



Telecomputer

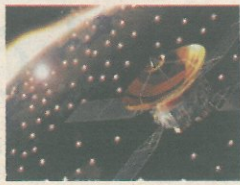
Felélős szerkesztő: TAKÁCS GITTA (gitta@epsilon.datanet.hu) · Szerkesztő: VARGHA MÁRTON (vamaa@infopen.hu) · Munkatárs: SZEKERES ZSUZSA (szekzs@elender.hu) · Nyomdai előkészítés: CONCORD Press Design · Tervezőszerkesztő: PETŐ ILDIKÓ · Olvasószerkesztő: FAZEKAS LÁSZLÓ

SZERKESZTŐSÉG: 1132 Budapest, Váci út 6. III. 6. · Telefon: 236-4055 · Fax: 236-4079 · e-mail: szerkesztoseg@telecomputer.hu · HIRDETÉSELVÉTEL: 236-4055 · Ügyvezető igazgató: SZILÁGYI KATALIN (szilagyi@telecomputer.hu) · Nyomatás: Magyar Hivatalos Közlönykiadó Kft. Lajosmizsei Nyomdája

Felélős vezető: BURJÁN NORBERT igazgató · Az újság a MEH IKB támogatásával készült. · A Telecomputer lapszámai az interneten a <http://www.mno.hu/?p=archiv> címen, a Magyar Nemzet Online archívumában a megjelenés dátuma alatt, a MELLEKLET menüből érhető el.

Az Antenna Hungária projektjei

Az Antenna Hungária Rt. ismertette 2002. évi üzleti tervét, amelynek fő üzenete, hogy a vállalat 2002-ben a tökéletlenre is nyereséges kíván maradni. A társaság továbbra is hangsúlyt helyez a K+F tevékenységre, ezen belül is a földfelszíni digitális televíziózás, a DVB-T projekt megvalósítására. Az ehhez szükséges forrásokat jelentős állami támogatás egészíti ki, aminek eredményeképpen a korábbihoz hasonlóan folytatódhat a magyarországi digitális földfelszíni műsorszórás előkészítése.



Az Antenna Hungária Rt. igazgatósága elfogadta a társaság 2002. évi üzleti tervét és fejlesztési elképzeléseit, amelynek célja, hogy az anyavállalat továbbra is nyereséges maradjon. Bár a társaság a növekvő amortizációs és finanszírozási költségek miatt eredetileg beruházásokra szánt források csökkenésével számolt – ez a multimédia és műsorterjesztési beruházásokat érintette volna leginkább –, a Miniszterelnöki Hivatal IKB által K+F tevékenységre az idei évre biztosított 1,35 milliárd forint támogatás eredményeként az idei DVB-T-fejlesztések a tavalyinál intenzívebben folytathatók tovább.

A cég továbbra is nagy hangsúlyt fektet a távközlési elérési hálózat fejlesztésére, ezen belül a 3,5 gigahertz hálózat ideji kiépítésére, valamint a vállalat minőségirányítási rendszerének további fejlesztésére. A cég törekszik adóállomásainak megfelelő állagmegővására, fejlesztésére. A tavalyi növekedéstől messze elmaradó befektetések állományának bővítésére készül. A legfontosabb kérdés a cég Vodafone-részesedése az üzleti terv alapján, amennyiben szeptemberig nem történik tökéletesítés az Antenna Hungáriában. Ebben az esetben a részesedés várhatóan húsz százalék alá csökken.

Jó hír, hogy az Antenna Hungária 2002-ben a tavalyinál többet fordíthat K+F tevékenységre, amelynek legnagyobb részét, másfél milliárd forintot a digitális földi mű-

sorszórás (DVB-T) megvalósításának tervére szánja. A digitális technológia néhány éven belül gyökeresen megváltoztatja a televíziózást. Nemcsak tökéletes minőséget, bárhol és bármikor elérhető igényes szolgáltatást, hanem interaktív kapcsolatot, tehát például internetezési lehetőséget is biztosít.

Az Antenna Hungária tavaly októberben állította üzembe az első hazai digitális adóberendezést Budapesten. Az elmúlt három hónap alatt a szakemberek és a vállalat maga is sikeresnek minősítette a kísérleti projektet. Dr. László Géza elnök-vezérigazgató elmondta, hogy a 2002-es esztendő további kutatásokra, a jogszabályozási, a műszaki-technológiai és a piaci helyzet elemzésére, értékelésére, majd ennek nyomán egy megalapozott üzleti terv kidolgozására szánják.

Az idei év tervei közt szerepel, hogy az Antenna Hungária részt vesz a 2002. május végén megrendezendő 10. televízió- és hangtechnikai konferencián és kiállításon. A megvalósíthatósági tanulmány összeállítását követően az AH Rt. nemzetközi zárókonferenciát szervez. Az eseményen előadást tartanak a földi digitális műsorszórás elterjesztését segítő nemzetközi szervezet, a DigiTAG felkért szakértői. Ezenkívül az Antenna Hungária kiadványt jelentet meg a megvalósíthatósági tanulmányról.

Az Antenna Hungária Rt. hagyományos műsorszórási területe mellett immáron több éve a távközlési szolgáltatásokra fókuszál, amit alátámasztanak a cég pénzügyi mutatói is. A távközlési és multimédia ágazat bevételei egyre inkább megközelítik a műsorterjesztési ágazatét. Hosszú távon az új bevételek várhatóan meghaladják az ötven százalékos részarányt.

A cég stratégiájának fontos elemét képezi a digitális földi műsorszórás beindítása, ami jelentős mértékben hozzájárulhat a cég eredményességének növekedéséhez.

Vállalatirányítási rendszerek expanziója

A modernitás jellemző tulajdonsága az expanzió, ez jellemzi a gazdaságot is. Létrejön egy vállalkozás, növekedni kezd, elér egy bizonyos méretet, megtorpan, átszervezi magát, újít, ismét növekedni kezd és így tovább. Az újítások egyike az informatika bevezetése, bizonyos, elsősorban ügyviteli folyamatok számítógépesítése. Erre szolgálnak az integrált vállalatirányítási rendszerek, amelyek a forintban milliárdos éves forgalmat bonyolító cégek túlnyomó részében már bevezettek. Ezekkel a szoftverekkel csodákat lehet művelni, akár óráról órára lebotvonta meg lehet figyelni, mi történik a cégnél, legalábbis az anyagi, üzleti folyamatokban (megrendelések érkezése, teljesítése, anyagfelhasználás, megrendelésállomány alakulása, gyártósorok terheltsége, bérkiáramlás stb.). Neve is van annak a tevékenységnek, amelynek eredményeképpen folyamatosan csökkenti a költségeket, növelik a nyereséget egy cégnél, ez a controlling. Ott van tehát a cég a piacon, teljesítménye, gazdaságossága a maximumra turbózza, megvan a bejárt vevőkör, szállítói partnerei, magas nyereség, a vezetés mégis izad, mert nap mint nap azt hallja a tulajdonostól, hogy még nagyobb nyereséget akar. Ráadásul ott van az

internet, ahol időnként elégedetlen vevők protestálnak, teszik közhírré, ha véletlenül valami bajuk akadt a termékkel. De akad más is. Megvan ugyan a beszállító egy adott nyersanyag, de az interneten valaki jobb árat, gyorsabb szállítást hirdet ugyanarra. Mi történjen? Álljunk át egy új, ismeretlen szállítóra? Vagy törekedünk biztonságra, tartunk meg a régivel? És ha holnapután a régi szállítónk előáll egy még jobb ajánlattal? Ez azonban még mind semmi ahhoz képest, ha kiderül, két éves termékciklusunk túl hosszú. Alig egy éve a piacon lévő termékünkre csökkenni kezd a megrendelés, mert a konkurencia kicsit jobbat kínál ugyanarra a célra, olcsóbban. Csinálunk egy kalkulációt, és kiderül, már minden belső tartalékot kihasználunk. Mit lehet itt tenni, mielőtt az összes vevőt elveszítjük?

Nyilván sokféle válasz lehetséges erre a kérdésre, mi most két, az informatika által kínált megoldást mutatunk be, amelyekben azonban a lényeg – a haszon forrása – ugyanaz. Nevezetesen a közvetítő kereskedelem kiiktatása a termék- vagy értékláncból, abból a folyamatból, amíg a nyersanyagból a végfelhasználó által kidobott hulladék lesz. Azért nevezzük ezt a vállalatirányítási rendszerek expanziójá-



nak, mert a megvalósítás a – feltéve őrzött, vállalati titoknak számító adatokkal dolgozó – szoftvereknek a részlegesen nyitott tételével, külső programokkal való összekapcsolásával, illetve a bennük lévő információ újszerű felhasználásával történik. Néhány kulcsszó kívánkozik ide: számítógéppel támogatott vevőszolgálat, avagy CRM; információ tárház és adatbányászat; partnerkezelés, avagy PRM; virtuális piactér, avagy üzletközi, B2B- (business to business) rendszer; internetes kereskedelem vagy vásárlói, B2C- (business to consumer) megoldás. Az adatbányászatot kivéve, kapuk ezek vagy információ csatornák, melyeken át az információ áramlik a belső adattárak és a külső kapcsolat között. Az adatbányászat egy olyan háttér megteremtésére ad lehetőséget, amellyel gyorsítani lehet a piaca jutást, illetve meg lehet határozni, hogy egyes meglévő kapcsolatokat milyen irányban milyen

költséggel lehet bővíteni. A kereskedelemben szép példája ennek a külföldi mágneskártyák divatja: ha ezt veszi, erre a kártyára ötven pontot kap, arra pedig negyvenkilencet. A kártya lehúzásával egy rekord keletkezik egy adatbázisban, benne a vásárlás és a vásárló személyes adataival. Ezeket az adatokat sokoldalúan elemelve akár személyre szabott ajánlatok is kidolgozhatók a kártyatulajdonos számára. Aki sok Pick szálamit vásárol, azt például meg lehet hívni, amikor a Pick szálamígyár egy új terméket mutat be. Aki sokféle mosóport vásárol, az még nem ragadt le egy márkánál, érdemes felhívni a figyelmét az újabb változatokra és így tovább. Akinek ismerem a vásárlási szokásait, azt könnyebben tudom befolyásolni. De nemcsak befolyásolni, hanem megtartani, sőt személyes kapcsolatfelvétel esetén kiszolgálni is.

[VÁLLALATIRÁNYÍTÁSI...] >>> 5. OLDAL

Távközlési liberalizáció

Lakossági vélemények

A vezetékes távközlési liberalizáció a hazai telekommunikációs piac egyik legfontosabb eseménye. A versenytársak nagy erőket mozgósítva próbálják tájékoztatni és meggyőzni a lakosságot saját szolgáltatásai előnyeiről. A nagy kérdés azonban, hogy ezekből az erőteljes kampányokból milyen mértékben jutnak el a címzettekhez, azaz milyen ismeretekkel rendelkezik a magyar lakosság a távközlési piacról, és ez hogyan befolyásolja az egyéni preferenciákat. A TNS Modus Kft. 2001. második felében elindította saját finanszírozású TelekomTracking kutatását a fenti téma vizsgálatára. A legfontosabb megállapításokat a közelmúltban hozta nyilvánosságra a kutatóintézet.



A távközlési liberalizáció tényének ismerete a lakosság körében 2001. októberéig harminc százalék körül mozgott, október elejétől emelkedésnek indult. Az év végére tíz emberből négy hallott már arról, hogy 2002-től szabadon választhat a távközlési szolgáltatók között. A szolgáltatók közötti választás alapfeltétele, a szolgáltatók ismerete mentén egyértelműen a Matáv vezet a sort. Az elmúlt időszak nyertese kétségkívül a Vivendi, hiszen az év utolsó két hónapjában a spontán ismertsége közel tíz százalékkal emelkedett. A távközlési szolgáltatók reklámjainak ismerete szintén emelkedő tendenciát jelez. Míg az év közepén a megkérdezettek negyvenegy százaléka tudott Matáv-reklámmal spontán módon fel-

idézni, az év végére az arány ötvenöt százalékra nőtt. A Vivendi esetében szintén jelentős emelkedés, hat százalékról tizenhét százalékra nőtt a szolgáltató reklámját önmagától felidézni tudók aránya. Az előfizetőknek a szolgáltatók iránti kötődését vizsgálva a legfőbb tanulság, hogy a piacot általánosságban az el nem köteleződés jellemzi, amelyet az ügyfelek magas árérzékenysége kísér. Annak ellenére, hogy mind a szolgáltató, mind a reklámismereti mutatók egyre szélesebb körű tájékozottságot mutatnak, valamint a szolgáltatóhoz való kötődésben is inkább a nyitottság a jellemző, konkrét döntési helyzetben a megkérdezettek kétharmad része nem tudta megmondani, hogy melyik szolgáltatóval kötne szerződést a legnagyobb valószínűséggel. Összességében ma a vezetékes távközlési piacot a konkrét üzenetek, alternatívák hiánya jellemzi. Az emberek észlelték a koncessziós rendszer hátrányait, de a valódi piaci alapú gondolkodásra még nem álltak át, amelynek a fő oka, hogy egyelőre nincsen elegendő információjuk a szolgáltatók közötti választáshoz.

A felmérés jelleget biztosítja, hogy trendekben lássuk a változásokat, hiszen az adatfelvétel folyamatosan történik. Hetente kétszázötven megkérdezett keresnek fel országos, a tizenöt éves és idősebb magyarországi populációra reprezentatív mintán. Az adatokat a TNS-csoport által kifejlesztett Miriad integrált adatelemző szoftver segítségével elemezték négyheti összevont mintán, így az adatok mindig ezer ember véleményét

tükrözik. A kutatási módszertanban felhasználták a TNS-csoport fogyasztói elégedettség és lojalitás mérésére kifejlesztett kutatási termékét, a Conversion Modelt is. A világ vezető lojalitásvizsgálati modellje az elkötelezettség (user: használó) és a megközelíthetőség (non user: nem használó) viszonyában négy-négy, kötődésük erőssége által jellemzett szegmenst hoz létre.

Az adatok azt mutatják, hogy az interneten, valamint kábeltelevíziós hálózaton keresztül igénybe vehető vezetékes telefonszolgáltatás lehetőségének ismerete tendenciájában nem változott az elmúlt fél év során, az előbbiről a felnőtt lakosság harmincöt, az utóbbiról huszonhét százaléka hallott már. A vezetékes távközlési liberalizáció tényének ismerete azonban igen lényeges változáson ment át a vizsgált időszakban. A felmérés szerint a 2001. októberéig nagyjából stagnáló, stabil harmincszázalékos eredményt hozó tudásszint a 41. héttől kezdődően lassú, de jellemző növekedésbe kezdett, elérve a harminchárom százalékos szintet. November közepétől kezdően azonban meredeken emelkedő tendenciát figyelhetünk meg, és így az év végére a felnőtt magyar lakosság negyvenkét százaléka hallott már arról, hogy 2002. január elejétől szabadon választhat a vezetékes távközlési cégek szolgáltatásai között.

Nagyon fontos kérdés ebben a helyzetben, hogyan alakult az egyes távközlési cégek ismerete, hiszen az emberek bizalmának egyik alapköve a szolgáltatóról kialakult kép, amelynek első lépéscsofoka, hogy tudjanak az adott cégről, ismerjék annak nevét. A felmérésben a következő cégek szerepeltek: az Antenna Hungária, a British Telecom, a Deltáv, az Emitel, az EPA HCS, a Fibernet, a HTCC, a HungaroTel, a Kelet-Nógrád Com, a Matáv, a Monor Telefontársaság, a Pápatel, a UPC, a Vivendi.

[LAKOSSÁGI VÉLEMÉNYEK...] >>> 7. OLDAL

Konferencia a mobilkommunikációról

Westel-MTA együttműködés

Külföldi kutatók bevonásával folytatódik a Westel Mobil Távközlési Rt. és a Magyar Tudományos Akadémia Filozófiai Kutatóintézetének közös, „A XXI. század kommunikációja” címet viselő, Magyarországon egyedülálló mobilkommunikációs kutatási programja.

Magyarországon a mobiltelefon a hétköznapi kapcsolattartás eszközüvé vált, minden második emberre jut egy mobil-elfőzetek, egyedül a piacvezető Westelnek több mint két és fél millió ügyfele van. A felhasználók számának erőteljes növeke-

dése és a mobiltelefon szerepének változása készítette a Westelt, hogy a Magyar Tudományos Akadémia Filozófiai Kutatóintézetével közösen a mobilkommunikáció társadalomra gyakorolt hatásait vizsgálja. 2001. januárja óta folyik az a nagyszabású társadalomtudományi kutatás, amelyet az MTA Filozófiai Kutatóintézet koordinál, s amelynek keretében eddig két jelentős konferenciát tartottak, illetve az eredményeket összegző két tanulmánykötetet jelent meg.

[WESTEL-MTA...] >>> 2. OLDAL

R Ö V I D É N

A Nokia és a Pannon GSM folytatja együttműködését

A Nokia és a Pannon GSM ismét meghosszabbította a GSM-berendezések szállítására kötött hosszú távú keretmegállapodását, kibővítve ezzel a 2001 januárjában aláírt keretszerződést. Az új megállapodás értéke meghaladja az ötvenmillió dollárt. A Nokia továbbra is a Pannon GSM hálózatának legjelentősebb beszállítója. A Nokia a jövőben is folytatja a hálózati infrastruktúra szállítását a Pannon GSM számára, beleértve a kapcsolódópontokat, bázisállomásokat és a legfejlettebb technológiájú GSM-hálózatokhoz szükséges további hálózati elemeket. „Ez a megállapodás hosszú távú együttműködésünk folytatása, melynek célja hálózatunk kapacitásának és minőségének továbbfejlesztése, hogy ügyfeleinknek a legjobb szolgáltatásokat nyújthassuk” – mondta Björn Flakstad, a Pannon GSM Távközlési Rt. vezérigazgatója. Az idei megállapodás annak az 1993-ban kezdődött együttműködésnek a folytatása, melynek értelmében a Nokia lett a Pannon GSM hálózatbeszállítója. A Pannon GSM 1994. március óta nyújt kereskedelmi szolgáltatást. A cég a holland KPN, a finnországi Sonera, a norvég Telenor vállalatokból álló konzorcium. A Pannon GSM előfizetőinek száma 2001 decemberében meghaladta az 1,9 milliót.

Infrastrukturamenedzsment-megoldások

A Synergon Informatika Rt. és a Peregrine Systems tavaly kötött stratégiai megállapodása már több sikeres projektet eredményezett. Az ISC-Hungária Informatika Kft. informatikai outsourcingszolgáltató tevékenységét támogató új helpdesk-jének bevezetése nemrég zárult, sikeresen folynak továbbá a Deloitte & Touche Central Europe eszközgazdálkodási és a Budapest Bank változáskezelési projektjei. A Synergon új üzletfejlesztési tevékenysége, a Peregrine Systems rendszereire épülő infrastrukturamenedzsment megoldásomagaiknak piaci bevezetése az iparági átlagnál rövidebb idő alatt történt. Az elsősorban üzemeltetés-menedzsment és eszközgazdálkodási folyamatokat támogató csomagok a teljes életciklus-menedzsment víziójával töltik be a pénzügyi-számviteli főköszű vállalati irányítási rendszerek és technológiai szemléletű hálózatmenedzsment-rendszerek közötti rést. „Az ISC-Hungária Informatika Kft. IT-outsourcing-szállító, ezért kiemelten fontos terület a helpdesk. A Peregrine rendszere kiválóan illeszkedik az általunk és az ügyfeleink által használt informatikai környezethez, és kitűnően támogatja üzemeltetési folyamatainkat is” – emelte ki Nyúl Gábor, az ISC-Hungária Informatika Kft. IT-üzemeltetési divízió vezetője. „A Peregrine infrastrukturamenedzsment-megoldásainak piaci bevezetési idejének lerövidülését az okozta, hogy a piacnak nagy igénye volt az ilyen megoldásokra, de magyarországi viszonylatban ez idáig nem volt megfelelő megoldás. A Peregrine termékeinek sikere azt is mutatja, hogy a hazai cégek egyre értékesebbnek tartják a vállalati vagyongoban az informatikai rendszert, és egyre nagyobb érték annak gazdaságos működtetése” – mondta el Cseh Balázs, a Synergon üzletfejlesztési igazgatója.

Új iMac-modellek

Januárban az Apple bemutatta a teljesen újratervezett iMac számítógépet. A tizenöt colos folyadékkristályos képernyőt a felhasználó szinte tetszőleges magasságra és szögbe állíthatja. A képernyő hasznos felülete közel akkora, mint egy hagyományos tizenhét colos képcsőé volt, fényereje viszont kétszer, kontrasztja háromszor olyan erős, és a szemet is sokkal jobban kíméli, ugyanis egyáltalán nem villog. Előre telepítették a gépre az Apple szoftvereit: a digitális videóvágó, az iPod MP3 lejátszóval együttműködő zenedoboz-, valamint az iPhoto programot. Utóbbi szintén most mutatták be, és a digitális fényképezőgépek képeinek leltetésére, rendszerezésére, tárolására és bemutatására szolgál. A CD-RW/DVD-R SuperDrive meghajtóval felszerelt modellekre az iDVD szoftver is telepítve van, amelynek segítségével DVD-Video lemezeket készíthetők.

Bővül a vállalatirányítási piac

A KFKI ISYS vállalati alkalmazások, MFG/PRO üzletága a tervezett növekedést túlszárnyalva az előző évinél negyven százalékkal magasabb árbevételt könyvelt el a 2001. év végén. Az üzletág szakértői a nyár folyamán három hónap alatt építettek ki teljes vállalatirányítási rendszert az oroszországi Weslin Hungary Autóipari Rt.-nél. Az eredményhez jelentősen hozzájárultak a közel ötven meglévő MFG/PRO-felhasználónál történt rendszerbővítések is. A KFKI ISYS megállapodást kötött a rendszerintegrátorként jelentős szerepet játszó TRW céggel is melynek értelmében a TRW a KFKI ISYS szakértői tapasztalatait is igénybe veszi azon MFG/PRO-bevezetések során, ahol multinacionális ügyfelei világszerte ezt a vállalatirányítási rendszert fogják alkalmazni. Ezen túl a KFKI ISYS forgalmazza azokat a megoldásokat, amelyeket a TRW fejlesztett ki az MFG/PRO funkcionalitásának bővítésére.

A nagy után a kicsi

Mint azt már megszoktuk, nem sokkal a nagy Novell NetWare felhasználók után a kisebbek, a kisvállalatok is megkapják a maguk kiadását. Most tehát a hatodikát. A növelés helyi hálózatok jó része eddig is ezzel a funkcionalitásában csak egyetlen lényeges ponton korlátozott (a Novell Osztott címétszolgáltatás egy kiszolgáló), de azért jó sok gépet kiszolgáló képes Kisvállalkozási NetWare változattal működtetni. Áttekintve az új kiadás lehetőségeit, várható, hogy vásárlóinak száma ezután csak nőni fog. Az első fontos változás a licenctörvényben történt: a nyomtatók és más erőforrások nem számítanak többé felhasználónak. Egy öt felhasználós Kisvállalkozási NetWare 6 alapsomaggal tehát többet tudnak egy időben dolgozni, mint a korábbiakkal. A készletben ott van a GroupWise 6 csoportmunka-támogató, a munkaállományok korszerű, távoli felügyelet-ét ellátó ZENworks for Desktops 3.2,

a hálózatot az internetről érkező veszélyektől fokozottan védeni képes és virtuális privát hálózat működtetésére is használható BorderManager Enterprise Edition 3.6, a Network Associates VirusScan és NetShield vírusvédője, valamint a Tobit FaxWare hálózati távmásolatkezelő. A magyarországi változatok is ingyenes letölthető magyar számlázóprogramot, a Számadót. Mindebből a távoli felügyelet jelentősége óriási, hiszen általa bekapcsolható a cég Novell-hálózata egy távfelügyelet vállaló cég központjába, ahonnan gyorsan tudnak segítséget adni, akár a felhasználó előtt álló képernyőn látható kép átvételével is. A kiszolgáló az internetről is felügyelhető az új Novell Remote Manager segítségével. A NetWare újdosai, az iPrint, az iFolder és a NetWare WebAccess révén pedig lehetővé válik a felhasználó számára, hogy bárhol, bármilyen

kor elérje a munkájához szükséges adatokat, információkat. Egy másik hír szerint a Novell, engedve a korszellem követelésének, újjárá indította minden eddigivel teljesebb biztonsági megoldását, a Secure Access biztonsági termékcsomagot. A biztonsági és jogosultság-ellenőrző termékekből összeállított integrált készlet leegyszerűsíti a személyazonosság-kezelést és az üzleti információk védelmét, és csökkenti a felügyeleti költségeket. A világhálóról, mobilról, telefonmodemről belépő felhasználónak egy pontos belépéssel hozzáférést ad az általa használt alkalmazásokhoz, adatbázisokhoz és platformokhoz. Mindehhez vannak benne hitelesítési, jogosultsági és adminisztrációs eljárások. A csomag minden szolgáltatása a Novell címtárra, az eDirectoryra épül, amelyben biztonságosan lehet tárolni minden felhasználói azonosítót, jelszót és a hozzájuk tartozó, az egyes rendszerek

használatát szabályozó hozzáférési jogokat. A címtár adatait az NDS Authentication Services (NDS-AS) segítségével a rendszergazda kezeli, úgy, hogy a Novell eDirectory változásai szinkronizálhatók sokféle vállalati platformmal, például a NetWare-rel, a Windows 2000-rel, a Solarisszal, a Linuxszal és az OS/390-nel is. A Novell SecureLoginnal pedig elérhető, hogy minden jelszó és a különféle adatbázisok azonosítói is ott legyenek az eDirectoryban, ahonnan a felhasználó előveheti, amikor egy szolgáltatást el akar érni, és helyette átadható az adott program jogosultság-ellenőrének. Ez a termék egyetlen belépéssel biztosíthatja tehát az összes vállalati alkalmazás elérését. Ahol pedig nem elég a jelszó, ott különféle segédazonosító megoldások is elérhetők, az USB csatlakozós tanúsítól és a szem íriszt vizsgáló kameráig. Ezen segédesszközök kezelését a Novell Modular Authentication Service (NMA) integrálja.

Konferencia a mobilkommunikációról

Westel-MTA együttműködés

[FOLYTATÁS AZ 1. OLDALRÓL]

A Westel folyamatos támogatásának köszönhetően a magyar társadalomtudomány ma ismét széles körben és magas színvonalon képviseli azt a markánsan kommunikációfilozófiai hagyományt, amely a huszadik század első évtizedeiben éppen hazánkban alakult ki.

Az átfogó kutatás eddigi eredményei egyértelmű üzenetet hordoznak. A mobiltelefon, tágabban pedig a mobil multimédiás interaktív kommunikáció szervesen épül be a mindennapokba, közösségibb társadalmat és harmonikusabb emberi kapcsolatokat biztosít; a demokratikusabb közelet, a hatékonyabb gazdaság, a kreatívabb munka és a színesebb, tartalmasabb szórakozás közegeül szolgálhat.

2002. május 24–25-én az MTA Roosevelt téri székházának dísztermében a Westel és a kutatás résztvevői közösen újabb, immár nemzetközi konferenciát rendeznek. A külföldi meghívottak sorában a filozófia, a kommunikációelmélet, a

számítástechnika, az evolúciós pszichológia, a megismeréstudomány és a szociológia világhírű német, osztrák, brit és amerikai képviselői lesznek jelen. Magyar részről szintén kiváló kutatók szerepelnek, többek között a politológia, a közgazdaságtan, a fejlődéslelektan, a nyelvészet, a kommunikációfilozófia, a tudománytörténet, sőt a pszichoterápia művelői. Az előadások által felölelt főbb témák: a számítástechnika funkcióváltozása, globális kommunikáció, virtuális távolság és közvetett közelség, politika és mobiltelefon, mobilgazdaság, a nyelv marandósága és megújulása, a gyermek és a mobil információs társadalomban, a megismerő elme változatlanság és új struktúrái, képi nyelvek és grafikus üzenetek, a tudomány jellegének megváltozása a folyamatos kommunikáció viszonyai között, a folyamatos kommunikáció társadalmi-emberi terhei és perspektívái, mobiltelefon és lelki harmónia. A program részletei megtalálhatók a www.fil.hu/mobil/konferencia internetes oldalon. Az előadá-

sokat tartalmazó kötet – rangos nemzetközi kiadó közreműködésével – ősszel jelenik meg, és a magyar nyelvű változatot már szeptemberben publikálják.

A kutatás 2002 ősztől induló újabb szakasza azt is feltérképezi majd, hogy miképpen válhat a mobilkommunikáció a tanulás új közegévé. Nem kétséges, hogy a mobil kommunikációs technológiák a művelődés és oktatás merőben átalakult szerkezeit teszik elérhetővé és kényeszerítik ki – a kisgyermekkorától a felnőttképzésig. Az oktatás és művelődés, valamint a mobiltelefon kapcsolatának megismerését segítheti a 2002. november 29-én az MTA székházában „M-Learning – Mobil művelődés” címmel megrendezendő konferencia, amely a kutatási program 2003-as, széles nemzetközi együttműködésben megvalósuló terveit hivatott előkészíteni. A program alakulásától magyar, német és angol nyelven folyamatos tájékoztatást nyújt a www.fil.hu/mobil webhely.

Mobilkészülékeken m-marketing

A HPI Research Group a mobilkészüléken keresztül bonyolítható reklámtevékenység, azaz az m-marketingben rejtl hatalmas lehetőséget emelte ki a Nokia megbízásából elvégzett tanulmányában. A tanulmány bemutatta, hogy a mobilpiac magját alkotó réteg (16–45 éves korcsoport) nem csupán kíváncsi az m-marketingre, hanem bizonyos helyzetekben még ösztönözné is a termékekről és szolgáltatásokról szóló információ ilyen módon történő terjesztését.

A HPI 2001 júniusában világszerte több mint 3300 embert kérdezett meg az alábbi tizenegy, kulcsfontosságú piacon: Braziliában, Dániában, Németországban, Olaszországban, Japánban, Koreában, Szingapúrban, Spanyolországban, Svédországban, Nagy-Britanniában és az Egyesült Államokban.

A válaszadók arról kérdezték, hogyan fogadnák az SMS reklámüzenetek formájában érkező m-marketinget. A megkérdezettek nyolcvannolc százaléka pozitívan reagálna arra az m-marketing-fogásra, ha egy közeli üzletben beváltható elektronikus vásárlási utalványt kapna mobiltelefonjára. A válaszadók nagy majdnem a harmada (harmincegy százalék) még lelkesebben mutatkozik „hozzátéve, hogy örömmel fogadna ilyen reklámot.

A tanulmány az m-marketing fogyasztói elfogadottsága szempontjából négy kulcsfontosságú tényezőt emelt ki:

- Választási lehetőség – a fogyasztó dönt-hesse el, hogy akar-e üzeneteket kapni vagy sem.
- Irányítás a fogyasztó kezében – a fogyasztó könnyen mondhatta le az m-marketing üzenetszolgáltatást.

- Személyre szabottság – a fogyasztó képes legyen meghatározni, milyen típusú üzeneteket szeretne kapni.
- Kölcsönös haszon – a fogyasztó kapjon valamit cserébe, például a szolgáltatás díjának csökkentését.
- A tanulmány egy része a mobil vizuális szórakoztatás iránt érdeklődő fogyasztókkal foglalkozott. Több mint háromnegyed részük (hetvenhat százalék) elfogadhatónak találta, ha az általuk megtekintett programokat nagyon rövid reklámok szakítanak meg.

A válaszadóknak valamivel több mint a fele

(ötvenegy százalék) úgy nyilatkozott, hogy amennyiben a reklámokat a televízióban már megszokott módon helyezik el, akkor nem tekintenek a hirdetéseket zaklatásnak.

A válaszadókat arról is megkérdezték, hogy elfogadhatónak tartanának-e „bizonyos mennyiségű hirdetés” telefonjukon, amennyiben ez hozzájárulna a mobilszolgáltatás költségeinek csökkentéséhez. Tíz interjúalany közül majdnem kilenc (nyolcvanhat százalék) igennel válaszolt, ami arra utal, hogy az m-marketing még szélesebb körben elfogadottá válhatna, ha a végfelhasználó számára is haszonnal járhat.

A THEFEATURE.COM MOBILMARKETING-TIPPJEI

A TheFeature.com az alábbi ötletekkel segíti a mobilmarketinggel foglalkozó szakembereket a hirdetékek számára nyereséges, a világ fogyasztói számára pedig hasznos programok létrehozásában:

- Ha nem kéri, nem bombázza:** Ne küldjön spam (kéretlen) reklámot. Az érdeklődők számára teremten lehetőséget a levelezési listára való feliratkozásra, a többieket pedig ne zavarja.
- Időtakarékosság – unaloműzés:** Olyan üzenetet küldjön, amely vagy időt takarít meg, vagy unaloműző. A mobil útbaigazítás időt takarít meg. A mobiljátékok pedig szórakoztatnak. Ha már nem tud hasznos lenni, legalább szórakoztasson!
- Új csatorna – régi üzenet:** A mobilcsatorna új, de a marketing a régi. Bármit is kínál, győződjön meg róla, hogy a felhasználó kap valami kézzelfogható a figyelméért cserébe.
- Térjen a tárgyra – Ne legyen hosszadalmas:** A mobilmarketing a felhasználó érdeklődését, affinitását veszi célba. Ismerje és értse meg alaposan célcsoportjának igényeit, kívánságait és vágyait, és azokra alapozzon!
- Kapcsolódjon valamihez – Ne legyen esetlen:** A hirdetéseknek mindenképpen kapcsolódnia kell a kínált szolgáltatáshoz vagy szórakoztatáshoz. Adjon valami értékeset, ne csak nyakon öntse az embereket a hirdetésbe!
- Legyen személyhez szóló – Ne személytelen:** A mobilkészülékek kicsik. Amennyiben ezen a kis területen is rá tudja venni a fogyasztókat, hogy az ön termékével foglalkozzanak, akkor rendkívül jól rögzül a márkanév.
- Legyen következetes – Ne zavaros:** Győződjön meg róla, hogy különböző rendszerekhez alkalmazkodó reklámját a fogyasztó több helyen elérheti: az interneten, a WAP-on, SMS-ként vagy a hívásközponban. Lehetőséget kell nyújtani arra, hogy a felhasználók bármilyen eszközről megváltoztathassák a feliratkozásuk megadott adataikat.

Portrait-szoftver kivetítőhöz

A Portrait Displays Inc., mely világelső a számítógépes kivetítőkhöz készített képjavitó szoftverek piacán, bemutatta Pivot Pro nevű szoftverét, melyet a NEC Technologies Inc. új, GT950 asztali-beépített projektorával együtt hoznak forgalomba. Ennek köszönhetően a GT950 az első olyan projektor, amely egyaránt képes tájkép (horizontális) és portré (vertikális) orientációra. A GT950 egyedülálló tulajdonsága, hogy oldalra állítható, így képek portré formátumú képeket is vetíten. Az előadások, honlapok, táblázatok és mérlegek csak néhány példa olyan dokumentumokra, melyek megjelenítése teljes oldal méretben és portré formátumban a legelőnyösebb.

A Pivot Pro szoftver segítségével minden, Windows 95-öt vagy későbbi verziót futtató laptop és asztali PC képes a kép elfordítására teljes oldal méretű portréképpé, ezáltal lehetővé válik, hogy a vetített képek helyesen jelenjenek meg a közönség számára. „Régóta használunk projektorokat tárgyalásokon és értékesítési bemutatókon, de egyik korábbi projektor sem volt képes teljes oldal méretű portréképpé vetítésére. Mostanáig az előadónak kellett az adatokat görgetnie a képernyőn. A GT950 megoldást kínál a problémára, hiszen egyaránt képes teljes oldal méretű portré és tájkép formátumú megjelenítésre” – mondta J. Michael James, a Portrait Displays Inc. elnök-vezérigazgatója.

„A Pivot Pro felülmúlhatatlan vetítési rugalmasságot biztosít a GT950 használóknak – mondta Don Fasick, a NEC Technologies vizuális rendszerek részlegének projektor-termékmenedzsere. – A vertikális elhelyezés lehetővé teszi, hogy a felhasználó dinamikusabban mutassa be előadását iskolákban, vállalatoknál vagy a közigazgatás területén, és ugyanakkor a projektor elhelyezhető szűk helyen, mint például egy polcon vagy egy szekrényen.”

A Portrait Displays Inc. egyedüli létrehozója és tulajdonosa a Pivot Technology képforgató szoftvernek és a LiquidView skálázószoftvernek. A Pivot lehetővé teszi a hagyományos tájkép formátumú képek megjelenítése mellett a kilencven és kétszázhatvan fokban (portré mód), vagy száznolcvan fokban (előadás mód) elforgatott képek vetítését is PC-kivetítőkön. A LiquidView szoftver segítségével a felhasználók kinagyíthatják kivetítőjük jól látható területeit a jobb láthatóság és a hatékonyabb felhasználói interfész irányítás érdekében. A Portrait Displays Inc. egy kaliforniai magáncég, melynek központja Pleasantonban (Kalifornia állam) van; Tajvanon és Koreában képviselői, míg Tokióban saját tulajdonú leányvállalata, a Portrait Displays K.K. található.

Az NEC-projektorok magyarországi vezérképviselete a DNN Professional Graphics Kft.

Internetezés és informatika az egészségügyben

A kórházban dolgozók többsége személyi számítógépeket is használ munkája során, ám internetet csak nagyon kevesen. A betegek kórtörténetét elektronikus úton a kórházak nyolcvanhat százalékában vezetik. A gyógyszerterápiák többsége úgy véli, az internet elterjedése egyáltalán nem fogja növelni forgalmukat, egy-ötödük viszont úgy gondolja, hogy növelni fogja azt. Ezek a legérdekesebb megállapításai annak a 2001. harmadik negyedében az egészségügy internethasználati szokásairól végzett kutatásnak, amelyet a GKI Gazdaságkutató Rt. a Webigen Rt.-vel és a Sun Microsystems Magyarországgal együttműködve végzett.



A felmérés során a GKI Rt. kérdőívvel az összes kórházat és közfoglalmú gyógyszerterápiát megkereste. A 229 kórházból ötvenkilenc (huszonhat százalék) küldte vissza a kitöltött kérdőívet. A reprezentativitás nemcsak a darabszám, de a kórházak ágyszáma alapján is igen magas (huszonöt százalék).

A közfoglalmú gyógyszerterápiák esetén a 2019 kérdőívben százharmincötöt (6,7 százalék) küldte vissza. Az éves (2000. évi) árbevétel alapján a reprezentativitás 4,2 százalék, ami arra enged következtetni, hogy a válaszadók többsége az alacsonyabb árbevételű gyógyszerterápiák közül került ki.

Az internetkapcsolattal rendelkező kórházak aránya kimagaslóan magas. A kórházak ágyszáma alapján a kórházak kilencvenhét százaléka rendelkezik internet-hozzáféréssel. Az internetkapcsolat jellegét te-

kintve a kapcsolt modemes hozzáférés aránya a legmagasabb, míg a gyorsabb adatforgalmat biztosító szélessávú hozzáférések közül az ISDN és a bérelt vonal a legnépszerűbbek.

A kórházak eszközellátottsága azt mutatja, hogy a kézisámítógépek használata még továbbra sem elterjedt, míg a személyi számítógépek már majdnem minden kórházban megtalálhatók. A kórházak ötvenöt százaléka három évnél fiatalabb számítógépparkkal rendelkezik, míg harmincöt százalékának három és hat éve üzembe állított gépei vannak.

Az intranet alkalmazása ugyancsak elterjedt a kórházak között (kilencvenegy százalék), ám ezt a lehetőséget is inkább a nagyobb kórházak használják ki.

A felmérés során megvizsgáltuk, hogy az orvosok, az asszisztensek és az ápolók hány százaléka használ személyi számítógépet vagy internetkapcsolattal rendelkező PC-t. A kórházban dolgozók többsége személyi számítógépeket is használ munkája során, ám az internetet már csak nagyon kevesen használják. Mivel közel valamennyi kórház rendelkezik internet-hozzáféréssel, ezért az internetet használók alacsony aránya nem magyarázható az internet hiányával. A felmérés eredménye azt mutatta, hogy a nagyobb kórházak orvosi nagyobb arányban rendelkeznek internetes személyi számítógéppel. Az asszisztensek és az ápolók PC-használatának aránya

(ötvennégy százalék) sokkal alacsonyabb, mint az orvosoké (hetvenhárom százalék). Ez az alacsony arány az egy kórházi személyzetre jutó PC-szám alacsony arányával magyarázható (átlagosan három asszisztensre és ápolóra jut egy személyi számítógép), illetve azzal, hogy az ápolók túlterheltsége miatt nincs „szabad idejük” a géphasználatra, és a munkakörülményeik se igényli a használatát. A kórházak ágyszámát is figyelembe véve a PC-t használó kórházi személyzet aránya magasabb (hatvanegy százalék), ami alapján arra következtetünk, hogy itt is a nagyobb kórházak dominanciája érvényesül. Az asszisztensek és az ápolók kevesebb mint harminc százaléka dolgozik internetkapcsolattal is ellátott gépekkel a kórházak több mint nyolcvan százalékában. Ez az arány jóval magasabb, mint az orvosok esetén (hatvanhat százalék). A kórházak ágyszámát is figyelembe véve csak a kórházak két százalékában használ internetes PC-t a személyzet több mint hatvan százaléka.

A kutatás során rákérdeztünk arra is, hogy a betegek kórtörténetét vezetik-e elektronikus úton. A válaszok alapján a kórházak nyolcvanhat százaléka használja ezt a formát. Az elektronikus kórtörténet használatára már közel valamennyi kórház áttért, de elsősorban a nagyobb ágyszámú kórházaknál alkalmazzák az elektronikus formát. A távdiagnosztika terén a kórházak erős fejlettsége látható, amiről alkalmazásának magas aránya tanúskodik (tizenhét százalék).

A kórházak közel fele rendelkezik honlappal, és a kórházak közül is elsősorban a nagyobb ágyszámúak.

A felmérés során megvizsgáltuk, hogy az orvosok, az asszisztensek és az ápolók mire és milyen gyakran használják az in-

ternetet és az intranetet. Az orvosok a leggyakrabban az internetet szakmai információk megszerzésére és magáncélú használatra veszik igénybe. Úgy tapasztaltuk, hogy az orvosok az internetet nem gyakran és interaktív kapcsolattartásra egyáltalán nem használják.

A közfoglalmú gyógyszerterápiák esetén ötvenhárom százalék rendelkezik internet-hozzáféréssel, ám ha az éves árbevétel alapján vizsgáljuk az internetellátottságot, akkor magasabb arányt kapunk (hetven százalék). Ebből arra következtetünk, hogy ma Magyarországon a nagyobb árbevételű gyógyszerterápiák internetellátottsága a kedvezőbb.

Az internetkapcsolat jellegét tekintve a kapcsolt modemes hozzáférés aránya a legmagasabb, míg a gyorsabb adatforgalmat biztosító szélessávú hozzáférések közül az ISDN a legnépszerűbb.

A gyógyszerterápiák negyvennyolc százaléka számítógépparkja három évnél fiatalabb, míg negyvenegy százaléka gépparkját három és hat év között vásárolta. A felmérés során kapott eredmények alapján arra következtetünk, hogy a nagyobb árbevételű gyógyszerterápiák gépparkja kezd elöregedni.

Az intranetellátottság még kedvezőtlenebb képet mutat, mint az internet-hozzáférés. A válaszadó gyógyszerterápiák negyvennyolc százaléka rendelkezik belső számítógépes hálózattal. Az alacsony ellátottság oka lehet, hogy a kettő-négy főt foglalkoztató gyógyszerterápiák a méretükből adódóan nem látják ennek szükségességét.

A felmérés során megvizsgáltuk azt is, hogy a gyógyszerterápiák és az egyéb személyzet hány százaléka használ személyi számítógépet vagy internetkapcsolattal rendelkező PC-t. Az árbevétel alapján a

gyógyszerterápiák hetvennégy százalékában a gyógyszereszek több mint hatvan százaléka használ PC-t. Az internetkapcsolattal is ellátott PC-t a gyógyszereszek kevesebb mint harminc százaléka használja a gyógyszerterápiák ötvenegy százalékában.

A válaszadók nagy aránya úgy véli, hogy az internet elterjedése egyáltalán nem fogja növelni gyógyszerterápiák forgalmát (harmincöt százalék), míg tizenkilenc százalék gondolja úgy, hogy növelni, vagy jelentős mértékben fogja növelni.

A honlapellátottság jelenleg nagyon alacsony a gyógyszerterápiák körében. Az országban kevesebb mint tíz százalék rendelkezik honlappal. A válaszadók véleménye szerint a honlap elsősorban az általános információk elérésére, gyógyszerkészítmények ismertetésére, megelőző szolgáltatások elérésére, egyéb készítmények és áruk ismertetésére biztosít lehetőséget. A válaszadó gyógyszerterápiák három százaléka jelezte, hogy élnek a weboldalon történő megrendelés lehetőségével. Összességében a gyógyszereszek egyelőre nem kívánnak élni ezzel a lehetőséggel, és megelégednek az információközlő weboldallal.

A felmérés során megvizsgáltuk, hogy a gyógyszereszek mire és milyen gyakran használják az internetet és az intranetet. A gyógyszereszek a leggyakrabban adminisztráció lebonyolítására, a gyógyszergyártókra és -kereskedőkre való kapcsolattartásra, beszerzésre és magáncélú használatra veszik igénybe. Heti rendszerességgel a szakmai oldalak és információk letöltésére és magáncélra, míg havi egy alkalommal adatbázisok letöltésére alkalmazzák.

A gyógyszereszek többsége viszont soha nem használja az internetet a házi orvosokkal, a járóbeteg-ellátókkal, a vevőkkel vagy az OEP-pel való kapcsolattartásra.

Négymilliárdos keretszerződés

A Compaq Computer Magyarország Kft. újabb keretszerződést kötött a Miniszterelnökség Közbeszerzési és Gazdasági Igazgatóságával Compaq Alpha rendszerek és kapcsolódó szolgáltatások szállítására. A keretszerződés értéke négymilliárd forint, hatálya 2002. december 31. A szerződés tartalmazza a Compaq nagy teljesítményű AlphaServer és Himalaya kiszolgálók, AlphaStation munkaállomások, StorageWorks tárolórendszer, emelt szintű szolgáltatások és konzultáció igénybevételét. A szerződésben szereplő Alpha szerverekbe és munkaállomásokba épített processzorok a világ első hatvanéves bites ilyen jellegű egységei, melyek 1992-es megjelenésük óta folyamatosan a legnagyobb teljesítménnyel rendelkeznek az iparágban. A világ legnagyobb teljesítményű szuperszámítógépeinek jelentős része is ezt a processzort tartalmazza. Magyarországon több mint ezerkét Alpha szerver talált már gazdára.

A gazdaság legkülönbözőbb területein profitalnak a felhasználók

- kis- és közepes vállalatok csakúgy, mint a legmeghatározóbb gazdasági egységek, telekommunikációs vállalatok, bankok, pénzügyintézetek, közművek, ipari és kereskedelmi vállalatok és természetesen állami intézmények - kiemelkedő teljesítményéből, megbízhatóságából és skalázhatóságából. A Compaq Alpha termékcsalád a Compaq Tru64 Unix, OpenVMS valamint Linux operációs rendszereivel együtt egyaránt széles körű elismertségnek örvendenek. Alkalmasságuk hálózatok üzemeltetésére, üzleti alkalmazások platformjaként csakúgy, mint tudományos kutatási célokra és szoftverfejlesztésre.

A Compaq hagyományos szállítója az államigazgatásnak is, a számos intézményben a meghatározó platformot és a kapcsolódó szolgáltatásokat a cég nyújtja. Két Alpha processzoros szuperszerver, valamint húsz további nagy teljesítményű kiszolgáló pedig már a hazai felsőoktatást szolgálja a cég tavalyi milliárdos adományaként.

Számítógépek hátrányos helyzetű gyermekeknek

A társadalmi felelősségvállalás és a vállalati összefogás szép példájaként három magyarországi nagyvállalat, a Compaq Computer Magyarország Kft., a Mol Rt. és a Microsoft Magyarország Kft. jelentős értékű adománnyal segíti a hátrányos helyzetű gyermekek számítógéphez jutását. A Mol, a Compaq és a Microsoft a Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálaton keresztül háromszáz használt, de tökéletes állapotú számítógépet és a működéséhez szükséges szoftvert juttat el a hátrányos helyzetben lévő családoknak és gyermekintézményeknek. A gyermekek széles körű ismeretszerzésének manapság már elengedhetetlen feltétele a számítógép használata. A három vállalat a felújított gépek átadásával ennek az ismeretanyagának a megszerzéséhez segíti hozzá a gyermekeket.

„A Mol, a Compaq és a Microsoft összefogása példát mutat mindazoknak, akik a hátrányos helyzetű gyermekek életszínvonalának javítását tűzik ki maguk elé. A jövő nemzedékének felkarolása fontos feladatunk, mert rajtuk keresztül válik majd olyanná környezetünk, amilyennek ma még csak elképzeljük” - mondta Mosonyi György, a Mol Rt. vezérigazgatója.

A Mol Rt. kiemelt figyelmet fordít olyan gyermekvédelmi programokra, amelyekkel már a jelenben gondoskodhat a jövő nemzedékéről. A társaság fennállásának tizedik évfordulója alkalmából tízmillió forintot ajánlott fel a gyermekéktetés megsegítésére.

Az „Így kerek a világ” kreatív pályázatra több mint ezer alkotás érkezett, amelyek közül szakmai zsűri választotta ki a legjobbakat. A nyerteseket és a száz legjobb alkotás beküldőjét a Mol meghívta az Emil és a detektívek című előadásra, és értékes díjakat osztott ki közöttük, a legjobb pályaművekből pedig kiállítást rendezett a Madách Színházban. A társaság az előadáson vendégül látta a támogatott gyermekintézmények képviselőit is.

A társaság október 1. és 10. között jótékonyági akciót szervezett a töltőállomásokon, ahová a felhívás alapján sok gyermek hozta a régi játé-

kát, amelyért cserébe molos ajándékokat kapott. A Mol a beérkezett mintegy száz zsák játékot azután a Magyar Máltai Szeretetszolgálat segítségével olyan gyerekeknek juttatta el, akik szerényebb körülmények között élnek.



„Hiszem, hogy egy ország legnagyobb értéke a fiatal generáció. Ezért tartjuk feladatunknak, hogy a magunk eszközeivel elősegítsük szellemi fejlődésüket az információtechnológia rendelkezésre bocsátásával” - vette át a szót dr. Beck György, a Compaq Computer Magyarország Kft. vezérigazgatója.

A Compaq Computer Magyarország Kft. is hagyományosan aktív szerepet játszik a társadalmi gondok és kihívások megoldásában. A Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálattal közösen évek óta számítógépes sátrat működtet a fővárosi gyermeknapon a Városligetben. A Móra Kiadóval kiépített együttműködése keretében minden évben újabb és újabb gyermekeknek szóló könyvek megjelentetését támogatja.

Kiemelkedő szerepet játszik az oktatásügy terén is: a minden évben rendszeresen meghirdetett középiskolai szerverpályázata révén összesen immár több mint száz nagy értékű szerver talált gazdára százmillió forintnyi értékben, a felsőoktatás terén pedig tavaly két szuperszámítógép és húsz nagy teljesítményű Alpha szerver került felsőoktatási intézményekhez kétmilliárd forint értékben.

A legkisebbekre is odafigyel a cég: minden hónapban általános iskolásokat lát ven-

dégül székelyen, ahol a cég szakemberei vezet be a kicsiket a számítástechnika rejteibe. A gyermekegészségügy terén szintén kialakította kapcsolatait, ahol a maga eszközeivel igyekszik segíteni.

„Örömmel szolgál, hogy csatlakozhatunk a Mol és a Compaq támogatási kezdeményezéséhez. Bízunk benne, hogy a háromszáz felújított számítógépre telepített Microsoft-programok segítséget nyújtanak a korszerű ismeretek megszerzésében s a hátrányos helyzetű gyermekek felzárkóztatásában. Bízunk benne, hogy közös erőfeszítéseink révén valóra válthatjuk a Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat magyar szervezeteinek célkitűzéseit, s a Microsoft-szoftverek betölthetik azt a funkciót, amelyre valamennyi termékünk fejlesztése is irányult.

Hisszük, hogy szoftvereink jelentősen hozzájárulnak valamennyiünk életminőségének javításához, s ez különösen fontos azon területeken, ahová eddig még nem juthattak el a legfrissebb technológiai újdonságok, és nem volt lehetőség a korszerű ismeretek korszerű eszközeikkel történő megszerzésére” - mondta Vityi Péter, a Microsoft Magyarország ügyvezető igazgatója.

A Microsoft Magyarország támogatási politikájában fokozott figyelmet fordít mindazon kiemelten közhasznú tevékenységet folytató alapítvány, szervezet működésére, melyek hátrányos helyzetű vagy fogyatékkal élő embertársaink számára törekednek esélyegyenlőséget teremteni, életkörülményeiket, életminőségüket javítani.

Ezért az elmúlt fél év során a Microsoft Magyarország szoftvertermékeivel támogatta többek között a Magyar Vöröskereszt Szolnoki Önkéntes Mentő és Kutató Egységét, a Laktózerzékeny Társaságát, a Magyar Vakok és Gyengénlátók Országos Szövetségét, az „Informatika a Látássérültekért” Alapítványt, a Siketek és Nyagthallók Országos Szövetségét, a Matematikában Tehetséges Gyermekekért Alapítványt, a „RÉS” Szociális és Kulturális Alapítványt, a Zsigmond Király Főiskolát.

Kampány lesz az interneten is

Ha nem is ingyen, de elérhető áron - és az állami kampánytámogatásból is fizethető elszámolással indította „Domainnevet minden jelöltnél” akcióját a Hungary.Network Informatikai Rt. A kedvezményes regisztráció mellett a szokásosnál lényegesen olcsóbban vállalják a megrendelő képviselőjelölt honlapjának elkészítését is.

Gondoltak azokra is, akik ezt a választást kihagyják, ők március végéig az „Egyszerűen, olcsón, kényelmesen!” akcióban juthat-

nak saját honlaphoz. 1998-ban, amikor még nem volt érdekes a világhálós jelenlét, a Hungary.Network Rt. a választások eredményét tükrözte New York-i kiszolgálóján, hogy minél többen hozzájuthassanak külföldön is a friss választási eredményekhez. Az ideai akcióval Radnai Tamás elnök szerint az a céljuk, hogy minél több képviselőjelölt jelenítse meg magát a több mint egymillió rendszeres világhálólátogató választó előtt az interneten.

Háromszázhatvanöt fok

Nincs ember, aki a háta mögé is látna, de azért nagyon széles a látószögünk, meghaladja a száználvalva fokot. A Hewlett-Packard viszont 365 fokra szabja azt a kört, amelyben alkalmazottai az Oracle CRM segítségével látni képesek az ügyfélkapcsolatokat. Ugyanezt a rendszert, az E-Business Suite CRM modulját használja házon belül az Oracle maga is. Az ezzel a rendszerrel szerzett tapasztalatok is megjelentek a termék kisvállalatoknak szánt változatában, az Oracle Hungary Kft., a HP Magyarország és a KFKI Icon közös fejlesztésében, az e-Start vállalatirányítási alkalmazás csomag

CRM moduljában. Az e-Start CRM az értékesítési lehetőségek figyelemmel kíséréséhez és kiaknázásához, valamint az ügyfélkapcsolatok kezeléséhez ad informatikai támogatást. Gyorsan bevezethető például ez az új modul ott, ahol már használják az e-Start pénzügyi-számviteli változatát, vagy a másikat, a logisztikait, amely anyag-, készlet-, megrendelés- és szerződés-nyilvántartó eljárásokból áll. Ez utóbbiak eladásában eddig jeleskedett az Oracle Hungary, a második helyet szerezte meg Európában az értékesített e-Start csomagok számát tekintve. A 2001-es pénzügyi évben Hollandia

után hazánkban vették meg a legtöbb az e-Start alkalmazást. A legújabb e-Start modul, a CRM két vállalati folyamat, az értékesítési lehetőségek és az ügyfélkapcsolatok kezelésére ad megoldást. Ezeket a folyamatokat korszerűsíti, teljes képet ad a kliensekről, az értékesítők és az ügyfélszolgálati munkatársak látják az ügyfél ren-

deléseit, számláit, befizetéseit, bejelentéseit, illetve a hozzájuk kapcsolódó értékesítési lehetőségeket. A folyamatokat átlátó munkatársak így a korábbinál jobban meg tudnak felelni az egyedi és a pillanatnyi igényeknek, s megfelelően tudják kiszolgálni a vállalathoz forduló vásárlót, érdeklődőt. A CRM e-Start modul bevezetése a legalább egy-

milliárd forint bevételű, vagy legalább ötven főt foglalkoztató, valamint a közepes, valamint a hosszú értékesítési életciklusú termékekkel foglalkozó cégeknek ajánlott. Értékesítési egysége főként távközlési, ipari, kereskedelmi és szolgáltatásértékesítő vállalatoknak lehet hasznos, míg az ügyfélszolgálati egység tetszőleges ügyfélszolgálati,

külső vagy belső helpdesk szolgáltatásokat nyújtó vállalatoknak ajánlott. A szoftvert egyik nagy előnye, hogy bevezetése rendkívül gyors, az átlagos igényeket figyelembe véve a szoftver kilencven százaléka előre elkészítve várja, hogy a végső tíz százalékot elvégezve a rendszert megfeleltessék a vevő egyedi igényeinek.

CRM-gyakorlat

Czinege László, a HP Magyarország marketing vezetője már jó pár hónapja használja az Oracle E-Business Suite CRM moduljának éppen azokat a funkcióit, amelyeket az e-Start CRM is megvalósít. Tapasztalatairól a következőket mondta:

- Több mint egy éve döntött az HP vezetés az Oracle CRM bevezetéséről. Mivel a HP Magyarország jól működő, de ugyanakkor nem óriási csapat, a százhatvan országból Európában egyike lettünk azoknak a leányvállalatoknak, ahol az első között vezették be. Ehhez a munkához a HP Consulting adta a szakértelmet, a tanácsadást, de vett részt benne a kereskedelmi oldal dolgozó munkatársunk is. Így sokakban kialakult házon belül egy tudás arról, hogyan kell CRM-et vezetni. Konzulenseink most már ügyfélnek, de nem csak ott hasznosíthatják tapasztalataikat. Nem csak ott, hanem a honosításban is. A KFKI Icon és az Oracle Hungary mellett harmadikként HP-s szakértők készítették el az Oracle CRM kisvállalkozásoknak e-Start alkalmazás-készlet CRM moduljának magyar változatát.

- Mióta használják élesben?

- Tavaly június óta, azóta tehát már tekintélyes mennyiségű adat gyűlt benne össze a kapcsolatok történetével és az üzleti lehetőségekkel. Kezdjük érezni, hogy egyre többet tudunk az ügyfelekről, mégpedig a meglehetősen széles termékpaletta egész spektrumában. A kereskedelmi modell alapján működő, illetve a termékekre specializálódott kereskedelmi csop-

portok együttműködése is intézményesült. Meg is szoktuk, hogy komplex üzleti világunkban, a gyorsan változó termékpalletta mellett átveszi a gondját sok mindennek, és ezzel energiát szabadít föl bennünk másra.

- Mit tapasztaltak maguk a felhasználók, a marketingesek, a kereskedők a CRM-mel?

- Ráveztett minket arra, még a bevezetési periódus idején, hogy a HP-nál akad csak papíron létező előírás. Például a minőségbiztosítás jellegű folyamatok leírása, az eljárás rendje egészen más volt, mint a gyakorlat. Ezért aztán a szervezet sok mindent újratant, újragondolt az együttműködést egymással, ügyfelekkel, partnerekkel, mégpedig többnyire a CRM-szoftvert sugallta módon. A CRM-mel együtt fogalmi szinten is beköszöndött az egységesség, gyorsan kialakult egy közös terminológia. Ami engem illet, az általam definiált marketingkampány szerint tudom rögzíteni, azonosítani az általa létrehozott kapcsolatokat. Segít megválaszolni olyan kérdéseket, hogy vajon miért jelentkeznek százak egy HP Unix kiszolgáló hirdetésre. A tervezést viszont azzal segíti, hogy visszaszámolható, hogyan térül meg, amit a kampányra áldoztunk. De a legfontosabb, hogy körbe lehet járni az ügyfelet attól kezdve, hogy ajánlatokkal bombázzuk, a



Telecomputer hasábjain olvas rólunk, a telefonos bejelentkezésén át egészen addig, amíg a kereskedők kidolgozzák neki az ajánlatot, vásárol. Aztán egyszer csak ismét jelentkezik, és már túl is vagyunk a teljes körön: elérkeztünk a 365 fokhoz.

- Milyen integrált vállalatirányítási rendszerhez illesztették az Oracle E-Business Suite CRM-et?

- Nálunk egyelőre nincs egy átfogó irányítási rendszer, bár például a számlázási rendszerünk SAP. De a leszállított gépek monitorozására, a viszonteladói visszajelzések kezelésére már más szoftvereink vannak. Ez azonban nem zavaró, hiszen a CRM-ben minden adat összefuttatható.

- Lehet kívül maradni?

- Mint egyénnek lehet, de a CRM-be minden vállalati ügyfél belekerül. Folyamatban van a továbbfejlesztés, a látószögünk kiterjesztése az egyéni vásárlókra is. Ott van például a korszerű, szervezetenként különálló vevőszolgálatunk, ha azt és a CRM-et összekapcsoljuk, ami már folyamatban van, igen sokat fog segíteni az ott ülő szakértőknek és nem szakértőknek egyaránt. A rendszer globális, egyetlen SuperDome-on van Kaliforniában, ott van az ügyféladattár és a tranzakciós is, és mindezt a HP-intraneten keresztül érjük el.

Szerves fejlődés eredménye az e-Start CRM

Deme Csabát, az Oracle Hungary Kft. marketing- és partnerkapcsolati igazgatóját először az e-Start CRM az Oracle stratégiájában elfoglalt helyéről kérdeztük.

- Az Oracle zászlóshajója az E-Business Suite termékcsoomag, amelynek van egy CRM modulja. Ezt vezette be és használja többek között az Oracle és a Hewlett-Packard is, referencia tehát házon belül is van. A másik irány a kisvállalati program, amelynek pénzügyi és a nyilvántartásokat átfogó logisztikai modulja rövid másfél év alatt igen komoly érdeklődést keltett a magyar piacon. A kis- és középvállalatok számára kialakított e-Start rövid határidővel és fix költségekkel kínál az e-business-csomagbeli modulokénál szűkebb funkcionalitást. Felmérjük az ügyfél üzleti folyamatait, és leképezzük a rendszerre. Azokat a részeket vezettük be, amelyek a meglévő, működő üzleti folyamatokat támogatják. Az e-Start lényege a módszertan, amely a bevezetést végrehajthatóvá teszi. A CRM e-Start, amit most a KFKI Iconnal és a HP-val közösen elkészítettünk, operatív CRM, a kapcsolat történetét adja elő minden újabb kapcsolatfelvételnél. A modul két nagy részből az egyik az értékesítési folyamatokat fedi le, a másik pedig az ügyfélszolgálatot. A kettő külön-külön is bevezethető, bár a leghatékonyabb megoldás, ha értékesítés- és vevőszolgálat-támogatásra egyaránt használják.



Adattárolás az e-kormányzatban

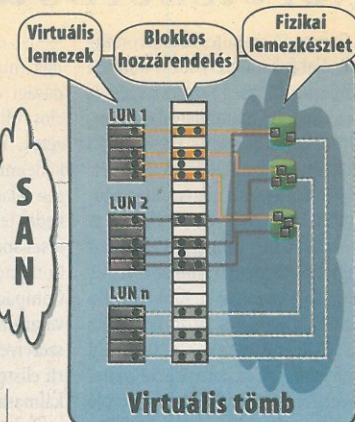
Az elektronikus kormányzat lényege az internetes kapcsolat, azon belül pedig a folyamatos elérhetőség. A huszonnegy órás huszonnegy órán át működő interneten át beérkező megkeresésre nem lehet egy táblával válaszolni, hogy éppen nincs ügyfélfogadás, de azzal sem, hogy hardver- vagy szoftverhiba miatt szünetel a szolgáltatás. Az e-kormányzatban hozzáférhetővé tett alkalmazásoknak teljesíteniük kell a folyamatos üzemi internetinfrastruktúra-követelményeket. A HP szakemberei ennek jegyében gondolták végig, milyen adattároló rendszerekre lehet szükség az államigazgatásban, és ezeket milyen úton lehet létrehozni. Azt tudni kell, hogy az adattárolási megoldások párhuzamosan fejlődtek az adathálózatok kialakulásával. Ahogy nőtt a hálózati kapacitás az egyik oldalán és a gyorsan hozzáférhetően tárolandó adatok mennyisége, úgy lettek egyre nagyobb kapacitásúak és egyre biztonságosabbak az állománykiszolgálók. Az utóbbi években azonban már elértünk egy olyan szintre, amikor az állománykiszolgáló kevés, az adattárolás egyre jobban függetlenedik a feldolgozástól, és - nem utolsósorban a nagy teljesítményű adatházis-kezelők térnyerésének köszönhetően - önálló szolgáltatásként jelenik meg a rendszerekben. Ennek fő megjelenési formája a külső, önálló merevlemeztorony, il-

letve a hagyományos, a kiszolgálóra közvetlenül csatlakozó tárolók mellett rohamosan terjedő, a hálózatra közvetlenül, kiszolgálói környezetben nélkül csatlakozó berendezés, a NAS (Network Attached Storage) lemeztömb. A NAS az adattárolási-kiszolgáló adattárolási funkcióit átvevő, egyszerű, könnyen és gyorsan konfigurálható termék. Van azonban egy hátrányuk, az, hogy közvetlenül a helyi hálózatra csatlakoznak, és ott igen nagy sávszélességet képesek lekötöni. Az áttervezőképesség korlátozott volt vezetett egy másik, hasonlóan népszerű modell, a SAN (Storage Area Network), egyfajta külön adattároló-hálózat kialakulásához. A tárolóhálózat a mai nagyvállalati informatikai környezetnek szinte kötelező eszköze, s a számítógépek között az adatok üvegcsalán mozognak, FC (Fibre Channel) standard szerint, általában kilencven megabájt/másodperc sebességgel. Legújabbban pedig már megjelentek a száználvalva megabájt/másodperc sávszélességű SAN-eszközök is. A következő lépés az lesz, amikor kialakulnak a nyílt, skálázható, központilag felügyelhető hálózati tárolók. Bár a piacon az utóbbi években megjelent NAS és SAN adattárolót szokás teljes megoldásnak nevezni, mégis van még hová továbblépni. A HP elképzelései éppen ebbe az irányba mutatnak, a technikai irányok összeolvadása a

nyílt, méretezhető hálózati tárolóeszközök felé, amelyek az adott szituációtól függően képesek egyidejűleg NAS- és SAN-funkciókat ellátni. Ekkora kapacitást azonban csak a legtrikábban lesz képes egy cég egyedül kihasználni, célszerűvé válik a tároló megosztása több szervezet között. Másiképpen fogalmazva: érdemesnek látszik a felhasználóval csak olyan és annyi tárolóterületet megfizettetni, amilyenre és amennyire éppen szüksége van. Amint már nincs rá szükség, felszabadítja a területet, és fizetnie sem kell érte. Hasznos lehet ez a rugalmas szolgáltatási modell például annak a számára, aki havi zárást készít egy programmal, mert e művelet átmeneti tárgyú minden bizonyonnyal többszöröse is lehet a hó közben felhasználtnak. Tehát mindig csak a záras idejére, és csak akkor van szükség a megnövekedett kapacitásra. A megoldás a használat szerinti költségelszámolás, vagyis egy olyan konstrukció, melyben a felhasználó nem berendezést, hardvert és szoftvert vásárol, hanem szolgáltatást. A szolgáltatás alapja egy mikrokód program, amely pontosan méri a kihasznált tárkapacitást, a kerete pedig egy pénzügyi és szervizmegállapodás. Ennek a rendszernek nemcsak az az előnye, hogy a nem használt kapacitáért nem kell fizetni, hanem - az outsourcing jellegéből fakadóan - az is, hogy pótlólagos

beruházások nélkül lehet vele folyamatosan a legmodernebb színvonalon tartani az adattárolást, biztosítani a lehető legmagasabb fokú adatbiztonságot. Így húzhat hasznót az e-kormányzat az e-gazdaság által kikényszerített gyors technológiai fejlődésből.

Az áramszolgáltatáshoz hasonlóan működő adatszolgáltatás megvalósítása a másik, a szolgáltatói oldalon a berendezések működtetésének egyre magasabb fokú integrációjának köszönhető. A régebbi, hagyományos tárolók, például RAID lemeztömbök, valamint a SAN, illetve NAS berendezések logikailag egy rendszerbe, fődatárba - azaz lazán egymáshoz kapcsolva, de összehangoltan működő elemekből álló - adattárba építhetők. Ennek az adattárnak a legfontosabb jellemzője a nagyon könnyű méretezhetőség, ami virtuálisan határtalanra teszi őket. A fődatár adattárát egy szoftverkészlet tartja egyben, melynek moduljai a HP OpenView termékcsaládba tartozó FSAM (Federated Storage Area Management) szoftverek. Ezek a programok a lemeztömbökre az alkalmazások, kiszolgálók igényeinek megfelelő tárolóterületeket foglalnak le, azokat a hálózat egyetlen pontjából felügyelik, szükség esetén áthelyezik, bővítik, átrendezik. Mindez természetesen üzem közben, leállítás nélkül történik. A felhasználó nem veheti, és nem is veszi észre, ha az OpenView megfelelő modulja a betelni készülő tárterület megnövelése érdekében hozzáad az éppen használt adatházis által lefoglalt tárhoz egy újabb területet, valahol egészen máshol, másik berendezésben, mint ahol az eddig terjeszkedett. Az FSAM hálózati tárolórendszer egyszerre nyújtja a centralizált és az osztott adattárolás előnyeit, a hátrányok nélkül. Előny a centralizált felügyelet, hiszen így optimális szinten tartható a tartalék kapacitás, ellentétben a helyzettel, amikor minden kliens-kiszolgáló megoldásnak külön lemeztömbök állnak rendelkezésre. A decentralizált fizikai tárolás elő-



nye pedig egyrészt a régebbi beruházások megtarthatósága, másrészt a moduláris bővíthetőség.

A HP számításai szerint a moduláris adattárolási eszközökkel a megszokottnál tízszer nagyobb hatékonysággal adminisztrált tárolóhálózat, az adattárolási erőforrások rugalmasan méretezhető környezete hozható létre. Ezzel a környezettel szemben azonban még fennáll egy, az e-gazdaságban és az e-kormányzatban egyaránt alapvető követelmény, az adatvédelem és adatbiztonság. Az adatokat meg kell óvni a műszaki meghibásodások, a véletlen kezelői hibák, az illetéktelen adatkivonások és vírusok, továbbá a természeti és egyéb katasztrófák ellen. Tökéletes adatvédelem nem létezik, de vannak jól elkülöníthető szintjei és az egyes kihívásokra adott válaszai, a tárolóberendezésbeli redundanciáktól a katasztrófatűrő topológiáig. A legerősebb az olyan rendszer, amelyben mindenf meg többszöröznek, mégpedig egymástól nagy földrajzi távolságra lévő helyeken, és ezek között az összeköttetés is többirányú. Ha valamelyik munkahely kiesik, egy másik automatikusan átveszi a helyét. Az alkalmazások megosztásával elérhető, hogy ne legyenek csak a biztonságot szolgáló kihasználatlan kapacitások, mindegyik helyszínen valamilyen produktív alkalmazás fusson, az adattárolók kölcsönösen egymás adatait tükrözzék. A távolság akár több ezer kilométer is lehet, de fontos, hogy ilyen esetben az adatok tükrözése már aszinkron módon történik, konverterek közbeiktatásával.

CSÚCSMINŐSÉGŰ TÁROLÓK

A Hewlett-Packard XP és VA tárolórendszerei mind NAS, mind pedig SAN környezetben alkalmazhatók, a tárolókat kezelő szoftver eszközei heterogén, nyílt környezetben felügyelik nemcsak a HP-gyártmányú, hanem a más szállítótól vásárolt berendezéseket is. Az adattárolási szolgáltatás megvalósításához pedig már megjelent a használat szerint számlázó program első kiadása.

Az XP rendszerek - a névből összecsengés a Microsoft XP rendszerével véletlen műve csupán - szoftvermegoldásai két fő csoportba sorolhatók. Az egyik csoportba a folyamatos üzemeltetést fenntartás és a megbízható rendelkezésre állást biztosító Business Copy XP, Continuous Access XP, Autopath XP, Cluster Extension XP tartozik, a másik csoportban a csúcsmínőségű felügyelő, biztonsági és teljesítményhangoló LUN Configuration Manager XP, Secure Manager XP, Cache LUN XP, Performance Advisor XP és AutoLUN XP programot találjuk. A Data Exchange XP nagyszámítógépes és nyílt rendszerek közötti adatszerét tesz lehetővé, az SPI (Smart Plug-In) termékek pedig lehetővé teszik az XP tárolórendszer in-

tegrálását a HP OpenView és más, nem HP-gyártmányú rendszerfelügyeleti rendszerekhez, mint a Tivoli vagy a CA Unicenter TNG. Ezen belül például a Business Copy XP lokális gyorsmódot készít, akár az alkalmazás - például az integrált vállalatirányítási rendszer - leállítása nélkül is. A Continuous Access XP egymástól földrajzilag távol felállított XP rendszerek logikai kötetit tükrözi ide-oda. Ennek egy nagyobb teljesítményű változata a katasztrófatűrő rendszerekhez ajánlott aszinkron Continuous Access XP Extension. Nemcsak a merevlemezt, az elérési utat is érheti baleset. Ilyen esetekben az Autopath XP kapcsol át automatikusan egy másik adatútra. Ez a szoftver NT és Windows 2000 rendszerekben dinamikus terhelésselést is végez. A szerverek felé a tárolórendszer logikai lemezeket (LUN) mutat, amelyek konfigurálás, elérési ponthoz rendelését a LUN Configuration Manager XP végzi, az AutoLUN XP pedig, ha a terhelésük eléri a rendszergazda által beállított küszöböt, automatikusan áthelyezi őket a hálózatnak valamelyik nagyobb teljesítményű biztosító berendezésére.

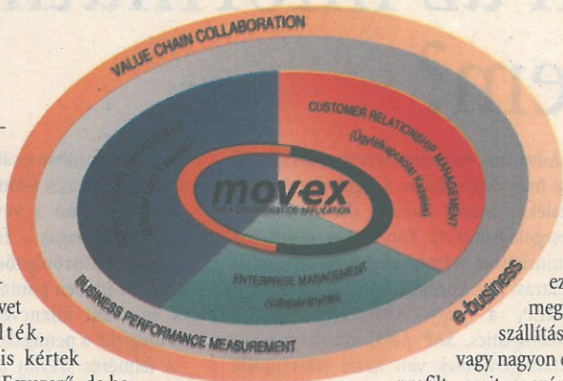
Vállalatirányítási rendszerek expanziója

[FOLYTATÁS AZ 1. OLDALRÓL]

Az Typotex kiadó gondozásában megjelent „Cluetrain, a hagyományos üzletmenet végnapjai” című könyv, az Informatikai Kormánybiztosság által támogatott Információs Társadalom A-tól Z-ig sorozat első kötete arról szól, hogy az internet újfajta nyilvánosságot teremtett. Egy mástól távol élő, egymást nem ismerő embereket nagyon könnyen tud összehozni egy-egy konkrét, közös ügyben. Feltesz az ember egy csevegőhelyen egy kérdést: „Hol lehet gurtnit kapni?”, és máris öt válasz érkezik. A kibertérben nincsenek távolságok, nincs hossza az útnak embertől emberig, embertől vállalatig, áruházig, kereskedőig. A lehetőség divatot, szokást teremt: egy idő után bármire van szükségünk, ugrunk a számítógéphez, és keresni kezdjük rajta. A kibertér, de még inkább a rajta kialakuló azonnaliság, készségesség megkerülhetetlenné válik. Azáltal, hogy az internet gyorsan elárasztja látogatóját információval, a telefonos ügyfélszolgálat szerepét is át kell értékelni. Ez az átértékelés jelenik meg a CRM betűszóban, ami az ügyfélkapcsolati rendszer angol rövidítése, és a kulcszó benne a kapcsolat, mégpedig az élő kapcsolat. A személyes kapcsolat kezelése tehát nem más, mint a CRM. Ennek minél jobb működtetéséhez szolgálthat tehát információt minden egyes történés, amiről tudomásunk van, minden adat, amit valaha megtudtunk az ügyfélről. A kapcsolatkezelés alapja tehát egy növekvő adattömeg, amelyben azonban el kell tudni igazodni. Ami előtűnt, az már sokféle lehet. Befárad az ügyfél az irodába, és az ügyintéző úgy tárgyal vele, hogy közben a képernyőjére be tud hívni mindent, amit tudni lehet erről a kapcsolatáról. Bejelentkezik a visszatérő vásárló a virtuális áruházba, és már a kezdőlapon megjelennek azok az ajánlatok, amelyeknek a korábbi vásárlásaiból ítélve nem fog tudni ellenállni. Ennek egy nem személyes, de a kapcsolatkezelés témakörébe vágó változatát találkoznak az Amazon.com könyves honlap vásárlói. Amikor kiválasztanak egy könyvet, más kiadványok garma-

dájának leírása jelenik meg a képernyőn, és a felirat: azok, akik korábban a kiválasztott könyvet megrendelték, ezek közül is kértek egyet-kettőt. Egyszerű, de hatásos módja a rábeszélésnek. A következő szint a telefonos ügyfélszolgálat, amit úgy is ki lehet alakítani, hogy sok-sok lépcsőn át csak elágazásokkal, gépi hanggal és hívásadással találkozzon az ember – mint a telefonszolgálat előfizetői –, de ez a megoldás inkább ügyfélkapcsolat-megszakító, mint kezelő...

Azt írjuk, hogy minden adat, információ ott van a képernyőn a telefonkezelő előtt, ami az ügyféllel kapcsolatos. De akkor elérhetőnek kell lennie a számlainformációnak, az érvényes megrendeléseknek is, mindennek, amire csak az ügyfél rákérdezhet. S ha a kapcsolatkezelés fóruma az internet, akkor ideális esetben ott is elérhetőnek kell lennie a folyószámlának, a megrendelésnek és így tovább. Ezzel meg is érkeztünk az integrált vállalatirányítási rendszer felségterületére. A CRM ebben az összefüggésben egy közvetítő közeg a belső nyilvántartások és a külső kapcsolatok között. Sőt egy lépéssel tovább menve maga a virtuális áruház is beolvasható a CRM fogalmába, hiszen – és ez igen fontos – a jól ügyfélkapcsolati rendszer nem egyirányú, nemcsak a már digitálisan meglévő adatokat teszi elérhetővé, hanem befogadja az aktuális kapcsolat során létrejött újabbakat is. Dinamikus rendszer tehát, amely úgy képes számon tartani a cég kapcsolatait, mint az ember a magáét. Amikor beszélgetünk a barátunkkal, minden fontosat megjegyezzük abból, amit mesél, s ezzel valamit változik is bennünk a róla alkotott kép. Mint ahogyan változik akkor is, ha nem tőle, csak fe-



lőle hallunk valamit. A CRM - mel integrált vállalatirányítási rendszerben is ez történik: az új megrendelés, a beszállítás késése kicsit vagy nagyon elmozdítja azt a profit, amit a számítógép őriz a partnerről.

Ez az egyik oldal, de egy cég, amelynek vásárlói, ügyfelei vannak, maga is vevője a termékei előállításához szükséges nyersanyagoknak, alkatrészeknek, részegységeknek. Ezek a partneri, illetve a beszerzési szempontjából a B2B-kapcsolatok. A CRM mellett a másik irány, amerre az integrált vállalatirányítási rendszer kiterjesztése megkezdődött, a beszerzési folyamatok felgyorsítását szolgáló virtuális piactér. Ezen a piacon többnyire termelők és megrendelők találkoznak, ezáltal iktatódik ki az a bizonyos kötőjel, a kereskedő a kapcsolatból. Ennek egyrészt ármérséklő, másrészt az egyeztetéseket felgyorsító, tehát végtermékben az igény felmerülésétől a szállítási eltelő időt csökkentő hatása van. Ideális esetben amint az illetékes rábólint egy megrendelésre, az automatikusan beépül mind a szállító, mind a megrendelő vállalatirányítási rendszerébe. Megjelenik mint megrendelés, mint szállítási feladat és így tovább.

Tovább gondolva a fejlődési folyamatot, szükségszerűen el kell jutnunk a globális gazdaság irányítási rendszerének víziójáig, amelybe minden cég, sőt minden vásárló is beépül a maga integrált rendszerével, telefonjával, hitelkártyájával, elektronikus pénztárcájával. Ettől azonban még messze vagyunk. Az előttünk álló évek feladata a CRM és a virtuális piac kialakítása, az információs tárházak felállítását, majd a három összeépítése, és az így szerzett előnyök kihasználása a piaci versenyben.

VILÁGTÜKÖR

Az ArchiCAD 7.0 Kaliforniában

A Graphisoft ArchiCAD 7.0 diák- és oktatási verziói Amerikában is terjednek: az UCLA számítógépes laboratóriuma megvásárolta ArchiCAD-licenceinek számát, hogy Kalifornia legnagyobb egyetemének építészhallgatói új generációs 3D-s CAD-szoftverrel tervezhessenek. Az ArchiCAD 7.0 a kreativitást ösztönző, felhasználóbarát tervezőeszköz, melynek segítségével a diákok szabadon kísérletezhetnek a legkülönbözőbb építészeti koncepciókkal, tanáraik pedig a szoftverhasználat bemutatása helyett lényegesen több időt fordíthatnak a tervezés oktatására. A Graphisoft szoftvere, az ArchiCAD már régóta nélkülözhetetlen oktatási eszköz több mint százhuszonöt amerikai egyetem és főiskolán, köztük a nagy múltú Texasi A&M Egyetemen, a Harvard Design School és a Yale Egyetem Építészkarán. Világszerte jelenleg közel ezer építészkaron oktatják az ArchiCAD-et. A mai építészhallgatók már értenek a komputerhez, és többet várnak a számítógépes tervezéstől, mint pusztán rajzokat. A tapasztalatok szerint a diákok azért szeretik ArchiCAD-del dolgozni, mert szórakoztatónak és izgalmas, 3D-ben kísérletezhetnek a legkülönbözőbb elképzelésekkel, a program úgy gondolkodik, ahogyan az építésszek – megkíméli őket a lélekölő dokumentációs folyamatoktól.

Innovációs díj az Infineononak

Az elmúlt év legjobb német technológiai innovációját elismerő díjat a müncheni félvezetőgyártónak, az Infineonnak ítéltek oda a nagyvállalati kategóriában. A díjjal két teljesítmény-felvezető termékcsaládot, a CoolMOS-t és az IGBT-t tüntették ki. Előbbi PC-k, laptopok tápegységében és mobilakktöltő készülékekben nyerhet alkalmazást. Az IGBT félvezetők háztartási gépek, klímaberendezések és ipari berendezések motorvezérlő elektronikájába beépítve akár harminc százalékkal is csökkenthetik a fogyasztók energiafelvételét. A frankfurti régi Operaházban lezajlott díjátadási galán Ulrich Schumacher elnök mellett dr. Tihanyi Jenő, az integrált áramkörök fejlesztésének vezetője képviselte az Infineont, akit néhány éve az év Siemens-felhalálójával tüntettek ki. Az Infineon AG-ban a Siemens AG-nak a közelmúltbeli részvényeladás ellenére is jelentős tulajdonrésze van.

Cseh telefonközpontok

A Siemens IC Networks csoportja nagy értékű szerződést írt alá a cseh vezetékes telefonszolgáltatóval, a Cesky Telecommal a világviszonylatban is technológiavezető EWS telefonközpontok telepítésére és karbantartására. A cseh szolgáltató Siemens-technológiát alkalmaz szolgáltatásának modernizálására és bővítésére. A hálózatfejlesztés tervezett befejezése 2002 közepén, a teljes hálózaton belül a szolgáltatóválasztás, a számvitel és az új számválasztás elérhetősége 2002 végére valósul meg. E szolgáltatásokat a cseh telekommunikációs törvény írja elő. Az EWS rendszer világszerte mintegy kétszázötvenmillió vonal kapcsolását biztosítja, és ezzel a vezetékes piaci szegmens első számú kapcsolástechnikai eszköze.

Környezet-szennyezés: nulla

A világ fejlett országaiban, így az Európai Unióban is elfogadott elv, hogy nem a hulladék megsemmisítésére, hanem keletkezésének megakadályozására, a termeléskor keletkező melléktermék

Az Oki környezetvédelmi programjának első változatát 1993-ban fogadták el, és az ISO 14001 környezetvédelmi szabvány szerinti termelésről az első között kapták meg a tanúsítványt

hasznosítására kell törekedni. Vagyis a kibocsátást kell lecsökkenteni ahhoz, hogy a Föld néhány évtized alatt ne fulladjon bele a szemétkébe. Sok multinacionális cég különösen nagy súlyt fektet ennek az elvnek az alkalmazására. Közéjük tartozik az Oki Electric Industry Co., Ltd. is. Az általuk gyártott lapnyomatóban például környezetkímélő megvilágítási technikát alkalmaznak. A szilíciumhengere ugyanis a festéket megkötő töltéseket nem mérgező ózont létrehozó kvarclámpa, hanem világító diódák, LED-ek viszik rá.

Most azonban sikerült eljutnia a csoport egyik vállalatának, a Nagano Oki Electric Co., Ltd.-nek addig, hogy semmilyen hulladék kibocsátás nem történik a termelésben. Az Oki-csoportban nulla szintűnek mondják, ha a termelési és egyéb hulladék visszaforgatási aránya magasabb, mint kilencvenkilenc százalék. A Nagano Oki immár a második Oki-üzem, ahol ezt elérték, az első a Miyazaki Oki félvezetőgyár volt.

1998-ban. A program következetes alkalmazásával és rendszeres korszerűsítésével jutottak el addig, hogy a 2002 márciusában kiadott Oki környezetben már kitűzhető cél a fő üzemekben és fejlesztőlaboratóriumokban a nulla kibocsátás elérését 2005-re.

Megoldották például a beérkező alkatrészek PVC-csomagolásának – évi huszonöt tonna – nem mérgező módon elégethető gázzá alakítását. A korszerű elvek szerinti termelés gazdaságos is, hiszen a Nagano Oki arra számítanak, hogy a márciusban véget érő gazdasági évben az előző évinél harminc százalékkal, másfél millió jennel kevesebbet kell hulladékkezelésre költeniük. A nulla kibocsátás elérésének fő eszközei közé tartozik évente mintegy hat tonna csomagolóanyag visszajuttatása az IC-gyártóknak, az alaplapkészítésnél kimért hús tonna fém összegyűjtése, a megmaradó nem fém hulladék burkolatként való hasznosítása, általában a körültekintő hulladékgazdálkodás.

Bővül az IBM Magyarországon

Az IBM Magyarországi Kft. az informatikai kihelyezési üzletben már meglévő pozíciójának további erősítésére többségi tulajdont szerzett az ISC-Hungária Informatika Kft.-ben (ISC). Az informatikai outsourcing cégeknek mások informatikai berendezéseinek felügyeletével, karbantartásával foglalkozó ISC korábbi tulajdonosa a Budapesti Elektromos Művek Rt. (Elmú), az Észak-Magyarországi Áramszolgáltató Rt. (ÉMÁSZ) és a Mátrai Erőmű Rt. volt, közülük az Elmú tartott meg huszonöt százalékos résztulajdont. A megállapodás értelmében az IBM Magyarországi Kft. hetvenöt százalékos tulajdonrészével többségi tulajdonos lesz az ISC-ben. A száznegyven főt foglalkoztató ISC székhelye Budapesten van, két további telephelye Miskolcon és Visontán található. Az ISC mint az IBM Magyarországi Kft. leányvállalata funkcionálisan az IBM szolgáltatási üzletágához, a Global Serviceshez

tartozik. A Global Services az IBM legdinamikusabban növekvő részlege, Magyarországon is jelentős erőforrásai vannak. Az IBM Global Services tapasztalt tanácsadó mellett már működik egy közép-európai ügyfeleket kiszolgáló outsourcingközpont Magyarországon. Az ISC többségi tulajdonrészének megvásárlásától az IBM a vezető pozíció megszerzését várja a magyar informatikai kihelyezési piacon. Az ISC tapasztalt, képzett szakembereivel teljesíteni tudja az IBM stratégiai célkitűzésének elérését, hogy magyarországi és a régió más országbeli ügyfeleit ellássa alkalmazásfelügyeleti (mint például az SAP), adatközvetítő, kihelyezett e-business-üzemeltetési és hálózati, valamint a munkaadásokhoz kapcsolódó szolgáltatásokkal.

Interware-PSINet megállapodás

Együttműködési megállapodást írt alá az Interware Rt. és a PSINet Magyarország Kft., melynek értelmében a PSINet az Interware Data Centerben alakítja ki saját kolokációs szolgáltatását, az Interware pedig nemzetközi internetkapcsolatának bővítését a PSINet-től rendeli meg.

A hosszú távú megállapodás aláírását követően a PSINet az Interware új Data Centerében helyezte el saját és ügyfelei szervereinek egy részét.

Az Interware Rt.-nél ugyanakkor az ADSL-előfizetők és a co-location szolgáltatást igénybe vevő ügyfelek számának dinamikus növekedése miatt az elmúlt időben szükségessé vált a nemzetközi sáv-szélesség növelése. A két vállalat által aláírt megállapodás értelmében a nemzetközi sáv-szélesség bővítését az Interware a PSINet-től rendeli meg.

Mint Pámer Róbert, az Interware Rt. vezérigazgatója elmondta: „A megállapodás aláírásával olyan együttműködés jön létre a két legnagyobb független internetszolgáltató között, melyben mindkét fél azt a szolgáltatást nyújtja, amiben

a legerősebb.” Az Interware Rt. a legkorszerűbb szolgáltatást biztosítja, aminek köszönhetően a PSINet Magyarország Kft. ügyfeleinek szerverei is a legjobb helyen vannak.”

Graur Tamás, a PSINet Magyarország Kft. ügyvezető igazgatója elmondta: „Amellett, hogy több magyarországi internetszolgáltatóhoz tartozunk első szintű nemzetközi kapcsolatot, a szerverelhelyezésre és kihelyezett informatikai szolgáltatások biztosítására idéntől nagyobb hangsúlyt helyezünk. Ezen szolgáltatásaink további erőteljes fejlesztése várható.”

Az Interware Rt. az elhelyezett szerverek számát tekintve a vezető magyarországi co-location-szolgáltató. A Median Webaudit 2001. január 22-i felméréseiben szereplő tíz leglátogatottabb weboldal közül hat az Interware Rt. szervertermében található gépeken fut. Az Interware-nél elhelyezett gépek száma dinamikusan nő, és 2001 végére elérte az ötszázat. Ennek köszönhetően az Interware Rt. kolokációs szolgáltatása már a tavalyi évben is jelentős nyereséget termelt.



Megbízható és elérhető



(1) 382 1111/142

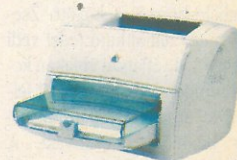


www.hp.hu, www.hpshop.hu

Ha minőségi lezérnyomatót szeretne, akár irodai, akár otthoni használatra, vásároljon hp LaserJet 1000w nyomtatót, most kivételesen kedvező áron.

- 10 lap/perc
- emulációs 1200 dpi felbontás
- 2500 lapos kezdőkészlet
- vízszintes lapadagoló

71 900 Ft+áfa



TOVÁBBI INFORMÁCIÓÉRT HÍVJA VEVŐSZOLGÁLATUNKAT, VAGY KERESSE FEL WEBLAPUNKAT! INGYENES HÁZHOZ SZÁLLÍTÁS A HP SHOPON.

A KPMG felmérése

A kereskedelemben az informatika még gyenge láncszem?

Az ellátási lánc hatékony kezelése egyre fontosabb a napi fogyasztási cikkek gyártó és forgalmazó cégek körében. A szektorban a beszállítók, gyártók, disztributorok, kiskereskedők és vevők közötti együttműködés egyre szorosabb és tudatosabb, hangsúlyossá válik a ma még alacsony fokú informatikai integráció fejlesztése, és egyre több cég vezet be hatékony teljesítménymérő rendszereket. Ezek a legfőbb megállapításai annak a felmérésnek, amelyet a **KPMG Consulting** végzett az iparág hazai cégei között. Ez az első átfogó iparági elemzés hazánkban arról, hogy az ellátási láncmenedzsment (Supply Chain Management – SCM) elmélete hogyan valósul meg a gyakorlatban.

A KPMG tanácsadói az élelmiszeripari és higiéniai termékeket gyártó és forgalmazó, illetve ezek kereskedelmével foglalkozó iparág (Fast Moving Consumer Goods – FMCG) hetvennégy hazai vállalatánál elemezték az ellátási lánc-menedzsment gyakorlatát. (A vizsgált cégek közül harminc a kétszáz legnagyobb hazai vállalat – Top 200 – körébe tartozik.) A felmérés célja annak megállapítása volt, hogy a szektor vállalatai milyen mértékben működnek együtt az ellátási lánc területén, milyen informatikai támogatásokat, illetve teljesítménymutatókat használnak. Először a cégek logisztikai és felső vezetői értékelték a KPMG kérdőíve alapján saját SCM-gyakorlatukat, majd a válaszokat a tanácsadók további tizenhárom iparági területre lebontva összegezték.

Az együttműködést vizsgálva kiderült, hogy a megkérdezettek pozitívan ítélik meg kapcsolatukat tíz legnagyobb beszállítójukkal, illetve vevőjükkel, bár a beszállítókkal kialakított viszonyt egyértelműen jobbnak tartották, mint a vevőkkel kialakított kapcsolatot. A vevők bevonásának mértéke a kereslettervezésben a legerőteljesebb, míg a beszállítókkal a beszerzési igények tervezésében a legszorosabb az együttműködés.

A válaszadók jelentős többsége elégedett vállalatuk ellátási láncának struktúrájával (nyolcvannégy százalék szerint az támogatja a vállalati stratégia megvalósítását) és a cég belső együttműködésével

(nyolcvankét százalék szerint a részlegiek együttműködése lehetővé teszi az ellátási lánc optimalizálását).

Nagyobbak az eltérések az SCM informatikai támogatottságában. A vállalatok hatvankét százaléka használ valamilyen integrált vállalatirányítási rendszert (Enterprise Resource Planning – ERP), a Top 200-as cégek esetében ez arány még magasabb, nyolcvanhárom százalék. Ugyanakkor harmincnégy százalékuk nem használ integrált, operatív rendszert, ennek egyik legfőbb oka az, hogy a válaszadó kis- és középméretű cégek inkább sziget-szerű megoldásokat alkalmaznak. Jelentős a különbség az egyes területek között is: a konzerv- és egyéb élelmiszer-, a higiéniai termékek, a húsfeldolgozás és a kereskedelem szegmensben az ERP-rendszert használók aránya magasabb nyolcvan százalékánál, míg a tejtermék- vagy a malom- és sütőiparban harminc százalék alatt. Az ERP-rendszerek közül piacvezető alkalmazás az SAP R/3 harmincegy százalékos részesedéssel, a többi rendszer, a Scala (hat százalék), a JD Edwards (öt százalék), a BPCS (öt százalék), az Apollo (öt százalék), a PRISM (öt százalék) egyike sem tudta megközelíteni az SAP-t. Igen sokan használnak ugyanakkor saját fejlesztésű vagy egyedi rendszereket.

Az ERP-rendszereket kiegészítő, úgynevezett fejlett tervezési rendszerek

(Advanced Planning Systems) alkalmazása már jóval ritkább: a cégek tizenhét százaléka használ tervező, döntéstámogató megoldásokat (a Top 200-as cégek harminchárom százaléka). A piacvezető alkalmazás egy középkereskedelmi rendszer, a SKEP, a nagy APS-rendszerek (i2, Manugistics, SAP APO) közül egyedül a Manugisticsnek van hazai referenciája.

A legnagyobb kihívásnak az informatikai rendszerek integrálása bizonyult: a cégek és partnereik közötti IT-integráció alacsony fokú, a válaszadók nyolcvannégy százaléka az „egyéltalan nem” vagy a „korlátozottan integrált” kategóriát jelölte meg. Jobb a helyzet a cégekben belül: ott a többség részben (ötvenhét százalék) vagy teljesen (tizenhárom százalék) integráltnak tartja a rendszert. A vállalatok e-business-kezdemenyvezései többnyire a vállalatok közötti együttműködést – B2B – (harminckét százalék), illetve az intranet alkalmazását (harminchét százalék) célozzák. A megoldásokat leginkább az információk közzétételére, kommunikációra és a tranzakciók feldolgozásra használják.

Az ellátási lánc hatékonyságának biztosítása szempontjából fontos a teljesítmény rendszeres mérése, ezen belül is elsősorban olyan versenytényezőkre, mint a gyorsaság, a rugalmasság, a minőség és az ár. A beszállító teljesítményének mérését szolgálja a szolgáltatási szintre vonatkozó megállapodások. A felmérés szerint a cégek ezért beszállítóikkal szerződésben rögzítik a megengedhető minőségi hibák arányát (a cégek kilencven százaléka van ilyen szerződése legfontosabb beszállítóival) és a mennyiségileg pontos szállítások arányát (a cégek nyolcvannégy százaléka rögzíti ezt is). Az időben pontos szállítások arányát, a rendeléstelejesítési rátát és a számlapontosságot valamivel kevésbé kritikusnak vélik a

válaszadók, azonban az átlag ezek esetében is hetvenöt százalék fölött volt.

A szektorban a vevők kiszolgálási szintje igen magas – főként a kiélezett versenynek köszönhetően a mennyiségileg, illetve időben pontos szállítások aránya egyaránt kilencvennégy százalék, ami megfelel a nemzetközi átlagnak.

A felmérés szerint az iparág cégei a hatékony készletgazdálkodást tekintik az ellátási lánc eredményes menedzselése egyik legfontosabb elemének. Bár a készletezés nagyban különbözik az egyes szegmens esetében, a szektor átlagos készletszintje alacsonyabbnál harminchárom nap, csomagolóanyagoknál harmincegy, félkész termékek esetében tizenkilenc, készterméknél huszonöt nap.

A pénzügyi mutatók elemzésekor kiderült, hogy a magyarországi FMCG-vállalatok átlagosan hétszázalékos működési eredménnyel tevékenykednek. A hazai gyártásból származó termékeket alapvetően a magyar piacon értékesítik – a vállalatok árbevételének hetvennyolc százaléka belföldi értékesítésből származik, az export aránya tizenkilenc százalék, a vállalatok belüli transzferé négy százalék.

A cégek kiemelten kezelik a logisztikai kiadások csökkentését: a költségek a vállalat árbevételének 11,5 százalékát teszik ki, amelyből az értékesítési szállítási költ-

ség 4,2 százalék, míg a raktározás és készlettartási költség együtt az árbevétel 5,4 százaléka.

Az elosztási csatornák közül az internetet nem használják a szektor cégei (B2C-megoldások alig találhatók). Termékeik értékesítésére a vállalatok döntő mértékben a kis- és nagykereskedelmi csatornákat használják (arányuk nyolcvankét százalék), míg a közvetlen fogyasztói értékesítés aránya tizenöt, a vendéglátásé átlagosan három százalék.

A teljesítménymérés további fontos területe a fő folyamatok (beszerzés, termelés és rendeléstelejesítés) átfutási idejének értékelése. A vállalatok nyolcvanöt százaléka három napnál rövidebb idő alatt szállít, a beszerzések átfutási ideje átlagosan tizenöt, míg a gyártásé hét nap. A termelési és a rendeléstelejesítési átfutási időket elemezve látszik, hogy csak néhány vállalat van abban a helyzetben, hogy a fogyasztói igényeket pontosan a rendelésre gyártva elégítse ki.

A felmérésből kiderült az is, hogy a kiskereskedelmi márkák (például: Spar-tejföl, Tesco-útidők) aránya növekszik (jelenleg tizenegy százalék), és elsősorban az útidő-ital- és állateledel-gyártásban jelentősebb (huszonhárom, illetve tizenkilenc százalék). A gyártói márkák a higiéniai termékek piacán a legstabilabbak, itt arányuk kilencvenkilenc százalék.

MI AZ SCM?

Az ellátási lánc a beszállítók, a gyártók, a disztributorok, a kiskereskedők és a végső fogyasztók közötti kapcsolatot jelenti. Az ellátási láncok teljesítménye nagymértékben javítható, ha a lánc tagjai hatékonyan együttműködnek: segítségével olcsóbb és testre szabottabb termékeket kínálhatnak, magasabb lehet a kiszolgálási színvonal és rövidebb a teljesítési idő.

Az együttműködési készségen és képességen túl az ellátási lánc menedzselése akkor lehet sikeres, ha az információk áramlása gyors és átlátható, a lánc működésének tervezése és optimalizálása kellően alapos, illetve megfelelő rendszer méri folyamatosan a legfőbb teljesítménymutatókat.

Zsebszámítógép telefonnal

A Handspring IMC Hungary (HDSys Kft.) bemutatta Budapesten a Treo kompaktkommunikátor-család első két tagját. A mobiltelefonos zsebszámítógépek abban különböznek egymástól, hogy a Treo 180 modellben billentyűzet is van, a Treo 180g-ben nincs. Abban viszont megegyezik a Handspring két terméke, hogy Palm rendszerűek. A Treo a gyártó szerint a főleg mobil-



telefonjára támaszkodó üzletember számára is kínál új-donságot a mobilnál megszokott kis méret és súly megtartása mellett: kényelmet, egy nagy teljesítményű hard-disklemez és korszerű kábel nélküli adatközpontokat is tartalmaz. A sokat utazók számára a Treo fontos eszköze lehet a kapcsolattartásnak otthonukkal, irodájukkal és a világhálón keresztül hozzáférhető információforrásokkal.

A Treo 180-ban a beépített, megszokott elrendezésű billentyűzet kényelmessé teszi a szövegbevitelt, a levelezést, a találgatásokat, URL-ek és egyéb információk beírását. A készülék oldalán található tekerőgombbal akár fél kézzel is gyorsan válthatunk a telefonkönyv, a nap-tár, az üzenetek, az emlékeztetők és a világháló-böngésző között. Zsebkönyv egy felhajtható fedél védi a képernyőt, de átlátszó ablakán keresztül minden látható. A fedél felnyitásával automatikusan fogadjuk a bejövő telefonhívást. A 11x6,9x1,8 centiméteres, 153 grammos kommunikátor kétszörös, és a GPRS-t is tudja.

Hitelesített világlevél

VARGHA MÁRTON

Jó útemben lépett az inter.net (ejtsd: inter-dot-net), a Netlock és az IBC net. Összefogtak, és megoldották, hogy mindenki, akinek az inter.net-nél villámpostáládája van, kaphasson – ingyen – egy nyilvános-titkos kulcs-párt. Minden olyan levelükre, amelyet a titkos kulcsukkal aláírnak – elküldéskor lefut-tatják a hitelesítő eljárást –, ettől kezdve ellenőrizni lehet, hogy a küldés és a megérke-zés között nem történt-e baja. A Netlock november 16-án, amikor erről a szerződést alá-írták, az egyetlen, a Hífnél bejegyzett törvén-yes digitális aláírás-hitelesítő. A 2001. októ-ber 26-án kélt tanúsítvány szerint fokozott bizton-sági szolgáltató. Azért jegyezthették be magukat ilyen gyorsan, mert nemzetközi céggként már évek óta végzik ezt a szolgálta-tást, s így a törvény hatálybalépésekor ké-szen volt a digitális aláírásról szóló törvény által megkövetelt infrastruktúrájuk. Tehát a – sajnos elkerülhetetlenül angol rövidítéssel elterjedő – CA (Certification Authority), vagyis a Netlock a hitelesítő hatóság vagy elektronikus közjegyző, aki jóttall az inter.net levelezőinek digitális aláírásáért. A szoftvert, amely ehhez szükséges, nevezetesen ahhoz, hogy vigyázza az elektronikus leveleket, il-letve fogadja az azokkal kapcsolatos hitelesí-tési érdeklődéseket, az IBC net helyezi üzem-be. Korábban ők korszerűsítették az inter.net számlázási rendszerét, és a Net-

lockkal is munkakapcsolatban vannak. A szolgáltatási szerződést stílszerűen digitális aláírással látták el a cégek képviselői. 2001. november 16-án, pénteken tehát megszüle-tett az első, bíróság előtt is hitelesnek számí-tó olyan szerződés, amelyet nem nyomtattak ki, csak elkészítettek a számítógépben, és az-tán digitálisan aláírtak.

Mint minden, ami akkor érdekes, ha so-kan vannak benne, a digitális aláírás is akkor terjed el szélesebb körben Magyarországon, ha már lesz valami értelme, ha olyasmire fogjuk tudni használni, amivel időt, pénzt, fáradságot takarítunk meg magunknak. Mindenekelőtt azonban arra van szükség, hogy az emberek megismerjék, megtanulják kezelni, és elfogadják. Ahogy Rózsahegy-i Zsolt, a Netlock ügyvezető igazgatója el-mondta az aláírási ceremónia után, a Net-lock öt éve terjeszti, népszerűsíti, szolgálta-tja – ma már közhitelesen is – a digitális alá-írást, és beletelt pár évbe, amíg kiderült, nem a technika a legfontosabb, hanem az embe-rek meggyőzése arról, hogy ez jó, hasznos.

Az inter.netnél több mint százötzezer postaláda-tulajdonos kaphat ingyen digitá-lis aláírást, hozzá egy jelszót és egy hitelesí-tőprogramot úgy, hogy a használatért nem kell fizetni. Aki nem akarja a merevlemezre rátenni, és magával akarja hordani a hitelesí-tő apparátusát, az – külön térítésért – ve-het hozzá egy intelligens kártyát és olvasó-egységet a PC-jéhez. A másik, külföldön

már terjedő szolgáltatást, az aláíró-szoftverrel feltöltött USB csatlako-zós kulcstartót még nem vezették be, de biztosan ennek is eljön az ideje a Netlocknál s így az inter.netnél is.



Rózsahegy-i Zsolt hangsúlyozta, hogy a titkos-nyilvános kulcspárral történő digitá-lis aláírás sosem a hordozót hitelesíti, ha-nem magát a dokumentumot. Ami azt is je-lenti, hogy kinyomtatott változata már csak akkor lehet hiteles példány például a szolgál-tatási szerződésnek, ha egy közjegyző azt hitelesíti. Ebből következik, hogy rövidesen megjelennek azok a közjegyzők, akik azt ta-núsítják majd egy kinyomtatott szerződés-en, okiraton, hogy hitelesített elektronikus dokumentumból készült, azzal szóról szó-ra megegyezik.

A szerződés aláírásakor jelentette be Székely Herbert, hogy az inter.net megvásárolta a Drótposta villámlevél-postahivatalt. Ez a magyarázata annak, hogy jóval több a náluk nyilvántartott postafiók, mint az, aki rajtuk keresztül éri el az internetet. David Browning, az Amerika és Japán mellett több volt szocialista országban is jelen lévő inter.net tulajdonos elnök-vezérigazgatója elmondta, hogy folyamatosan fejlesztik a szolgáltatásokat, igyekeznek újabb és újabb ötletekkel szolgálni az előfizetőiket. Most például spamszűrőt állítanak üzembe. A kérdésre, hogy mit ért spam alatt, kiderült,



hogy nem azt, amit Magyaror-szágon szokás, hanem a level-özön-küldözgetést. Magyarországon ha egy cég nyilvános forrásból – például a honla-pokról – összegyűjtött címlistára levelet küld, sokan már spamet kiáltanak. De – mint David Browning elmondta – a spam sokkal inkább hasonlít a – szintén kértelen – világháló csfkhirdetésre. A spam levele-zőkiszolgáló pillanatonként változó tartal-mal folyamatosan löki ki a világra a vilá-mleveleket. Az inter.net védőszoftvere te-hát azt teszi, hogy a bejövő levelek forrásá-ra kérdez rá, azt figyelni meg – ez néhány másodperc –, és ha az bizonyos, szigorúan meghatározott spamtulajdonságokat mu-tat, akkor a levél eltűnik a süllyszűtőben. De, miután vannak különcök, akik szeret-nek spamet olvasni, az ő számukra létre-hoznak egy spamkönyvtárat, ahol aztán minden inter.net-postaláda-tulajdonos kedvére olvashatják őket. Viszont a napi postát nem hízalják ezek a levelek.

David Browning a digitális aláírás jelentő-ségét egy anekdotával világította meg. Elme-sélte, hogy jó pár évvel ezelőtt dolgozott egy BBS kiszolgálóval – olyan, telefonon modem-mel felhívható számítógéppel, amely fogad és minden hívónak továbbít digitális üzeneteket –, és egyszer egy kérdésére Ausztráliából ka-pott választ, ami nagyon fellelkesítette. De aztán rájött, hogy aki ausztráliának mondja magát, az ülhet akár a szomszéd házban is egy számítógép előtt, a BBS-nél ezt nem lehet ellenőrizni. A digitálisan aláírt levélnél vi-szont ellenőrizni lehet, valóban ausztráliai-e az illető, aki küldte.

Lakossági vélemények

[FOLYTATÁS AZ 1. OLDALRÓL]

Az adatok szerint jelenleg, előre várható módon, a Matáv jelentős előnnyel vezet az ismereti mutatókat. A Matáv spontán szolgáltatási mereti indexe – tehát amikor a válaszadók saját maguktól kell megnevezni azokat a vezető távközlési szolgáltató cégeket, amelyekről tudomásuk van – stabilan nyolcvan százalék körül mozog a teljes féléves trendet tekintve, amely általánosságban is kiemelkedően magas értékek számát. Alátámasztja ezt az a tény, hogy az öt követő Vivendi hasonló mutatója egészen október végéig tizenöt-tizenkilenc százalék körül alakult. Azonban a vizsgált szempontból az év vége „nyertese” kétségtelenül a Vivendi, hiszen az utolsó két hónapban spontán ismereti adatát huszonöt százalékra sikerült „feltornáznia”. Bár nyilvánvalóan könnyebb látványos növekedést felmutatni a húszszázalékos ismereti sávban, mint a nyolcvan százalékosban, a Vivendi év végi jelentős kommunikációs költsége jól lemérhető kutatási eredményeiben. A vizsgált szolgáltatók közül még kiemelhető az UPC és az Antenna Hungaria tíz százalék körüli mutatóval, míg a többi cég spontán ismerete öt százalék alatt marad a teljes felmért periódust tekintve, amely eredményt nyilvánvalóan alapvetően meghatározhatja az, hogy feltehetően ezen cégek még nem épültek be a válaszadók tudatába mint vezető szolgáltatók, egyelőre másképp azonosítják őket.

Úgynevezett „segített” szolgáltatási ismeretnél – amikor a válaszadókat a cégnevek felvételével segítik – hasonló tendenciákat tapasztaltak. A Matáv értéke kilencven százalék feletti, az Antenna Hungaria, a UPC és a Vivendi negyven százalék körüli segített ismerettel rendelkezik 2001 végén. A Vivendi eredménye főleg annak tükrében figyelemre méltó, hogy október végén még csak a lakosság harminc százaléka tudta segíten felidézni, hogy hallott már a cégről. A többi vizsgált cég segített ismereti szintje tíz százalék alatt maradt.

Spontán reklámszeretnél – amikor az interjúalanyok arra adtak választ, hogy milyen

vezető távközlési cég reklámját látták vagy hallották az utóbbi időben – a következő eredményeket, tendenciákat figyelhetjük meg: év végén minden második magyar felnőtt (ötvenöt százalék) tudott valamilyen Matáv-reklámtól felidézni, míg ez az arány a Vivendi esetében tizenhét százalék (a többi vizsgált cég hatszázalékos szint alatt maradt). November elejétől mindkét szolgáltató jellemző emelkedést tudott felmutatni a spontán reklámszeret mutatóban, hiszen október végén a hasonló érték a Matáv esetében negyvenegyszázalék, a Vivendinél hat százalék. Segített reklámszeretnél is ugyanezen trendek láthatóak. Az év végi eredmények: Matáv hatvanöt százalék, Vivendi huszonegy, UPC tizenöt, Antenna Hungaria kilenc százalék.

Érdekes jelenség a spontán és segített reklámszeret közötti viszonylag kis eltérés, általánosságban a két módszertan nagyobb különbséget szokott eredményezni. Ebből arra lehet következtetni, hogy feltehetően azokat éri el a reklám, akik valamilyen okból érintettek (vagy az ő szolgáltatójukról van szó, vagy érdeklí őket a terület, éppen vásárlást terveznek stb.), ők viszont olyan mértékben emlékeznek, hogy többségükben spontán felidézést figyelhet meg. A lakosság fennmaradó részében azonban még segített kérdéssel sem lehet jellemző reklámszeret kimutatni, őket a reklámok vagy nem érték el, vagy anélkül futott át, hogy nyomot hagyott volna.

Egy másik fontos eredmény a Vivendi év végi reklámköltségéhez mérten viszonylag alacsony reklámszeret mutatói. Feltételezünk szerint ennek egyik legfőbb oka, hogy talán túl korán kezdték el kommunikálni a Vivendi-csoport specializált szolgáltatói: V-fon, V-net, V-tel, anélkül, hogy magának a vivendi márkánévnek stabil ismerete lett volna.

A Conversion Model elemzés azt mutatja, hogy jelenleg a piacot – nyilvánvalóan erősen befolyásoltan a lejátszódó fontos eseményektől – a „nem elkötelezettség” jellemzi. A piac megnyílik, és a szabad választás lehetősége

mindenkit arra késztet, hogy „körülnézzen” a lehetőségek között, és a számukra legmegfelelőbbet igyekezzen kiválasztani, így jobban elérhetőek a versenytársak számára.

Az adatok alapján amennyiben a versenytársak a Matávnál öt százalékkal kedvezőbb árakat kínálnának, közel duplájára emelhetnék a legnagyobb valószínűséggel átszámítható, jelenleg Matáv-használó csoport arányát. A tíz-, illetve a húszszázalékos árcsökkenés hozadéka csökkenő tendenciát mutat, így úgy tűnik, hogy az ötszázalékos csökkentésnek lehetne a legnagyobb relatív hozadéka.

A felmérés egyik legérdekesebb kérdése volt, hogy szabad választás esetén melyik céget szeretné szolgáltatójának. Amit az eredmények alapján a kutatók egyértelműen kijelenthetnek, az az, hogy 2001 végén a magyar felnőtt lakosság körében a tanácsstalanság és a dönteni nem tudás jellemző. A válaszadók hatvanhat százaléka nem tudta megválaszolni ezt a kérdést. Ez új távlatokat nyithat a versenyző szolgáltatók számára, hiszen még semmi nem dől el.

Összefoglalóan tehát az állapítható meg, hogy jelenleg a vezető távközlési piacot a következő fő irányvonalakban látja a lakosság: A Matáv kiemelkedően magas márká- és reklámszerettel, valamint használati arányokkal rendelkezik, de előfizetőire a nyitottság jellemző, főleg kedvezőbb árak esetén. A Vivendi feltörekvő, regionalitásból kifejlődő szolgáltató, amely azonban még nem tud költségeivel egyenes arányú eredményeket felmutatni. Az alacsony reklámszeret mutatók alapján a piacon nincs elég üzenet, amely elérné a potenciális fogyasztókat, ez alól egyedül a Matáv képez kivételt egyelőre. Az emberek nagyon erősen észlelték a régi koncessziós rendszer hátrányait, ezért kifelé fordulnak, viszont még nem tudtak igazán átállni a piaci alapú gondolkodásra, amelynek egyik fő oka, hogy nincs elég információjuk a versenyző szolgáltatók közötti választáshoz.

(Cikkünk a Taylor Nelson Sofres Modus 2002-es felmérése alapján készült.)

Divatos és stílusos

A Nokia a 6510-es modellel „klaszszikus” kategóriájú készülékeinek új stílusát mutatta be tavaly ősszel. A kisméretű és modern Nokia 6510 a munkához használt telefonok kiegyensúlyozott funkciókészletével rendelkezik, ugyanakkor

telefonszámok kikeresésére vagy a határídonaplóval kapcsolatos feladatokra. A telefon a WAP 1.2.1-es kiadását, a GPRS (General Packet Radio System; általános csomagkapcsolt rádiószolgáltatás), valamint a rugalmas adatkapcsolat érde-



a z Xpress-on színes előlapok segítségével a telefon külsejének személyre szabhatóságát is biztosítja. A telefonhoz emellett mobilátarca és FM-rádió is tartozik.

A telefont üzleti célokra használó ügyfelek egyre fontosabbnak találják a divat és az életstílus megjelenítését. A Nokia 6510-essel több választási lehetőséget kínálnak üzleti felhasználók számára. Ez a telefon a kihasználhatóságot és a teljesítményt, de ugyanakkor a méretet és a stílust is fontosnak tartó emberek számára készült. Kisméretű, zsebben hordható klaszszikus telefon, diszkrét, mégis fantáziadús formában.

A Nokia 6510 nagy felbontású kijelzőjén megjelenő üzenetek az új, pasztellkék LED háttérvilágítás révén még élesebbé válnak. A kijelzőn a felhasználó egyszerűen, teljes sornyi szöveget tekinthet meg, így a telefon tökéletesen használható mobil internetböngészésre vagy a személyes információk rendezésére, például

ké-
ben a
HSCSD
(High Speed Circuit Switched Data; nagy sebességű áramkörkapcsolt adattovábbítás) rendszert támogatja.

A Nokia 6510-ben megtalálható mobilátarca alkalmazás révén a felhasználó a telefon WAP-böngészője segítségével kényelmesen és biztonságosan böngészheti le internetes tranzakcióit. A pénztárca funkcióval a WAP-on keresztül egyszerűen vásárolhatunk, a megvett áruért pedig a hitelkártyánk adatainak megadásával fizethetünk. A tárcában személyes adatokat is tárolhatunk, például felhasználói nevet, jelszót és számot. A Nokia 6510 támogatja az ECML (Electronic Commerce Modeling Language; elektronikus kereskedelmi modellezőnyelv) szabványt.

Az ECML a digitális tárcák és internetkereskedelem nyílt internetes szabványa (IETF RFC 2706), amely a tranzakciókkal kapcsolatos információk automatikus továbbítását teszi lehetővé.

A jövő az integrált vállalatirányítási rendszereké

A gazdasági recesszió ellenére jelentős árbevétel-növekedés az SAP Magyarországnál

Az elmúlt években egyre nagyobb sikerrel értékesítjük integrált vállalatirányítási rendszereinket. Sokáig az volt a probléma Magyarországon, hogy a vállalatok hardvercentrikusan közelítették meg az informatikát, azt gondolták: létrehozunk egy számítógépparkot, majd azután arra saját programokat fejlesztenek, és az így kialakuló speciális célrendszert fogják használni. Mostanra jelentős mértékben elmozdult a piac, mára a potenciális megrendelők számára is egyértelművé vált, hogy a szolgáltatási szoftver sokkal nagyobb szerepet játszik a korszerű számítástechnikában, mint a hardver. A vállalatvezetők zöme felismerte: nem képes helytállni a piaci versenyben, ha szigetrendszereket használ, ha ilyenekre támaszkodva próbálja irányítani a céget. Ennek megfelelően olyan standard rendszereket keresnek, amelyek bizonyítottak, más, az övékhöz hasonló profilú vállalatok használatában megmutatták, mire képesek. Egyetlen fogyasztó sem gyárt magának saját, speciális autót, hiszen ez nem lenne hatékony, hanem az autógyárak kínálatából választja ki a neki megfelelő járművet. Ugyanígy van ez a szoftvereknél is, minél nagyobb tömegben gyártanak egy programrendszert annál magasabb színvonalat, illetve annál nagyobb költséghatékonyságot lehet elérni. Ennek felismerésével, a szoftverek vásárlásakor a gazdaságossági szempontok szerves része lett a menedzserek

gondolkodásának. Ez Magyarországon is igaz. Ha egy vállalkozás új informatikai rendszert választ, akkor az esetek kilencven százalékában standard integrált vállalatirányítási programcsomagot vásárol magának.

Ha integrált vállalatirányítási rendszerről beszélünk, akkor egy komplex modellt gondolunk, amely teljes mértékben le tud fedni egy vállalatot informatikai oldalról. Legyen szó akár a cég pénzügyeinek, logisztikai hátterének vagy beszállítói és ügyfélkapcsolatainak kezeléséről, az integrált rendszerrel mindez egyidejűleg megoldható. Ezzel szemben egy nem integrált rendszer lehet egy önálló könyvelőprogram, egy külön logisztikai nyilvántartás vagy egy termelési szoftver stb., amelyek egymással vagy összeköttetésben állnak, vagy sem, mindenesetre együttműködésük megteremtése további problémát jelent. Az integrált rendszerben „egy kézben” vannak az adatok, az input információ az egyik oldalon bekerül, majd a feldolgozás után a másik oldalon azonnal megjelenik az output, a felhasználható információ. Hozzákapcsolódik ehhez még az e-business lehetősége is, amely nem az a csodaszó, aminek a dotcom-boom idején sokan hitték. Semmi más nem jelent, mint azt, hogy a klaszszikus üzletmenetet megtámasztják egy új eszközzel: az informatika és a távközlés összeolvadásával létrejött új technológiákkal, illetve az internet adta

lehetőségekkel. A számítógépes világháló fejlődésével, a nagyobb sávszélességek megteremtésével lehetővé vált, hogy a cégek informatikai rendszereit elektronikus úton, közvetlenül összekapcsolják. Ennek köszönhetően részben automatizáltan valósulhat meg a tevékenységük koordinációja, hiszen a rendszerek közvetlen adatkapcsolatban vannak, a hálózaton át cserélnek információt egymással. Másrészt a vállalatok munkatársai e technológiára támaszkodva lényegesen gyorsabban el tudják végezni azokat a feladatokat (ajánlatkéréseket, szerződéskötéseket, számlázásokat, fizetéseket stb.), amelyeket korábban csak faxon, telefonon, személyes találkozáson lehetett megoldani.

Az SAP világszinten és Magyarországon is piacvezető az integrált vállalatirányítási rendszerek területén. Időben felismertük, hogy standard integrált vállalatirányítási rendszereket kell létrehozni, olyan magas színvonalú szoftvereket fejleszteni, amelyek ötvözik a legjobb vállalatok működési módszereit, ezért telepítésük új lehetőségeket nyit a fejlődésre. Az SAP tudatosan törekszik arra, hogy közvetlen párbeszédet folytasson, és folyamatosan együttműködjön ügyfeleivel. Ennek érdekében ötvennégy leányvállalatot hozott létre világszerte, amelyek egyik legfőbb feladata, hogy az SAP-rendszert a helyi igényeknek megfelelően átalakítsa, rendszeresen aktualizálja, és fo-

lyamatos támogatást nyújtson a felhasználók számára.

A cég jelentős árbevétel-növekedésről számolhat be a 2001-es évről vonatkozóan. A tavalyi 5,23 milliárdról 7,12 milliárd forintra nőtt a bevétele, ami 36,1 százalékos összeforgalom-emelkedést eredményezett. A 2001-es évben az SAP AG éves árbevétele tizenhét százalékkal növekedett az előző év hasonló időszakához képest, és elérte az 7,34 milliárd eurót. Az SAP AG piacvezetővé lépett elő a Supply Chain Management (ellátási-lánc-menedzsment) szoftverének piacán. Tavaly több sikeres bevezetést és mySAP.com-konverziót hajtott végre. A vállalat ügyfélkörébe tartozik többek között: a Mol Rt., az OTP Bank Rt., a Hungaropharma, a Fővárosi Vízművek Rt., a Lapker Rt., az Egis Rt., a Híf és a Vivendi Telecom Hungary. 2001 augusztusában vezette be a kis- és középvállalatok számára kialakított Kulcsr@kész SAP integrált vállalatirányítási rendszerét az édesipari termékeiről (Ferrero Rocher, Mon-Cheri, Nutella) már jól ismert Ferrero Magyarország Kft.-nél. Az SAP Hungary Kft. fontosnak tartja a kis- és középvállalatok szegmenst, és a növekvő számú bevezetések tapasztalatai alapján folyamatosan fejleszti a Kulcsr@kész SAP-megoldást.

„2001-ben az SAP AG olyan termékportfóliót alakított ki, amely egyedülálló mind a tradicionális, mind az »új« – az inter-

netes – gazdaság szempontjából” – nyilatkozta Vahl Tamás, az SAP Hungary Kft. ügyvezető igazgatója. „Magyarországon a sikeres eredmények tükrében üzletpolitikánk nem változik. Továbbra is szélesítjük és erősítjük partnerkapcsolatainkat, közben saját csapatunkat egyfajta tudásközponttá fejlesztjük annak érdekében, hogy az SAP által kínált iparági megoldások mindegyikét nagy tudású háttérrel támogathassuk tudjuk megjelentetni és elterjeszteni a magyar piacon is. Klaszszikus területeinken (ipar, kereskedelem, közüzemi szolgáltatók, távközlés, bankok) elsősorban rendszerbővítésről, új funkciók bevezetéséről beszélünk. Fokozott figyelmet fordítunk arra, hogy az integrált informatikai rendszerekkel még kevésbé ellátott területeken (az államigazgatásba területén, a kis- és középvállalatoknál) erősítsük jelenlétünket, és folytassuk 2001-ben elért sikereinket.”

Az SAP a nehéz gazdasági helyzet és változókéony szoftverpiaci trendek ellenére nagy várakozással néz a 2002-es évi kihívásai elé. A cég előrejelzése szerint 2002-ben árbevétele tizenöt százalékkal növekszik majd. 2002-ben az SAP AG várakozásai alapján a működési fedezet – eltekintve a részvény alapú kompenzációtól és a felvásárlásokkal kapcsolatos költségektől – várhatóan egy százalékkal meghaladja a 2000-ben elért húszszázalékos növekedési rátát.

TÁVIRATI STÍLUSBAN

Engedélyezett fúzió

Az Európai Bizottság hivatalosan is engedélyezte a Hewlett-Packard és a Compaq Computer fúziójának végrehajtását, miután megvizsgálta, hogy a tervezett tranzakció kielégíti-e az Európai Unió fúziós rendeletében foglalt előírásokat. A bizottság vizsgálata a rendeletben előírt egy hónapos határidőn belül lezajlott. Az első fokú engedélyezés egy hosszabb prenotifikációs vizsgálati szakasz után történt meg, amely a fúziós megállapodás 2001. szeptember 4-i aláírását követően vette kezdetét. „Nagy örömmel fogadtuk az Európai Unió döntésének hírért – nyilatkozta Carly Fiorina, a HP elnök-vezérigazgatója. – A mai bejelentés megerősíti, hogy az ügylet nem vet fel versenyjogi aggályokat Európában. Igéretes jelnek tartjuk ezt abban a folyamatban, amelynek során a világ különféle szabályozó hatóságait próbáljuk megnyugtatni afelől, hogy a tervezett egyesülés valódi versenyelőnyt hozhat-e az informatikai piacon.”

Rádiós adattovábbítás a határőrségnél

Nő a forgalom a határokon, ugyanakkor az Európai Unióhoz való csatlakozás szándéka, a tagjelöltség különös terhet ró a határőrségre. Mindez együtt azt eredményezi, hogy csak számítógépes támogatással és annak folyamatos fejlesztésével valósítható meg a megfelelő ellenőrzés a határokon. Ezért telepítették a határőrségnél egy Unix alapú, karakterfelismeréssel bővített informatikai rendszert, amely az útlevelek döntő többségét felismeri, a hamis, közzötött útlevelek jó részét kiszűri. A határőrség az új megoldásnak köszönhetően jelentősen felgyorsult, de kiderült, hogy tovább gyorsítható a munka mobil eszközök bevetésével, például az autóbuszok utasainak útlevelezésében. Megbízta a Profon Informatikai Kft.-t a megoldás kialakításáról, és ők a 2,4 gigahertz sávban működő 3Com AirConnect termékcsaládra építettek. A határállomásokon tizenegy megabit/másodperc átviteli sebességre képes 3Com AirConnect Wireless LAN-1 telepítettek, ez egyszerre hatvanhárom mobil eszközt tud bekapcsolni a helyi hálózatra. Elsőként a határon átlépő autóbuszok útlevelezésére dolgoztak ki kompakt megoldást. A mobil ügyintéző munkahelye lelke egy aktatászkába épített noteszgépre. A számítógépre a soros porton keresztül csatlakozik a szabványos OCR letapogató. A Wireless LAN PC-kártyával felszerelt noteszgépről a szoftver belép a határállomás LAN hálózatába, és képernyőjén néhány másodperc alatt megjelennek az éppen vizsgált útlevelekre vonatkozó adatok. Mivel az autóbuszokról jó a látás a határátkelő épületeire, az adatátvitel közel maximális sebességgel történik. Az első tapasztalatok azt mutatják, hogy az adatlapon garantált számteret távolságot messze túlszárnyalva, akár háromszáz méterről is biztonságosan működik az összeköttetés, ha nincs az útban egy komolyabb árnyékoló épület. A hegyeshalmi, a soproni és a rábafüzesi határátkelőhelyen szerzett tapasztalatok szerint a mobil útlevel-ellenőrző berendezés az ügyintézés ideje tíz percre csökkenthető. További határállomásokon a rendszer üzembeállítása a közeljövőben várható.

Fujitsu Siemens hazai tervek

Poros Gábor, a Fujitsu Siemens Computers magyarországi leányvállalatának ügyvezetője 4,3 milliárd forintos tavalyi forgalomról, mintegy hatvannyolc százalékos növekedésről számolt be sajtótájékoztatóján. Ezzel a tizenharmadikról a hatodik-hetedik helyre léptek előre a forgalmazói versenyben. Az eseményen jelen volt a németországi központtal működő számítógépgyártó új elnök-vezérigazgatója, Adrian von Hammerstein is, mintegy megtízszerte az egyik legnagyobb növekedést produkáló leányvállalatát. A növekedés nem korlátozódik Magyarországra, a Fujitsu Siemens más országokban is erősödni tudott a tavalyi évben. Márciusban várhatóan 5,9 milliárd euró forgalommal zárják a gazdasági évet. Teljesítményük alapján az IDC szerint részesedésük tízszázalékos a személyi számítógépek nyugat-európai eladásában, és ezzel Európában a harmadikkak a sorban. Még a létszámot is növelni tudták, nyolcszáz új alkalmazottal fejlesztik a nagyvállalati kiszolgálói kínálatot, és bővítik a szolgáltatási üzletágat.

Közbeszerzési keretszerződés Novell-szoftverre

Jelentős kedvezményt ígérve nyert el a Novell egy egymilliárd forint összegű központi közbeszerzési megállapodást. A szerződés a kormányzat és további több mint ezer, központi költségvetésből gazdálkodó intézmény számára teszi lehetővé a legújabb Novell-termékek – köztük a nemrég kiadott legújabb kisvállalati NetWare – piaci árnál olcsóbb beszerzését 2002. december 31-ig. De érvényes a kedvezmény a kapcsolódó szolgáltatásokra, a konzultációra, a támogatásra és az oktatásra is. A Novell-szoftverek szállítását és a szolgáltatások biztosítását a Miniszterelnökség Közbeszerzési és Gazdasági Igazgatóságával megkötött szerződésben meghatározott minősített szállítók – az Albacom Rt., a Comnetwork Rt., a Montana Rt., az NPSH Kft., a Synergon Rt., a Systrend Kft., a Szinvanet Kft., a VAR Kft. és a Walton System House Kft. – végezhetik. A Novell Magyarország ügyvezetője, Szittya Tamás úgy látja, hogy ez a megállapodás több szempontból is jókor jött létre. Tapasztalataik szerint úgrásterület megnövekedett a kormányzati intézmények igénye a címzatszolgáltatások iránt, és ezen a területen a Novell eDirectory piacvezető az egész világon. Másrészt alig néhány hónapja jelent meg a Novell NetWare legújabb változata, a NetWare 6, amely számos, igen hasznos új szolgáltatást biztosít a szerződés hatálya alá tartozó intézmények számára is. Ráadásul a Novell leállította a licencszerződést a NetWare 4.11-hez, ami várhatóan komoly frissítési igényt generál a következő hónapokban.

Synergon-Nexon szövetség

A Synergon Informatika Rt. oktatási igazgatósága, a Synergon Education és a Nexon Kft. elvi megállapodást kötöttek arról, hogy a Synergon és partnerei által fejlesztett, Microsoft-technológiára épülő SYNEDU Phoenix 2.0 e-Learning képzésmenedzment-rendszer és a Nexon Best!HR elnevezésű humán erőforrás-gazdálkodási rendszerét együtt, integrált rendszerként kínálják ügyfeleiknek. A humán erőforrás-gazdálkodás hatékony megvalósításához elengedhetetlen korszerű szoftver használat. A két rendszer összekapcsolásával a vállalatok nem csak egy teljes körű, minden igényt kielégítő humán erőforrás-gazdálkodási rendszert, hanem egy rendkívül hatékony, Magyarországon egyedülálló komplett képzésmenedzment- és HR-menedzment-rendszert vehetnek igénybe. A két rendszer integrációja révén a Best!HR szoftverben rögzíteni lehet a dolgozók képzettségét, valamint az egyes beosztásokhoz-feladatokhoz tartozó szakmai és kompetencia-elvárásokat és a teljesítéshez szükséges tanfolyamokat. Az adatok összevetése biztosítja a megfelelő és hatékony karriertervezés lehetőségét. A Nexon bérügyviteli, valamint beléptető rendszerével integrálva teljes körű human informatikai megoldást biztosít. A Phoenix 2.0 a nagyvállalatok, multinacionális cégek, közgazdasági intézmények, iskolák számára kialakított elektronikus képzési, képzésszervezési keretrendszer. Funkciói egyedülállóan széles körűek: a hagyományos képzés és az elektronikus távoktatás folyamatainak teljes körű automatizálásából kiindulva a tananyagok közvetítésén át az online vizsgáztatástól az e-learning tartalomfejlesztésig kínál megoldásokat. Az e-learning – mint a vállalat informatikai infrastruktúrájára és humán erőforrás-fejlesztési igényeire szabott oktatási módszer – rendkívül költséghatékony, felhasználóbarát, hisz a tanulás módszere, intenzitása és időzítése az adott személyre, illetve szervezetre szabható. A tananyagok eljuttatása a célszophoz a belső informatikai hálózatok és az internet-hozzáféréssel gyorsan és egyszerűen megoldható.

Új ügyviteli rendszer a Dankánál

A Revolution Software Zenit SQL vállalatirányítási rendszerének bevezetése mellett döntött a hazai irodatechnikai piac egyik vezető képviselője, a Danka Magyarország Kft. A Revolution egyedi fejlesztéssel kiegészítve szabta rendszerét a vállalat igényeihez. Az új alkalmazástól a cég az egyes üzletek jövedelmezőségének jobb átláthatóságát és az üzleti folyamatok pontos tervezhetőségét várja. A Danka Magyarország Kft. a cég nemzetközi hálózatában is használt ügyviteli rendszert cserélte le a Revolution hazai feltételeknek jobban megfelelő SQL alapú alkalmazására. A hónapokig tartó, alapos kiválasztási folyamat során két külföldi és két magyar vállalat ajánlatát mérlegelve választotta a Danka Magyarország a Revolution szoftverét. A vállalat mérete, ügyfeleinek száma és fejlődésének üteme, valamint a fénymásolók értékesítéséhez, üzemeltetéséhez és karbantartásához kapcsolódó tevékenységek nagy száma megkövetelte, a belső és külső folyamatokat pontosan azonosító, a döntésekhez szükséges kimutatások és gazdasági számítások elvégzésére alkalmas rendszer bevezetését. A Dankánál ezen belül különös hangsúlyt kapott az igény, hogy az egyes ügyfelekhez és tevékenységekhez tartozó folyamatok szétválasztásával elkülöníthetőek legyenek a sikeres és a kevésbé jövedelmező üzletágak.

Élénken internetező fiatalok

A Net Research Center legújabb online felméréseben a 18–59 év közötti, heti többszöri (heavy) hazai internetezők internethasználati szokásait kutatta, ezen belül vizsgálta a felhasználók internet-hozzáféréseinek jellemzőit, valamint az igénybe vett internetszolgáltatóval kapcsolatos véleményét és elégedettségét. A kutatás foglalkozott a honlapok látogatásának legfőbb tényezőivel is. A megkérdezettek külön részét jelentette a megkérdezetteknek az afganisztáni háborúról alkotott véleményének és hírolvasási szokásainak felmérése.

Az otthoni, heavy internetező háztartásainak hetven százalékában az internet-hozzáférés modem keresztül történik, tizenhét százalék esetében ISDN-vonalon keresztül, szélessávú (kábel, ADSL) eléréssel kevesebb mint tíz százalék rendelkezik. Otthon a felhasználók legnagyobb része, ötvenhét százaléka egy héten átlagosan tíz óránál kevesebbet tölt az interneten. További huszonhárom százaléka tizenegy–húsz óráig, húsz százaléka pedig több mint huszonegy óráig. A megkérdezettek bevallása szerint az általuk az interneten eltöltött idő nem változott az adott hónapban meghatározó mértékben a megelőző időszakhoz képest. Otthoni előfizetésüknél a vizsgált felhasználók közül a legtöbben (34,5 százalék) az Axelero szolgáltatást veszik igénybe, ingyenes hozzáférést 18,5 százalékuk használ. Szolgáltatójukkal a Chello felhasználói voltak a legelégedettebbek, míg a legtöbb előfizetővel rendelkező Axelero a harmadik helyen áll a rangsorban. Az ügyfelei által második legmagasabban értékelt szolgáltató a Kiwwi volt.

A munkahelyi heavy internetezők esetében az internetkapcsolatot leggyakrabban ISDN-csatlakozás biztosítja (huszonegy százalék). A munkahelyen az internethasználat eltolódott idő a megkérdezettek hatvanhat százaléka esetében kevesebb, mint heti tíz óra, huszonegy százaléknál tizenegy–húsz óra, tizenhárom százaléknál pedig több mint huszonegy óra. Az in-

ternetezéssel töltött idő lényegében itt sem változott a megelőző időszakhoz képest. A munkahelyi hozzáféréssel rendelkező heavy internetezők harmincnegyszázaléka nem tudta megnevezni munkahelyének internetszolgáltatóját. Az



Axelero itt is az első helyen áll a hozzáférés szolgáltatásában, aránya huszonöt százalékos. Második helyen a Datanet szerepel hét százalékkal. Bár a munkahelyi hozzáféréssel rendelkezőket vizsgálva is az Axelero biztosítja a legtöbb előfizető számára az internetet, szolgáltatócégükkel a Datanet felhasználói elégedettebbek.

A vizsgált heavy internetezőket hetvenhárom százaléka négy vagy több webhelyet látogat meg rendszeresen. A honlapok meglátogatásának tényezőjeként tartalmi szempontból a frissesség és a hitelesség, működés, felépítés szempontjából a gyors letölthetőséget és a könnyű tájékozódás szerepét értékelték legmagasabban. A testreszabhatóság lehetőségét kevésbé fontosnak ítélték a felhasználók. Az oldalak kivitelezésének szerepét a honlapok látogatásában átlagos fontosságúnak értékelték a válaszadók.

Az oldalakat értékelve az internetezők a Startlap.hu fő vonzerejének az áttekinthetőséget és a kezelhetőséget jelölték meg. Az Ori-go.hu előnyeként elsősorban friss és aktuális

híreket emelték ki az internetezők, valamint a portált tartalmasnak, változatosnak és kreatívnak értékelték. Ehhez hasonlóan az Index.hu esetében is a friss és aktuális cikkek nyújtották a látogatók számára a webhely elsődleges előnyét, amelyekre a különböző, általuk érdekesnek ítélt témákban találhattak.

Az afganisztáni háborúval kapcsolatos híreket a heavy internetezők hetvennyolc százaléka figyelte rendszeresen. Az elsődleges hírforrást ötvenkilenc százalékuk számára a televízió jelentette, és csak huszonhárom százalékuk használta leggyakrabban az internetet hírek szerzésére. A hírek olvasásához a vizsgált internetezők kilencvenegy százaléka használ magyar nyelvű honlapokat, míg a nyugati honlapokat tizennyolc százalék, a külföldi, nem nyugati honlapokat pedig csak a világhálóra kapcsolódók 2,2 százaléka keresi fel ilyen célból.

A megkérdezett heavy internetezőket negyvenegy százaléka egyetértett azzal a kijelentéssel, hogy a háború oka az iszlám és a Nyugat ellentéte, közel ugyanennyien, harmincnegyszázalékban viszont nem értettek egyet ezzel. Azt, hogy a háború világháborúhoz vezethet, negyvenegy százalékuk nem fogadta el, viszont harmincnegyszázalék egyetértett vele. A válaszadók legnagyobb arányban (hatvannyolc százalék) a félek, hogy én is a biológiai hadviselés áldozatává válok mondatot utasították el, legtöbben az iszlám országok hajlamosak a terrorizmusra állítást fogadták el részben vagy teljes mértékben.

A kutatás módszere online kérdőíves adatfelvétel volt. A megkérdezettek a kutatásról e-mailen keresztül kaptak értesítést. Az érvényes kérdőívek száma 2112. Az adatfelvétel ideje 2001. november 13–25. A mintát országos reprezentatív kutatásból kapott offline adatok alapján súlyoztuk a 18–59 éves heti többszöri (heavy) internetezőkre nem, életkor, iskolai végzettség, településtípus, valamint az internetezés gyakorisága alapján.

Örök élet lemezen

Pár éve mutatott egy ismerősöm egy merevlemez, amit használtan vett, és egy körörmű betegének adatait találta rajta. Nagyon fel volt habo- rodvá, ennyi eszük nincs, mielőtt le- selejteznek egy gépet, formáznak a merevlemezét. De ez semmi ahhoz képest, hogy fel lehet habo- rodvá most Kenneth Lay, az amerikai Enron volt elnöke, Bush elnök barátja, az évszázad eddigi legnagyobb csődjének egyik főszereplője. Azt írja ugyanis a Business Week Online, hogy az Andersen-partner David B. Duncan főcímeként végzett, amikor tavaly októberben „megsemmisítet- te” a kompromittáló iratokat. Január 15-én ugyanis az Andersen beje- lentette, hogy a mentésekből siker- ült sok mindent helyreállítani, és

folytatják a keresést. Hát igen, egy digitális dokumentumnak annyi példánya lehet itt-ott, hogy ember legyen a talpán, aki valamennyit fel tudja deríteni, és meg tudja semmi- síteni. Az egyetlen módszer a teljes megsemmisítésre, ha az ember – miután felírta nullálkkal a tartal- márt – biztonság kedvéért kalapác- csal szét is veri a merevlemezét. A Business Week Online cikkéből kide- rül, hogy a Windows olyan nyilván- tartást vezet az adatállományokról, amiből kiderül, ki mikor milyen ál- lománnyal mit tett, tehát a szándé- kos és indokolatlan törlésekért is fe- lelősségre lehet vonni a tettest – ha az adatokat nem lehet is visszanyer- ni. Számítógép-hálózatokban azon- tlan rendszeres mentés van, hogy

nehogy véletlenül elveszzen egy adat is. Tehát egy október 10-én tö- rölt adatállomány – hacsak nem az- nap készült, visszaállítható az előző mentésből, ami viszont már nem az adatállomány létrehozója, hanem a rendszergazda fennhatósága alatt áll. A szakértők ugyanakkor arra is felhívják a figyelmet, hogy vigyázni kell egy elveszett állomány visszaál- lításakor, mert lehetnek programok, amelyek a számítógép indításakor változtatnak a merevlemezén. Ezért például amikor visszaállítanak vala- mit, szigorúan olyan programokat használnak hozzá, ami csak olvassa a lemezt, de még véletlenül sem ír rá.

Aztán ott vannak a villámlevelek is, amelyekről aztán soha senki nem tudhatja, hogy ki mindenki szerez

rőlük tudomást. Ahány internetes csomóponton keresztül megy, míg eljut a feladótól a címzettig, annyi másolat készülhet róla. Akár azért, hogy a bizonyos kulcsszavak alap- ján terroristák felderítését végző amerikai programok vizsgálgassák, akár egyszerűen csak azért, hogy el ne vesszen, ha valami baj történik az internettel. Ezt is hozzáadhatjuk az Enron-ügy tanulságaihoz. Eddig úgy gondolhattuk, lehetnek tette- ink, amiket csak Isten előtt nem tu- dunk elrejtteni. Ez ember teremtette virtuális világban, a kibertérben már egymás elől is nehezen bújha- tunk el, és ki tudja, lehet, hogy az információs társadalomban egész életünk nyitott könyvvé válik más- sok előtt.



Vezeték nélküli asztali gép

A Compaq bejelentése szerint már az európai, közel-keleti és afrikai országokat tömörítő EMEA-régió egész területén is kapható az új Evo D500 szupervékony asztali PC. Multiport technológiája révén a Compaq asztali gépei közül ez a modell kínál elsőként vezeték nélküli összekapcsolható- ságot – és ezzel emelt szintű rugalmassá- got –, ergonómiai jellemzőket és menedzselhetősé- get a használó számára.

Az Evo D500 USDT rendelkezik a Compaq MultiBay technológiájával, amely a floppy, CD-ROM-, CD-RW-, illetve DVD-lemezek leállás nélküli cseréje mellett egy új fejlesztésű adattárolási eszköz befoga- dását is lehetővé teszi. Az új asztali gép karcsú vonal- vezetésű, 6,91 centiméter magas, harminc centiméter széles és mintegy harminc centiméter mély házában Intel Celeron processzort találunk. A mindössze öt ki- logramm súlyú Evo D500 USDT mérete hetvenöt szá- zalékkal kisebb az átlagos asztali gépekénél.

Az új Evo D500 USDT pontosan illeszkedik a monitor talapatának paramétereire, így a munkafelületnek ezt a részét is hatékonyan kihasználha- tóvá teszi. A karcsú vonalvezetés maximális rugal- masságot garantál – normál asz- tali gépes konfiguráció esetén kényelmes szemmagasságban tartja a képernyőt, torony konfi- gurációban pedig minimumra szo- rítja az eszköz helyigényét.

A kényelmesebb hozzáférhetőség érdeké- ben az Evo D500 USDT elő- és hátlapját egyaránt el- látták audio- és USB portokkal. Az ágazatvezető Assistive Technology termékekkel tesztelt új gép a Microsoft Windows XP integrált hozzáférési jelle- mzőit is támogatja.

Az Evo D500 USDT ergonómiai előnyei között feltétlenül meg kell említenünk a halk működést. A Compaq mérnökeinek alacsony zajkibocsátású ven- tillátorok, nagy hatékonyságú hűtőbordák és halk merevlemez alkalmazásával sikerült a huszonegy- decibel alatti eredményt elérniük.

Hálózat- integráció

Eddigi huszonhárom százalékos ré- szesedését tovább növelte tavaly a KFKI csoporthoz tartozó LNX a há- lózatintegrációs piacon. Ebben az üzletágban huszonhét százalékkal volt nagyobb tevékenységükben a saját szolgáltatás aránya, mint 2000-ben. A 8,8 milliárd forintos ár- béveltelben jelentős szerepet játszo- tak az olyan nagy projektek, mint a K&H Bank integrált helpdeskren- dzere vagy az első magyarországi IP- telefonhálózat telepítése. A hályo- mányosnak tekinthető helyi és tá- volsági hálózatépítés mellett egyre nagyobb az igény az LNX hálózat- biztonsági szakértelmre és megoldá- sai iránt is. Sikeresen tuljutott az LNX az MSZ EN ISO 9001: 2001 auditon, és ismét kiválóan megfelelt a Cisco szigorított Gold partneri mi- nősítő követelményeinek. Az LNX vezetése a tavalyi eredményeket ér- tékelve célul tűzte ki a cég piaci po- zíciójának megerősítését és az éves forgalom további konszolidált nö- velését 2002-ben.