivalót sürgetnek – jegyezte meg a tagozat alapításával kapcsolatban az ötletgazda, Kaizer Gábor. A tagozat alapító tagjai: Carbon Group, Carnation, Darwin's Marketing Evolution, Insomnia, Kirowski, Leo Burnett, Mimóza Kommunikáció, PIXMAN nomadic media, ReVISION, TBWA/Budapest. Természetesen a tagozat nyitott, az alapítók várják a további ügynökségi és médiaipari szereplők csatlakozását.

A buzz marketing a fogyasztókat is másképpen kezeli – megadja nekik a választás szabadságát.

Nem kényszeríti rájuk a hirdetés megtekintését, szemben mondjuk a televízióval, amelyiknél ha nem váltanak csatornát, vagy nem mennek ki a helyiségből, akkor meg kell tekinteniük/hallgatniuk akár huszadszorra is a számukra esetenként teljesen irreleváns marketingmaszlagot. A vírusvideók célcsoportja viszont például önkiválasztó: azok kattintanak rá, akiket érdekel a téma vagy legalábbis a körítés – néha ez utóbbi is elég ahhoz, hogy a tudatukba vésődjön az üzenet.

Említettük a költséghatékonyt. Ezt nem úgy kell érteni, hogy olcsó, B kategóriás hirdetésekről van szó. Gyakorlatilag egyetlen, ám annál húzóssabb tétel hiányzik belőlük, mégpedig a klasszikus reklámozási formákra jellemző médiafoglalási költség. Egy komplexebb televíziós, rádiós, sajtó, közterületi elemeket is használó kampány körülbelül 150 millió forintnál kezdődik, amelynek töredéke a kreatív ügynökség munkája, beleértve a reklámfilm leforgatását. Egy egyszerűbb spot leforgatása megvan pár millió forintból (sőt alkalmanként még annál is kevesebből), de általában egy komolyabb sem kerül többé 30-40 millió forintnál. Ennek aztán sokszor a tízszeresét költik arra, hogy adásba kerüljön. A buzz marketing esetében a terjesztési csatorna maga a közösség,

valamint az azon belüli szóbeszéd, tehát nem kell érte fizetni, és a megjelenések száma sem kötött – minél érdekesebb és időállóbb az információ, annál szélesebb körben terjed, illetve marad terítéken.

SZERENCSÉS VÉLETLEN

Előfordult már, hogy egy olyan hirdetés kezdett el a közösség által terjedni, amelyet eredetileg nem gerillamarketing módszerrel kívántak futtatni – legalábbis hivatalosan nem. Itt jön a képbe a „márkaeltérítés” fogalma; az ugyanis nem jellemző, hogy egy-egy hirdetést eredeti formájában továbbítsanak egymásnak a felhasználók, még ha az esetleg vicces is.

Általában valamilyen módon belenyúlhatnak, alakítgatják (például az eredeti plakátot Photoshoppal manipulálják), néha az eredeti üzenetet teljesen megváltoztatva – ami persze nem jelenti azt, hogy elveszíti a reklámértékét.

A legjobb példa erre talán a Media Markt promóciója: „Hülye, aki nem ünnepel!” Ez egyeseket felháborított, másoknak viszont elindította a fantáziáját, így a hirdetésnek rengeteg „alternatív” változata jelent meg a világhálón. Példát csak azért nem mutatunk, mert többségében nyomdafestéket nem tűró átdolgozásokkal találkozunk. Márkaeltérítés kapcsán esetenként komoly alkotásokat is lehet látni, legutóbb például a Mastercard egy reklámfilmjét forgatva valaki újra, kifigurázva az eredetit.

Ugyancsak a márkaeltérítés alá sorolható, amikor nem egy konkrét hirdetést dolgoznak át, hanem felfedeznek valami sajátosságot egy árucikkben (vagy több kombinációjában), és azt kezdik el kommunikálni online berkekben. Az utóbbi idők legkomolyabb esete a Mentos és a Coca-Cola Light kapcsán elindult videóözön. Aki esetleg nem látta volna: valaki felfedezte, hogy a Mentos cukorka az említett üdítőitalal látványos reakcióba lép – az üvegbe pottyantva szökőkút jelenségnek lehetünk szemtanúi. Rengetegen láttak ebben fantáziát, volt, aki egy videó kedvéért több

deókban megjelenő egyéb negatív vagy éppen megbotránkozató képsorok, illetve üzenetek miatt.

Vegyük például az easyHotel Budapest – szellemes és nem is annyira valóságtól távoli – reklámfilmjét (a pestiside.hu oldalon megtalálható), amely egyesek szerint rendkívül káros az országimázsra nézve. Egy komolyabb botrány is volt *Koltai Róbert: Megy a gőzös* című filmjének kampányából, amelyet az MTI kifogásolt (őket is sikerült megtevesztetni, mivel egy hitelesnek számító szakértőt is bevontak a játékba), majd a Magyar Fogyasztóvédelmi Hatóság is törvénytörőnek minősítette.



száz üveget rendezett sorba, és klasszikus zenére komponálva mutatta be az elegyen rejlt erőt. De olyan bátor jelentkező is akadt, aki a saját egészségét kockáztatta, és a gyomrában keverte össze a két terméket – hát nem volt szép látvány... Gondolhatnánk, hogy a „kampány” ez esetben negatívan sült el. Nos, nem! A Mentos és a Coca-Cola Light értékesítése ekkoriban látványosan megugrott egy rövid időre. Hozzá kell tenni, a két cég is megfelelően reagálta le a történeteket, egyik sem kezdett el áttetsző magyarázatokat adni a jelenségre, nem is próbálták letiltatni a videókat, teljesen paszszívak maradtak. Persze főlegesen is lett volna protestálniuk...

HOL A HATÁR?

Néhány korábbi példából látszott, hogy a buzz marketing olykor megtevesztően hat az emberekre – legalábbis elsőre nem mindig egyértelmű számukra, hogy a hirdetésről van szó. Készültek már erre vonatkozó etikai szabályok? – kérdeztük Kaizer Gábort.

– Pillanatnyilag nincs kapcsolódó törvényi szabályozás, sem etikai kódex az ilyen jellegű gerillakampányokra. Már vannak, akik szorgalmazzák, nem is első sorban a megtevesztés miatt, hanem a vi-

Kaizer Gábor nem tartja elítélendőnek a buzz marketinges átveréseket, amíg azok nem lépnek át egy bizonyos határt, tehát nem csak az átverésre utaznak, és nem alkalmaznak durva módszereket. Normál esetben a gerillaakciókban némi összekacsintás is felfedezhető a fogyasztókkal – a készítő is hagyunk bennük arra utaló jelet, amelyből egyértelműen kiderül, hogy nem kell komolyan venni ezeket.

VIDEO KILLED THE RADIO STAR

Fentebb már esett szó arról, hogy **a buzz marketing jelenség részben a fogyasztói szokások változásának egyik velejárója.** Adott tehát a kérdés, hogy hosszú távon veszélyeztetheti-e a hagyományos reklámformák létét. Kaizer Gábor szerint a válasz egyértelműen: nem. Ahogy például a televízió – mint modernbb technika – mellett sem csökkent nullára a rádiók vagy a videó/DVD hatására a muzika népszerűsége, úgy a korábbi hirdetési eszközök sem veszítik el létjogosultságukat az új megjelenésével. A végcél szempontjából sem mellékes, hogy mely megjelenési formát választjuk. Mindegyiknek megvan a maga helye. Aki például brandet szeretne építeni, az még sokáig a nagy tömeget elérő, klasszikus megoldásokat részesíti majd előnyben.

Nem normális elemek

A gerillamarketing attól gerillammarketing, hogy nem a szokványos elemeket használva szerez a hirdető magának nyilvánosságot, figyelmet - véli Berényi Konrád, az online-marketing.hu szakértője. [Írta: Vass Enikő]

A hasonló eszközökkel operáló nem hirdetési megoldásokat használ hirdetésként, többnyire szokatlan stílust választ az üzenet átadására. A szakértő szerint a cél egyértelműen az érzelmi hatás elérése, ezen keresztül a figyelem megszerzése. Vagyis így elérheti, hogy az emberek foglalkozzanak vele, beszéljenek róla. A gerillammarketing eszközeivel véletlenül is lehet élni, vagyis előfordulhat, hogy valaki nem szándékosan, de mégis gerillammarketing eszközt hoz létre.

Berényi Konrád szerint a gerillammarketing nem vírusmarketing, két egymástól jól elkülöníthető, ám né-

ha véletlenül egybeeső marketing-módszerről van szó. A gerillammarketing a meglepetés, a meghökkentés, a gyors taktika világa. **A vírusmarketing pedig az a megoldás, amikor valamilyen oknál fogva a felhasználók egymásnak küldözgetik a reklámot, azt egymás közt továbbítják.** A szakértő nem zárja ki annak a lehetőségét, hogy egy gerillaakció gerjessze a vírust, de ez nem szükségszerű. A gerillammarketing megjelenési formája terjedhet igen széles körben, lehet szinte bármi, ami „nyomot hagy”. Lehet spam jellegű megoldás vagy egy jól elhelyezett videó –

Óvakodjunk a vírusmarketingtől!

A vírusmarketing olyan marketingtechnikákat jelöl, amelyek már fennálló, létező szociális hálózatok hasznosításával egy brand ismertségének exponenciális növekedését érik el, olyan folyamatokat beindítva, amelyek terjedése leginkább egy járványhoz hasonlítható. Az egyik legelső vírusmarketing-kísérlet egy alacsony költségvetésű horrorfilm, a Blair Witch Project (magyarul: Idegtelelés) bevezető kampánya volt. A film 1999 júliusában mindössze 27 moziban debütált az Egyesült Államokban, de pillanatok alatt hatalmas siker lett, és bevételei meghaladták a százmillió dollárt. A siker hátterében egy alaposan felépített vírusmarketing kampány állt. A rejtellyességet kiválóan használó csapat egyszerű alapot alkotott egy buzzkampányhoz.

A dokumentumfilm stílusban forgatott mozi egy csapat főiskolásról szól, akik egy boszorkányrejtélyről készítenek dokumentumfilmet, de miközben igyekeznek felfedni a titkokat, eltűnnek. A reklámkampány során azt sugalmazták, hogy a film valós történetet rögzített. A Cannes-i filmfesztivál alatt a marketingcsapat fekete-fehér fénymásolat poszterek százait ragasztgatta ki az utcákra, az „eltűnt” alkotókat keresve. Megállapodtak a színészekkel, hogy távol maradnak

a nyilvánosságtól a film promóciója alatt – így kívánták erősíteni a film körüli rejtélyeket, ráadásul ez kiváló alapot teremtett a szóbeszédnek (word of mouth) is. Mindent egybevetve, a gerillakampány leglényegesebb elemének mégis a vírusmarketing rész bizonyult – ez a projekt bizonyította először az internet valós értékét egy film reklámjában. Létrehoztak egy hamis weboldalt hónapokkal a film bemutatása előtt. Bár a források szűkösek voltak, a weboldal egészen egyszerű lett, ez bizonyult a legkifizetődőbb befektetésnek. A film megjelenéséig csupán néhány flashjáték, a forgatáson készült fotók és naplók, valamint letölthető hátterek és képernyővédők kerültek ide. A filmkészítők azonban ügyes háttérstortit is kreáltak a filmhez, ami viszont nem volt része a hivatalos bemutatónak. Az ezek nyomán kialakult érdeklődés segítette abban, hogy a film óriási profitot realizálhatott. Az emberek nagy részét ugyanis annyira meggyőzték a részletek, hogy elhitték, valóban megtörtént esetről van szó.

A kampányról milliók vitatkoztak az interneten: blogokban, csevegőszobákban és fórumokon. Emellett világszerte bekerült a legnézettebb tévéműsorokba és híradókba. *Forrás: www.onlinemarketingtippek.hu*

például a konkurencia leszólása egy vicces videó formájában, amit a versenytárs kulcsszavaira keresve a neten lehet megtalálni. A gerilla megoldások általában szemtelenek, és nem foglalkoznak a szabályokkal, azokat sok esetben akár tudatosan is áthágják.

FONTOS A HITELESSÉG

Az onlinemarketing.hu szakértője szerint mindenképpen azoknak érde-

mes a gerillamarketing eszközeihez fordulniuk, akik nem piacvezetők a saját területükön. Akkor is érdemes ebben a fajta hírverésben gondolkodni, ha a vállalkozásnak kicsik az erőforrásai, de szeretne betörni egy új piacra. Ilyenkor ajánlott elsajátítani a gerilla hadviselés szabályait, vagyis nem árt, ha már eleve létezik egy ilyen jellegű belső vállalati kultúra.

Látjuk, hogy a gerillamarketing eszközeivel kis befektetéssel is elérhetjük a nyilvánosságot, ám a szakértő figyelmeztet: nem biztos, hogy mindig sikert hoznak e módszer eszközei. Ezen a területen a legnagyobb bukást az érdektelenség jelenti, de ott van még a totális félreértés lehetősége, amely esetleg komoly károkat is okozhat. A cégnek azonosulnia kell a használt eszközökkel, a belső vállalati kultúrára mellett a külső szemlélő számára is igazi gerillaharcosként kell fellépnie. Ettől válik ugyanis a cég és a reklám hitelessé, és a fogyasztók is elfogadják ezeket az eszközöket. Ha egy cég csak divatból használja ezt az eszközt, egyébként pedig teljesen eltérő kultúrájú intézmény, könnyen visszafelé süllhet el a próbálkozás: lejáráthatja magát, ügyfeleit is elveszítheti.

KELL A JÓ ÖTLET

Álságos magatartás, ha egy cég, miközben az egyik csatornán tízmilliókat költ marketingre, egy másikon gerillamód-

szereket alkalmaz – véli a szakember. A gerillakampány önmagában, külső segítség nélkül működik. A vírusmegoldások tekintetében azonban rendkívül sok példa van arra, hogy a kampány mellett, kiegészítő aktivitásként indítják el, megerősítve a hagyományos kampányt.

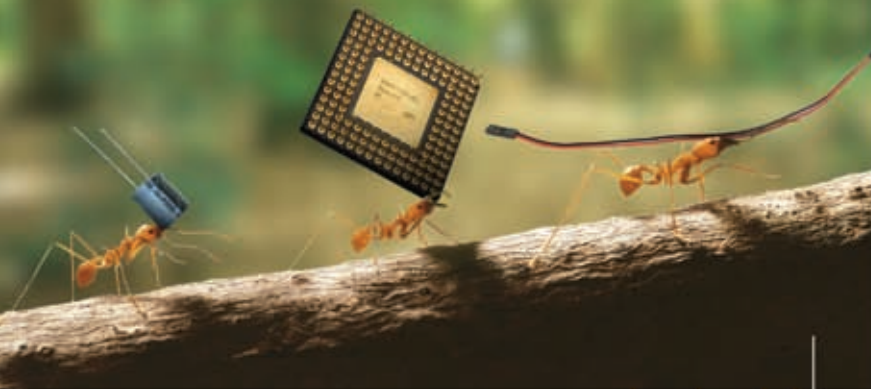
Berényi Konrád szerint egyébként az egyre növekvő reklámzaj is emelte a gerillamarketing – akár online, akár offline – módszereinek a népszerűségét. Egy jól átgondolt, ügyesen kivitelezett kampánnyal ugyanis olcsón tartós hatást lehet elérni. Persze az itt alkalmazott módszerek számos etikai kérdést is felvetnek. Például, hogy fontos-e a jó ízlés, vagy hogy a reklámszabályokat betű szerint, vagy csak szellemiségében kell-e követni, illetve e szabályok megsértése elfogadható-e.

Arra a kérdésre, hogy a gerillamarketing módszereiben bízók hogyan fogjanak hozzá egy kampány kivitelezéséhez, Berényi Konrád csak ennyit mond: mindenképpen kell egy jó ötlet. **Ha megvan az ötlet, azt összhangba kell hozni az üzenettel. Innen már csak iparos munka a megvalósítás.**

The new iMac. You can't be too thin. Or too powerful.
Windows vista capable



Be part of a
perfect system



**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**

User Interface Developer (Ref.473)

You would like to

develop user interfaces (**web-based** and **fat client**) for a server application | maintain existing code, add new functionality based on external specifications | perform **developer-test** | fix bugs | write programmers' documentation | support users, **business analysts** and **customer management** in writing specifications of new features | keep direct contact with end-user representatives

You have

strong background in **Java programming** | at least 2 years of programming experience in **Swing-** or **SWT-based** user interfaces | practical experience in creating and understanding **UML diagrams** | knowledge of **design patterns** and **Configuration management** and **Version Control**

You may have as an advantage

knowledge of Eclipse RCP, OSGI, SWT | knowledge of JSP and related technologies | experience in Eclipse IDE, Enterprise Architect, AccuRev, CVS

You request

unlimited duration of employment | **global development** opportunities | attractive **bonus package** | to become an airline business specialist

Application Operation Specialist (Ref.100/08)

You would like to

analyze and fix errors, customize **database** and **application components** | perform **application upgrades** | collate/negotiate with providers of interfacing systems | monitor the **application, development of monitoring tools** | implement procedures for the prevention of outages | assure continuous **operation of application software** | documentation of maintenance procedures | maintain interfaces

You have

deep knowledge of **Oracle databases** and **PL/SQL** | basic knowledge of **Unix, XML & ftp** | ability to work in team | willingness to take responsibility over the operated applications

You may have as an advantage

Oracle certificate | knowledge of German | solid background in the implementation, configuration and operation of J2EE applications | knowledge and experience with JMS implementations and operations | experience with change / patch management | experience in using system monitoring tools eg. OperView, Nagios | professional experience in the configuration and management of Content / Load Balancing | experience in the development of scripts (Perl, Shell)

You request

unlimited duration of employment | **global development** opportunities | attractive **bonus package** | to become an airline business specialist

... then JOIN US: job.lhsystems.hu

Érettebb fázis

Az amerikai pénzügyi válság hatásaként lelassulnak a cégfelvásárlások és a tőzsdéi részvénykibocsátások az IT-iparágban. [Összeállította: Mozsik Tibor]

Elemzők szerint az amerikai pénzügyi válság következtében a nemrég csődbe ment Lehman Brothers, valamint a Bank of America által felvásárolt Merrill Lynch befektetési bankok kiesése miatt hasonló folyamatok indulhatnak el az IT-szektorban, mint legutóbb a kilencvenes évek végén, amikor a nyolc nagy könyvvizsgáló cégből négy maradt a piacon. A konszolidáció, valamint a pénzügyi bizonytalanság következtében számos technológiai vállalat előtt zárnak be a kapuk, hogy tőzsdéi kibocsátás révén jussanak forrásokhoz, az akvizíciós folyamatok lelassulnak, és általában is nagyobb félelem övezi majd a technológiai befektetéseket – fogalmazott tudósításában a CNET.

A Wall Streeten elharapózott pánik következtében a napokban hét éve nem látott esést voltak kénytelenek elszenvedni a befektetők. A Dow Jones Ipari Átlag (DJIA) több mint 500 ponttal, 4,4 százalékkal esett, ami a 2001. szeptember 11-i terrortámadás óta a legnagyobb zuhanás volt, majd újabb mélyrepülés következett: az S&P 500 index szeptember közepén ismét 4,7 százalékkal csökkent, ami 1964 óta a 11., illetve a 12. legnagyobb egynapos, százalékos mért esés.

KEVESEBB FORRÁS

Egy elemzés szerint a technológiai cégek közül még a félvezetőipar papírjai jártak a legjobban a szerdai (szept. 17.) „viharban”: a Texas Instruments részvényei mindössze 2,2 százalékkal zártak alacsonyabban az egy nappal korábbi értéknél; a chipgyártók közül az AMD papírjainak értéke esett leginkább, egy nap alatt 6,8 százalékkal. A PC-gyártók közül megtévesztő lehet, hogy a Dell 1,3 százalékkal erősödött, de ez már csak az előző napi 11 százalékos mélyrepülés korrekciójának tekinthető. Az Apple is a nagy veszteségek közé tartozott, 8,6 százalékkal.

A nagyvállalati megoldászállítók közül az SAP részvényeinek árfolyama csak 3 százalékos esést, a VMware viszont 12,7 százalékos esést szenvedett. A cnet.com összefoglalója sze-

rint a legnagyobb veszteségig a távközlési eszközöket gyártó Nortel volt, részvényei egyetlen nap alatt 49 százalékos veszítettek értékükből. A Microsoft 5,4 százalékos mínuszban zárt, ami csak egy hajszállal volt az elmúlt egy év abszolút minimuma felett.

A hitelválság következtében lecsökkent az egészséges amerikai befektetési bankok száma, **egyre nehezebb lesz forrást találni a tőzsdéi kibocsátásokhoz, illetve a felvásárlásokhoz** – figyelmeztetnek az elemzők. Az elmúlt 8 esztendőben az akvizíciók száma átlagosan 350 volt az amerikai techszektorban, 2007-ben egészen pontosan 355, az idei év első felében azonban már csak 120. Ennek oka, hogy a részvényárfolyamok gyengülése miatt a legnagyobb vállalatoknak egyre kevesebb forrásuk van az újabb felvásárlásokra.

A tőzsdéi visszaesés további hatása, hogy a kisebb vállalkozások számára a következő legalább hat hónapban még az eddigiekénél is nehezebbé vált a tőzsdére jutás. A kezdő vállalkozások azonban bizakodók lehetnek, mivel a kockázatitőkealapok számára továbbra is kecsegtető lehet a kisebb vállalatokba befektetni, különösen azok alacsonyabb értékelése miatt.

A szakértők ezután sem számíthatnak arra, hogy a negyedévenként mintegy 7-8 milliárd dolláros kockázatitőkebefektetések értéke csökkenne az elkövetkező hónapokban, ugyanakkor az újonnan piacra lépő vállalkozások forráshoz jutását megnehezíti, hogy az érettebb fázisba lépett vállalkozásokat – megfelelő befektető hiányában – továbbra is finanszírozni lesznek kénytelenek a kockázatitőkebefektetők. Az amerikai National Venture Capital Association adatai szerint az idén mindössze hat kockázati tőkével megtámogatott vállalat ment tőzsdére, de – 30 év után először – az idei második negyedéven egy sem. Egy „jó” évben átlagosan 100 kockázatitőkebefektető által beindított társaság jutott el a nyilvános részvénykibocsátásig.

Geoff Yang, a Redpoint Ventures partnere szerint ugyanakkor például az ener-

giaszektorral összehasonlítva, egy kezdő internetes vállalkozásnak nincs szüksége nagy tőkebefektetésre, így az ilyenek kevésbé fogják megérezni a befektetői bizalomvesztést és a befektetési bankokkal kapcsolatos problémákat.

KIUGRÓ TERHELÉS

A piac alakulására azonban a makrogazdasági folyamatok is hatással vannak. Magyarországon a fejlődés kulcsa az adóterhek, járulékok és az állami kiadások csökkentése, a digitális írástudatlanság enyhítése és a szakmai képzés erősítése – hangzott el az Informatikai Vállalkozások Szövetsége idei MENTA konferenciáján.

– Fejlettségi szintünkhöz képest kiugróan magasak államháztartási kiadásaink, amelyeket az állam magas adószinttel próbál finanszírozni, ez pedig mára az átlagjövedelem európai szinten is magasnak számító terhelését eredményezte – mutatott rá előadásában **Vojnits Tamás**, az Oriens tanácsadó cég vezető közgazdásza. **A munkát terhelő magas adók a nagyvállalati szektor túltőkésítéséhez, így a beruházások és a növekedés lelassulásához vezetnek.** Magyarország egyre kevésbé vonzó befektetési célpont – a külfölditőke-befektetés az elmúlt években a korábbiaknál lényegesen alacsonyabb volt, miközben a külföldi vállalatok keletkezett jövedelmük egyre kisebb részét forgatják vissza Magyarországra. Ez jelentősen hozzájárult ahhoz, hogy a beruházások növekedési üteme mintegy öt éve messze a régiós átlag alatt van. Az adóelkerülés a kisvállalkozások üzleti modelljének szerves része lett, a járulék- és SZJA-befizetések egyenletlenségei azt mutatják, hogy az öt fő alatti kisvállalkozások lényegesen alacsonyabb jövedelmeket vallanak be, és arányosan jóval kevesebb SZJA-t és járulékot fizetnek. Hazánkban a kkv-k banki finanszírozási helyzete rosszabb,



Vojnits Tamás

vezető közgazdász
Oriens

mint bárhol máshol a régióban, mindemellett a beruházást nem tervező vállalatok aránya itt a legmagasabb.

A sikeres felzárkózást bemutató európai országok példáján azt láthatjuk, hogy a hosszú távú növekedés előfeltétele a költségvetési deficit és az állami elvonás egyidejű csökkentése.

A kilábaláshoz egyszerűen több területen kell beavatkozni: csökkenteni kell a munkát terhelő adó-

kat, változtatni a munkavállalást visszafogó ösztönzőket, javítani a munkakínálat minőségét és mindezek fedezésére jelentős mértékben csökkenteni a költségvetési kiadásokat – tette hozzá Vojnits Tamás.

FELNŐTTKÉPZÉS, VERSENYKÉPESSÉG

– A magyar lakosság 60 százaléka digitálisan írástudatlannak számít – figyelmeztetett **Drájkó László**, a Microsoft Magyarország ügyvezető igazgatója. A digitális írástudatlanság felszámolását célzó kezdeményezések többsége eddig jórészt a társadalmilag hátrányos helyzetűekre fókuszált, azonban ennél szélesebb körre kiterjedő programra van szükség. Hiszen ahogyan azt a magas, 60 százalékos arányszám is mutatja, **a probléma nem kizárólag a hátrányos helyzetű állampolgárokat érinti.**

A Magyar EU Fejlesztési Igazgatótanács (MEFIT), a magyar kormány, a parlamenti pártok képviselői és a Magyar Vállalkozásfejlesztési Alapítvány májusban írt alá együttműködési megállapodást a TITAN kezdeményezés felkarolásáról, melynek létrejöttét a Microsoft kezdeményezte. A TITAN keretprogram hamarosan a kormány elé kerül, és a tervek szerint januárban startolna, hogy a 2009–2010-ben igénybe vehető uniós forrásokat is fel tudják használni.

Hálózati légszilip

A phion új termékcsaládot jelentett be kis- és középvállalatok számára. Az innsbrucki székhelyű IT-biztonsági cég nemrégiben Nyugat-Európában és a Közel-Keleten is új leányvállalatokat alapított. Ezt a növekedést akvizíciók és partneri megállapodások is szolgálják, amelyek nyomán izgalmas technológiákkal gyarapodott a szállító portfóliója. [írta: Kis Endre]

A termékfejlesztést, az értékesítést és az üzleti stratégiát érintő legfrissebb fejleményekről Peter Perdich, a phion AG közép- és kelet-európai terjeszkedésért felelős vezetője számolt be az Informatikai Biztonság Napját megelőzően. Az osztrák cég a szeptember végi konferencián magyarországi stratégiai partnerével, a Kapsch Hungaryval közösen az IP-alapú kommunikáció védelmére szolgáló megoldásokkal szerepelt.

KÉSZÜLÉKALAPÚ INTEGRÁLT VÉDELEM

A gyártó phion M néven az egységes fenyegétskezelést lehetővé tevő UTM-készülékek új termékcsaládját jelentette be kis- és középvállalatok részére. Ezt a termékvonalat olyan – hardvert és szoftvert integrált módon tartalmazó – rendszerek alkotják, amelyek a legfejlettebb tűzfal- és virtuális magánhálózati technológiát, valamint a tartalom és a levelezés megelőző védelmét szolgáló alkalmazásokat egyetlen készülékben (appliance) ötvözik.

– Az internetes fenyegetések technológiájakat illetően egyre kifinomultabbá válnak, és ezzel együtt az ellentük való védekezés is mind összetettebb feladatot jelent – mutatott rá Peter Perdich. – Ennek következtében egy középvállalati IT-biztonsági infrastruktúra ma már olyan, többnyire különálló elemekből épül fel, mint a tűzfal, a behatolásvédelem, a levélszűrés, a vírusellenőrzés, a kémprogramok felderítése stb. Ezek egyetlen, központilag menedzselhető megoldással integrálása nehéz feladat

elé állítja a szervezeteket. Az átfogó védelmet adó és jól felügyelhető integrált UTM-készülékeinket számukra fejlesztjük ki.

A termékcsalád legkisebb tagja, a phion MR maximum húsz felhasználót kiszolgáló hálózatok védelmét képes ellátni. A phion M1 száz, míg az M3-as típusú készülék ötszáz felhasználóig telepíthető. A legnagyobb, a phion M5 pedig akár ezer felhasználó kiszolgálására is alkalmas. Mind a négy készülék egyetlen grafikus kezelőfelületről felügyelhető, de újdonságként a netfence Management Centre alá is beköthető. A vállalatok így hatékonyan és forráskímélő módon menedzselhetik biztonsággi infrastruktúrájukat.

A phion ezzel egy időben bemutatja netfence átjáróinak továbbfejlesztett, 4.2-es verzióját is. A vállalati hálózatok végpontjait védő gateway család – négyes verziószám alatt egy évvel ezelőtt piacra dobott elődjéhez képest – több újdonsággal is szolgál. Első ízben támogatja a vezeték nélküli hálózatokat, valamint a Windows Vista 64 bites változatait. **Az év negyedik negyedében forgalomba kerülő átjáró 10 gigabites hálózati kártyájának köszönhetően nagyobb teljesítményt és stabilitást ad,** központi naplónézője van, és elsőként használja a biztonságos távoli hozzáférést lehetővé tevő SSL VPN-technológiát. A virtuális magánhálózat titkosításával a vállalatok külön infrastruktúra telepítése nélkül szabályozhatják, hogy mely felhasználók kapjanak hozzáférést hálózatukhoz.

A phion és a VMware között korábban létrejött együttműködés eredményeként a netfence átjárók a 4.0-s verziótól teljes körű támogatást adnak a VMware ESX szerverhez. Az ilyen virtualizált környezeteket a vállalatok elsősorban a tesztelés és a felügyelet terén használják – magyarázta Peter Perdich. A régióvezető azt is elmondta, hogy a netfence átjárók következő, 5-ös verziója várhatóan a jövő év közepén kerül piacra. A termékcsalád akkortól teljes körűen támogatni fogja az internet protokoll 6-os verzióját (IPv6) és a többmagos processzorokra épülő rendszereket, továbbá operációs rendszere is új kernelre épül majd.

TECHNOLÓGIA ÉS FÖLDRAJZ

A phion idén júniusban vásárolta fel a svájci Visonys AG IT-biztonsági céget.

Ez az akvizíció jelentős állomás az osztrák vállalat növekedését célzó stratégia megvalósításában, és tovább erősíti a phion pozícióját a hálózatbiztonsági megoldások területén – fogalmazott Peter Perdich.

A tranzakció révén a phion portfóliójába került a visonysAirlock tűzfalmegoldás, amely a webalkalmazásokat és webszolgáltatásokat védi az internetes támadásoktól, ezzel növelve rendelkezésre állásukat. A visonysAirlock WAF (web application firewall) segítségével a vállalatok többek között felhasználóazonosítást végezhetnek és egypontos bejelentkezést vezethetnek be hálózatukban. A megoldás fejlett monitorozó és jelentéskészítő platformot is kínál a biztonsági szint folyamatos ellenőrzéséhez.

– A visonysAirlock a biztonsági követelmények teljes spektrumát lefedi, a vállalatok így webes környezetük egészét optimalizálhatják segítségével – mondta a régióvezető. – **A webalkalmazások és webszolgáltatások biztonsága és integritása létfontosságú minden szervezet számára, amely üzleti szempontból érzékeny adatokat kezel webes környezetben, például online banki szolgáltatásokat kínál vagy használ, illetve e-kereskedelemmel foglalkozik.** A terület érzékenységét és jelentőségét tükrözi, hogy a webalkalmazások és webszolgáltatások biztonságával olyan megfelelőségi követelményrendszerek is foglalkoznak, mint például a Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS). A visonysAirlock generikus biztonsági szolgáltatásai jól integrálhatók a vállalatok meglévő informatikai infrastruktú-

rájába, így nagy teljesítményű, egyúttal költséghatékony megoldást kínál. A WAF technológiai színvonalára utal, hogy tíz svájci bank közül kilenc a Visonys tűzfalával védi webes környezetét.

Peter Perdich kérdésünkre azt is elmondta, hogy a húsz alkalmazottat foglalkoztató, zürichi székhelyű Visonys az akvizíció követően a phion önálló egységként folytatja tevékenységét, és tűzfalmegoldását phionAirlock néven fejleszti tovább. A WAF bizonyos képességei a phion netfence átjáróinak következő verzióiban is megjelennek majd, de ez a hálózati „légszilip” rendkívül komplex megoldás, így a jövőben is külön terméként fog szerepelni a portfólióban.

A phion nemrégiben

kötött stratégiai partnerséget az osztrák Mils IT-biztonsági céggel, amely elsősorban a hadászat és a kormányzati szféra számára kínál VPN-titkosítási megoldásokat.

Az együttműködés részeként a Mils olyan készüléket mutatott be, amelynek segítségével ügyfelei központilag felügyelhetik a hálózatukban telepített phion netfence eszközöket. A Mils több mint négy évtizede van jelen ezen a területen. Eredetileg 1947-ben, Tierben kezdte meg működését, és Németország NATO-csatlakozását követően, 1967-ben – a titkosítórendszerek kereskedelmére vonatkozó, megváltozott kereskedelmi szabályozások miatt – költözött a semleges Ausztriába, Mils városába, hogy megoldásait továbbra is világszerte értékesíthesse.

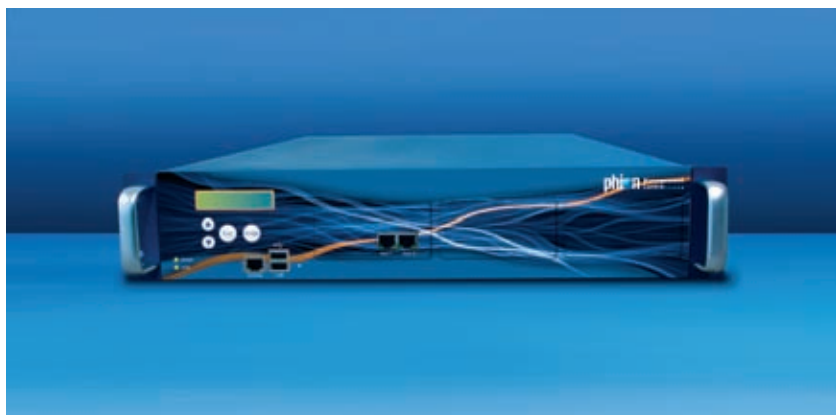
A phion üzleti eredményeiről szólva Peter Perdich elmondta, hogy a cég bevétele a 2007–2008-as pénzügyi évben 7,8 millió euró volt, ami az egy évvel korábbi, 5,6 millió eurós forgalomhoz képest 38 százalékos növekedést jelent. A vállalat a mostani pénzügyi év két első negyedére alapján bevételeinek közel 55 százalékos további növekedésére számít.

A phion ezzel párhuzamosan földrajzi értelemben is növelte piaci jelenlétét, 2008-ban Hollandiát és Nagy-Britanniát követően Szaúd-Arábiában is leányvállalatot alapítva. Az osztrák cég Kelet-Európában stratégiai partnereken keresztül képviselteti magát. Ezek száma szintén gyarapodni fog, mivel a phion a Kapsch Hungaryval meglévő együttműködése mellett hamarosan a 2f 2000 Kft.-vel is hasonló szövetségre lép Magyarországon.



Peter Perdich

regionális vezető
Phion AG



Központi felügyelet a phion átjáróhoz



IT-szolgáltatások: kevesebb versenytárs

A hazai IT-szolgáltatási piac 2007-ben a cégek által mutatott teljesítmény alapján ugyan felelhető évet zárt, néhány esemény azonban hosszú esztendőkre meghatározza a piac alakulását - hangsúlyozta Komáromi Zoltán, a piacelemzéssel foglalkozó IDC Hungary ügyvezető igazgatója. [Írta: Mozsik Tibor]

A magyarországi IT-szolgáltatási piac nagysága 2007-ben 183,9 milliárd forint volt. Az IDC jelentéseiben 3 makrópíacon belül összesen 13 különböző szolgáltatáskategóriát különböztet meg. A legnagyobb részt, a teljes piac 45 százalékát tavaly a projektpiac tette ki (ide sorolják a rendszerintegrációt, a hardverimplementációt és -integrációt, az alkalmazás testre szabását és az ehhez kapcsolódó tanácsadást, az egyedi alkalmazásfejlesztést és az informatikai tanácsadást). A második legnagyobb részpíacot a támogatási szolgáltatások (ezen belül is a hardverimplementáció és -szupport, a szoftverimplementáció és -támogatás, valamint az informatikai oktatás) tették ki. Az informatikai tevékenységek kiszervezése (outsourcing) a teljes IT-szolgáltatási piac 24 százalékát adta; ezen belül megkülönböztetik a teljes körű IT-outsourcingot, az alkalmazásmenedzsment outsourcingot, a desktop és hálózati üzemeltetési outsourcingot, valamint az olyan, egy szolgáltató által több ügyfélnek nyújtott outsourcing szolgáltatásokat, mint az alkalmazáshosting és hostolt infrastruktúra-szolgáltatás.

KISZÁMÍTHATÓBB KONSTRUKCIÓK

Az egy évvel korábbi időszakhoz képest 2007-ben a legnagyobb mértékben az outsourcing-piac nőtt, forintban számolva 12 százalékkal. Mint Komáromi Zoltán fogalmazott, **az elmúlt időszakban az outsourcing „tartotta a lelket” az informatikai szolgáltatási piac szereplőiben**, pedig a korábbi években éppen arra panaszkodtak a legtöbbit, hogy ez

az a piac, amely a várakozásokhoz képest mindig gyengébben szerepel. A támogatási szolgáltatások terén ehhez képest forintban számolva 2,4, míg a projektszolgáltatások esetében 4 százalékos bővülést értek el a cégek, ami az inflációt is figyelembe véve gyakorlatilag stagnálást jelez. Az összképen csak némileg javít, hogy a forint erősödése miatt a régiós összehasonlításban az elmúlt évek lassú növekedéséhez képest ismét visszakerült a magyar piac a középmezőnybe a növekedés mértékét tekintve.

Az outsourcing-piac azért növekedhetett az átlag felett az utóbbi időben, mert jellegzetességei miatt – hosszú távú konstrukció, tervezhető, elosztott költségekkel, amely nem igényel kezdeti nagy beruházást – kevésbé hatnak rá a projektpíacot fékező tényezők. **Az IT-tevékenységek kiszervezésével a szervezetek jobban át tudták hidalni az elmúlt időszakot** – amelyet a gazdasági környezet miatt a vállalatok

kivárása, továbbá a központi kormányzat költségeinek csökkenése jellemzett –, és hosszú távú terveiket csak kevésbé kellett átírniuk az aktuális helyzet miatt. A konstrukció előnyei miatt egyre több esetben írnak ki úgy projekteket, hogy a rendszer implementációjával együtt üzemeltetési szerződést is kötnek az informatikai szolgáltatóval, így egyrészt a nagyobb volu-

men miatt jobb tárgyalási pozícióba kerülhetnek, másrészt jobban kiaknázhatják az outsourcing – az előbbieken már említett – előnyeit.

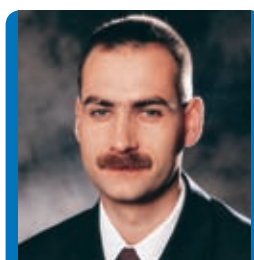
BIZONYTALAN HELYZET

A projektpíacra ezzel szemben rányomta a bélyegét, hogy a központi kormányzatban és az oktatásban tavaly visszaestek az informatikai költségek. Ugyan az egészségügyben és a helyi önkormányzatoknál 2007-ben növekedett a költség, de itt is csak a még 2006-ban elindult projektek kifutásának köszönhetően. A nagy központi kormányzati projektek nem igazán indultak be, és a jelenlegi politikai helyzetben az is bizonytalan, hogy ebben a ciklusban elindulnak-e még.

A reformok leállításával egyébként is sok olyan elem hullott ki, amelyben az IT modernizációs, hatékonyságnövelő tényezőként jelent volna meg a közigazgatásban és egyéb állami feladatokban. Bár az EU-s pénzek

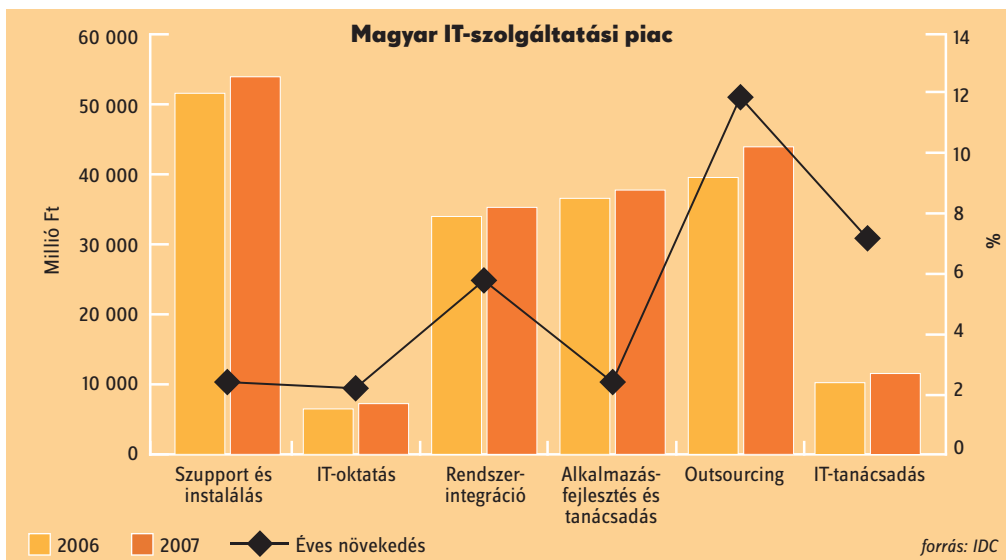
továbbra is lehívhatók, kérdéses, hogy gazdasági racionalitás híján elindulhatnak-e ezek a projektek.

A húzóágazat az IT-projektek terén tavaly is a pénzügyi szektor volt, ahol a központi banki rendszerek bevezetése mellett többek között kockázatkezelési megoldások bevezetése, adatmo-



Komáromi Zoltán

ügyvezető igazgató
IDC Hungary



forrás: IDC

tési és adatközpontprojektek, a tárolókapa-
citás bővítése és az információmenedzs-
ment rendszerek kiépítése hajtották az
IT-projekt piacot, emellett pedig néhány
nagyobb alkalmazásprojekt is lezajlott.

Az IT-támogatások piaca folyamatosan toódik el a menedzselt szolgáltatások irányába, egyre inkább az emeltebb szintű szupport szolgáltatások válnak elfogadottá. A hardver- és a tárolóeszköz-támogatási piac 2007-ben stagnált: bár néhány távközlési cégnél történtek implementációk, ez csak a nagyvállalati piac legfelső szegmense, azaz a piac egészét nem lendítette fel jelentősen.

ÁTRENDEZŐDÖTT A PIAC

Az IDC Hungary ügyvezetője arra hívta fel a figyelmet, hogy **az elmúlt két évben gyökeresen átalakult a hazai IT-szolgáltatási piac, ami hosszú időre meghatározza a szereplők mozgásterét.** A KFKI-csoport felvásárlásával és a T-Systems beolvasztásával a Magyar Telekom vált a hazai IT-szolgáltatási piac domináns szereplőjévé; ráadásul nem csak a legnagyobb, de az egyetlen olyan szereplő is, amely kombinált távközlési és informatikai szolgáltatásokra is képes, kizárólag házon belüli képességeire támaszkodva. A Magyar Telekom ily módon elsősorban az infrastruktúra-szolgáltatások terén tapasztalható előnye a vezető informatikai cégek közül csupán azokat az outsourcing cégeket nem érinti különösebben, amelyek csak 1-2 nagy ügyfélnek szolgáltattak. A koncentráció következménye, hogy ma a technológiai szállítók a saját termékeikhez kapcsolódó szolgáltatásokban erősítenek; ez leginkább a rendszerintegrátorokat érintheti hátrányosan. A rendszerintegrátoroknak is lépniük kell, számukra új lehetőségeket nyithat az elmozdulás az alkalmazásmegoldások felé.

A versenyhelyzet átalakulására kézenfekvő válasz lenne összeolvadások, felvásárlások kezdeményezése, ennek azonban elég kicsi az esélye, mivel a legnagyobb 10 magyarországi IT-szolgáltatóból csupán kettő helyi van – a Synergon és a MAV Informatika –, a többi valamilyen multinacionális vállalat helyi érdekeltsége (az öt legnagyobb hazai szolgáltató 2007-ben a Magyar Telekom, a HP, az IBM, az E.ON:IS és a Synergon volt). A jelenlegi helyzetben egyelőre a meglévő ügyfelek megtartása, részükre újabb szolgáltatások felkínálása vagy pedig a külföldi piacok felé való nyitás jelentheti a kiutat a hazai piacon – mondta Komáromi Zoltán.

Az IDC előrejelzése szerint 2008-ban a tavalyinál kicsit nagyobb, mintegy 6 százalékos növekedés várható, amely mérték csupán a választások utáni években emelkedhet valamelyest.

Reform – kérdőjelekkel

Szeptember végén az Európai Parlament plenáris ülésen tárgyalta az Európai Bizottság 2007. novemberi, az unió távközlési szabályozásának reformjával kapcsolatos előterjesztését. A reform célja az egységes közösségi szintű távközlési piac megteremtése.

„A mai szavazás jó hír Európa polgárai számára – fejtette ki *Viviane Reding* uniós biztos. – Az Európai Parlament egy erős, versenyképes és egységes távközlési piac mellett tette le a voksát. A parlament döntése segíteni fogja a szolgáltatók közötti verseny élénkülését, javítja a jogszabályi környezetet és nagyobb döntési szabadságot biztosít a fogyasztók számára.”

A reform több területen is pozitív folyamatokat indíthat el – legalábbis így kalkulál a bizottság. Az unió legfőbb végrehajtó szerve abban bíz, hogy erősödhetnek a fogyasztói jogok, több eszköz egyidejű igénybevételével elősegíthető a szélessávú internet – lehetőség szerint mindenki számára –, megvalósulhat (európai szinten természetesen) az 1 nap alatt lebonyolítható számhordozás lehetősége, valamint az ügyfelek gyors tájékoztatása, azazhogy a hírközlési szolgáltatók bármilyen személyes adattal kapcsolatos visszaéléseiről azonnal tájékoztatják ügyfeleiket. Pozitív változást hozhat a reform a 112-es segélyhívó használatában, valamint a fogyatékkal élők IKT-eszközökhöz való egyszerűbb hozzájutásában is.

Az öröndetes hírek mellett – mint például az említettekén kívül az európai hírközlési hatóság létrehozására tett bizottsági javaslat – azonban még számos megválaszolandó kérdés maradt nyitva. Ilyen a nemzeti hírközlési hatóságok függetlenségének újra meg újra felbukkanó kérdése vagy a funkcionális elválasztás témája. Előbbiben még az uniós intézmények sem egységesek. Míg a bizottság és a parlament is az erős és független nemzeti hatóságokat támogatja, addig az Európa Tanács csak bizonyos, politikailag nem túl érzékeny területeken hagyta meg e testületek függetlenségét. A funkcionális szétvá-



lasztás kérdésében ennél nagyobb egyetértést mutatnak az uniós szervek. A bizottság javaslatát, amely addicionális eszközökkel ruházná fel a nemzeti hatóságokat, amennyiben más úton nem tudnak érvényt szerezni a piaci verseny kikényszerítésének, az Európa Parlament és a tanács is támogatja. A legnagyobb problémának itt az inkumbens (azaz korábban monopolhelyzetben lévő) szolgáltatók erős ellenállása mutatkozik.

A bizottság további fontos kulcskérdésnek tartja az egy nap megvalósuló számhordozás lehetőségét is. Ezt azonban a parlament – amely az ügyintézési napok számát háromban maximalná – és a tanács is erős szkepszissel fogadta, a többletköltségektől féltve a szolgáltatókat. Egyébként messze nem légből kapott a távközlési biztos, Viviane Reding javaslata. Ezt az is bizonyítja, hogy például Ausztráliában akár a vezetékes, akár a mobilszámok hordozhatóságához két óra is elegendő.

A politikai döntések meghozatala, így például a már eddig is sok vitát kiváltó egységes európai szabályozóhatóság felállításáról a november végén összeülő Távközlési Miniszterek Tanácsának ülésén várható.

Bővebb információ: http://ec.europa.eu/information_society/index_en.htm

Aktuális

- Augusztus vége óta az unióban belül utazók olcsóbban kezdeményezhetnek és fogadhatnak hívásokat. A barangoló hívások percdíjának 2007-ben bevezetett felső határa az Európai Unió egy másik országából kezdeményezett hívások esetében 49 eurocentről 46 eurocentre, az ott fogadott hívások esetében pedig 24-ről 22 centre csökken.

- Az Európai Bizottság javaslatot tett a külföldről indított SMS-ek díjának drasztikus csökkentésére is. A javaslat szerint 2009. július 1-jétől a „roaming SMS-ek” ára 60 százalékkal, a mostani 29 centes átlagárról legfeljebb 11 centre csökkenne.

- Közel 500 nevezés érkezett az Európai e-Befogadás Díjra. Közülük kategóriánként ötöt, azaz összesen 35 olyan európai kezdeményezést választanak ki, amelyek bemutatkozhatnak a december elején Bécsben megrendezendő miniszteri konferencián.

- A kormányzótanács első ülésével megkezdte működését az Európai Innovációs és Technológiai Intézet (<http://ec.europa.eu/cit/>). Az első ülésen a magyar miniszterelnök, az Európai Bizottság elnöke és az Európai Bizottság oktatásért, képzésért, kultúráért és ifjúságért felelős biztosa, *Ján Figel* mellett az MTA elnöke, *Pálkás József* is részt vett.

K+F az IKT-ért

Az Európai Bizottság nyilvános konzultációt indított arra keresve a választ, hogy az érintettek milyen stratégiával látják leginkább biztosíthatónak Európa vezető helyét az információs és kommunikációs technika (IKT) kutatása és innovációja terén a következő évtizedre. A konzultáció célja, hogy az európai IKT-szektor, azon belül is első helyen a kvv-k minél jobb pozíciókat foglalhassanak el a globális versenyben. A nyilvános konzultáció keretében 2008. november 7-ig van lehetőség a véleménynyilvánításra.

A konzultációval az Európai Bizottság arra a szakértői jelentésre kíván reflektálni, amely a korábbi finn miniszterelnök, *Eske Aho* irányítása alatt készült. A jelentés rámutat arra, hogy Európa teljesítménye sem a kutatásra és innovációra fordított pénzék abszolút értékét, sem azok intenzitását tekintve nem elégséges. Míg világviszonylatban a fejlett gazdaságokban a kutatásra és

innovációra jutó finanszírozás 33 százaléka az IKT-ágazatba áramlik, Európában ez az arány csupán 25 százalék.

A konzultáció három fő kérdés köré szerveződik:

1. Melyek az IKT-re irányuló kutatás és innováció előtt álló legfontosabb kihívások? Az IKT-forradalom folytatódásával hova helyezze Európa a hangsúlyt a kutatást és az innovációt illetően?

2. Hogyan és mely területeken szerezzék meg Európa a vezető szerepet? Hogyan stabilizálhatók az elért eredmények, és mely új területeken van szükség erőteljesebb aktivitásra?

3. Milyen feladatok hárulnak a közpolitikára annak érdekében, hogy Európa vezető helyet foglalhasson el az IKT-ra irányuló innovációban? Hogyan erősíthető meg az állami kutatópolitika az IKT területén, és hogyan lehet a kutatási eredményeket minél gyorsabban „pénzre váltani”?

Részletek: <http://ec.europa.eu/yourvoice/ipm/forms/dispatch?form=ICTRDI>

Széles sáv mindenkinek! Hogyan?

Miként érheti el az EU, hogy minden uniós polgár szélessávú internettel rendelkezzen? Ez a témában frissen publikált bizottsági jelentés fő kérdése. 2003-tól 2007-ig az EU-ban ugyan megháromszorozódott a szélessávú internetet használó háztartások száma, ennek ellenére az uniós lakosság 7 százalékának még mindig nincs internetkapcsolata.

A bizottsági jelentésből kitűnik, hogy a szélessávú internetszolgáltatások piaci versenyének jóvoltából az EU lakosai széles körben megfizethető szolgáltatások között válogathatnak. A szélessávú fejlesztésekből az EU a legkülönbözőbb eszközökkel vette ki a részét. Csak a teljesség igénye nélkül:

- a versenyt és a beruházást ösztönző távközlési szabályokkal;
- a műholdas mobilszolgáltatók ösztönzésére szolgáló rendszer

kiépítésével, amely révén műholdas közvetítéssel szélessávú adatközzvetítés valósulhat meg egyablakos ügyintézés mellett;

- források felszabadításával a rádiófrekvenciás gazdálkodás reformja keretében az új vezeték nélküli szolgáltatások számára.

A bizottsági jelentésben felmerült az egyetemes szolgáltatási kötelezettség újraszabályozásának kérdése is. Az unió még 2002-ben fogadta el az egyetemes szolgáltatási irányelvet, amelynek lényege, hogy a polgárok csatlakozni tudnak a helyhez kötött, nyilvános telefonhálózathoz, amely képes beszédátvitelre és az internet-hozzáféréshez elégséges sebességű adatátvitelre.

Részletek: http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecommm/current/consumer_rights/universal_service/index_en.htm

Az első vihar után

Ha web, akkor Google, ha Google, akkor web. Talán pont ezért gondolta (gondolja) mindenki, hogy ha a Google saját webes böngészővel jelenik meg, akkor az csak nagy dobás lehet. Ki ismerné jobban az internetezők szokásait, mint az, akin keresztül a világ weblapjait elérjük? Logikusan hangzik, de mielőtt látatlanul letöröljük kedvenc böngészőnket, és Google Chrome-ra váltunk, nézzük meg alaposan, hogy mit is tud, különösen az új Internet Explorer 8 béta 2-höz képest! [Írta: Horváth Ádám]

Lecessgett a hurraóptimizmus. Így objektívebben nézhetjük a Google böngészőjét, amely megjelenésekor alaposan felkavarta a kedélyeket. A Chrome e sorok írásakor még csak Windowsra érhető el, ám már dolgoznak a linuxos és macos változaton is. A böngészőt egy az egyben nem lehet letölteni, sajnos csak egy letöltött keretprogram érhető el (700 kilobájt), amely valahonnan és valahogyan letölti a böngészőt, ami viszont már 23 megabájtos. **Ez azért sajnálatos, mert ha cégünknel több gépre is szeretnénk telepíteni a Chrome-ot, akkor vagy ki kell vadásznunk a 23 megabájtos telepítőt a rendszerből, vagy minden egyes gépen újra és újra le kell tölteni.** Ez nagyon szerencsétlen megoldás. Annál jobb viszont, hogy telepítéskor felkínálja: importálja a beállításokat más böngészőből (Internet Explorer és Firefox), így a könyvjelzőink legalább megmaradnak.

A Chrome egyébként nyílt forráskódú, és természetesen nem nulláról készítették egy HTML-megjelenítő motort, hanem felhasználták az Apple Safari-ban is alkalmazott WebKit nevű komponenst. Éppen ezért a weblapok ugyanolyan rosszul (vagy jól) jelennek meg a Chrome-mal, mint a Safari-val. Ezt előnyként biztosan nem említenénk. Amiben viszont javítottak a rendszeren, az a JavaScript kódok futtatása: a Chrome új JavaScript futtatókönyvet kapott (V8 néven), amely elvileg sokkal gyorsabban fut-

tatja a kódokat, mint bármelyik konkurens megoldás.

A Chrome már magyarul is elérhető, de mint a Google-tól megszoktuk, még béta állapotú a szoftver (csakúgy, mit a több éve működő Gmail levele-

Már most el kell kezdeni ismerkedni vele,

hiszen ha kiadják a végleges változatot, akkor nagyon sok végfelhasználó fog egyszerre váltani.

zőszolgáltatás). Ez végül is ügyes húzás, hiszen ha bármi nem elég jó, rá lehet fogni, hogy „hát igen, sajnos még nem végleges a szoftver, csak egy bétát néznek”. Sokkal inkább várnánk végleges megoldást, mint egy újabb Google béta-terméket.

CHROME-ÖTLETEK

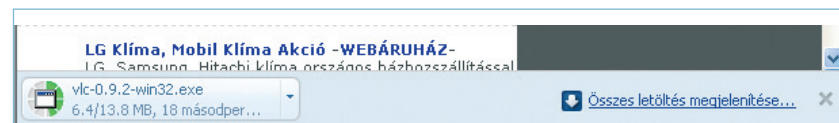
Mint már sokszor hangsúlyoztuk, a web világát, a HTML-lapok megjelenését/használatát egy böngészővel nem lehet alapjában megváltoztatni, így most sem reménykedtünk ebben. Sokkal inkább kerestük azokat az újdonságokat/ötleteket, amelyekkel a mindennapi munkánk egyszerűbbé válhat.

Az első csalódás a Google „hiánya” volt: a Google böngészőjétől elvárnánk, hogy a névadó szolgáltatásaival a legmesszemenőbben integrálódjon. Ennek valójában nyoma sincs, vagy legalábbis a Firefox és Internet Explorer éppennyire képes integrálódni a Google-alkalmazásokkal. **Azt nem nevezük különösebb erőnyek, hogy a Google offline webes keretrendszere, a Google Gears része a rendszernek, hiszen azt bármilyen böngészőbe telepíthetjük.** Az sem különösebb újdonság, hogy az Asztra is rakhatunk webes parancsikonokat, amelyek keret nélküli Chrome ablakban nyílnak meg, pont úgy, mint egy asztali alkalmazás (így például a Vissza gomb és a címsor is hiányzik, ami elég zavaró).

De ha nem ez a nagy dobás, akkor mi? Az egyik legjobb és legszembeütőbb ötlet, hogy eltűnt a keresődoboz a böngésző jobb felső sarkából. Jogos, hiszen mire is jó az? Elég, ha a címsor-

gensen kezeli a Chrome, tényleg használható lett az egyetlen univerzális mező. Cserébe viszont le kell mondanunk arról, hogy különválasszuk a webes keresést a webcímeitől. A konkurens megoldásokban ugyanis egy keresési kifejezést egyetlen kattintással át tudunk adni egy másik keresőmotor-nak, hiszen külön kezelik a cím és keresés mezőket. Szintén érdekes ötlet a leglátogatottabb oldalak megjelenítése az új füleken. Végül is jogos, miért kéne újra és újra begépelni kedvenc lapjaink címeit, amikor a rendszer tudja, hogy azokat látogatjuk mindennap.

Az egyszerűség egyébként nagyon áthatja az egész böngészőt – a felülete egészen letisztult (pesszimistábbak szerint primitív), és az összes beállítási lehetőség is csak három rövid panelre korlátozódik. Aki nem szeret „beállítgatni”, annak már eddig is ott volt a Safari, aki meg igen, annak a Firefox. Hová tehetjük akkor a Chrome-ot?



A Chrome letöltőszávjá – kicsi, kényelmes

ba írunk valamit, és döntse el a böngésző, hogy mire is gondolhattunk. Egy weblapot keresünk talán? Valamilyik könyvjelzőnket szeretnénk megnyitni? Esetleg egy korábban látogatott lap címe vagy tartalma (!) alapján akarjuk azt újra megnyitni? Ezt nagyon intelli-

A fülek kezelése viszont ötletes lett, hiszen (hasonlóan az Internet Explorer 8-hoz) minden fül saját processzben fut, így ha egy weblap lefagyasztaná az adott fület, attól még a többi fül ugyanúgy működik tovább. Ez jó is, hiszen az IE és



CÉGÉNEK MEGBÍZHATÓ, KÖLTSÉGMÉLŐ SZERVERRE VAN SZÜKSÉGE?

A KÖRNYEZETBARÁT X86 SZERVERT AJÁNLJUK:

www.szervervalaszto.hu

A rovat támogatója a Sun Microsystems és az Avnet.



a Firefox is el szokott szállni néha-néha. Szintén érdekes megoldás, hogy a fülket új ablakokba lehet kitenni, és az ablakok között is mozgathatjuk őket. Így például az egyik ablakban a szálláshe-lyeket gyűjthetjük, a másikban a repülőjáratokat, s mégis, hiába van összesen 40 fül, jól áttekinthető marad az egész. Szintén a biztonság jegyében készült az

a jelszavak megtekinthetők, azaz ha valaki leül a gépünk elé, egy pillan-
tat alatt megismerheti az összes men-
tett jelszavunkat. Az Internet Explorer
esetében ez felhasználói felületről nem
oldható meg.

A fájlok letöltése nagyon kényelmes,
nincs előugró ablak, csak egy kellemes
keskeny sáv a böngésző alján. Ez a

Firefoxban csak bő-
vítménnyel oldha-
tó meg, sajnos nem
alapértelmezett.

Ha már bőví-
tmények: sajnos
egyelőre nem le-
het egyedi modulok fejleszté-
ni a Chrome-hoz,
bár ígéri a Google,
hogy később meg-
teremti ennek lehe-
tőségét. Ez egyben
azt is jelenti, hogy
egyelőre a firefoxos
felhasználók több-
ségét nem is tudja
magához csábítani,
hiszen a rókás bö-
ngésző legnagyobb
erénye éppen a be-
épülő modulokkal
való bővíthetőség.

Beépített he-
lyesírás-ellenőr-
ző sincs (ami a
Firefoxban alap-
ból van – bár a 3-as
verzióval a magyar
szótár egyelőre
nem kompatibilis).

Hosszabb használat után sem tud-
tuk megszeretni a Chrome-ot, még ha
különösebb kifogás nem is volt ellene.
Egyszerűen nincs olyan funkciója, ami-
ért váltani kellene Firefoxról, de Inter-
net Explorerről sem. Egy dolog viszont
nagyon különös volt: rövid böngészés
közben is elképesztően sok merevlemez-
műveletet végez: azonos weblapokat
megnyitva durván kétszázszor annyit,
mint az Internet Explorer, és ez nagyon
éreződik is. Néha nekiáll tölteni a me-
revlemez, amitől szinte leáll a gép. Nem
tudtuk eldönteni, hogy ez funkció vagy
hiba, mert a sok lemezműveletért cseré-
be látszólag nem kaptunk semmit.

INTERNET EXPLORER 8

A két új böngészőt elnézve (Chrome és
IE 8) úgy látjuk, folytatódik, sőt egyre
súlyosabb lesz az a rémálomba illő pro-
bléma, ami az Internet Explorer 7-essel
indult, és inkompatibilitásnak hívnak. Az
új böngészők megjelenése ugyanis egy-
ben azt is jelenti, hogy még több rend-
szerre kell optimalizálni a weblapokat

(jelenleg IE6, IE7, IE8, Safari/Chrome
és Firefox a sor), ami felesleges többlet-
munkát jelent, hiszen egyik sem ad töb-
bet a másiknál a webfejlesztőknek. Az
Internet Explorer 8 inkompatibilis szin-
te minden más böngészővel, beleértve
a Microsoft korábbi szoftvereit is. Ettől
eltekintve végre látszik rajta, hogy a vi-
lág legnagyobb szoftvergyártója is tud
reagálni a piac igényeire, még ha nem is
elég gyorsan. Az IE8 béta 2 nagyon sok-
at fejlődött még akár a béta 1-hez ké-
pest is, nem is beszélve az IE7-ről.

Az egyik legérdekesebb és leghaszno-
sabb funkció a Gyorsító (Accelerator,
amelyet béta 1-ben még Aktivitásoknak
hívtak). **A megoldás lényege, hogy
egy-egy webes tartalomra jobb
gombbal kattintva tovább kutathat-
juk azt más webportálok segítsé-
gével: egy címet kinézhetünk a tér-
képen, egy szót kikereshetünk az
online szótárakból és így tovább.**

Az Accelerator fejleszhető, azaz várható,
hogy az IE8 megjelenése után egyre több
segítséget kapunk a web értelmezéséhez/
feldolgozásához, ami mindenképpen von-
zóvá teheti az új böngészőt. Ezek a szol-
gáltatások persze Firefoxhoz is elérhe-
tők bővítményként, de most itt vannak,
egyetlen kattintás csak, nem kell érteni,
hogy mi az a bővítmény, miért kell várni
XPI-telepítés előtt, csak használni kell.

Szintén újdonság a WebSlices fogal-
ma. Itt arról van szó, hogy a fejlesztők
megjelölhetnek egy laprészletet Web-
Slice-nak, amit mi speciális aktív könyv-
jelzőként menthetünk: ha rákattintunk,
a lap azon pici részletét azonnal látjuk,
nem is kell meglátogatni a weboldalt. Az eBay-
hez már fejlesztettek is ilyet, így egyes
termékeket így igen egyszerűen meg tu-

Ahogy már a béta 1-ben is láttuk,
az IE8-ban egy nagyon jól használható
webes hibakereső/fejlesztőeszköz is van,
amely az inkompatibilitás miatt indokolt
is. A modul leginkább a Firefox Firebug
bővítményéhez hasonlít, csak épp ez egy
beépített funkció, nem külön beszeren-
dő modul.

A címsor a Firefoxhoz és Chrome-
hoz hasonlóan sokat fejlődött, egysé-
ges keresőfelülettel nötte ki magát: keres
előzményekben, könyvjelzőkben, vagy
ha nem találunk semmit, az alapértelme-
zett webes keresőt is elindítja. Ennek fe-
lületét áttekinthetőbbnek láttuk, mint a
Chrome minden-az-egyben mezőjét, de
ez talán ízlés dolga is.

A Chrome-hoz hasonlóan itt is van
lehetőség „nyom nélküli” böngészésre,
InPrivate néven. Várjuk, hogy a Firefox-
ban mikor jelenik meg ez a funkció.

A fülke kezelése egyre jobb az új bö-
ngészőben annak ellenére, hogy a Micro-
soft szerint a felhasználóknak már a fül
fogalma is túl bonyolult – az összetartozó
füleket egy közös színnel jelöli a böngé-
sző, így például ha Google-on kerestünk
valamit, a találatokat új füleken nyitot-
tuk meg, azok közös színt kapnak. Sajnos
a funkció nem elég intelligens, így csak
azt figyelni, hogy mely új fülke voltak kö-
zös fülről indítva, függetlenül attól, hogy
esetleg a közös fül már teljesen más ol-
dalt/témát/keresési eredményt mutat.

Az új fül nyitása viszont nagyon hasz-
nos funkciókat kínál. Olyan lehetősége-
ket vet fel, amelyeket lehet, hogy más-
képp nem is találnánk meg. Innen a leg-
egyszerűbb például InPrivate böngészést
indítani, vagy új Accelerator telepíteni.

A Chrome-hoz hasonlóan az Internet
Explorer is külön processzekben kezeli a

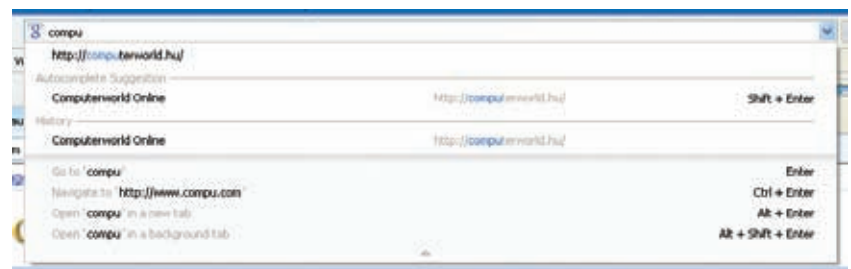


Internet Explorer 8 (fent) és Google Chrome (lent) – majd elvállik

Inkognitóablak, amely „gondoskodik”,
hogy az abban megtekintett webolda-
lak semmilyen „nyomot” ne hagyjanak
a gépen, azaz sem az előzményekben,
sem a gyorsítótárban nem marad tar-
talom. Van azért olyan eset, amikor ez
hasznos, még akkor is, ha mi ezt sosem
használnánk...

A könyvjelzők kezelése sajnos
nagyon gyenge lett a rendszerben:
a Firefox 3-ról sikerült lekoppintani
az egygombos könyvjelzőmentést (a
kis sárga csillagra kattintva), a mentett
könyvjelzők rendezése, kezelése azon-
ban csapnivaló, nincs külön ablak/pan-
el hozzá, csak egy lenyíló menüben
próbálhatunk úrrá lenni a káoszon.
Reméljük, ezt hamarosan kijavítják.

**Szintén Firefox 3 adhatta az öt-
letet a jelszavak megjegyzésé-
nek megoldásához: itt sem elő-
ugró ablakban jön a kérdés, ha-
nem egy diszkrét felső sáv jelenik
meg, hogy akarjuk-e az oldal jel-
szavának tárolását.** Sajnos nagy hi-
ba (akárcsak a Firefoxban), hogy ezek



Internet Explorer új címsor – határozottan jó

dunk figyelni. Mivel fejlesztést igényel,
ne várjuk, hogy hamarosan mindenhol
WebSlicest támogató oldallal találkozunk.

Az Internet Explorer legnagyobb hi-
ányosságának eddig a szöveges keresést
találtuk, holott a béta 1 óta nagyon sok-
at fejlesztettek rajta. Az új kereső, épp-
úgy, mint a Firefoxban, egy keskeny
sávban jelenik csak meg, a lapból nem
takar semmit, sőt ki is színezi a lapon a
találatokat. Reméljük, hogy előbb vagy
utóbb a többi Microsoft-termékben is
megjelenik majd ez a funkció.

füleket, ám nem minden fülhöz indít új
folyamatot, azaz általában kevesebb fo-
lyamat fut, mint ahány fül ténylegesen
nyitva van. A *fülek száma-folyamatok szá-
ma* összefüggést végül nem találtuk meg.

Az Internet Explorer 8 nagyon
ígéretes böngésző: fejlesztőknek,
webtervezőknek már most el kell kez-
deni ismerkedni vele, hiszen ha kiad-
ják a végleges változatot (várhatóan még
idén), akkor nagyon sok végfelhasználó
fog egyszerre váltani. Addig is, minden-
ki másnak még érdemes várnia.

Nyomtatott forintok

Informatikai eszközeink közül a nyomtató az, amely beszerzését követően még éveket képes megbosszulni, ha rosszul választottunk. Arról, hogyan járunk a legjobban, nincs mindenki számára működő, egymondatos recept, annyi azonban bizonyos, hogy minden az igények felméréssel kezdődik. [Írta: Egri Imre]

Sajátos a helyzet a nyomtatási kellékanyagok hazai piacán és általában a magyarországi vállalkozások felfogását illetően – amint azt a Canon megrendelésére készített ICM Research-felmérés is mutatja. 3009 európai, ezen belül 85 hazai cég képviselőjét kérdezték nyomtatási problémáikról és stratégiájukról. Kiderült, hogy meglepő módon a kis és közepes, esetenként 100-as létszám feletti cégeknek általában (61 százalékban) semmilyen nyomtatási stratégiájuk nincs. Minivállalkozásoknál persze sokszor nincs is ehhez szükséges szakember, ezért egyedül igyekeznek megoldani a feladatokat. A problémák ellenére a legtöbb cég nem vesz igénybe szakértői segítséget. 42 százalékuk sem nyomtatókellékanyag-beszállítót, sem szervizcéget nem alkalmaz. Attól tartunk, hogy a vállalatok ugyan szeretnék a lehető legkevesebbet költeni a nyomtatásra, mégsem igazán tudják, hogyan is induljanak el a megtakarítások a jobb gazdálkodás útján.

LELTÁR ÉS IGÉNYFELMÉRÉS AZ IRODAI NYOMTATÁSBAN

Ha megnézzük a nyomtatók specifikációit, látható, hogy valamennyihez megadják, milyen volumenű felhasználásra szánják őket, milyen jellegű dokumentumokhoz. **Mielőtt kiépítenénk nyomtatóparkunkat – álljon az akár egyetlen asztali készülékből vagy számos nagy teljesítményű modellből – mindenképpen tudnunk kell, milyen mennyiségben akarunk majd nyomtatni.** Meglepő, de a legtöbb cég nem mérte még fel, hogy mire van szüksége, pedig nyilván évek óta használ nyomtatót.

Szerencsére soha nem késő újratevezni a dolgokat egy már működő vállalkozásnál sem. Állóeszközleltárt mindenképpen vezetnie kell minden vállalkozásnak, ez jó kiindulópont lehet a nyomtatópark felméréséhez. Ha egy kicsit a számláink, illetve kiadásaink között is kutakodunk, akkor pedig egyértelműen megtudhatjuk, hogy az adott évben mennyit költöttünk nyomtatási kellékanyagokra, szervizre. Végezetül, ha minden jól megy, még az is kiderül, hogy nagyságrendileg mennyit nyomtattunk, így megtervezhetjük, mire lesz szükségünk az elkövetkező időszakban.

Természetesen egymagában az összesített volumen nem minden, meg kell terveznünk, hogy ezt hány készülékkel kívánjuk megoldani. Az adott cégnél bevett munkamenettől is függ, jobban járunk-e az asztali nyomtatókkal, vagy inkább helyezzünk ki egy nagy „mosógépet” a folyosóra, ahova azután mindenki kijárhat az elkészült nyomatokért. Ismernünk kell saját igényeinket, speciális médiák (például csekkfüzet, számlák, vonalkód) tekintetében is, és érdemes megkeresni az alkalmas és azon belül gazdaságos megoldások körét. Mindez összehangolt tervezést igényel, amelyben mindenképpen részt kell vennie a cég vezetésének, de különleges nyomtatási igények esetén ajánlott szakértők bevonása is.

ELŐZETES KONCEPCIÓ NÉLKÜL

Mások hibáiból tanulni a leggazdaságosabb. Így ha mi magunk tervezzük meg nyomtatóparkunkat, nem árt tudni, hogy milyen tipikus melléfogások tapasztalhatók ezen a téren. Bátran mondhatjuk, hogy az indokolatlan előfeltevések bizony hamar elkedvetlenítik az embert.

Megesik, hogy a technikára koncentrálok, esküsznek egyik vagy másik nyomtatási technológiára, ezért kapásból azt ajánlják, bármilyen feladatról-környezetről is legyen szó. Vigyázzunk azonban, mert a nyomtató működési elve magában nem mindenható, a kérdés sokkal inkább az, hogy az adott technológia és modell megfelel-e a feladatnak. Ami ismerősünk-nél tökéletesen beválthatott, az nálunk esetleg csődöt mondhat. Például a kiváló minőségben dolgozó lézervagy tintasugaras nyomtatók levele-



Sok nyomtatónál nem elég a festékporkarát nézni, egyéb kellékanyagok rendszeres beszerzése is szükséges

zéshez nagyszerűek, de többpéldányos bizonylatok előállítására nem használhatók gazdaságosan, tehát amúgy hiába „jobbak”, ehhez a feladathoz nem megfelelők. Lehet vonalkódot nyomtatni lézernyomtatós címkére, de töredékaron kapunk strapabíróbb minőség-



Alsóbb kategóriás nyomtatóknál kifizetődőbb lehet komplett, minden kopóanyagot magában foglaló kellékanyag-kazettákkal dolgozni, így a feltöltést teljesen hozzá nem értők is könnyen elvégezhetik. Képiükön az új, fiókos megoldást alkalmazó HP LaserJet CP2025

get egy speciális vonalkódra szakosodott hőnyomtatóval, amivel kevesebb problémánk is lesz. A technológia kiválasztásában a TCO (teljes költségmutató) nem annyira, sokkal inkább a kiadvány jellege, a média típusa, a környezeti viszonyok és a nyomtatás volumene a meghatározók.

Főként személyi használatra szánt kisebb készülékek beszerzésekor követik el sokan azt a hibát, hogy szinte kizárólag az alapján választanak. A folyamatosan csökkenő árak a bevásárlóközpontok akcióival kombinálva, az elmúlt években tömegesen csábították az embereket olyan modellek megvásárlására, amelyek árát igazából nem a pénztárnál, hanem utólag, a kellékanyagok beszerzésekor fizették meg. Ma is igaz az irodai nyomtatókra, hogy minél olcsóbb készüléket választunk, fajlagosan annál drágábban kaphatunk hozzá kellékanyagot. Általános, hogy a nyomtató mellé nem teljes töltöttségű, hanem csak töredék kapacitású tonerkazettát, illetve festékparktront mellékelnek (ezt induló készletnek hívják), ezt érdemes ellenőrizni a csomagoláson. Előfordul ugyanis, hogy emiatt egy valamivel drágább modell – figyelembe véve a mellékelt kellékanyag árát is – jobb vételnek bizonyulhat.

KÉZ A KÉZBEN: TCO ÉS OLDALSZÁM

Divatos rövidítés a TCO, azaz a birtoklás összköltsége, amely magában foglal minden felmerülő kiadást. Sokszor azonban a TCO számolásánál eltekintünk ettől-attól, a leggyakoribb, hogy nem számolunk a papír árával. Ez pedig ma már nem elhanyagolható tényező – a minőségi papírok lapjáért körülbelül 1 forintot kell kifi-

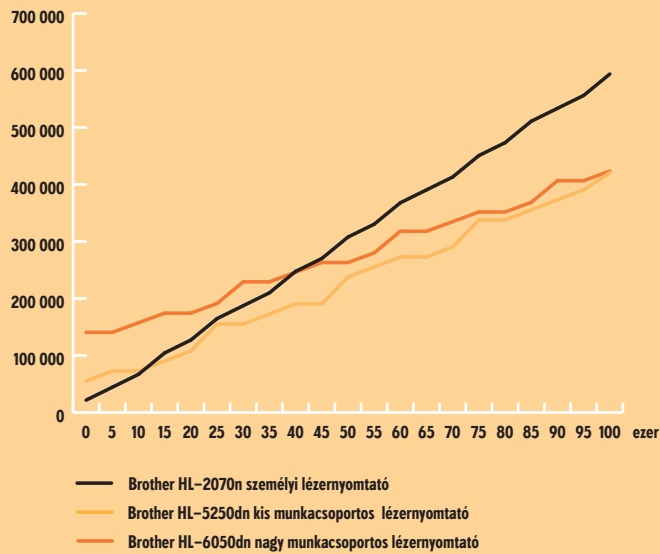
zetnünk. Ennek fényében meggondolandó egy automata lapfordítóval felszerelt modell választása, még ha azért kicsit többet kérnek is – cserébe a papír mindkét oldalára dolgozhatunk, elfeleztve annak költségét. Ha a nyomtatótechnológia speciális médiát igényel (ilyen például a borítónyomtatáshoz alkalmas papír), akkor az lényegesen többet fog kerülni – ezt se hagyjuk ki a képletből. A tintasugaras típusok legtöbbje például igazi fotóminőségre képes, de ennek csak egy részét hozza normál papíron, a teljes minőséghez mélyebben a zsebünkbe kell nyúlunk.

Kisebbségi lézernyomtatóknál nagyon gyakori hiba, hogy csak a toner (festékporkar) árát veszik figyelembe, ugyanakkor egyéb kopóanyagok (fényhenger, fixálóegység hulladékkellékanyag-tartály és hasonló) kimaradnak a képletből. Pedig ha nem csak pár tízezer oldalra vásároltuk a készüléket, akkor kikerülhetetlenül belefutunk ezek cseréjébe is, a készülék élettartama során akár többször is. Tekintettel ezekre a változóakra, a lapköltség valójában csak egy kiragadott adat, a TCO a ki-nyomtatott oldalak számával változik. Legjobb, ha a teljes élettartamra megszerezünk ezeket az adatokat akár egy szemléltető grafikon segítségével. **A lényeg, hogy a teljes üzemeltetési költséget (TCO) kell néznünk a teljes várható élettartamra vonatkozóan, ha jól akarunk választani.** Heti néhány tucat oldalhoz felesleges nagy energiaigényű és teljesítményű munkacsoportos lézernyomtatót üzemeltetni csak azért, mert alacsony a lapköltség; a készülék feleslegesen kifizetett árából éveket nyomtathatunk egy jelképes összegbe kerülő tintasugaras üzleti készülékkel. Ugyanígy hiba lenne alultervezni: hiába nyomtat egy készülék olcsón, ha havi terhelhetőségének többszörösére lenne szükségünk, csak tönkretennénk a túlzott igénybevétellel, amire nem terjed ki a garancia.

REJTETT BUKTATÓK

Egyes üzletmenetekben (például bankoknál) kulcsszerep jut a különleges nyomtatványoknak, igazolólapoknak, csekkfüzeteknek. Megesik, hogy akkora figyelmet fordítanak a nyomtatvány formátumának, jellegzetességeinek megtervezésére, míg az végül minden szabvány keretei közül kilóg. Így amikor utólag a gombhoz kabátot, azaz a nyomtatványhoz alkalmas nyomtatót keresnek, komoly problémákba ütköznek, mert igazán alkalmas készülék nem kapható. Ilyenkor nincs más hátra, mint speciális készülékek tervezetése, a média újratervezése, esetleg kézi használata – ezek drágábbnál drágább „megoldások”.

A birtoklás összköltsége Ft-ban, a kinyomtatott oldalak számának függvényében. Példánkban jól elkülönülnek az egyes nyomtatókatóriák költségjellegzetességei



Az idejében el nem végzett szerviz okozza a vállalati berendezések legtöbb hibáját, például a gyakori papirelakadást vagy a váratlan kellékanyaghiányt. Pusztán ez (a nyomtatók felesleges állásideje) a

már említett felmérés eredményei szerint 663 milliárd eurós felesleges kiadást okoz Európa-szerte. Rendszeres naplózással vagy még inkább elektronikus felügyelet alkalmazásával kiküldhetők a szükségtelen fennakadások.

Szinte minden vállalati lézernyomtató kínál lehetőséget arra, hogy értesíti a szervizt abban az esetben, ha egy kopó alkatrész (például papíradagoló-mechanika) élettartamának vége felé közeledik, vagy hamarosan elfogy mondjuk a fekete toner. Érdemes lehet emiatt teljes körű, elektronikus felügyeletet is magában foglaló karbantartási szerződéseket kötni, különösen, ha egy nyomtatóbeszállítóval, illetve szervizzel dolgozunk.

HOGYAN TAKARÉKOSKODHATUNK A PAPIRRAL?

Általában sok szó esik arról, hogyan takarékoskodhatnánk a tintával, mennyit spórolhatunk alternatív kellékanyagokkal, miközben a papírköltségekre nem igazán figyelünk. Öt tippet adunk az alacsonyabb költségek és a környezetvédelem jegyében.

• Olcsóbb papír, kisebb költség?

Elsőre kifizetődőnek tűnhet a legolcsóbb papírt kiválasztani, hiszen a cél minél kevesebbet fizetni ugyanazért a nyomtatért. **Számolnunk kell azonban azzal is, hogy valós minőségkülönbség áll fenn az olcsó és a normál árfekvésű média között, ami rövid távon is észlelhető lehet.**

A túl vékony vagy szabálytalanul vágott szélű papír könnyebben elakad a nyomtatóban, és egy szinten túl ez nem csak bosszantó, de lehetetlenné is teszi a folyamatos munkát.

Rövid távon nem számít, de hónapok, évek során már számottevő különbséget tehet pusztán a nagyobb papírpormennyiség vagy a gyengébb minőségű vágás. Előbbi finom porral telíti a készüléket, utóbbi pedig a papírfelvétel végző gumi alkatrészeket szabdalja szét idő előtt. Alacsonyabb árú papírt választani tehát csak azonos minőségsztyálon belül kifizetődő, egyébiránt visszaüthet és lerövidítheti a nyomtató élettartamát.

Más a helyzet, ha eleve minőségsztyált szeretnénk váltani, és a házban belüli dokumentumokat olcsóbb, újrafeldolgozott papírra akarjuk nyomtatni. Ez esetben arra kell ügyelnünk, hogy az ilyen médiát nem minden készülék bírja, a durvább felület jobban kikezdi a lézernyomtatók hengereit. Ezen a pályán jobb eséllyel indulhatnak a szilárd tintás printerek és egyes tintasugarasok.

• Egy lap két oldallal. Ha a lap mindkét oldalára dolgozunk, akkor megfelelhetjük a papírköltségeket, egyben

**INTEGRÁLT TUDÁS
KFKI NAP**
2008. OKTÓBER 15.

SZÍVESEN LÁTJUK ÖNT RENDHAGYÓ **KFKI SZAKMAI NAP** RENDEZVÉNYÜNKÖN,
AHOL MŰKÖDÉS KÖZBEN TEKINTHETI MEG **INTEGRÁLT** MEGOLDÁSAINKAT:

/ INTEGRÁLT HANG-, ADAT- ÉS KÉPÁTVITEL / IP HÁLÓZATI MEGOLDÁSOK
/ FIZIKAI ÉS IT BIZTONSÁGI RENDSZEREK / VIRTUALIZÁLT SZERVEREK ADATTÁROLÁSI ÉS
MENTÉSI MEGOLDÁSOK / RENDSZERFELÜGYELET / VEZÉRELHETŐ ÉPÜLET-AUTOMATIZÁLÁS

HELYSZÍN: WAX KULTÚRGYÁR 1047 BUDAPEST, JÓZSEF A. U. 4-6.

REGISZTRÁCIÓ ÉS BŐVEBB INFORMÁCIÓ: [HTTPS://KFKINAP.KFKIZRT.HU](https://kfknap.kfkizrt.hu)
[KFKINAP@KFKIZRT.HU](mailto:kfknap@kfkizrt.hu)

KFKI

LENDÜLET ÉS HARMÓNIA

Systems

Az esemény kiemelt támogatói



környezetünk terhelését is csökkenthetjük. **A belépő szintű nyomtatók is tartalmazzák a kézi kétoldalas nyomtatás beállítását**, amikor először a dokumentum páratlan oldalait készíti el a meghajtóprogram, majd ugyanazt a papírköteget megfelelően a papírtálcába visszahelyezve elkészülnek a lapok hátoldalára a páros oldalak is. Megbízható lapadagoló mechanika kell a helyes működéshez, mert elég egy duplán felvett lap, és máris csúszik az egész oldalszámolás.

Régen csak a legdrágább lézernyomtatók opciója volt az automatikus lapfordító egység, azaz a duplex, ma sok olcsó tintasugaras készülékben is levegő megtalálható vagy utólag rendelhető. Meg-

könnyíti és problémamentesebbé teszi a kétoldalas nyomtatást, de számolnunk kell azzal, hogy kissé lelassítja a munkát, teljes sebességű duplex mechanikát csak a drágább, vállalati munkacsoportos használatra szánt modellek tartalmazzák.

Tintasugaras nyomtatók esetében a lapfordítás után még egy kis száradási időre is szükség van, mielőtt a hátoldal biztonságosan elkészülhet. Gondot okozhat, ha túl jó nyomtatminőséget állítunk be, mert a vékonyabb papírokon átúthetnek a kontrasztos betűk. Az újabb modellek ezt már optimalizált tintákkal és hatékonyabb beállításokkal jobban kezelik, lézernyomtatóknál viszont a probléma fel sem merül.

5 tipp a takarékos nyomtatáshoz

Bár a nyomtatás környezetterhelő tevékenység, egyelőre a papírmentes digitális ügyvitel hiányában elengedhetetlen. Nyomtatni tehát kell, de nem mindegy, hogy mivel, mire, hogyan, és miért.

1. Újrafelhasznált papír: a papírgyártás, mindenképpen sok vizet és vegyi eljárásokat igénylő ipari tevékenység, de vannak a környezetet kevésbé terhelő gyártási eljárások is. A legfrissebb kimutatások szerint 1 tonna újrafelhasznált médiával mintegy 3 négyzetméter erdőterületet, 17 fát, 26500 liter vizet és majdnem 1500 liter olajat, valamint 4200 kWh villamosenergiát takaríthatunk meg.

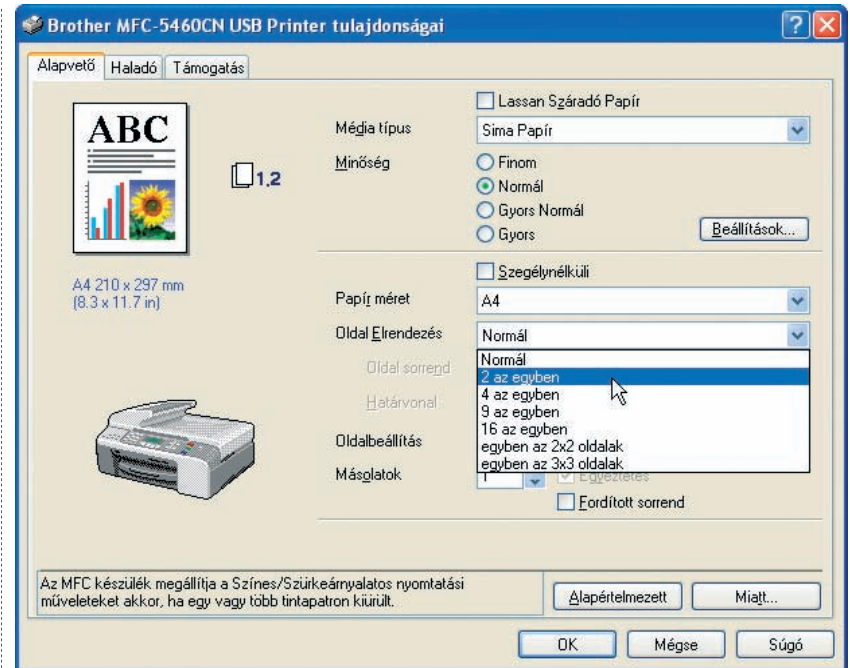
2. A nyomtatóflotta optimalizálása: ma már sokoldalúan használhatók mind a tintasugaras, mind a lézeres készülékek, de mindenre azért mégsem kellene ugyanazt a készüléket használni. Sok helyen ágyúval lőnek verébre, például lézernyomtatóval készítik el az árucímkeket, vonalkódokat. Ez így is kivitelezhető, de drága. Használjunk a célunk legjobban megfelelő nyomtatót, jelen esetben vonalkód- és címkenyomtatót.

3. Felújított kellékanyagok: a felújított toner- és festékkazetták használata nem csak csökkenti a költségeket, de valóban könnyebbé is teszi környezetünk számára is, a műanyag alkatrészek nem egykönnyen bomlanak le. Felújított kellékanyagoknál a tonerkazetták, festékkazetták burkolata egy az egyben újra felhasználható,

mindenféle újraolvasztás, azaz hő- és vízpazarlás nélkül. Fenntartások lehetnek persze a minőséggel kapcsolatban. Ebből a szempontból legjobb lenne, ha maguk a gyártók árusítanák saját kazettáikat újratöltve, de erre eddig itthon nem láttunk példát. Ezért kénytelenek vagyunk a felújításra specializálódott cégek termékeit vásárolni, de válasszunk neves, kiterjedt hálózattal rendelkező beszállítót, amelynél nemcsak újratöltik, hanem a kopó alkatrészek cseréjével fel is újítják a kazettákat és gondoskodnak a veszélyes hulladékok megsemmisítéséről is (kulcsszó az ISO 14001 megfelelés).

4. Duplex nyomtatás: ezzel mintegy felére is csökkenthetjük papírfelhasználásunkat (lásd fent). Az Amerikai Levegőtisztasági Bizottság (Clean Air Council, U.S.) szerint az amerikai vállalkozások évi mintegy 21 millió tonna papírt használnak fel, egyelőre jobbra csak egyik oldalra nyomtatva. Valószínűleg Európában sem sokkal jobb a helyzet, de azzal, hogy teszünk az ügy érdekében, nem kevés kiadástól kíméljük meg magunkat.

5. Fejlécezt papírt ne a nyomdából! Nem is olyan régen még a nyomdai úton előállított fejléces papírok jelentették az igényes és gazdaságos megoldást, ha saját arcúlatú kiadványokra vágytunk, amit arcúlatváltáskor ki is lehetett dobni. Használjuk ki a mai technológia rugalmasságát, és alkalmazunk céges dokumentumsablonokat nyomdai fejléces helyett, de csak akkor, ha valóban szükség van rá. Sok lézernyomtatóra előre feltölthető a fejléc.



Hamar megtérülő befektetés az automatikus lapfordító, amely ma már sok alsóbb kategóriás készüléken is megtalálható

Duplex (legyen az kézi vagy automatikus) nyomtatáshoz 80-90 grammos papír az optimális, az ennél könnyebb médiákkal könnyen elakadási problémáink adódhatnak, míg az ennél vastagabb lapok esetében a felszedéssel és hajlítással lehet gond. Egyidejűleg tehát valószínűleg nem tudunk gyenge minőségű papírral és duplexszel megtakarítást elérni.

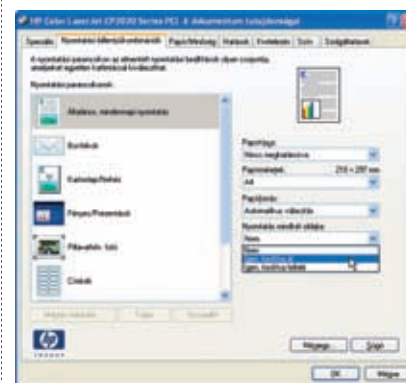
• **N-Up.** Monitoron igazán környezet- és költségkímélő átváltani anyagainkat, de azért a papírváltozaton sokkal könny-

a hatás az N-Up és a kétoldalas nyomtatás kombinálásával.

• **Harc a területért.** A Word és más szövegszerkesztő alkalmazások alapsablonjait nem a takarékoságot, inkább praktikumot szem előtt tartva tervezték. Belső használatra szánt dokumentumoknál értékes területeket szabadíthatunk fel néhány dokumentum vagy meghajtóbeállítás megváltoztatásával. Ha nem tervezzük a dokumentum lyukasztós kötését, akkor az alapbeállításokkal 2,5 centiméteres bal margót miért ne vehetnénk kisebbre? A legtöbb mai nyomtatóknak nem probléma, hogy akár hat milliméteres alsó margóval dolgozzon. Ugyanígy csökkenthető a többi margó is egy értelmes határig. Segíthet még a sűrített sorköz és csökkentett betűméret, praktikus és józan kezek között.

• **Nyomtatás igény szerint.** Nem egy felmérés kimutatta már, hogy az irodai folyosókon terpeszkedő nagy nyomtatókra küldött anyagok jelentős részét a nap végéig senki sem viszi el, később pedig feledésbe merülnek, és a hulladékban landolnak.

Az ilyen anyagokra tehát valójában senkinek sem volt szüksége, ezért érdemes átgondolni, mielőtt nyomtatnánk. Nagyobb munkacsoportos nyomtatókhoz kínálnak opcionális merevlemez; valamint sok berendezésnél PIN- vagy chipkártyaalapú felhasználóazonosítás is megoldható. A pluszbefektetés hamar megtérülhet, hiszen a véletlenül vagy tévesen elküldött anyagok csak a nyomtatónál való azonosítás után jönnek ki papíron, addig pedig felfedezhetjük a hibát, illetve kiderülhet, hogy már nincs szükség a nyomtatásra.



A legolcsóbb személyi nyomtatók is kínálnak lehetőséget több oldal egy lapra való nyomtatására

nyebben felfedezhetők a hibák. Ha nem is menekülünk meg a nyomtatástól, legalább csökkenthetjük a költségeket, ha szövegünk nem túl apró betűs. Minden nyomtató meghajtóprogramjában megtalálható az Oldal/Elrendezés vagy N-Up opció, amikor kicsinyítve 2, 4 vagy még több dokumentumoldalt rendezünk el egy rendszerint A/4-es lapra. Válasszuk a kétoldalas változatot, így még olvasható is a szöveg, feleannyi papíron. Fokozható

Hét (szoftver) dolog, amit utálok benned

Csokorba szedtük azokat a szoftverhibákat, amelyeket a legjobban gyűlölünk, nap mint nap keserítik az életünket, de együtt kell élnünk velük. [Írta: Samu József, Tököli Gábor, Barabás Balázs]

Szeptemberben összegyűjtöttük azokat a hardveres bakikat, amelyekről egyenesen a falra tudnánk mászni nap mint nap, de nincs mit tenni, együtt kell élni velük. Ez alkalommal a szoftverekkel kapcsolatos hibákat, bosszantó tulajdonságokat szedtük össze.

1. A NAGY ADOBE FLASH BUG

Egészen egyszerűen kizártuk tartjuk, hogy csak mi használnánk Flash-alapú videolejátszókat! A statisztikákból nagyon úgy fest, hogy nem csak mi használjuk a YouTube-ot és a hasonló videomegosztó oldalakat. Mi több, azt vesszük észre, hogy önkö, kedves olvasók előszeretettel nézik a *Computerworld TV* „adásait” weboldalunkon. Tehát kizárt, hogy csak minket bosszant az Adobe Flash-lejátszó időnként előjövő hibája, amitől három másodpercig játszik képet, hangot, semmit, aztán megtorpan. Ezt a bugot üzembiztosan produkálja Firefox 2, Firefox 3 és a legújabb üdvöske, a Google Chrome alatt is. Firefoxok alatt már megtanultuk meggyógyítani: be kell menni a böngésző Tools menüjébe, ott az Add-onst választani, a Shockwave Plugint kikapcsolni, majd rögtön visszakapcsolni, frissíteni az adott oldalt és akkor megint működik... Egy darabig. Tényleg senkit nem idegesít ez rajtunk kívül?

2. KIS LÉPÉS A GREEN IT FELÉ

Az egyik mostanában aktuális, felkapott téma a Green IT. Meg vagyunk győződve arról, hogy ez végre valami olyasmi, aminek van értelme. Icipici odafigyeléssel, minimális fáradsággal tényleg tehetünk valamit a környe-

zetünkért. Jó, persze nem fognak feltámadni a Dodó kacsák, de legalább úgy érezhetjük, hogy tettünk valamit. Szóval, ha már a Windows 95 óta, azaz 13 év alatt nem jutott eszébe senkinek a Microsoftnál, hogy az operációs rendszerek újabb változataiban hasznos szolgáltatás lehetne, akkor így mostanában a Green IT jegyében implementálhatnák a karbantartási műveleteket végző programokba – lemeztöredettség-mentesítő, lemezkarbantartó – a munka végeztével a gépek kikapcsoló funkcióit! Milyen jó is lenne úgy otthagyni a gépet a munkaidő végeztével, hogy elindítunk rajta egy karbantartást, aztán ha az végzett, akkor kikapcsol. Persze áthidalható a dolog a megfelelő energiagazdálkodási beállításokkal, de azért egy *Befejezés után kikapcsolás* szolgáltatással lényegesen egyszerűbb lenne, nemde?

3. MINDEN FÁJLFORMÁTUMHOZ SAJÁT LEJÁTSZÓ

Ki nem állhatjuk a saját lejátszójukat ránk tukmáló formátumokat. Az Apple QuickTime örökös utálatlistánkon megszerezte az előkelő első helyezést, de nem azért, mert az Apple-től való, hanem azért, mert a .MOV formátumú állományok lejátszását a QuickTime letöltéséhez köti. A RealAudio formátum is ilyen volt, a RealPlayer miatt, de ma már egyre ritkább, hogy az ember ilyen formátumú anyagokba fut. Gyanítjuk, egyetemenek velünk abban, hogy szeretnénk mindent egyetlen lejátszóval kezelni,

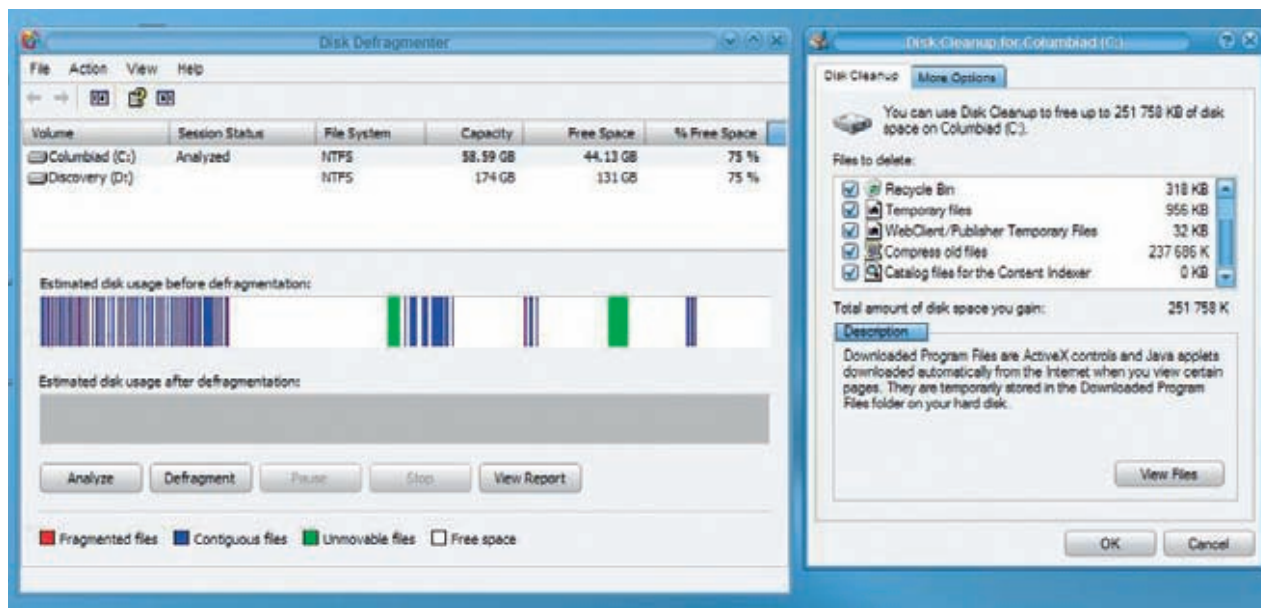


point azért, amiért nincs minden tévécsatornához külön készülékünk. Mi is tudjuk, hogy léteznek RealAlternate és QuickTime Alternate nevű kodek csomagok, de ezek legalitása igencsak bizonytalan, mint ahogy a működésük sem mindig tökéletes.

4. AKI EGÉSZSÉGES, JÁRJON MANKÓVAL

Aki régóta és gyakran használ számítógépet, az képtelen leszoktatni ma-

gát a különféle billentyűkombinációk alkalmazásáról, és csak akkor nyúl az egerhez, amikor feltétlenül szükséges. A többség azonban minden művelethez egeret használ, és nem hajlandó sem megjegyezni, sem alkalmazni a két- vagy hárombillentyűs megoldásokat. Éppen ezért érdekes, hogy a szövegszerkesztők egyes funkciói – amelyeknek célja pontosan az lenne, hogy megkönnyítsék az életünket – mintha egy egérellenes összeesküvés részei lenné-



nek. Az olyan egyszerű műveleteket, mint amilyen a precíz szövegkijelölés, az ember időnként elrontja, és újra nekifut. A szoftveres rásegítéssel viszont biztos, hogy nem egy, hanem két mozdulatra lesz szükség, ha a szókapsolatok megfelelő részét a vágólapra akarjuk helyezni. Persze a prediktív szövegbevitel és az animációk hőskorában a billentyűzet is egyre gyakrabban hagy cserben. A pokolba vezető út jó szándékkal van kiköveztve, bár a jó szándék sem mindig nyilvánvaló – a „felhasználói élményt javító fejlesztések” kényszere annál gyakrabban. Hihetetlen, de van, akit frusztrál, ha a szövegszerkesztője atyáskodik fellette és szavakat egészít ki, önmagától kezd el számozni, nagybetűre javítani,

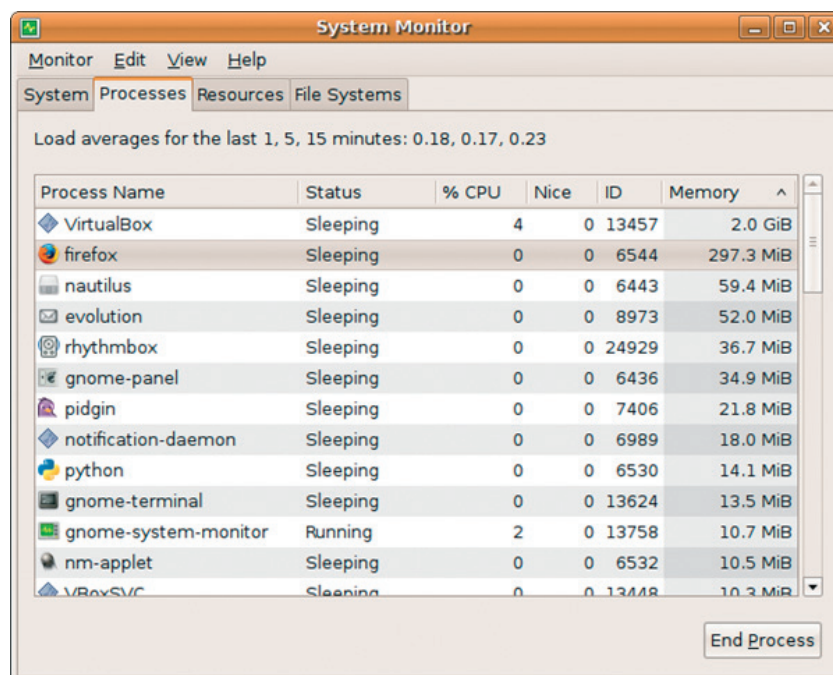
ha nincs is rá szükségünk, és még sok minden más.

5. FAGYÁS-MINT-SZOLGÁLTATÁS

Előfordul, hogy lefagy egyik-másik alkalmazásunk (mondjuk, a sajátosan túlértékelt Firefox), ráadásul elkezd felzabálni a memóriát. A baj ott kezdődik, ha ettől maga az operációs rendszer is zavarba jön. A Windows Vista először elhalványítja az ablakot, és opálos fehér színnel jelzi: *mostantól felesleges próbálkoznunk*. (Mi mindenre jó az Aero és a DirectX 10...) A régi vicc, amely szerint a „kék halált” érdemes lenne hirdetési felületként értékesíteni, már a maga idejében is rosszulmunkát volt, de újra eszébe jut az embernek, ha meglátja: a fagyáshoz képi



effektust rendeltek. Amikor a szóban forgó alkalmazás (mondjuk a népszerű Firefox) kivégezte a RAM-ot, a Windows kénytelen a merevlemezén levő virtuális memóriához nyúlni, majd – a *Spányik Balázs* blogján olvasható remek cikk megfogalmazásával – tanácstalanul szétárja a karját, és



szomorúan magába rogy. Az operációs rendszer természetesen nem felelős azért, ha egy alkalmazás hibásan viselkedik. De ha idejében észleli a bajt, akkor hogyan lehetséges, hogy bármi is felemésztheti az egyik legfontosabb erőforrást, aztán magával ránthatja az operációs rendszert?

6. A NAGYDARAB OLVASÓ

Manapság 30-40 megabájtos tárterület nem vág senkit sem a földhöz, de azért

érthetetlen, hogy egy egyszerű megjelenítő szoftvernek miért kell ekkorának lennie. Az Adobe Acrobat pdf-olvasó programról van szó. Jelenleg a 9-es verzióján tart, és minden újabb verzió exponenciálisan növekszik az előzőekhez képest. Arról nem beszélve, hogy több másodperc, amíg betöltődik. Teljességgel indokolatlan. A vele megjelenített dokumentumok nem lesznek bonyolultabbak, az esetek 99 százalékában szöveget és néhány képet jelent csupán. Akkor meg...?

7. MÁRKÁS GÉPEK ELŐRE TELEPÍTETT OPRENDSZEREI

Szép, szép, hogy nem kell operációs rendszer telepítésével bajlódni. Ennek azonban ára van. Rég lejárt vírusirtók, ilyen-olyan képszerkesztők, játékok, egyszerűen: crapware-ek keserítik meg az életünket és indulnak el bootoláskor anélkül, hogy bármikor is használnák azokat. Nemrég idősebb ismerőseim Packard Bell gépén futó Windows XP-t kellett újratelepítenem. Arra nem emlékeztek, hogy kaptak volna telepítő CD-t a géphez (ráadásul pár éve vásárolták), így beletelt némi időbe, amíg kiderült, hogy a vi-

szonteladó nem is adott ilyet hozzá, rejtett partícióról lehet újratelepíteni a rendszert. Ezt megtettem, de olyan opció nem jelent meg a művelet során, hogy kérem-e az „ajándék” szoftverek installálását is. Mi több, a szoftverek eltávolítása menüben sem lehet ezeket leszedni. Így kénytelen voltam otthagyni azokat, az ismerőseimnek pedig minden indításkor meg kell várniuk, hogy ezek is betöltődjenek a memóriába.

A csinovnyikok halála, avagy a köztisztviselő életérzése egy új korszak hajnalán...

Talán azért ötlött fel bennem ez a gondolat, mert kivételesen nem a technika és a gazdasági megfontolások oldaláról közelítettem meg a kérdést, hanem a rendszerben aktív EMBER állt figyelmem középpontjában, méghozzá a két legfontosabb: a köztisztviselő és az ügyét intéző állampolgár. [Írta: Bojta János]

Ki tudja, miért jut eszembe *Csebov* műve, ha közigazgatásunk humán erőforrás- (továbbiakban HR-) helyzetéről kell tárgyalni. Több mint 30 év telt el, hogy a gimnáziumban az irodalomórán idézték Ivan Dmitrics Cservjakov hagyaték végrehajtó szavait, ahogy Brizzsalov államtanácsos megbocsátásáért esedezik. Nem állítom, hogy nem változott a helyzet, de talán érdemes megvizsgálni, vannak-e még átfedések a jelen és a múlt rendszer között.

Mielőtt belemennék a részletek elemzésébe, vegyük számba, hol is tartunk most. Van egy Államreform Operatív Programunk (ÁROP), és azon belül elindított HR-projekteink. Nagyjából egy éve működik a Kormányzati Személyügyi Központ, elkészültek az elvi alapok és 2007 telén levizsgázott a TÉR (az új teljesítményértékelési rendszer) is. Vannak már tapasztalataink, látjuk az elvi modell és a gyakorlati működés eltéréseit, problémáit, és ez alapot adhat a rendszer fokozatos javításához. Nemsokára befejeződik az integrált személyügyi információs rendszer kialakítására vonatkozó közbeszerzési eljárás, így folytatódhatnak a fejlesztési munkák.

A www.kszk.gov.hu honlapon olvasható az ÁROP 2.2.2 akcióról: „A projekt átfogó stratégiai célja elsődlegesen a köztisztviselői kar teljesítményének növelésével, egy professzionális igazgatási szolgáltatás nyújtására képes, képzett közigazgatási állomány megteremtése.” Ezzel a célmegfogalmazással szorintem mindenki azonosulni tud, ha előtte tisztázzuk, hogy milyen tartalommal bír a „professzionális” jelző ebben az esetben. A probléma megértése érdekében felsorolom a profi megjelölés né-

hány (néha ellentétes) lehetséges értelmezését: a feladatát pénzért végző, hivatásos, jól képzett, jól fizetett, hatékony stb. A lényeg, hogy (jó értelemben véve) a játszma folytatódik, az ÁROP-ból tényleg jelentős forrásokat használunk fel ezekre a célokra és a projekteknek van gazdája a MeH-ben.

A társadalom, az állampolgárok és a leginkább érintettek, a köztisztviselők számára fontos kérdés most, hogy „beveszik-e őket a játékba”, tehát a döntések meghozatala előtt az – egyébként kötelező – hatástanulmányok elkészítésénél vajon megkérdézik-e az ő véleményüket is.

Egy oldalról leszögezhetjük, hogy az államreform akkor jó, ha az állampolgárok hasznát szolgálja, tehát az állam működését úgy változtatja, hogy az állampolgároknak is legyen jobb (értsd,

nem csak a kormánynak). Más oldalról (vezetési tanácsadók szakmai ajánlása alapján) kimondható, hogy az érintett résztvevők (stakeholderek) nagyarányú (nem teljes körű!) egyetértése nélkül ez nem lehetséges, de legalábbis nagyon kockázatos.

Ismerve és elismerve az eddigi erőfeszítéseket két nagyon komoly (nehéz, lassú, de nem túl költségigényes) feladatra fel kell hívnom a figyelmet.

Az egyik feladat, hogy a korábbi stakeholder elem-

zések alapján el kellene készíteni egy hatástanulmányt, mely a humán erőforrás-reform belső és külső hatásait elemezné, és választ adna néhány alapkérdésre.

Csak a példa kedvéért egyet érdemes körüljárni. Alapvető kérdés, hogy tényleg akar-e a mindenkori magyar politikai vezetés professzionális köztisztviselőkkel működő közigazgatást egy olyan politikai

Fontos cél a közigazgatás szereplőinek a bevonása:

ha aktív résztvevők lesznek, akkor
organikus fejlődési programról
beszélhetünk...

kultúrában, ahol minden miniszterváltás (néha még az államtitkárváltás is) jelentős átszervezéssel és személyi változásokkal jár. Másrészt felmerülhet, hogy kell-e nekünk nagyon jól képzett, de drága köztisztviselő, vagy jó a közepesen képzett, olcsó (ettől még nem „csinovnyik”) is, csak lássa el az ő egyszerű kis feladatát.

És itt álljunk meg egy kicsit. A jelen állapot szerint – amikor a Parlament többek között abban méri a teljesítményét, hogy hány törvényt módosított – tényleg nagy tudású, kreatív és nagyon motivált (túlórázni is hajlandó) profikat kellene behozni közigazgatásunkba. Hiszen jogszabályaink változását már a versenyszférában dolgozó magas kvalitású szakértők is alig tudják követni, több helyről kell állásfoglalást kérni egy-egy ügy kapcsán, mert a jogalkalmazás rettentő nehéz lett, és rengeteg energiát (pénzt) emészt fel. Nem inkább a jogrendszerünket kellene feljavítani (egyszerűsíteni) olyan szintre, hogy kevesebb és kisebb apparátussal lehessen alkalmazni? Egy dízelmozdony nagyon bonyolult szerkezet, és vezetése nagy felelősséggel jár, mégsem kell a mozdonyvezetőnek két diploma és negyedévenként többnapos képzés. Miért? Ennek két oka van. Egyrészt – a belső működéséhez viszonyítva – egyszerűre tervezték a mozdony irányítását, kezelését, másrészt évekig nem változtatják a

kezelőszerveket, így a megszerzett tudás nem évíl el félév alatt.

A másik feladat a közigazgatási szereplők bevonása ebbe a programba. Ha aktív résztvevők lesznek, akkor organikus fejlődési programról beszélhetünk, ellenkező esetben fejlesztési folyamat indul, ami erőszakos (jogszabályokkal és vezetői beavatkozásokkal irányított) tevékenységsozort kormányzati végrehajtását jelenti. Szerintem ez utóbbinak kisebbek a győzelmi esélyei, mint a köztisztviselők belső motivációjára épített reformnak. Ez utóbbihoz persze politikai, társadalmi és szakmai konszenzus kellene, legalább a fő kérdések megoldási módjában.

Tudomásul kell venni, hogy a munkaerő kezelési és működtetési módjának átalakítása lassú folyamat, türelem kell hozzá, hiszen a folyamatok mellett az adott személynek belül is át kell alakulnia. A szakma a konkrét kérdésekre már tudja a válaszokat, de vajon jók-e a kérdéseink? Egyáltalán jó irányba megyünk? Milyen „csinovnyikokat” szeretnénk látni 10 év múlva? Lesz-e és kell-e mindenhova kreatív, pörgős fiatal tisztviselő magas illetményrel, vagy inkább fékezzen a kormányzat és a parlament a jogszabályalkotással, és egyszerűsödjenek a folyamatok?!

Vajon a humán erőforrás problémakörében vannak-e már bevált módszereink itthon, és összegyűjtötte-e ezeket már valaki? Az EU-s szomszédoktól ellesett példák miként hasznosíthatók a hazai viszonylatban? Át lehet-e ugrani 100 év demokráciahiányt egy jó szakmai ötlettel? Ezekre a kérdésekre kerestünk választ ebben a számban, meghallgatva a kormányzati, a szakértői és a tanácsadói oldalt egyaránt.

Ha a kedves olvasó úgy érzi, hogy a személyes tapasztalata más kérdéseket is felvet, vagy nem értett egyet az itt felvetett gondolatokkal, őszinte kíváncsisággal várjuk levelét, amelyet minden esetben megválaszolunk.



Bojta János

szakmai szerkesztő
egov@idg.hu

Szociálisan kompetens vezetői kommunikáció

„Senki sem tud kisebbségi érzést kelteni benned a beleegyezésed nélkül.” (Eleanor Roosevelt) [Írta: Kisházy Gergely]

A közigazgatásban a szervezeti hatékonyság egyik kulcseleme a belső kommunikáció. Ezen belül is kiemelkedő szerepe van a vezetőbeosztott kapcsolatok megfelelő kialakításának. Az alábbiakban ezt a témát járjuk körül, nem feledve azt a tényt, hogy az itt leírtak szervezeten belüli gyakorlati alkalmazása sok erőfeszítést kíván a vezetéstől.

Az asszertív vezetői kommunikációs viselkedés olyan magatartásforma tudatos választása, amelyben felfedezzük, hogyan fejleszthetünk ki magunkban belső erőt, tartást és – az egyenlőség alapelveit szem előtt tartva –, hogyan érvényesítsük azt emberi kapcsolatainkban. Vezetőként kritikus, kellemetlen konfliktusokkal terhelt kommunikációs helyzetben sincs mindig szükségünk arra, hogy rossz szájjal, vesztésként elkullogva vagy öklöt rázva, kiabálva távozzunk egy-egy megbeszélésről. Amikor környezetünk elvárásai és a saját igényeink között számunkra elfogadható kompromisszumot tudunk kötni, joggal érezhetjük, hogy szociálisan kompetensen viselkedünk. Ha mindezt vezetőként emberek közötti kommunikációs helyzetekben tesszük, asszertíven, méltányos céltudatossággal cselekszünk vagy érdekérvényesítő magabiztossággal kommunikálunk. Így lehetünk képesek arra, hogy céljaink elérése közben viselkedésünk pozitív és negatív következményei egyensúlyban maradjanak, tudatos és félelemmentes magatartással a partnerekkel együttműködve érjük el célkitűzéseinket.

A HATALMAS ÉS A HALK

Az agresszív viselkedés azon a meggyőződéson alapul, hogy saját igényeink, kívánságaink és véleményünk fontosabb, mint másoké. Az agresszív ember azt gondolja, hogy neki vannak jogai, másoknak nincsenek, hogy ő teljes mértékben hozzájárul a probléma megoldásához, míg mások nem. Az ilyen vezető célja nem a konfliktus megoldása, hanem a dominancia megszerzése. Gyakran vádolnak másokat, nem magukban keresik a hibát. Fölényes hangon, kerek sziszegve vagy épp hangosan üvöltve kommunikálnak, a hangjuk sokszor éles, erős, feszült, a nyaki erek gyakran kidagadnak, a légzés intenzív és kapkodóvá válik, a beszédritmus felgyorsul vagy jelentősen lelassul, a be-

szédbeli váltások dominánsan a nyomatékra korlátozódnak.

Az agresszív emberrel való kommunikáció során gyakran jelentéktelennek, sértettnek, mérgesnek, tehetetlennek, ijedtnak, megalázottnak érezhetjük magunkat. Szemben velük, akik ilyenkor elvesztik önuralmukat, átmenetileg felülkerekednek, féltelmetesnek, hatalmasnak tűnhetnek. Az ilyen típusú kommunikációs viselkedésnek előnye lehet a hatalom, a dominancia érzése, az, hogy nem szükséges magyarázatot adni, vagy meghallgatni másokat. Hosszabb távon viszont az elszigetelődéssel, az elutasítottsággal, a befolyás- és népszerűség-csökkenéssel, a kölcsönös tisztelet és az önbecsülés elvesztésével kell számolniuk az ilyen kommunikációs stílust választó vezetőknek.

Az agresszivitás mellett a másik végletet a passzív, visszahúzó vagy szubmisszív viselkedés jeleníti meg. A magabiztosság nélküli, saját álláspontjának érvényesítésére alkalmatlan, érdekeinek képviselőre nem képes egyént jellemzi, hogy konfliktus esetén sem tudja kifejezni érzéseit, még személyes érintettsége esetén is hagyja, hogy más akarata érvényesüljön. Igényeinek, véleményének és meggyőződéseinek bocsánatkérő, bántortalan kifejezésmóddal ad hangot. Ők a „visszahúzó kis nyuszik”, akik feltételes módban fogalmazzák, elnézést kérnek, „bólogatójánosként” viselkednek. Gyakran kérnek áldást, jóváhagyást arra, amit tesznek, önállóan nehezen döntenek. Beszédhangjukra a halk, csendes, vékony, magas hang jellemző, légzéstechnikájuk kis kapacitással működik, artikulációjuk zárt, a beszédbeli váltásokat, a modulációs lehetőségeket alacsony hatékonysággal alkalmazzák, gyakran fullad monotonnába vokális kommunikációjuk.

EMPÁTIA ÉS TUDATOSSÁG

A passzív kommunikációs stílusban megszólaló emberekkel szemben fogadó félként gyakran ingerülten, zavartan, unottan viselkedünk, bizonytalannak, frusztráltak érezzük magunkat. Ők általában tehetetlenséget, erőtlenséget, alkalmatlanságot, mellőzöttséget, jelentetlenséget élnek meg ezekben a helyzetekben. Az ilyen jellegű kommunikatív viselkedésnek előnye lehet a felelősség- és kockázatvállalás, a szégyen és a dön-

téshozatal kerülése. Hosszabb távon azonban mindez félreértésekhez vezethet, csökkenhet az önbizalom, növekedhet az elszigetelődés és az elutasítás.

A szociálisan kompetens, önérvényesítő kommunikációs stílusra az egyenes, őszinte, közvetlen hangnem jellemző. Ha tekintettel vagyunk mások jogaira, ha figyelünk a saját és a kommunikációs partner érdekeire is, ha döntően mondanivalónk tartalmára fókuszálunk, akkor nagy valószínűséggel asszertív kommunikációs stílust használunk. A magabiztos, egyenes beszédű vezető szorongásmentesen tudja közölni igényeit, képes megfo-

A beszélőt
közbevetésekkel
kell megerősíteni

és fontos szerep jut a kérdéseknek is, a tisztázásnak.

galmazni elvárásait és érzéseit úgy, hogy közben a beosztottak vagy a vezetőtársak érdekeit is figyelembe veszi. A hatékonyan önérvényesítő személy konfliktushelyzetben nem a partner erkölcsi vagy fizikai megsemmisítésére, leértékelésére, hanem a konfliktus mindkét fél számára előnyös megoldására törekszik. Az asszertív viselkedés tehát olyan önérvényesítő magatartás, amely során képesek vagyunk kifejezni érzéseinket, gondolatainkat, érvényesíteni jogainkat és ezáltal elérni céljainkat úgy, hogy közben figyelembe vesszük mások érzéseit, gondolatait, érdekeit és jogait is.

A szociálisan kompetens viselkedést alkalmazó vezető azzal is képes kommunikálni, ha hallgat. A hatékony hallgatás folyamatának jellemzői az aktivitás, az empátia, a nyitottság és a tudatosság. Az aktivitás itt azt jelenti, hogy a visszajelzés pontossága érdekében saját szavaimmal fogalmazom meg azt, amit a másik mondott, vagyis azt, ahogyan én értettem a másik fél közlését. Az, hogy figyelmünket arra összpontosítjuk, mit mond, mit érez vagy mit gondol kommunikációs partnerünk, sokkal több annál, mintha az üzenetnek csak a tartalmára figyelünk. Ha visszajelezzük kommunikációs partnerünknek, mit jelent számunkra az üzenete, akkor tudat-

juk vele, hogy figyelünk rá, és alkalmat adunk neki, hogy megerősítse vagy kiégyeztse saját értelmezésünket. Az aktív hallgatás során érdemes kerülni az értékelést, a bíraskodást, a minősítést, az ítélkezést, hiszen ezek jelentősen korlátozzák a másik fél közlési szabadságát.

A hatékony hallgatás, az információnyerő viselkedés jellemzői közül a legfontosabbak a folyamatos, de nem erőltetett szemkontaktus és a kissé a beszélő felé előrehajló testtartás. Lényeges, hogy a beszélőt megerősítsük bólogatással, saját értelmezésünket tartalmazó közbevetésekkel. Fontos szerep jut a kérdésekkel való pontosításnak, tisztázásnak ugyanúgy, mint az elterelő ingerektől való aktív elhatárolásnak vagy a kommunikációs partner mondanivalójának megértésére való koncentrálásnak.

SZOCIÁLISAN KOMPETENS

Ha asszertív emberrel kommunikálhatunk, akkor fogadó félként érezhetjük, hogy tisztában vagyunk a helyzettel, megbecsülnek, tisztelnek és figyelnek ránk. Az önérvényesítően beszélő partner biztosnak, nyugodtnak, tiszta fejűnek, belső erővel társított nagy önbecsülést érzőnek tűnik. Az asszertív kommunikációs stílust használó ember eredményeket tud felmutatni, közérthető, megragadja a lehetőségeket, őszinte kapcsolatokat tud kialakítani és könnyedén képes tudni az önmaga iránt érzett tiszteletet. Ha ezt a kommunikációs stílust preferáljuk, annak hosszú távú következményei között találjuk, hogy egyértelműen haladunk majd az életcélok megvalósítása felé, őszinte kapcsolatokat építünk és kölcsönös tiszteletet váltunk ki kommunikációs partnereinkből.

Az asszertív magatartás tehát olyan kommunikációs viselkedésforma, amelyben felfedezhetjük, hogyan fejlesszük ki magunkban az önérvényesítő, szociálisan kompetens, magabiztosan meggyőző belső erőt, és hogyan érvényesítsük azt emberi kapcsolatainkban. A nem asszertív viselkedésformák különféle okokkal indokolhatók. Választhatja azt valaki tudatosan vagy hallgatólagosan elfogadva, eredhet megszokásból vagy az önismeret hiányából, az énkép labilitásából.

A szerző munka- és szervezetszociológiai szakpszichológus
Corporate Values Vezetési és
Szervezetfejlesztési Tanácsadó Kft.

A búvós szó: TER!2

Egy szervezet - legyen az akár a versenyszférában működő vállalkozás, akár az állam- és közigazgatás valamely egysége - működése során a belső viszonyok, a munkamegosztás és a felelőségek megosztása időről időre változik. Ez a változás természetes, hiszen a szervezet úgy működik, mint egy élő organizmus. A változás lehet lassan, folyamatosan végbemenő, de lehet gyorsan végrehajtott nagy horderejű is. [Írta: Juhász Tibor]

A lassú változás mindaddig nem okoz különösebb problémát a vezetésnek, amíg a gyakorlat nem tér el lényegesen az érvényes szabályozástól. Tapasztalat az is, hogy a szabályozási környezet, jellegénél fogva meglehetősen rugalmatlan. Ez azt jelenti, hogy a tevékenységeket és folyamatokat szabályozó dokumentumokat általában nem szívesen változtatják a szervezetek. Gyakoribb, hogy szemet hunynak a szabályozástól eltérő működés fölött.

A szabályozástól nagymértékben eltérő működési gyakorlat gondot okozhat a szervezet vezetésében. Csökkenhet a szervezet hatékonysága és a munkavégzés hatáskörössége. Bizonyos feladatok elvégzése elmaradhat, bizonytalanság mutatkozhat a felelősségvállalás kérdésében, fegyelmi problémák jelentkezhetnek. Abban az esetben, ha valamelyik munkavállalóval kapcsolatban peres eljárásra kerül sor, az így kialakult helyzetet a bíróság előtt nem védhető.

GYORSAN ÉS STRUKTURÁLTAN

A lassú változások mellett a szervezeteknél előfordulhatnak olyan nagy ívű változások (fúzió, integráció vagy éppen szervezeti egységek felosztása), amelyek megkövetelik a gyors reagálást. Ilyen esetekben létfontosságú a szervezeti és tevékenységi struktúrák rugalmas kezelhetősége a megváltozó környezethez való gyors és hatékony alkalmazkodás érdekében.

Fontos szempont a változások kezelése mellett a szervezet irányításáért felelős vezető számára a mindenkori helyzet pontos ismerete is. Ezt a tisztánlátást alapozza meg a szervezet által ellátni kívánt feladatok, tevékenységek támogatása informatikai eszközökkel, a tevékenységek szabályozása, valamint az egyes feladatköröket ellátó munkatársak munkaköri és egyedi feladatainak áttekinthető nyilvántartása.

Ez a nyilvántartás mutatja meg a vezető számára, hogy szervezete vajon

a stratégiai dokumentumokban rögzített célokkal összhangban működik-e, továbbá milyen erőforrások szükségese-



sek azok eléréséhez (gondoljunk csak a feladatalapú, illetve az intézmény/szervezet alapú erőforrás-szükségletek – finanszírozás – közötti különbségre).

Az erőforrások, azokon belül is elsősorban az emberi erőforrások felhasználásának optimalizálásához adnak alapot a munkakörök betöltésével szembeni elvárások, s ezekkel párhuzamosan a munkakört betöltő munkatársak kompetenciáinak aktuális nyilvántartása, szükség szerinti gyors, strukturált hozzáférhetősége. Mindezek mellett az igazán ügyenc vezetőök szeretnék látni szervezetük teljesítményét, értékelni annak hatékonyságát is.

A fentiekkel összefüggésben a várható szervezeti átalakulások tervezése, előkészítése komoly elvárásokat támaszt a HR-stratégia készítőivel szemben is.

FELADATOK, FELTÉTELEK

Vajon mit tehetnek a szervezet vezetői annak érdekében, hogy megfeleljenek az említett elvárásoknak? A válasz az, hogy léteznek megoldások e kihívásokra, ezek közül most egyet röviden ismertetünk. E megoldás része a

módszertan és a módszertant támogató szoftveralkalmazás, amely első szinten tulajdonképpen szolgáltatásként jelenik meg a szervezet részére.

E szolgáltatás lehetővé teszi, hogy a leírt elvárásoknak folyamatosan, rugalmasan megfeleljen a szervezet. Ennek érdekében a szolgáltatás részeként kialakítanak egy adatbázist, majd egy olyan karbantartási folyamatot, amely biztosítja az adatbázis naprakészségét. Az olvasóban jogosan felmerülhet a kérdés, vajon miért is jó ez a szolgáltatás a szervezet vezetői számára? A választ az alábbi felsorolás adja meg:

- pontos térképet ad a szervezet felépítéséről

- elemi feladatok szintjére lebontva mutatja be a szervezet működését

- ellenőrizhetően mutatja be a szervezetben kialakított folyamatokat

- kimutatja a tevékenységekhez, folyamatokhoz kapcsolódó szabályozásokat

- segít kitisztítani a szervezet tevékenységeit

- segít kiszűrni a felesleges kapacitásokat és a túlterhelt munkaköröket.

A módszertan szerint a szervezetben a felsorolt szolgáltatásokhoz olyan adatbázis épül ki, amely nyilvántartja a dolgozók adatait, a munkaköri relációkat (pl. munkáltatói jogok gyakorlója, munkakört irányító vezető) és a munkakörhöz kötődő feladatokat. Ugyanez az adatbázis tartalmazza a dolgozóhoz kötődő egyéni feladatokat, a munkakör betöltéséhez előírt feltételeket (pl. képzettség, gyakorlat), a munkakört betöltő személy kompetenciáit, a munkakör betöltéséhez biztosított hatásköröket, a kapcsolattartás terjedelmét, a munkakör betöltésére vonatkozó jogszabályokat/belső szabályzatokat, valamint a feladatok elvégzésére fordított idő- (és költség) értékeket is.

Az ily módon nyilvántartott adatokból egyszerűen elkészíthetők a munka-

társak munkaköri leírásai, a döntéshatáskör mátrix, amely változatos kimutatásokkal, lekérdezési lehetőségekkel támogatja a szervezet tevékenységeinek elemzését.

RUGALMASAN REAGÁLNI

A módszertan részeként az adatbázis kialakításához többféle szolgáltatás is tartozik, amelyek biztosítják a nyilvántartott adatok naprakészségét, pontosságát. Első ilyen szolgáltatás a kezdeti adatfeltöltés, első lépésben ezek a munkakörökkel, tevékenységekkel kapcsolatos adatok. Az információgyűjtést szakmai műhelymunkák keretében szisztematikusan végrehajtva, továbbá szükség esetén egyedi interjúkkal végzik el. Az összegyűjtött adatokat azután elemzik, konszolidálják, s az így nyert adatokból készülnek el a munkaköri leírások tervezetei, amelyeket egyeztetnek a munkakört betöltőkkel, az irányítókkal és a munkáltatói jogkört gyakorlókkal. Az egyeztetett és véglegesített adatokat ezután rögzítik az adatbázisba, ahol további karbantartásuk rugalmasan könnyen kezelhetően elvégezhető. A véglegesített adatok alapján elemzik a szervezetet és a tevékenységeket. A tevékenységelemzés eredményét összevetik a Szervezeti és Működési Szabályzatban foglaltakkal. Az összevetés eredményét pedig a vezetői jelentésben foglalják össze. Ez utóbbi bemutatja a munkaköri és tevékenységadatok folyamatos karbantartásának, aktuális állapotban tartásának menetét, a szervezet működésének – a stratégiai célokhoz való pontos illeszkedés érdekében szükséges – átalakítására, az SZMSZ módosítására, az indokolatlan párhuzamososságok, redundanciák megszüntetésére, az optimális erőforrás-szükséglet kialakítására vonatkozó javaslatokat.

A rendszer működőképességének garanciájához az is hozzátartozik, hogy a rendszer használóinak megfelelő ismereteik legyenek a módszertanról és a támogató szoftveralkalmazásról. Erre szolgál az oktatás, amely során felkészítik a kijelölt felhasználókat a rendszer önálló használatára, működtetésére. Mindezeket elvégezve a szervezet – és tevékenysége – megújul, s a továbbiakban rugalmasan tud reagálni az élet változásaira, mert tudjuk, hogy folyton változó világunkban egyedül ez, a változás az, ami állandó, s ennek a kihívásnak kell újra és újra megfelelni.

A bemutatott módszertannak és a támogató szoftveralkalmazásnak mind az államigazgatás, mind a versenyszféra területén vannak már referenciái.

A szerző az AAM Zrt. vezető tanácsadója

Teljesítmény – transzparensen

Informatikai rendszer bevezetésével támogatják a közszerében a két éve megindult átalakítást. A rendszer segítségével átláthatóbbá válnak a folyamatok, de ennél fontosabb a szemlélet- és gondolkodásmód átalakítása.

Nem önmagában történik az új informatikai rendszer bevezetése, ennek háttérben nagyarányú átalakítások állnak, amelyek révén korszerűbb, versenyképesebb és az állampolgárokat hatékonyabban kiszolgáló szerkezet jön létre – nyilatkozta lapunknak a Kormányzati Személyügyi Szolgáltató és Közigazgatási Képzési Központ főigazgató-helyettese, *Szakács Gábor*. Arról kérdeztük őt, hogy mi volt a legfontosabb célja az átalakításnak.

– Két éve, amikor még *Szetey Gábor* volt a személyügyi államtitkár, elindítottuk azt a folyamatot, amelynek leg-

A vizsgák során csak egy elem a lexikális tudás,

nagy hangsúlyt helyeznek a problémamegoldási és a tanulási képességekre is.

fontosabb célja volt, hogy szemlélet- és gondolkodásmód-átalakítást generáljunk a közigazgatás egészében, ezen belül pedig a HR-gazdálkodásban. Ezért úgy gondoltuk – áttanulmányozva a fejlett nyugat-európai közigazgatási megoldásokat és hozzáigazítva ezeket a lehetőségeinkhez –, hogy megpróbálunk lépésről lépésre egy integrált HR-gazdálkodási rendszert kialakítani. Elképzelésünk az volt, hogy ne a papírmunka és a kötelező, törvény által előírt penzumok teljesítése történjen csak meg, hanem a HR-munka olyan funkciókat is ellásson, amelyek ma még vagy nem, vagy nagyon kismértékben vannak jelen a rendszerben, a különböző tárcáknál.

Több fő terület köré szeretnénk rendezni a folyamatokat: először is a munkavégzési rendszereket kell kialakítani, működtetni. Ennek egyik új eleme a munkakörelemzés, a munkakör-értékelés, ami már elkezdődött a minisztériumoknál. Ennek az lenne a kimenete, hogy a jelenlegi bér- és

besorolási rendszert – ami elég merev rendszer –, megpróbáljuk kiigazítani, felpuhítani és a munkakör értékéhez közelíteni a béreket és az ösztönzési rendszert. Ezt elég nehéz megtenni, mert a jelenleg hatályos jogszabály a KTV életpálya-alapú rendszer, ahol automatizmusok vannak beépítve: ha például valaki belép a rendszerbe, akkor ahogy halad előre a pályán, automatikusan léphet egy következő, magasabb fokozatba. Ezt szeretnénk a munkakör értékéhez igazítani, tehát egy olyan rendszert kialakítani, ahol meghagynánk azokat az elemeket, amelyek az életpályarendszer pozitívumai, ugyanakkor a munkakör-alapú rendszereknek is teret adnánk. A jelenlegi rendszer nem teszi lehetővé például azt, hogy a speciális tudást igénylő munkaköröknél – amelyekre egyébként is nagyon nehéz megfelelő felkészültségű embert találni –, fizetésben kellőképpen honoráljuk a munkatársakat legalább annyira, mint a versenyszférában.

Szintén új elem a közigazgatásban a teljesítménymenedzsment. Ennek kapcsán az egyéni teljesítményértékelési rendszert kezdtük bevezetni, erre született egy kormányrendelet és ennek a módosítása is megtörtént. Lépcsőzetesen kezdtük bevezetni tavaly óta a minisztériumoknál, idén már a kormányhi-

vataloknál, 2009-től pedig az összes államigazgatási szervnél ezt a rendszert fogják használni. Újdonság, hogy bevezettük az önértékelést, amikor a dolgozónak saját magának kell véleményt mondania, továbbá köteleztük a vezetőket, hogy évente kétszer üljenek le a kollégáikkal és értékeljék a teljesítményüket, de bevezettük a kompetenciákat is.

KOMPETENCIÁK ALAPJÁN

Az emberierőforrás-áramlás nyugdíjig tartó folyamat, ezért itt bevezettük a pályáztatást, tehát a legtöbb munkakörhöz kötelező végigmenni a pályáztatáson. Az aktuális pályázatok megtekinthetők a kozgallas.gov.hu portálon, ahol 2000–2500 aktuális pályázat szerepel. Nemcsak a köztisztviselői, hanem a közalkalmazotti állások is szerepelnek.

A vezetői körre nézve a pályáztatás következő lépcsője az, hogy kompetenciavizsgálaton kell részt vennie, ahol zömében azoknak a kompetenciáknak a megfelelését nézzük, amelyeket a teljesítményértékelésnél is használunk. Végül kialakul egy 2-3 fős pályázói kör, amelyből nem mi választjuk ki a jelentkezőket, hanem az a minisztérium vagy kormányzati szerv, amely meghirdette a pályázatot. Hamarosan bevezetjük a versenyvizsgát is, amely azt a célt szolgálja, hogy egyfajta előszűrése le-

gyen a közigazgatásba belépőknek – ez is elektronikusan történik majd.

Szintén új elem a vizsga során – a korábbi, kizárólag lexikális tudásmérés-sel szemben –, hogy az írásbeli második részében a meghatározott témakörökre vonatkozóan a pályázók olyan kérdéseket, illetve feladatokat fognak kapni, ahol esszészerűen kell választ adni. Arra vagyunk kíváncsiak, hogyan tud a jelölt problémát megoldani, valószínűsíthetően tanulni, és azt is akarjuk mérni, hogy mennyire ismeri az informatikát, a számítógépek kezelését, a helyesírást. A szóbeli vizsgán ennek a kommunikációs részét vizsgáljuk.

A következő terület, amit szeretnénk átalakítani, az emberierőforrás-fejlesztés, azaz a köztisztviselők képzése, továbbképzése, vizsgáztatása. Kompetenciaalapúvá akarjuk ezeket tenni, hogy olyan dolgokat tanuljanak, amelyek a munkájukhoz szükségesek.

Indítottunk egy ösztöndíjprogramot, amely az utánpótlás tervszerűbbé tételét és a minőségi utánpótlást biztosítja. Friss diplomásokról van szó, akik havi ösztöndíjat kapnak, és év végén eldöntik, hogy akarnak-e maradni. Általában 10-12 fő dolgozik egy-egy minisztériumban ebben a rendszerben. A program sikeres, a várakozásainkon felül jelentkeztek. A következő években szeretnénk ezt a folyamatot tovább bővíteni.

GYÖKERES VÁLTOZÁS

Mindezeknek a rendszereknek a működtetéséhez feltétlenül szükséges egy integrált HR-rendszert támogató szoftvert beszerezni. Az ezt célzó tender eredményének hirdetése már megtörtént, és valószínű, hogy 2009 végére a migráció befejeződik minden minisztériumban. Ennek a szoftvernek tudnia kell minden állományviszony törvényi előírásának a kezelését, és szeretnénk, hogy a vezetők napi aktuális adatokhoz jussanak hozzá a közszeréjükre vonatkozóan. Ez a rendszer transzparenssé fogja tenni a munkát, teljesen átlátható lesz. Természetesen ki kell alakítani a hozzáférési lehetőségeket, az adatvédelmet. Terveink szerint a rendszer decentralizáltan fog működni, tehát a munka érdemi része a minisztériumokban zajlik majd. Nagy előrelépés lesz, hogy minden tárcánál ugyanaz a rendszer működik majd, ugyanazokat az adatbázisokat fogják használni, ugyanazokat az adatokat lehet belőle kinyerni mindenhol. Ma is van, ahol több rendszer is működik, az adatszolgáltatás is eltérő színvonalú, és ezért nagyon nehéz átfogó képet kapni arról, milyen lehetőségek vannak. Ez várhatóan gyökeresen változni fog.

Az integrált HR-rendszer elemei és jellemzői

1. Munkavégzési rendszerek	munkakörelemzés, értékelés, munkaköri leírás	K O M P E T E N C I Á K
2. Emberierőforrás-áramlás	toborzás pályáztatás kiválasztás (külső, belső) kilépés	
3. Teljesítménymenedzsment	szervezeti és egyéni TÉR karriermenedzsment, utódlástervezés	
4. Kompenzáció, javadalmazás	ösztönzés, motiváció, bevonás	
5. Emberierőforrás-fejlesztés	képzés, továbbképzés	

Integrált informatikai rendszer

Egységben az erő

A Unified Communication - UC, egységesített kommunikáció - jelentősen javítja az egyének, csoportok és cégek interaktivitását, teljesítményét. Ez a platform lehetővé teszi, hogy többféle kommunikációs csatornát koordináljunk hatékonyan. [Írta: Vass Enikő]

A Gartner szakemberei úgy vélik, az egységes kommunikáció bevezetésekor elindul egy szerverkonszolidációs folyamat, hiszen a platform hatékonyabban kihasználja a meglévő kommunikációs szervereket. Ezen a téren kulcsfontosságú technológiák az Internet Protocol (IP) PBX, a Voice-over-IP (VoIP), az e-mail, a webes konferencia, a videokonferencia, a hangüzenet, az egységes üzenetküldés és az azonnali üzenetküldés.

VÁLLALATI FOLYAMATOK

A UC fontos tulajdonsága továbbá, hogy a kommunikációs lehetőségeket közvetlenül összekapcsolja, és integrálja a vállalati megoldásokkal. Ezt kommunikáció biztosította vállalati folyamatoknak nevezi a kutatócég. Ám az egységesített kommunikáció legfontosabb értéke, hogy a vállalati folyamatokban meggyorsítja az emberi válaszidőt. Noha a különböző kommunikációs lehetőségeket egyénileg és külön-külön is lehet használni, a vállalatoknak meg kell vizsgálniuk, hogyan lehet ezeket a lehetőségeket együttesen használni a hatékonyság növeléséhez. Fel kell mérniük, hogy a különböző egyének és csoportok hogyan használják a belső kommunikációs lehetőségeket, majd tesztprogramokat kell indítaniuk, amelyek során kikapcsolhatják, hogy melyik megoldás szolgálja legjobban a vállalat céljait.

FELNÖVŐ TECHNOLÓGIA

A Gartner piaci áttekintése szerint az egységes kommunikációs technológiák lassan, de biztosan felnőttkorba lépnek, de a piac még nem készült fel ezekre, lassan halad a konvergencia megoldá-

sok elfogadása és gyakorlatba ültetése. A szakértők úgy vélik, technikai és szervezeti problémák miatt lassú az elfogadás. Így például egyes új technológiák, mint például a jelenlét nem igazán elfogadottak még. Az egységes kommunikáció köréből egyelőre hiányoznak a gyakorlati tapasztalatok. Nagyon sok termék még korai fejlődési stádiumban van, és funkcionalitásbeli hiányosságai vannak. Az is tény, hogy a vállalatok óriási pénzeket fektettek a meglévő kommunikációs infrastruktúrák fejlesztésébe, így azokat nem lehet egyszerűen kidobni, maximálisan ki kell őket használni. Ez az egységes kommunikációs

**A Unified
Communication
fontos tulajdonsága,**

hogy a kommunikációs lehetőségeket összekapcsolja, és integrálja a vállalati megoldásokkal.

megoldások lassú, organikus fejlődéséhez vezet, elmarad a forradalmi, robbanásszerű változás, amikor teljesen szaktanának a meglévő infrastruktúrával, hogy egy újjal, jobbal helyettesítsék.

Gondot jelent, hogy egyes alkalmazások komplexek, nehezen lehet őket bevezetni.

A felsorolt gondok ellenére a kutatócég úgy véli, hogy 2008 az egységes kommunikáció korai elfogadójának az éve lesz világviszonylatban. A kommunikáció

egységes formáját sok funkcióra felkészítik. A vállalatok a felbukkanó problémák és a megcélzott közönség összefüggéseiben fogalmazzák meg elvárásaikat. Így például egyes egységes kommunikációs befektetésektől a személyes produktív növekedése várható, más fejlesztések pedig a csoportmunka javítását tűzték ki célul, megint mások a szélesebb körű vállalati munkafolyamatokat kívánják jobbra tenni, azaz e befektetések szükségességét a vállalati produktív szintjén kell igazolni.

ELTÉRŐ MEGKÖZELÍTÉS

Az egységes kommunikációs megoldások általában három megközelítést alkalmaznak. Az egyik szerint minden funkciót szorosan egy megoldásban kell egyesíteni. A második elképzelés szerint jobb, ha széles körben átfogják a különálló kommunikációs funkciókat, és megosztott szolgáltatásokon keresztül kötik ezeket össze, például a jelenlétet, az adminisztrációt és a könyvtárakat. A harmadik lehetőség szerint közös kommunikációs keretet vagy middleware-t biztosítanak az összes egymással kapcsolatban nem álló kommunikációs alkalmazásnak.

Minden megközelítésnek megvan a maga erőssége és gyengesége. A teljes egységesítésnek köszönhetően könnyebb megoldást találni munkacsoport vagy munkarészleg szinten; ez hasznos a pilot projektek esetében, mert a teljes költség és elkötelezettség relatíve kicsi. A második megközelítés azon vállalatok számára hasznos, amelyek már eleve elkötelezték

magukat egy adott cég termékei mellett, hiszen ilyen esetben könnyebben lehet a nagy befektetéseket igazolni. A harmadik pedig akkor hatékony, ha olyan kommunikációs megoldást építenek, amely egy szélesebb, webszolgáltatás-alapú vagy vállalati megoldásokkal tarkított környezetbe könnyen beilleszthető.

NYÍLT STANDARDOK

A különböző megoldások közötti fontos megkülönböztető jegy a gyártók elkötelezettsége a különböző alkalmazások, szabványok iránt, és a más gyártók termékeivel való integrálódási és együttműködési hajlandóság. Hiszen nem meglepő módon egyes gyártók úgy képelték el megoldásaikat, termékeiket, hogy azok csak a saját gyártású eszközeikkel működjenek együtt. Ezzel szemben mások számára teljesen normális és megszokott, hogy termékeik szinte az összes környezetben működnek.

Ám a szakértők úgy vélik, még nem alakult ki a lehető legjobb megközelítés, jelenleg egyetlen gyártó sem kínálja az összes olyan terméket és megoldást, amelyre egy vállalat egységes kommunikációs megoldásának szüksége lenne. A Gartner elemzői szerint azonban a vállalatoknak választaniuk kell. A cégeknek meg kell vizsgálniuk saját igényeiket, illetve azt, hogy ezek hogyan egyeztetethetők össze a hosszú távú stratégiájukkal. Mivel a legtöbb vállalat több gyártótól vásárolja majd egységes kommunikációs megoldásait, érdemes mindenképpen olyanokat választani, amelyek együttműködnek egymással.

A Computerworld EGYSÉGES KOMMUNIKÁCIÓ mellékletét hirdetőink támogatták.

Elkészítésében közreműködtek: Vass Enikő szerkesztő, Sz. Erdős Judit olvasószerkesztő, Berényi Teréz tördelőszerkesztő.
Felelős kiadó: Bíró István, az IDG Magyarország Lapkiadó Kft. ügyvezetője.

Kommunikáló eszközök

Az egységes kommunikációs platform világában egyetlen azonosítón keresztül érhetjük el keresett partnerünket. A megoldást egy olyan platform szolgáltathatja, amely a vállalaton belül a tudást is megosztja.

Az egységes kommunikációs platform (unified communications platform) elősegíti a vállalaton belüli hatékony kommunikációt. Fontosságát nem kell magyarázni, bár kommunikálni ilyen platform nélkül is sokféle módon lehet – telefonon, SMS-üzenettel vagy instant message-dzsel, chatelve, videokonferencia beszélgetéssel, illetve ha a másik fél épp nem elérhető, e-mail, voice mail, hangposta üzenet stb. segítségével. Ráadásul az interneten elterjedt VoIP-szolgáltatások (Skype, MSN, Google Talk...) használatával olcsón is. Felmerül tehát a kérdés, hogy milyen nyújthat többet vállalatunk számára egy egységes kommunikációs platform, a fenti megoldásoknál?

Egy ilyen platform nem vezet be vadonatúj kommunikációs formákat, viszont az imént említett és a vállalatokon belül alkalmazott egyéb kommunikációs csatornákat megpróbálva minél sokrétűbb, minél kézre állóbb módon elérhetővé tenni azáltal, hogy egy közös platformon menedzseli azokat – mondta Kiss Olivér, az Alerant Informatikai Zrt. szakértője.

Mit jelent ez a felhasználók számára? Az egységes kommunikációs platform világában a felhasználók egyetlen azonosítón keresztül érhetőek el, azaz a hívónak/feladónak nem kell több e-mail címet, telefonszámot, üzenetküldő azonosítót és egyéb elérhetőséget megjegyeznie, valamint azt sem kell tudnia, hogy az illető éppen hol tartózkodik és milyen készüléket, szoftvert használ. Mostantól nem csak voicemail, hanem e-mail üzeneteinket is meghallgathatjuk, akár vezetés közben is, hiszen azokat egységes rendszer (unified messaging) kezeli, de hangutasításokkal lekérdezhethetjük aznap teendőinket is. Az Outlookban eddig is megtaláltunk egy-egy telefonszámot, de most már gombnyomással fel is tárcsázhatjuk az illetőt, vagy egy másik gombnyomással egy csoport tagjait konferenciahívásba invitálhatjuk. Sőt, egy ilyen platformmal az is megoldható, hogy a konferenciahívás csak ak-

kor kezdődjön, ha minden résztvevő elérhető. Chatelni, instant üzenetet küldeni régóta lehet, de hatékonyabb, ha ehhez nem kell a gép előtt ülni, hanem mindezt mobilunkról is megtehetjük.

FELHASZNÁLÓBARÁT TUDÁSMEGOSZTÁS

A legtöbb nagyvállalatnál nehezen átlátható, hogy ki mihez is ért, milyen témák-

ban szerzett tapasztalatot, és kihez is kell fordulnunk megoldandó problémánkkal – magyarázta Kiss Olivér. Multinacionális vállalatoknál még összetettebb a helyzet, hiszen egy-egy terület szakértői nem egy helyen, hanem szétosztottan, leányvállalatoknál dolgoznak. A kérdés tehát, hogyan tehetnénk a vállalatunknál meglévő hatalmas, de elszórt tudást könnyebben elérhetővé. A megoldás lehet egy portál, amely szakterületenként összefogja és csoportosítja, hogy ki mihez ért, akár mobilon is bön-

gészíthető, és a dolgozók maguk is frissíthetik. A portálon nemcsak keresni lehet a szakértők között, hanem azonnal megjelenik az is, hogy éppen ki elérhető. Így már sokkal szívesebben hívjuk fel ismeretlenül is az illetőt, hiszen nem fordulhat elő, hogy épp nyaral, vagy más okból nem tudja fogadni hívásunkat. A beszélgetés vagy üzenetváltás során pedig azonnal megoszthatja velünk a problémánk megoldásához szükséges dokumentumokat is anélkül, hogy ehhez e-mailt kellene küldeni.

Az említettek közül persze több funkció az elterjedt VoIP-szoftverekkel (Skype, Yahoo Messenger, Windows Live Messenger, Google Talk) is megvalósítható. Ezek használatának háttérül azonban, hogy nem képesek együttműködni egymással. Mindenki mást preferál, így előbb-utóbb többet is fel kell telepítenünk, és egyedi beállításainkat külön-külön mindegyikbe fel kell vinnünk. Az egységes kommunikációs platform bevezetésével az egyedi beállításokat (pl. kontaktlista) nem a telefonban, hanem központi szerveren (XDMS) tárolják, így bárhol, tele-

fonnal vagy PC-ről softphone-nal bejelentkezve azonnal elérhetőek.

SOKSZÍNŰ MEGOLDÁSOK

Egy egységes kommunikációs platform számos összetevőből áll. PC- és mobiltelefon-kliensek, különféle szerveralkalmazások, IP-telefonok, telefonos hálózat gateway is szükséges a teljes körű megoldáshoz, ami azt jelenti, hogy mind a szoftver-, mind a telekommunikációs hardvergyártók erősen érdekelték kialakításában. A hagyományos telekommunikációs szállítók (Cisco, Avaya, Siemens, Nortel) hardver, míg az IT-szállítók (IBM, Microsoft, Oracle) szoftver irányból közelítik meg a problémát. A sikeres megoldáshoz mind szoftver, mind hardverkomponensekre szükség van, így nem meglepő, ha a szoftver- és hardvergyártók együttműködnek, egyidejűleg azonban minden szállító arra törekszik, hogy saját megoldása minél teljesebb legyen. Jól példázza ezt, hogy a Cisco a vezető webkonferencia szoftver, valamint egy e-mail, naptár és kollaborációs alkalmazásokat fejlesztő cég (WebEx) felvásárlásával igyekszik ledolgozni hátrányát saját platformjának desktop szoftver támogatottsága terén.

Persze nem kell a vállalatunk meglévő alkalmazásait kidobni az új rendszer bevezetésekor. A Cisco és a Microsoft is azt a stratégiát követi, hogy saját kommunikációs vagy kommunikációt is folytató üzleti alkalmazásait integrálja

valamint egy XML Data Management (XDMS) szerverrel. Az XDMS szerepéről a kontaktlista központi tárolása kapcsán már volt szó. Ennek segítségével bárhol, bármilyen ezt támogató klienssel bejelentkezve letölthető a telefon egyedi beállításai.

KONVERGENS SZOLGÁLTATÁSOK

Az IBM és az Oracle kissé más irányt követ. Megoldásaik alapja egy általános célú, szabványokra alapozott middleware réteg, amely az iparágban elterjedt kommunikációs protollokat ismerő alkalmazások széles skáláját tudja integrálni, emellett elég rugalmas ahhoz, hogy egyedi üzleti igények is megvalósíthatók legyenek. Ennek az architektúrának az előnye, hogy segítségével úgynevezett konvergens szolgáltatások hozhatók létre. Azért konvergens ezek a szolgáltatások, mert egyszerre aknázzák ki az internetben, a Web 2.0-ban és az új generációs telekommunikációs világban rejlő lehetőségeket. A korábban említett szak tudás portál, amely webes felületen mutatja meg az elérhető szakértőket az egyes témákban, jó példa lehet egy ilyen konvergens alkalmazásra.

– Az Oracle a közelmúltban a BEA felvásárlásával is megerősítette stratégiáját – fűzte hozzá Kiss Olivér.

– A BEA által fejlesztett telekommunikációs rendelkezésre állást és teljesítményt nyújtó konvergens (Java EE-SIP) alkalmazásszerver mint middleware réteg jól integrálódik az



Kiss Olivér

szakértő
Alerant
Informatikai Zrt.



még szorosabban olyan megosztott erőforrásokon keresztül, mint a presence szerver, adminisztratív és címtárszolgáltatások. A presence szerver egyébként minden szállító megoldásában központi szerepet kap, hiszen ez tartja nyilván a felhasználók készülékeinek aktív, foglalt, nem elérhető stb. státuszát. Ezt a funkciót a legtöbb gyártónál nem is egyetlen termék, hanem egy termékcsoporthoz valósítja meg, amely magában foglalja egyrészt magát a presence szervert,

Oracle szolgáltatásplatformjához, az Oracle Service Delivery Platformhoz (Oracle SDP). A két említett termékből, mint alkomponensekből kialakított portfólió számos további kommunikációs szoftvert is magában foglal, így a teljes csomag, az Oracle Communications Service Delivery már nemcsak a nagyvállalatokat képes megcélózni, hanem a VoIP-bevezetésen gondolkodó telekommunikációs szolgáltatók számára is érdekes lehet.

Információ a jelenlétről

A mai rohanó, kiélezett piaci helyzetben egyetlen vállalat sem engedheti meg magának, hogy ne használja ki hatékonyan a birtokában lévő kommunikációs eszközöket – véli Győrffy Péter, a Microsoft Magyarország termékmenedzsere. Az egységes kommunikáció bizonyos elemei már most megvannak a cégeknél, a közeljövőben ezek további integrációja várható.

Egységes kommunikációs (Unified Communication – UC) megoldásokon olyan átfogó, üzleti megoldásokat értünk, amelyek segítenek abban, hogy a munkatársak a rendelkezésre álló kommunikációs eszközöket (e-mail, azonnali üzenetküldés, telefon) minél hatékonyabban kihasználhassák, illetve az újabb eszközöket (webkonferencia, VoIP) minél egyszerűbben vehessék használatba – mondta Győrffy Péter, a Microsoft Magyarország termékmenedzsere.

HATÉKONY HASZNÁLAT

Szerinte az első probléma ezeknél a rendszereknél az, hogyan használjuk ki őket. Ebben az esetben a lényeg, hogy minél kevesebb kommunikációs „zsákutcába” fussunk bele (a partner nem veszi fel a telefont, valaki napokig nem válaszol az e-mailre), s legyen minél hatékonyabb az egyes eszközök használata. A másik fontos kérdés, hogy mennyire veszik használatba az új eszközöket a munkatársak. Ebben az segíthet, ha a mindennapi alkalmazásokban is egy kattintással elérhetővé tesszük az új eszközöket, például integráljuk őket az Office-alkalmazásokba. Ekkor nagyobb a valószínűsége, hogy az új dolgokat nemcsak bevezetik a cégek, hanem használják is őket. A termékmenedzser szerint fontos, hogy az UC-rendszereket ne keverjük a VoIP-rendszerekkel, a webes hangátvitelt lehetővé tévő alkalmazások csak bizonyos részei a megoldásnak, emellett ott van az e-mail, az azonnali üzenet, a webkonferencia stb.

Ami pedig a megoldásszállítókat illeti, a piacon két irányból érkező szereplők vannak: az egyik csapat a telefonos, hálózatos világ felől érkezik, ezzel szemben a Microsoft a felhasználói oldalról, és az ott eddig használt kommunikációs eszközök felől köze-

líti meg a kommunikációs megoldást. Ez utóbbi előnye, hogy minden rendszer annyit ér, amennyire használják, és a felhasználó az, akinek egyszerűen elérhetővé kell tenni ezeket az eszközöket.

ALKALMAZÁSINTEGRÁCIÓ

Győrffy Péter véleménye szerint egyre kevésbé az lesz a fontos, hogy milyen új funkciók, szolgáltatások kerülnek be az egységes kommunikációs palettára, lényegesebb, hogy hogyan is integráljuk a meglévő eszközöket, illetve hogyan motiváljuk az alkalmazottakat, hogy használatba vegyék azokat. A jövőben tehát ezen a területen az alkalmazásintegráció játszik kiemelt szerepet. Természetesen vannak olyan területek, amelyek hangsúlyosabbak, újak lesznek: ilyen például az azonnali üzenetküldés, amely vállalati környezetben kevésbé elterjedt, mert központi eszközökkel a publikus üzenetküldők nem felügyelhetők. A Microsoft megoldása lehetővé teszi, hogy a chat-folyamokat ugyanúgy szabályozzuk, mint a többi kommunikációs csatornát. Szintén valószínű, hogy nagyobb hangsúlyt fog kapni a webes konferenciázás lehetősége – ezzel a cégek növelhetik hatékonyságukat, illetve költséget csökkenthetnek. Az átlagfelhasználó számára is elérhető

webkonferencia például lehetővé teszi, hogy a számítógép előtt ülve webes felületen lebonyolítsanak egy oktatást vagy megbeszélést, hosszadalmas kül- vagy belföldi utazások helyett.

A termékmenedzser úgy véli, a VoIP-rendszerek jelenleg is terjednek, de a telefonok és a háttérrendszerek képességeit nem használják ki teljesen. Azzal, hogy ezeket a lehető-

ségeket a felhasználó által napi szinten használt programokba helyezzük, növelhető a meglévő funkciók kiaknázása.

PROBLÉMAEGOLDÓ ALKALMAZÁS

A Microsoft megoldása az első pontban vázolt két problémára ad kiemelt választ – nyilatkozta Győrffy Péter. – A jelenléti információ segít abban, hogy mindig a megfelelő eszközt válasszuk. Joggal felmerülhet a kérdés: mi is a jelenléti információ? Egy olyan vizuálisan megjelenített információ (a publikus üzenetküldőkben már megszokott kis színes gömbökkel, emoticonokkal), amely azt mutatja, hogy adott pillanatban partnerünk elérhető-e, vagy akar-e, hajlandó-e kommunikálni. A jelenléti információ egyrészt automatikusan generálódik, például az Outlook naptárból vagy a kommunikációs alkalmazásokból (eb-

kül, hogy bármely egyéb alkalmazást megnyitnánk.

EGYSÉGES TERJEDÉS VÁRHATÓ

A Microsoft termékmenedzsere szerint a komplett egységes kommunikációs megoldásokat még nem mondhatnánk elterjedtnek. A kommunikációs megoldás egyes részei már ott vannak a vállalatok informatikai rendszereiben és használják is őket, hiszen már most is tartanak webkonferenciákat, alkalmazzák a VoIP-telefonokat. Azonban ezek szigetrendszerként vannak jelen a vállalatok életében, összefogásuk és egy rendszerben való használatuk nem terjedt el, ez most alakul ki.

VERSENYELŐNYBEN

A szakember szerint az egységes kommunikációs megoldások jelenleg elsősorban közép- és nagyvállalati szinten nyernek létjogosultságot, bár vár-

A rendszer előnyei

Üzleti előnyök

- Hatékonyabb kommunikáció, kevesebb kommunikációs zsákutca
- A már ismert Office jellegű alkalmazásokból elérhető
- Az e-mail forgalom egy része kiváltható
- Utazások, holidiók csökkentése, ezzel együtt költségek csökkentése.

Üzemeltetési előnyök

- A már meglévő rendszerekre építhető, rugalmasan bővíthető
- A megoldás egyes elemei külön skálázhatók annak függvényében, hogy kinek van rá szüksége
- Egységesebb informatikai és kommunikációs rendszerek hozhatók létre, amelyek kezelése egyszerűbb és olcsóbb.



Győrffy Péter

termékmenedzser
Microsoft
Magyarország

ben is különbözik a publikus üzenetküldőtől). Így ha egy partner jelenléti információja ez: „Megbeszélésen” – mert arra az időpontra naptárbejegyzése van –, akkor tudjuk, hogy telefonon ne keressük, mert nem veszi fel. Ehelyett írhatunk egy e-mailt vagy megpróbálhatunk azonnali üzenetet küldeni.

A másik nagy előnye a Microsoft-megoldásnak a „használatbavétel” problémájára ad választ. A VoIP-telefonok példája azt mutatja, hogy hiába elérhető egy szolgáltatás, ha túl bonyolult hozzáférni, akkor nem fogják használni. A Microsoft-megoldással lehetőség nyílik arra, hogy például az Outlookból vagy egyéb Office dokumentumokból, illetve SharePoint portálokról egy kattintással elindítsunk bármilyen kommunikációs eszközt. Például, ha érkezik egy e-mail, akkor az üzenet küldőjének neve mellett látni a jelenléti információját, és egy jobb egérgérintéssel kezdeményezhetjük például telefonhívását. Mindezt az Outlookból, anél-

ható, nagyon hamar megjelennek majd olyan formában is, hogy kisebb vállalkozások számára is elérhetőek legyenek. – Minden cégnek érdemes alaposan elgondolkoznia, hogy a komplett megoldást vagy annak egy részét vezesse be a vállalat kommunikációs életébe. A jelenlegi kiélezett piaci helyzetben egyre fontosabb lesz, hogy a vállalatok milyen versenyelőnyt tudnak szerezni, így az üzleti hatékonyságot növelő komplett megoldások bevezetése minden cég érdeke. Nem mindegy, hogy egy vállalat alkalmazottai azzal töltik az időt például, hogy egy pár órára utazásra utaznak egy napot, vagy megtakarítván az utazási költséget és időt az internet segítségével oldják meg azt. Az ehhez hasonló apró előnyök egyre fontosabbak lesznek egy vállalat életében. Ugyanakkor az is nyilvánvaló, hogy olyan cégeknél, ahol fontos a mobil munkavégzés, az alkalmazottakat sokat utaznak, esetleg a telephelyek között intenzív kommunikációt folytatnak, kiemelten fontosak lehetnek ezek a rendszerek – fejezte be Győrffy Péter.

Oktatni kell a felhasználókat az egységes kommunikációra

Néhány éven belül az egységes kommunikáció is alaptechnológiává válik majd, és egy vállalat számára sem lesz kérdéses, hogy beruházzon-e valamilyen megoldásba – állítja Menyhért Zoltán, a KFKI üzletfejlesztési igazgatója.

A Gartner amerikai piacelemző cég definíciója szerint az egységes kommunikációs megoldások az egyének, munkacsoportok vagy akár egész szervezetek termelékenységét növelik azért, hogy az összetett kommunikációs eszközök integrált használatát valósítsák meg a kommunikációs csatornák, hálózatok és üzleti alkalmazások konvergenciája és integrációja révén. Az egységes kommunikáció legnagyobb értéke abban rejlik, hogy képes csökkenteni az üzleti folyamatokban.

A KFKI Rendszerintegrációs Zrt. a legnagyobb magyarországi IT-infrastruktúra-szállító cégként osztja a Gartner vizíóját a „valós idejű vállalatok” (Real Time Enterprise) térnyeréséről, azaz hogy a közeljövőben a vállalatok munkatársai egyre inkább igénylik, hogy bárhol, bármikor és bármilyen készülékről hozzá tudjanak férni az üzleti információkhoz, illetve kommunikálni tudjanak egymással – fogalmazott *Menyhért Zoltán*, a KFKI üzletfejlesztési igazgatója.

HÁROM FÁZISBAN

A kommunikációs infrastruktúra kiépítése általában három fázisban zajlik. Az első fázis az alap-infrastruktúra át-

alakítása. Az infrastruktúra racionalizálása azonnali költségmegtakarításokat eredményezhet, és megteremtí a jövőbeli beruházások biztonságos alapját.



Menyhért Zoltán
üzletfejlesztési igazgató KFKI

Ezen a fázison már jellemzően átestek a vállalatok, hiszen kialakult általában a nagy sebességű LAN- és WAN-hálózat, IP-alapokra került a telefonrendszer és létrejött az e-mail infrastruktúra is.

A második fázisban „növelik a végfelhasználói képességeket”, ami lényegében az egységes kommunikáció kiépítését jelenti. Ebben a szakaszban vezetnek be az integrált hang- és videoszolgáltatásokat annak érdekében, hogy fejlett kollaborációs szolgáltatások lássák el a dolgozókat. A kollaboráció terén egyre fontosabbak lesznek a „presence” (azaz a másik végponton lévő fél státusát jelző) szolgáltatások. Így például ha már nem foglalt a hívott fél, a telefon egy jelzéssel hívhatja fel erre a használó figyelmét. A beruházás révén csökkennek az IT-kiadások és ezáltal biztosítható a biztonságos kommunikációs infrastruktúra is.

A harmadik fázis, amelyet Menyhért Zoltán szerint a „felgyorsított” üzleti folyamatok jellemeznek, egyelőre a legtöbb cég számára még csak a „jövő zenéje”. Ebben a fázisban a folyama-

tok biztonságosabb és gyorsabb megvalósítása érdekében a vállalati alkalmazások (mint például a CRM-rendszer, a contact center vagy a dokumentumkezelés) is beépülnek az egységes kommunikációs infrastruktúrába.

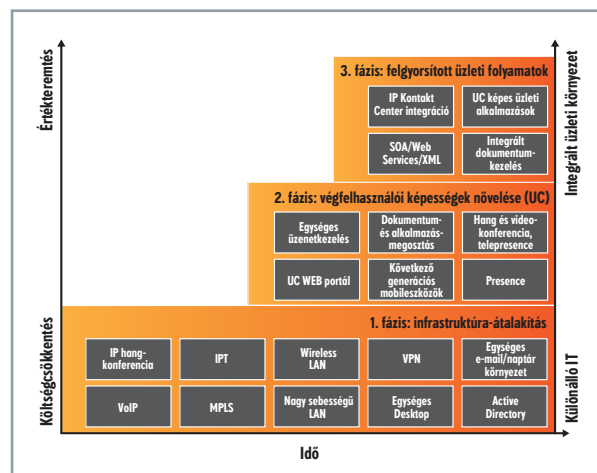
BÁRMILYEN KÖRNYEZETBEN

A KFKI rendszerintegrátorként az egységes kommunikáció terén is „multivendor-stratégiát” követ, azaz több gyártóval is kapcsolatban állnak,

bi vizsgálat azért volt hasznos, mert az összes több megoldás olyan újabb verziója fog kijönni, amely javítja a meglévő rendszerek korábbi stabilitási problémáin – magyarázta Menyhért Zoltán. Az eddigi tapasztalatok alapján a minden munkatárs által használt leggyakoribb szolgáltatás a mobillevelvező és -naptár funkció volt, emellett nagyon népszerű az alkalmazások számítógépek közötti megosztása (amely révén egyazon dokumentumon egyszerre többen is dolgozhatnak) és a „jelenléti” (presence) szolgáltatás is.

ÉRZELMI HULLÁMOK

A felhasználói teszt tapasztalatai azt is mutatják, hogy az egységes kommunikáció eredményes bevezetése, illetve a hatékony felhasználás érdekében minden esetben jelentős óraszámú oktatásra is szükség van. A korábbi drága technológia, illetve a kommunikációs kultúra jelen-



Lépések a „valós idejű vállalat” irányába

amelyek részben a telefónia, részben a PC-s világból érkeztek el az egységes kommunikációhoz. A főbb szállítók termekeinek támogatása mellett a KFKI üzletfejlesztési igazgatója azt is lényegesnek tartja, hogy az egyéb telefonrendszerekkel is integrálhatók legyenek ezek a megoldások. A KFKI által kínált egységes kommunikációs megoldások mind hagyományos, mind IP-telefonia környezetben installálhatók.

A vállalati döntéshozók számára az egyik legfontosabb kérdés az egységes kommunikáció kapcsán a biztonság. Az adatbiztonságot ma már különböző titkosítási technológiákkal lehet garantálni, azonban az üzemeltetés biztonságához fontos a biztonsági szabályzatok betartásának kikényszerítése is – hívta fel a figyelmet Menyhért Zoltán.

A KFKI az idei év elejétől egy körülbelül 50 munkatársra kiterjedő belső projektet indított el, amelynek elsődlegesen az volt a célja, hogy felmérjék, milyen egységes kommunikációs funkciókat alkalmaznak legszívesebben a felhasználók, de egyéb szempontból is megvizsgálták a nagy gyártók megoldásait, illetve azok újabb verzióit. Ez utób-

legi szintje mellett a videokonferenciát nem igazán használják a munkatársak. Hosszabb távon azonban az egyre nehezebbé váló városi közlekedés következtében már egyre kisebb földrajzi távolságok esetén is kifizetődővé válhat a videokonferencia, illetve a telepresence szolgáltatás (utóbbi esetben az a különbség, hogy a nagyméretű kijelzőkkel, a tárgyalók berendezésével is olyan környezetet igyekeznek teremteni, mintha a valóságban is egy tárgyalóteremben lennének az egymással szemben ülő felek).

A másik nagy tanulság, hogy a különböző mobilkészülék-típusok minden esetben „nagy érzelmi hullámot keltettek”, azaz az egységes kommunikációs megoldás bevezetésénél a lehető legtöbb mobil operációs rendszert kell támogatni. A KFKI jelenleg a Microsoft Mobile és a Symbian környezetekhez kínál támogatást, amely összesen kiegészül az iPhone-nal is.

Menyhért Zoltán szerint ugyan léteznek megtérülési modellek, nemsokára azonban az egységes kommunikáció is alaptechnológiává válik, azaz nem lesz kérdés egy vállalat számára sem, hogy beruházzon-e valamilyen megoldásba.

Az egységes kommunikáció (UC) részei

Egységes üzenetkezelés (Unified Messaging)

- e-mail (nem része a csomagnak, de használata elengedhetetlen az UC kiépítéséhez)
- Hangposta üzenetek az e-mailben
- Instant messaging
- Text-to-speech (szövegből beszéd), beszédfelismerés stb.

VoIP

- IP-alapú hangkapcsolat tetszőleges végpontok között (hard- és softphone)

Kollaboráció

- Presence
- Hang- és videokonferencia
- Konferenciában alkalmazás- és dokumentummegosztás

Mobilintegráció

- Presence és IM kiterjesztése a mobil platformokra
- A mobil e-mail nem része a legtöbb gyártói csomagnak

Webportál (a jövőben)

- Minden szolgáltatás webszolgáltatáson keresztül is elérhető lesz, a kliensekre semmit sem kell telepíteni.

Minden millimétere hiteles



Ez egy Matesz által ellenőrzött példányszámú kiadvány

- Az auditált példányszám a lappiaci tisztességes magatartás mérvadója.
- A példányszám-ellenőrzés a hirdetési szakma szabványa.
- Lapunk a Matesz által auditált 215 kiadvány egyike.
- Az auditált kiadványok piaci részesedése folyamatosan nő.
- A Matesz Print-Audit emblémája a hitelességünk jele.
- Az ügyfelek hiteles terjesztési adat-ismerete nekünk versenyelőny.

COMPUTERWORLD

MATESZ
print-audit

www.matesz.hu

info@matesz.hu

Tel./Fax: 436-4355, 388-3791

Informatikaoktatás, ahogy még nem volt! Képeztesse rendszergazdait munkaidőn túl, és ráadásul kedvező áron!

A NetAcademia Oktatóközpont egyetemi szemeszter jellegű informatikai képzéseket indít IT Factory néven. Az oktatás módját és árát egyaránt úgy alakítottuk ki, hogy aki tovább szeretné fejleszteni önmagát, megkaphassa annak lehetőségét, hogy minőségi képzésben részesüljön.

Ha jelentkezéskor feltűnteti a következő promóciós kódot:
CW011
IT Factory bögrét kap ajándékba.

Miért jó ez az Ön cégének:

- az oktatás munkaidőn túl történik,
- online részvétellel bárholnan végezhető,
- meglehetősen kedvező ár - jelentősen olcsóbb, mint egy normál tanfolyam,
- minőségi oktatás, amit a NetAcademia profi oktatói garantálnak.

Az IT Factory első képzése:

Hálózatbiztonság - rendszergazdáknak
Oktató: **Fóti Marcell**, NetAcademia

A képzés díja

Helyszíni részvétel esetén: bruttó 119 ezer Ft
Online hallgatóknak: csupán bruttó 99 ezer Ft.

Jelentkezési határidő: november 6.

Ilyen kedvező lehetőség nem sokszor adódik.
Eljen velem!

További információ és jelentkezés:

www.itfactory.hu/halozatbiztonsag

ITFACTORY
TANUL MAGAD A LEGJOBBAK KÖZÉ

Szakmai partner Az IT Factory kiadványai és elosztói

Akik az oktatást támogatják és szponzorálják

Technikai megvalósítás

NETACADEMIA
A LEGJOBBAK TANFOLYAMAI

MICROSOFT

CISCO

CARNATION

CASON

EPAM

INTEL

SITECORE

SENSENET

COMPUTERWORLD

hu

a jövő férjének

Sony Ericsson Bluetooth karóra Sony Ericsson K660i mobilodhoz

Vásárolj most egy Sony Ericsson K660i készüléket multifunkciós Bluetooth karórával, új számlás előfizetésed mellé és járj egy lépéssel a divat előtt! Az óra kijelzi a telefonodra érkező hívásokat és SMS-eket, sőt, még a mobilod zenéjét is vezérelheted vele.



Sony Ericsson K660i
+ MBW-150 Bluetooth karóra

9990 Ft kezdőrészlet

+ 6 x 6 665 Ft (THM 0%)

új számlás előfizetéssel
2 éves hűségnyilatkozattal

közel hozzád
annon

CREDIGEN

A hiteles megoldások bankja

Készülékajánlatunk 2008. 10. 02. és 11. 03. között érvényes, új számlás előfizetés, vagy a Bónusz program készülékkezdvezmény felhasználása esetén és más kedvezményes készülékajánlattal nem vonható össze; a készülék és a karóra teljes csomagára részletfizetés nélkül 49 980 Ft 2 éves hűségnyilatkozat aláírása esetén. A készülék kizárólag Pannon SIM-kártyával használható. A részletfizetési lehetőséget a Credigen Bank Zrt. biztosítja a Pannon üzleteiben. A Credigen Bank a hitelbírálat jogát fenntartja. Ez a hirdetés a Bank részéről nem minősül nyilvános tájékoztatónak és ajánlattételnek. A hitelről részletes tájékoztatást az üzletben elhelyezett hirdetések adnak. Sajáterő: min. 9 990 Ft, Hitelösszeg: 19 000-39 990 Ft, futamidő: 6 hónap, kamat: 0%, kezelési költség: 0%. A referencia THM értéke a 41/1997./III.25./Korm. rendelet szerint: 0% (39 990 Ft, 6 hónap). További részletek a Pannon üzleteiben és a Telefonos Ügyfélszolgálaton: 1220. www.annon.hu