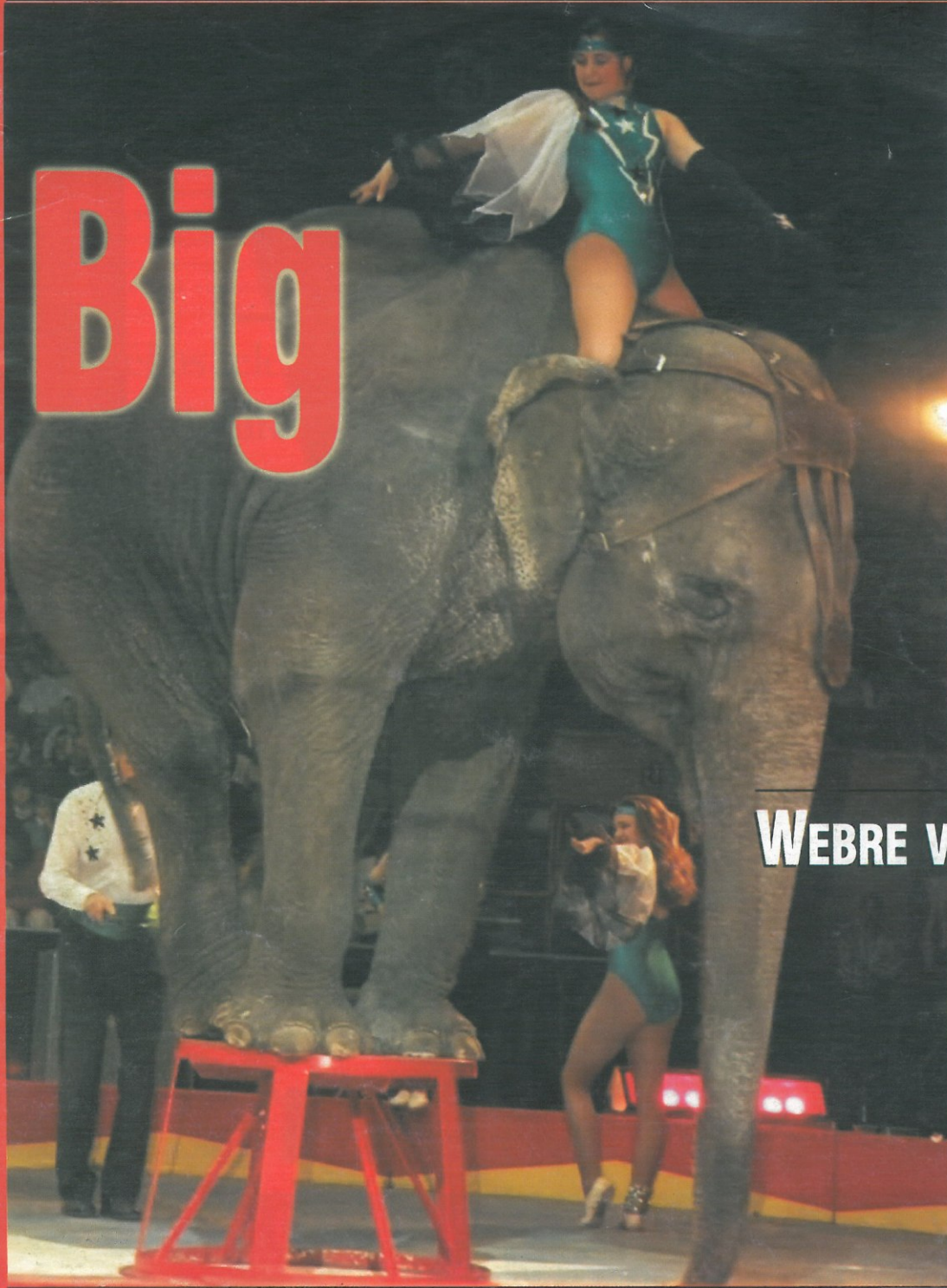


MONITOR

INFORMÁCIÓ - TECHNOLÓGIA



Japán cellás kanadai fejlesztésű

NOTEBOOK AKKUMULÁTOROK



Akkumulátor Disztribúció

Tel.: 236-4040, Fax: 239-5194
e-mail: telecom@hamex.hu

**Hangolja
össze!**

A Novell Kisvállalati Csomag 5-tel
vállalata külső és belső
kommunikációját.

Mindéhez most 199.900 Ft-os
akciós áron juthat hozzá július 31-ig!

Novell Magyarország, tel.: 2357644, web: www.novell.hu

Novell

Takarékos telefonálás

E-billing

WEBRE VÁGJÁK A VILÁGOT?



Internetes megjelenés
évi nettó

30.000 Ft-ért*

saját weblap domain-névvel,
e-Mail címmel!

www.webconsult.hu

*Ajánlatunk az első 200 jelentkezőre érvényes!

webconsult@webconsult.hu

1107 Bp. Kőbányai út 49/b

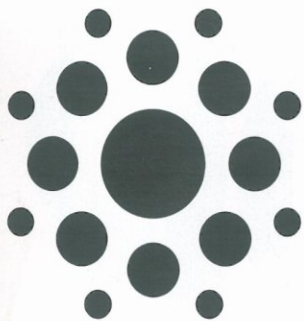
Telefon: 432-9435, 432-9436, 261-2160

KORlátlan
INTERNET
2000 Ft
+áfa/hó

EURO 2000™ FORINT díjcsomag. A legjobb kezdés az interneten.

→ Korlátlan internet-használat mindössze havi nettó 2000 forintért!

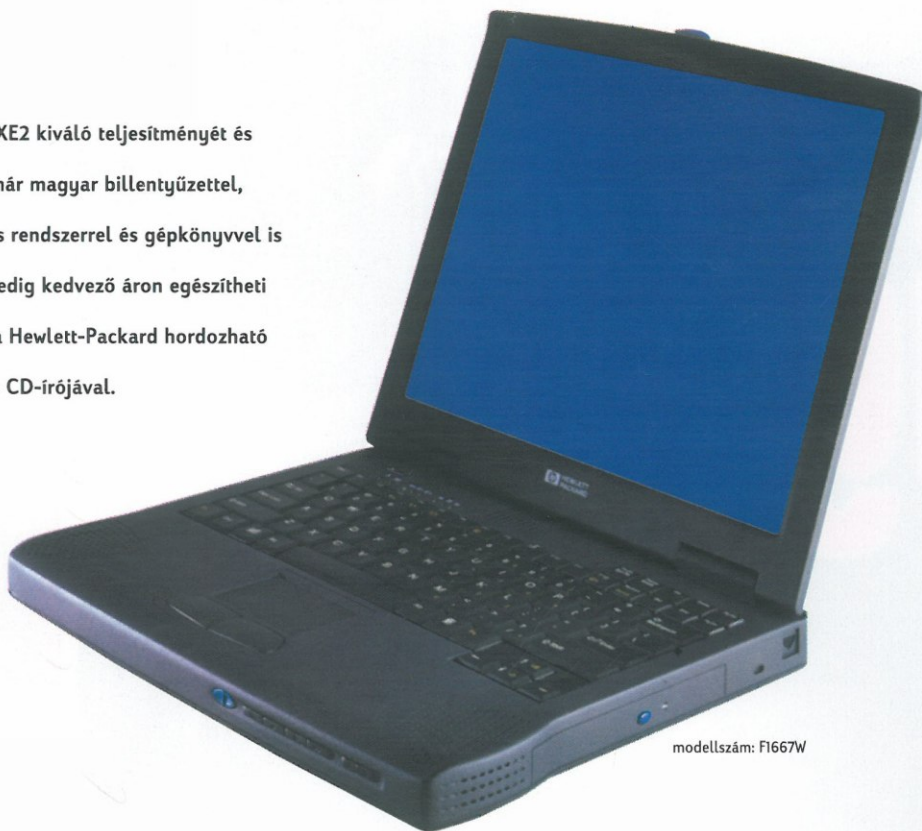




HP OmniBook XE₂

Egy egész iroda egyetlen táskában?

A HP OmniBook XE2 kiváló teljesítményét és sokoldalúságát már magyar billentyűzettel, magyar operációs rendszerrel és gépkönyvvel is élvezheti. Most pedig kedvező áron egészítheti ki számítógépét a Hewlett-Packard hordozható nyomtatójával és CD-írójával.



modellszám: F1667W



(1) 382 11 11 | www.hp.hu/xe2

HP OmniBook XE₂ (F1667W): Intel® Pentium® III Processzor 500 MHz > 14" TFT kijelző > 64 MB memória > 4 MB videó memória > 6 GB merev-lemez > 6x DVD-olvasó > Windows98 > 56 Kb/s V.90 kompatibilis modem (HIF engedélyezett) **649 000 Ft+Áfa**

HP OmniBook XE₂ (F1664W): Intel® Celeron™ Processzor 450 MHz > 12" HPA kijelző > 32 MB memória > 4 MB videó memória > 4.8 GB merev-lemez > 24x CD-olvasó > Windows98 > 56 Kb/s V.90 kompatibilis modem (HIF engedélyezett) **419 000 Ft+Áfa**

HP CD-Writer Plus M820e mobil CD-írójáról: 4x4x20x sebesség > PCMCIA és SCSI > MOST CSAK **59 900 Ft+Áfa***

HP DeskJet 350C mobil színes nyomtató: 600 dpi, 3ppm ff > 300 dpi, 0,2 ppm 4c nyomtatás > ajánlott fogyasztói ár: **72 500 Ft+Áfa**

*Ez az ár tetszőleges HP OmniBook együttes vásárlása esetén alkalmazható. Külön vásárolva 74 900 Ft+Áfa. A feltüntetett árak a HP WebShopban érhetők el. (www.hpshop.hu).

Egy nyereséges webépítész

A GFT WebSolutions Kft., a német GFT Technologies AG százszázalékos tulajdonú magyarországi leányvállalata áprilisban jutott el a tavaly év végén megalakított magyarországi cég valódi felpörgetéséhez, és július elejére érezte a menedzsment elérkezettnek az időt arra, hogy a sajtóval is megismertesse a vállalatot.

A GFT Technologies AG Németországban piacvezető az integrált üzleti internetes megoldásokban, Európában a negyedik legnagyobb ilyen típusú cég, és Magyarországra is komoly ambíciókkal érkezett. Rádásul azon kevés internetes vállalkozás közé tartozik, amely globálisan is nyereségesnek mondható, nem csupán a cégértéket növeli, akár veszteséges árán is.

Oros Péter magyarországi ügyvezető után a GFT cégcsoportot a legfőbb tulajdonos, Ulrich Dietz vezérigazgató mutatta be, majd Erwin Haller technológiai igazgató tartott előadást a trendekről, a cég által nyújtott

megoldásokról. A GFT „interactive integration architect” szerepkörben fejleszt innovatív e-business megoldásokat.

Oros Pétertől megtudtuk, hogy a magyar vállalat három fővel indult, de ma már tízszerez, év végére pedig a mostanit is többszörösen felülmúló létszámmal szeretnék egyre nagyobb terveiket megvalósítani. A munkatársak egyelőre bedolgoznak az anyavállalat külföldi projekteibe, de rövidesen nyilvánosságra hozhatók lesznek az első magyarországi referenciák is. Németországban a legfőbb partner a Deutsche Post, amely 16 százalékban tulajdonos a cégben.

A GFT forgalma igen dinamikus növekszik, az 1998-as 40 millió márkával szemben tavaly már 115,5 millióra rúgott az árbevétel. A cég Dublintól Nizzáig, Zürichtől Hamburgig nemzetközi szolgáltatási hálózat kiépítésén fáradozik, amelynek jelenlegi legnyugatibb pontja New York, legkeletibb pedig Budapest.

Takarékos telefonálás – SMC EZ Connect NetPhone

Az SMC palettáján szereplő termékújdonsággal, az EZ NetPhone-nal nemzetközi és távolsági hívásokat a meglévő internet-hozzáféréseken keresztül helyi tarifával lehet folytatni. Hagyományos telefonunkat a NetPhone-hoz csatlakoztatjuk, így nem szükséges PC a telefonáláshoz, sőt e módon mind internetes, mind hagyományos telefonkapcsolatot létesíthetünk, valamint telefonálás közben még szörfözni is lehet az interneten. Hagyományos telefonhívás kezdeményezéséhez egyszerűen csak tárcsázni kell a számot, internetes híváshoz a tárcsázás előtt meg kell nyomni az SMC gombot – a továbbiakban át-

járókra vagy más szolgáltatásra nincs szükség. Az internetes telefonálás közben bejövő, a hagyományos telefonra érkező hívásokról jelzést kapunk (Incoming Call Notification), továbbá lehetőségünk van az internetes beszélgetésről a hagyományos telefonálásra való átváltásra. A Net2Phone Internet Server segítségével olyan partnerrel is létesíthetünk telefonos kapcsolatot, aki nem rendelkezik NetPhone-nal.

Az SMC EZ ConnectPhone-ját úgy alakították ki, hogy az önmagát konfigurálja, nincs szükség az internetszolgáltató speciális beállítására, csupán IP-címre.

ALAPÍTÓ FŐSZERKESZTŐ: Vértés János Andor vertes@prim.hu	A Kiadó a MAFESZ (Magyar Tejesítés-Előnevelő Szövetség) tagja
FŐSZERKESZTŐ: Guttray László lguttray@prim.hu	Kiadja: PRIM Információtechnológiai Kft. 1116 Budapest, Hunyadi Mátyas u. 32. III/1. Tel./fax: 228-3372, 228-3373, 424-0015
OLVASÓSZERKESZTŐ: Fábian Gábor MŰVÉSZETI VEZETŐ: Láng László TERVEZŐSZERKESZTŐ: Henger Attila FŐMUNKATÁRSÁK: Fekete Gizella Kovács Győző Galvács László Kolma Kornél Kovács Attila Mészáros Péter Simonyi Endre Széll Zoltán Wesselényi Andrea Zsadányi Pál	Felelős vezető: Szabó Hédy (szabo@prim.hu) E-mail: vga.monitor@prim.hu URL: www.prim-online.com HÍRDETTÉSFELVÉTEL: Henger Ágnes TERJESZTÉS: Tamási Csilla SZÁMLÁZÁS: Krassza Adrienn NYOMDAI ELŐKÉSZÍTÉS: Artur Repto Stúdió NYOMÁS: Regia Rex Nyomda 8000 Székesfehérvár, Alba Ipari Zóna, telefon: 06-22-328-505 TERJESZTI: Nemzeti Hírlapkereskedelmi Rt., oktatási intézmények, számítástechnikai szaküzletek ELŐFIZETHETŐ: a Kiadóban, éves előfizetési díj: 3900 Ft. HU ISSN 1215-1548 Írásaink szerzői jogvédelemben részesülnek.

Big

VÉRTES JÁNOS

Nem telt el egy évszaki idő sem azóta, hogy tele voltunk az új portálok alakulásának, a sok százmilliós és milliárdos tartalomszolgáltatási befektetések bejelentéseinek bíreivel, s máris egy új érában vagyunk: most jönnek a nagy integrált webmegoldások, az online üzletépítés teljes körű felvállaló integrált cégek, a B2B (business to business) üzletágba befektetett milliárdok...

Bevallom, az Index, az Interware, a Telnét, a Vianovo, a bazánkat is erősen érintő Globopolis áprilisi füst-fény-detonációs tűzijátéka után nem fogadnam volna arra, hogy a nyári uborkaszезon olyan B2B-bejelentésekkel kezdődik, mint a világ- és hazai nagyságokból összeállt két „e-piaci” beszerzési szövetség megalakulása, majd utána a német piacvezető Web-Solution cég magyarországi leányvállalatának bemutatkozása, s végül a sokakat meglepő, 16 millió dolláros alapítókéjú Wallis-PSINet vegyesvállalat elindítása. Közben – ha nem is idebaza, de a nemzetközi színtereken – megindult az IBM is: egy sor olyan megoldást és szövetséget jelentett be az informatika General Motors jellegű cége, ami egyértelműen mutatja, hogy ebből a meccsből ők se maradnak ki.

A „marketplace”, vagyis az első ilyen léptékű hazai B2B-üzlet bejelentője a Matáv, az OTP, az Andersen Consulting és a Compaq.

Nem éppen kispályások, állapítottuk meg akkor.

Szinte ki sem telték a játékosok a tétet, a másik tétjelen máris elhangzott a kontóra: a Hewlett-Packard, az Oracle és a PricewaterhouseCoopers által támogatott Elektronikus Beszerzési Központ arra törekszik, hogy elsőként kezdje meg működését Magyarországon mint az irradat termékekre és szolgáltatásokra szakosodott „business to business” piacért, azaz EPC (Electronic Procurement Center). A nagy nevek mellett itt elsőként figyelhetünk fel arra a tudatos cégértéktöréményre, a töbzsdei cég létrehozásának már az alapítás előtt megfogalmazott stratégiájára, amely a Wallis-PSINet közös cégénél, a Webigennél már a vezetőkiállításból is egyértelműen látszik: ehhez az e-világhoz nem számítástechnikusok kellene, hanem az értékpapírpiacon outhonosan mozgó fiatal pénzügyesek. A júniusi újabb robbanásban a szakmai közvélemény kicsit kevesebb figyelmet fordított a GFT Web-Solutionnek a Webigen-sajtóparádé előtt egy nappal lebonyolított sajtótájékoztatójára, pedig az európai piacon is meghatározó cég nagyon hasonló integrációs elképzelésekkel szeretné meghódítani a magyar B2B-piacot, mint a Webigen.

Fél éve sokan még azt gondolták, hogy az interneten egy aprócska ötlettel bővíteni lehet, három hónapja a kisebb, tőkeszegény internetes vállalkozások úgy hitték, néhány tízmillióstőkebefektetéssel versenyképesek maradnak, ma pedig egy másodperc alatt árnyékba boríthatják a hatalmas internetes West End Cityk, Duna Plazák, Mammutok a kis internetes szatócsboltokat, mégpedig akkor, amikor azoknak még az aprópénzes forgalmuk sem indult be...

A Webigen vezérigazgatója el is árulja: nevek nem csupán a webnek és az igennek különféle nyelveken is kimondható, jól hangzó összetétele, hanem tudatosan büjtötték el benne a big szócskáit. Itt és most milliárdokkal, névvel, marketinggel, stílussal a nagyságot kell sugározni, itt és most cégépítés folyik – apróbb föld-rengések keletkeznek a lépések nyomán.

Internet. Web! – mondja ma több száz befektetésre váró magyar cég vezetője, amikor az üzleti tervről kérdezik, és a néhány tíz- vagy akár néhány százmilliót bozó külföldi gyakran érdeklődik az iránt, hogy hát a B2B-tel mi lesz, ebbe az üzletbe nem akar-e belevágni a kedves webépítő... Nos, fontoljuk meg a választ, mert az elmúlt hónap „webigenjei” után erre nem feltétlenül igent várnak, lehet ez teszt-kérdés is: ellenőrizni akarják, hogy ismerjük-e a piacot, tisztában vagyunk-e a lehetőségeinkkel...

Kábel- konfekció
Réz (RJ45) és optikai (SC, FC, ST, APC) patch kábelek megrendelés szerinti méretben

1047 Bp., Baross u. 91-95. T.: 399-5166 (-67, -68) F.: 399-51-69 • E-mail: info@fibex.hu • www.fibex.hu



FIBEX KERESKEDELMI ÉS SZOLGÁLTATÓ KFT.

PRIMoffline



Hangolja össze!

A Novell Kisvállalati Csomag 5-tel vállalata külső és belső kommunikációját.

Mindehhez most 199.900 Ft-os akciós áron juthat hozzá július 31-ig!

További információ: Novell Magyarország, tel.: 235-7644, web: www.novell.hu

Novell

hazai gazdaság



A társszolgáltatói számlákat a Compaq nyújthatja be

A Compaq nyerte azt a tendert, amelyet a Matáv a távközlési szolgáltatók egymás közötti elszámoló-rendszerére írt ki. Szinte ezzel egyidejűleg a Compaq és a Matáv hálózatépítésben jeleskedő leányvállalata, a Matávcom hosszú távú együttműködési megállapodást írt alá. A távközlési piac liberalizációjával új piaci környezet jön létre, amelyben megváltozik a hatósági szabályozás, valamint új piaci szereplők és új típusú szolgáltatások megjelenése várható. Az új rendszer amellet, hogy képes kiszolgálni a majdani liberalizált piac több száz szereplőjét és több tízezres számban jelentkező egymás közti kapcsolatrendszerét, már nem a korábbi statisztikai alapú forgalmi elszámolásra épít, hanem a kor piaci elvárásainak megfelelően képes a tételes, hívásonkénti (hívásrekord szintű) elszámolásra, amelynek révén a Matáv és a társszolgáltatók közötti adategyeztetéskor az eltérés egy százalék alá szorítható.

A Carnation 100 millió forintos alaptőkével rt.-vé alakult át

Ezzel egyidejűleg a Carnation Internet Consulting Rt. vezérigazgatói posztjára kinevezték *Bobály Mihályt*, aki a cég operatív irányításáért felel, míg *Szekfü Balázs*, aki korábban a cég ügyvezető igazgatói posztját töltötte be, az rt. elnökeként az üzletfejlesztés területén fog tovább tevékenykedni. A tanácsadó cég 2000. július 3-án 100 millió forintos alaptőkével korlátozott felelősségű társaságból át alakult részvénytársasággá. A részvénytársaság expanziójának finanszírozása érdekében további potenciális befektetőkkel áll tárgyalásban.

A Matáv és a PartnerCom építheti tovább az NIIF hálózatát

Kihirdették a Nemzeti Információs Infrastruktúra Program (NIIF) regionális nagy sebességű hálózatának továbbfejlesztésére kiírt tender eredményét. Az NIIF Iroda által kiírt közbeszerzési eljárás – amely 16 vidéki és 6 budapesti végpontra határozza meg az adathálózat összekötését igen gyors, ez év őszi határidejű megvalósítását – eredményeként a Matáv Rt. (16 végpontra) és a PartnerCom Rt. (6 végpontra) lett a győztes. Ezzel a kutatói és közgyűjteményi szektor, valamint egyéb oktatási, tudományos és kulturális szervezetek informatikai infrastruktúráját biztosító NIIF hálózata 33 nagy sebességű (min. 34 Mbps) végpontra növekszik, összkapacitása meg fogja haladni a másodpercenkénti 3,5 gigabitet. Hírek szerint a mostani győztesek által kínált szolgáltatáscsomag éves díjának összege mintegy 185 millió forint.

Katona Kálmán az MVM élén

Vezérigazgatóvá nevezte ki *Katona Kálmán* elnököt a Magyar Villamos Művek (MVM) Rt. július 7-ei közgyűlése. Az új elnök-vezérigazgató megerősítette, hogy a társaság tárgyalásokat folytat az Antenna Hungáriával (AH) egy közös távközlési társaság létrehozásáról. A tervezett beruházás értéke 1,5 milliárd forint, az új cégben a felek 50-50 százalékban részesednének. Az MVM a közös társaságba bevinné a már kész, de külső szolgáltatásra még nem alkalmas optikai hálózatának szabad kapacitásrésztét, illetve azt a jogot, hogy a vezetékek nyomvonalán távközlési hálózatot lehessen építeni. Az AH mikrohullámú digitális gerinchálózatának szabad kapacitásrésztét apportálná a közös vállalatba. A két rendszer összekapcsolása különösen előnyös lenne, hiszen így egy olyan vegyes hálózat jönne létre, amely növelné a szolgáltatási lehetőségeket. Amennyiben valóban elkezdődnek a két cég között a tárgyalások, úgy az új vállalat még az év vége előtt létrejöhet.



Lapunkat rendszeresen szemlézi

Magyarország legnagyobb

médiafigyelője, az

»OBSERVER«

BUDAPEST MÉDIAFIGYELŐ KFT.

1084 Budapest, VIII. ker. Auróra u. 11.

Telefon: 303-4738, Fax: 303-4744

<http://www.observer.hu>

Felmérés az online turisztikai piacról

A teljes internetes eladások 90 százalékát a repülőjegy-rendelések teszik ki, amelyek értéke mintegy 2 milliárd forint évente – derül ki a Carnation Research magyar online turisztikai piacot vizsgáló tanulmányából. A Carnation elemzése szerint a magyarországi repülőjegy-eladások 3 százalékát az interneten keresztül bonyolítják le. A magyar online turisztikai piacon a repülőjegy-értékesítés mellett jelentős bevételek származnak még az internetes szállásfoglalásokból. A piacon csak elenyésző számban jelennek meg olyan kiegészítő szolgáltatások, mint az utasbiztosítás vagy az autókölcsönzés. A megrendelt turisztikai szolgáltatások online kifizetésére ma egyetlen hazai site-on sincs mód. Ezért az online bevételek, az internetes megrendelést követően, a hagyományos értékesítési csatornákból származnak. Annak ellenére, hogy az online turisztikai piac bevételeinek nagy részét a repülőjegy-értékesítés teszi ki, a nemzetközi légitársaságok döntő többsége nem rendelkezik magyar nyelvű oldallal – állapítja meg az elemzés.

külföldi gazdaság



Berlin–Budapest–Pozsony tengely

Röviddel a Matáv többségi tulajdonának megszerzése után a Deutsche Telekom a Slovenské Telekomunikacie a. s. vállalatban is többségi tulajdont szerzett. A szlovák kormány az állami telefontársaság részvényeinek 51 százalékáért 1 milliárd eurót kért az egész Európában egyre inkább távközlési (plusz internetszolgáltatói, plusz mobilszolgáltatói) nagyhatalommá váló német óriáscégtől.

Biztosítás hackerek ellen

A londoni Lloyd's biztosítótársaságnál maximálisan 100 millió dolláros biztosítást köthetnek a hackertámadások okozta károokra a számítógép-biztonsággal foglalkozó Counterpane Security cég ügyfelei. A kaliforniai Counterpane az első internetes biztonsággal foglalkozó cég, amely közvetlen pénzügyi garanciát tud nyújtani, ha hackerek áttörnek a védelmet. A pénzügyi ügyletekért a Frank Crystal & Co. és a SafeOnline felel, amihez a Lloyd's ad további kiegészítő szolgáltatásokat. „Nem az otthoni ügyfelek jelentik a célcsoportot, hanem a Yahoo vagy a CDUniverse, amely nemrég veszítette el minden hitelkártyaszámát egy hackernek köszönhetően” – közölte Bruce Schneider, a Counterpane technológiai vezetője.

Végleges szakítás

A két amerikai távközlési óriás, a WorldCom és a Sprint vezetősége végleges döntésnek nyilvánította, hogy felhagynak fúziós tervükkel. A tavaly ősszel bejelentett házassági terv az egyik legnagyobb volt a fúziók történetében, hiszen mintegy 120 milliárd dollárról szólt. A frígyet véglegesen költségigények érvényesítése nélkül tekintik befejezettnek. Korábban 2 és fél milliárdos lelépési pénzről beszéltek. A házassági terv feladásának fő oka a jelentések szerint az USA és az EU versenyzhatóságai és az amerikai kormány ellenállása volt, mely utóbbi június végén még pert is kilátásba helyezett, a fúziót megakadályozandó. Most a két vállalat egyidejűleg visszautasította az amerikai igazságügyi minisztérium felvetését, hogy közös vállalkozással elvették volna a fogyasztóktól az előnyöket. Pereskedni sem akarnak, mert ez sem részvényeseiknek, sem ügyfeleiknek, sem pedig alkalmazottaiknak nem áll érdekében.

Jugoszláv teleházprogram magyar közreműködéssel

A DemNet Kft. 2000. július 11-én 692 436 USD-s szerződést írt alá az USAID Szerbiával a jugoszláv teleházprogram beindítására. A Jugoszláv Teleház Szövetség első ízben kap jelentős amerikai támogatást, hogy – a magyarországi példa nyomán egész Jugoszlávia területén – teleházakat hozzon létre. Az USAID-támogatást a Jugoszláv Teleház Szövetség a magyarországi DemNet Kft. közreműködésével fogja felhasználni. Miután a DemNet volt az első magyarországi teleház USAID-programoknak is a bonyolítója, ezért ezen a téren megfelelő szakértelemmel rendelkezik. Az adományozó előírta, hogy a pénzt 30 új jugoszláv teleház alapítására és a jugoszláv teleház szakemberek többféle képzésére kell fordítani. A program végrehajtásában a Jugoszláv Teleház Szövetség és a DemNet mellett részt vesz a Magyar Teleház Szövetség és a Teleház Kht. is.

A Deutsche Telekom 32 milliárd dollárt kínál a VoiceStreamért

A Deutsche Telekom (DT) ajánlatot tett az egyik legnagyobb amerikai mobiltelefon-szolgáltatóra, a Washington államban bejegyzett VoiceStreamre. A Financial Times értesülése szerint a DT 32 milliárd dollárt kínál a legnagyobb, GSM-szabványt használó amerikai mobiltelefon-társaságnak. A DT-nél eddig nem kommentálták az értesülést. Hírek szerint a DT ezenkívül továbbra is érdeklődik egy nagyobb amerikai telefonszolgáltató, a Sprint iránt. Szakmai megfigyelők szerint lehetséges, hogy a VoiceStreamre tett vagy teendő ajánlat tulajdonképpen felderítő léggömb a Sprint árának ki-puhítására. A France Telecom ugyancsak ajánlatot készít a VoiceStreamre újonnan szerzett brit leányvállalata, az Orange mobiltelefon-társaság útján. Az amerikai SBC távközlési cég szintén megkörtözte a VoiceStreamet.

Antitrösztpanasz a Rambus ellen

Bizonyos források szerint a főbb DRAM-gyártók csendben azt tervezik, hogy megelőző lépésként a Rambus monopóliuma ellen antitröszt-feljelentést tesznek a cég ellen. A nagy memóriagyártók ezzel azt is meg akarják akadályozni, hogy a Rambus továbbra is jogdíjat követeljen SDRAM-jai, DDR SDRAM-jai és vezérlői után. Állításuk szerint a Rambus monopolizálni akarta a memóriapiacot azzal, hogy rákényszerítette a chipgyártókra Direct RDRAM-technológiáját, majd pedig úgy akarta a rivális SDRAM-technológiát megbénítani, hogy jogokat formált a kezelőfelület szabványára.

Hat versenyző a Maktelért

Hat külföldi távközlési vállalat – köztük a Matáv – jelezte érdeklődését a macedón állami telefon-társaság 51 százalékos privatizációjára, amivel együtt jár a vállalatvezetés átvétele is. A volt jugoszláv tagköztársaságban ez lesz az eddigi legnagyobb magánosítás. A kormány az év végéig akarja kiválasztani a stratégiai befektető partnert. A nyertes 51 százalékos részesedést szerezhet a MabiMakban is, amely a Makedonski Telekomunikacii (MakTel) mobilszolgáltató ágazata és az egyetlen mobilszolgáltató az országban. A hat lehetséges pályázó között van a Matáv, a francia Vivendi, a görög állami OTE telefontársaság, a Swiss Telecom Debitel-leányvállalata, a Slovenia Telecom és a Turkcell török mobilszolgáltató.

hazai technológia

Kedvezményesen kerül piacra a Unisys ES7000

Az új Unisys ES7000 nagyvállalati osztályú szerver ez év szeptember közepéig a listaárhoz képest 20 százalék kedvezménnyel rendelhető meg. Az első hazai alkalmazó munkatársai pedig a Unisys vendégeként Amerikában, a gyárban kísérhetik figyelemmel gépük összeszerelését. A három hónapja a piacon lévő, max. 32 Intel-processzoros, 64 gigabájt memóriával és 100 terabájt nagyságrendű háttértárolóval rendelkező ES7000-ből eddig 150 darabot gyártottak, és a nemzetközi megrendelők szinte melegek a szerverkonzolidációra használja a rendszert. A Unisys Magyarországon is három fő területre pozicionálja az ES7000-t: pénzügy, távközlés és nagyméretű kereskedelmi vállalatok. A Windows NT és Unixware mellett várhatóan szeptembertől – egyelőre csak ezzel a géppel együtt szállítandó – a Windows 2000 Data Center Server operációs rendszer is rendelkezésre áll, továbbá még ez év végéig az ES7000-nek megjelenhet a 64 bites, Itanium processzoros változata. A cég képviselője szerint az ES7000 szerver a vele összemérhető, konkurens nagyszerverek árának 20-33 százalékáért kapható.

Kellemes nyári meglepetés a hálóra vágyóknak

A Matávnetnél július 1-jétől megrendelhetők azok az interneten való jelenléthez, illetve céges e-mail címek használatához kapcsolódó szolgáltatások, amelyek árai – a „munkaszezonra” való felkészülés jegyében – már augusztus 1-jétől kedvezőbbek lesznek. A domainnév-regisztráció egyszeri díja 20%-kal csökken, és a hozzá kapcsolódó egységes vállalati e-mail címek fenntartását biztosító E-posta szolgáltatás ára is kedvezőbb alakul, minthogy a jelenlegi 1 helyett 10 önálló postafiókot foglal majd magában. A világhálón való jelenlétüket a Matávnet webszerverén elhelyezett oldalaikkal biztosító ügyfelek számára jó hír, hogy a rendelkezésükre álló webtárhely 4-ről 10 MB-nyira bővül. Ezenkívül a csoportos e-mail szolgáltatáshoz társuló tárhelykapacitás is kiegészül 1 MB-tal.

E-mail levelezés lehetősége mobiltelefonon a Westelnél

A hazai mobilcégek közül elsőként a Westel Mobil Távközlési Rt. tette lehetővé ügyfelei számára, hogy internetes szolgáltatása (WAP) révén bármilyen e-mail címre érkező leveleket elolvashassák mobiltelefonjuk segítségével, és SMS-ben válaszolhassanak rá. A cég azt is bejelentette, hogy előfizetői e hónap elejétől olcsóbban telefonálhatnak a Westel Net-Tel X és A zónájába tartozó országokban. Az X zónához tartozó Egyesült Államokba, Kanadába és Ausztriába az eddigi per-

cenkénti nettó 71,20 forint helyett nettó 64 forintért lehet telefonálni. Az A zónába sorolt összes európai ország pedig – kivéve Ausztriát – a korábbi nettó 79,20 forint helyett nettó 71,20 forintért hívható.

Internetlátogatottság-mérés az AGB Hungartól

Az AGB Hungary képviseletével néhány hét óta elérhető az ausztrál Red Sheriff rendszer RedMeasure internetlátogatottság-mérési szolgáltatása. A Red Sheriff az anyaországon kívül már 8 országban nyitott irodát, vagy biztosított licencszerződéssel hozzáférést a szolgáltatásához. A cég a rendszer globális megjelenését és elterjedését stratégiai partnerkapcsolatokkal erősíti. Az AGB-vel közösen létrehozta az AGB-IMR International céget, amelynek tevékenysége túlmutat a Red Sheriff rendszer értékesítésén. A RedMeasure szolgáltatás ún. böngésző alapú mérési módszerrel alapul, nevezetesen a rendszer annyiszor regisztrál látogatót, ahányszor a mért oldal egy látogató böngészőjében megjelenik. A rendszer a látogatási esemény megtörténtekor számos adatot feljegyez, így például a látogató származási országát, a böngésző és az operációs rendszer típusát, az utolsó oldalváltástól eltelt időt. Sok más hasznos funkció egészíti ki a szolgáltatást. Az AGB Hungary az év második felében tervezi a rendszer további elemének, a Red Gauge panel alapú internetdemográfiai profilmérési szolgáltatásnak az előkészítését.

külföldi technológia

Whistler-utód: Blackcomb

Megjelent az Internet Explorer 5.5 végső változata, és Bill Gates bepillantást engedett a Windows jövőjébe. A Windows 2000 utódja, a Whistler 2001 második felében fog megjelenni, pár hónappal később, mint év elején tervezték. A Whistler utódja, a Blackcomb 2002 második felére várható. Az Internet Explorer mindkét verzióban még inkább integrálják, központi szerepet kap. A Whistler bemutatott pre-alpha verzióján prezentálták, hogy képzelettel a Microsoft új .Net technológiájának szoftveres megvalósítását. Gates közölte, hogy a Whistler lehetővé teszi használóinak a fájlok internetre, a „Microsoft közösségi oldalára” való mentését. Lehetséges lesz a személyes identitás létrehozása is, amellyel azonosíthatjuk magunkat a weboldalakon. A Blackcomb lesz az első teljesen .Net-képes Windows, és ehhez már a kezelőfelületen is jelentős változtatásokat hajtanak végre. Gates példaként a „type in-line” jellemzőt említette, amely a webböngészést, a dokumentumok elérését és egyszerű kérdések gyors megválaszolását gyorsan lehetővé teszi egy természetes nyelv által. Továbbá Gates számos új béta-állapotú termékről beszélt az Exchange Server 2000-től a BizTalk Server 2000-ig.

A mobiltelefonja legújabb ígérete a „mikrohelyi” szolgáltatás

A British Telecom, a France Télécom és a finn Sonera távközlési vállalat az első között van, amely „mikrohelyi” szolgáltatást akar nyújtani a mobiltelefon-használóknak. A szolgáltatás lényege, hogy a használó az internet révén akár néhány méteres körzetben lévő szolgáltatásokról és árukról is értesülhet, feltéve, hogy a rendszer meg tudja állapítani a használó földrajzi elhelyezkedését, a közeli kereskedők pedig fent vannak az interneten. A „mikrohelyi” szolgáltatás fényes jövő elé néz, előrejelzések szerint 2005-re már évi 20-33 milliárd dollár forgalmat fognak generálni. Szakértők szerint a „mikrohelyi” szolgáltatás akkor lendül fel, amikor a használók közvetlenül elérhető szolgáltatásokat és árukat találhatnak az internetet feltárcsázva: ha a mobiljukról megtudhatják, hogy az utca túlsó oldalán olcsóbb egy könyv a könyvesboltban, mint ezen az oldalon, akkor át fognak kelni az útmenten.

Egész Európára kiterjedő ISP-platform

A Global TeleSystem (GTS) bejelentette, hogy Nyugat-Európában 12 ország 35 városában befejezte az ISP-infrastruktúra kiépítését, amely mind hang-, mind adatátvitelre képes, és a Voice over IP (VoIP) technológiát is kínálja szolgáltatásként. A munka 5 hónappal a tervezett átadás előtt fejeződött be, és ezzel a GTS az első valóban páneurópai ISP lett saját internetstruktúrával. Terveiben szerepel a szolgáltatások egész Európára való kiterjesztése a GTS Ebone-on keresztül; a hálózat 2,5 Gbps-en működik. Távoli célként 50 város bekapcsolását jelölte meg a szöveg 25 000 km hosszúságú kábelrendszerével.

Zenezolgáltatás WAP-ra, PDA-ra

A HitHive online zenezolgáltató bejelentett egy új WAP-alkalmazást saját zenezolgáltató vonalain. A Mobile Music a maga nemében az első olyan alkalmazás, amely lehetővé teszi vezeték nélküli szolgáltatóknak, hogy zenét küldjenek ügyfelek számára. Az ügyfelek telefonjukkal vagy PDA-jukon keresztül hallgathatják és vezérelhetik a digitális zenei gyűjteményt. A HitHive szolgáltatás azzal a célkitűzéssel indult, hogy a fogyasztók bármikor, bárhol elérhessék digitális zenei gyűjteményüket, mintegy szimulálva egy CD-lejátszót. A Mobile Music szolgáltatás az üzleti élet számára már elérhető, és a harmadik negyedévben a nagyközönség számára is hozzáférhetővé válik.

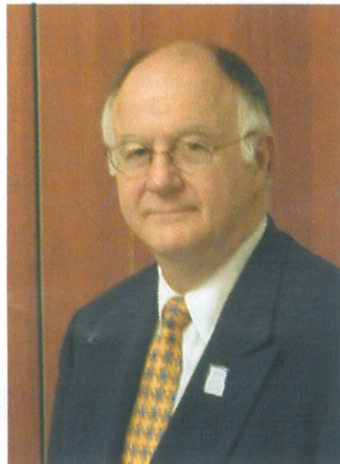
A titokzatos harmadik

GUTTRAY LÁSZLÓ

A PSINet Magyarország és az Inter.Net megalakulásának bejelentése előtt adott interjút lapunknak Pete Willis, a PSINet elnök-vezérigazgatója, aki akkor érezhetően (és érthetően) visszafogottan nyilatkozott a világceg harmadik magyarországi érdekeltégéről, mivel annak július 5-e hivatalos bejelentését több mint egy héttel előzte meg az alábbi beszélgetés. Ma már tudjuk, hogy a PSINet harmadik, a Wallis Rt.-vel közösen alapított cége Webigen Rt. néven kezdte meg működését.

Willis úr a bevezetőben óvatossággal csak annyit árult el, hogy a harmadik vállalkozásnak is köze lesz a helyi, illetve a régióban működő business to business alkalmazások fejlesztéséhez.

A PSINet elsősorban internet-szolgáltatónak kíván jelen lenni Magyarországon és a kelet-európai térségben, ezért is választottuk külön az üzleti partnerek igényeit kiszolgáló divíziót és az egyéni, modemmell csatlakozó felhasználókat kiszolgáló üzletágat. Tekintettel arra, hogy az Elender



olyan hatékony fejlesztői csapatot verbuvált az évek során, amelynek tagjai a B2B- és B2C-megoldások kialakításában is komoly részt vállalhatnak, örömmel közreműködünk egy olyan cég megalapításában, amely a későbbiekben az e-business regionális kiépítésében, a meghatározó alkalmazások kifejlesztésében és adaptálásában élenjárhat.

– Milyen konkrét munkái lesznek a harmadik cégnek?

– Az Elender által kiépített online kínálatot kell üzleti lehetőségekkel kibővíteni, így mindenképp egy olyan helyi portál kialakítása szükséges, amely képes lesz kereskedelmi ajánlatokra – azaz termékeket és szolgáltatásokat kínálni –, és képes lesz például a hitelkártyák elfogadásának adminisztrálására, a valuták átszámolására. De érdekes lehet egy olyan commerce to commerce, tehát C2C-felület kiépítése, amelyen aukciók rendezhetők vagy elektronikus tőzsde működtethető. Ezek megvalósításához is adaptált szoftvereket fogunk használni.

– Mivel járul hozzá mindehhez a PSINet?

– A szélesebb körű – regionális vagy inkább globális – kereskedés zavartalan működtetéséhez szükséges a sávzélesség növelése, a PSINet-architektúra kiépítése, valamint az, hogy intraneteken keresztül találhassanak egymásra az adott kereskedelmi akció résztvevői. Minderre a PSINet Magyarország meg-

alakítását követő hetekben nyolcszorosára növelt sávzélesség már elegendő lesz, így az elektronikus üzleti életbe bekapcsolódó kis-, közép- vagy éppen nagyvállalkozások ugyanazokat a szolgáltatásokat kaphatják Budapesten, mint például Hongkongban.

– Mekkora ügyfélkörrel lennének elégedettek a B2B-üzletágban?

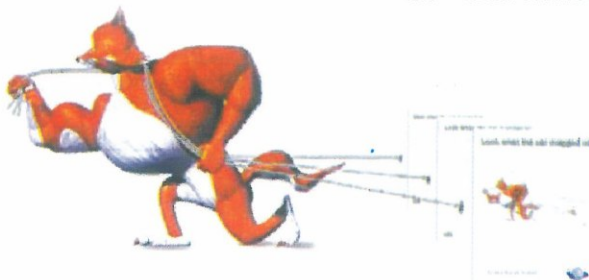
– Nehéz lenne konkrét számot megadni, ezért azt mondanám, hogy partnerekből sohasem elég. A kis- és középvállalatok számára nyújtott B2B-szolgáltatások terén 30-40 százalékos részesedést kívánunk elérni. Ha megtörténik a hálózatbővítés, kialakul a szolgáltatási portfólió, akkor meggyőződésem, hogy piacvezetők leszünk ezen a területen.

– Mikorra fejeződik be a hálózatbővítés?

– Ebben az évben mindenképp megvalósulnak a szükséges telepítések és a kapacitásnövelés, s akkor a világszerte elfogadott legjobb minőségű szolgáltatást kínálhatjuk a régióban érvényes legjobb áron.

Gigabit Ethernet

3P certified



UTP CAT.5+
250 Mbit/s

42 Ft/m

FTP CAT.5+
250 Mbit/s

57 Ft/m

Árunk az áfát nem tartalmazza.

Viszonteladóknak további kedvezmény!

Mérnöki Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.
1138 Budapest, Váci út 152-156.
Telefon: 339-9399/2372
Kábelértékesítés
Telefax: 359-6723

ABB

Active Virus Defense	Total Network Security	Total Network Visibility	Total Service Desk
McAfee vírusvédelem	Adattitkosítás Tűzfalak Behatolás- védelem	Hálózati forgalom-elemző rendszerek	HelpDesk Leitár Távfelügyelet
VirusScan NetShield GroupShield WebShield Management Edition	PGP Security Gauntlet Firewall CyberCop Scanner PGP VPN	Sniffer Basic Sniffer Pro Network Informant	Magic HelpDesk ZAC 2001 Remote Desktop 32 Crystal Reports
Adatvédelmi rendszerek tervezése, bevezetése Terméktámogatás • Biztonsági audit			
MINOSÍTETT ADATVÉDELMI SZOLGÁLTATÁSOK			
PIK-SYS Kft.			
Network Associates, Inc. hivatalos magyarországi forgalmazó és támogató központ			
Partner az adatvédelemben!			
			www.piksys.hu info@piksys.hu Tel.: (36-1) 455-6000 Fax: (36-1) 455-6005

Egy nebézsúlyú tartalomszolgáltató

Webre vágják a világot?

A PSINet részéről végül is nem meglepő, a Wallis Rt. részéről talán egy picit az, hogy igent mondott a webre, de hát a 16 millió dolláros alaptőkéjű Webigen Rt. megalakításakor éppen a hagyományos gazdaságot képviselő többségi tulajdonos Wallis Rt. képviselőjének szájából hangzott el az az *Andy Grove*-idézet, amely szerint nem az a kérdés, hogy öt év múlva melyik cég foglalkozik az internettel, hanem az, hogy amelyik nem teszi, lesz-e még...

Nem akármilyen részvénytársaságot alapított a Wallis Rt. a PSINettel: mind tőkeerőben, mind szakemberállományban a cég alkalmasnak tűnik arra, hogy – kitűzött céljának megfelelően – a 2001. év végére Közép-Európa piacvezető B2B (azaz business to business) szolgáltatója legyen.

Az új cég elődjei a gazdaság különböző területein szereztek tapasztalatokat, s ezek alapján testre szabott megoldásokat tudnak nyújtani kezdetben a hazai, majd később a kelet-európai vállalatoknak. A tulajdonosok által a „házasságba vitt” Elender Webstúdió és az Elender Online az alkalmazásfejlesztés és tartalomszolgáltatás, míg a Wallis „hozománya”, a Land Walking és az MTM Call Center a kommunikációs szolgáltatások szakértelmét adja az új vállalkozáshoz.

A Webigen operatív vezetőségében ötvöződnék a pénzügyi, az informatika és a kommunikációs szolgáltatások területének tapasztalatai. Az igazgatóságban helyet foglalnak az alapítók legfelsőbb vezetői is: *Kóka János* és *Bajnai Gordon*. A vezérigazgató, *Báthory Balázs* többéves tőzsdei, értékesítési, befektető és banki vezetői tapasztalattal rendelkezik, csakúgy, mint a pénzügyi és üzletfejlesztési vezérigazgató-helyettes, *Ormosy Gábor*, aki levelezte egyebek közt a VICO médiabirodalom eladását. E páros kiválasztása önmagában is mutatja, hogy itt egy olyan cég épül, amely a tőkepiac aktív szereplője kíván lenni, s miként azt *Báthory Balázs* a sajtótájékoztatón elmondta, olyan megbízható vállalatot kívánnak felépíteni, amely nem egyszer, hanem többször is tud részvénykibocsátással tőkét bevonni. Vezérigazgató-helyettesként, illetve igazgatóként megy át az új céghez az Elendertől *Martin-Kovács Miklós* és *Zsolnai Gábor* is, az előbbi az Elender Online tartalomigazgatója volt (a Magyar Rádió eltiltott évei után), az utóbbi előbb a Sulinet projektet, majd különféle tartalomfejlesztési témákat



irányított. Ahogy *Martin-Kovács Miklós* az EOL-lal, úgy *Gábor Iván* a Land Walking reklámügynökséggel együtt került az új cégbe, szintén vezérigazgató-helyettesként. Az alkalmazásfejlesztési területet *Baráth Gábor* igazgatja majd, aki előbb projektvezetőként, később a webstúdió vezetőjeként dolgozott az Elendernél.

Az új cég négy üzletága: B2B-projektek és -vállalkozások, új médiaszolgáltatás és -fejlesztés, kommunikációs ügynökség és alkalmazásfejlesztés.

A Webigen üzleti (business to business) modelleket fejleszt és támogató megoldásokat kínál, amelyek hatékonyabbá és gazdaságosabbá teszik a vállalatokon belüli és a vállalatok közötti termék- és szolgáltatásforgalmat. Ügyfelei és saját kezdeményezésében pedig internet alapú vertikális közösségeket (pl. e-tőzsdeket) kíván kialakítani és működtetni a cég. A Webigen tervei szerint ezek a vállalkozások már indulásuktól kezdve alkalmasak lesznek arra, hogy az adott üzletágban regionális vezető szerepet töltsenek be.

A vállalat tartalomszolgáltató tevékenységét is a teljes körűség jellemzi: a vállalaton belül e részlegben dolgozik tovább a napi 6–10 000 látogatót fogadó EOL.hu honlap szerkesztősege, amely saját összeállítású tartalmat szolgáltat. A formájában és tartalmában is megújuló portál a jövőben kibővülő szerkesztőségi gárdával folytatja munkáját. A közeljövőben itt készülnek majd a tervekben szereplő új, saját tartalommal jelentkező weboldalak is. Hagyományos (offline) média internetes (online) megjelenését teszi lehetővé közös vállalkozások formájában, hogy a meglévő tartalom új elemekkel kiegészülve a hálón is hozzáférhető legyen.

szülve a hálón is hozzáférhető legyen.

A Webigen kommunikációs ügynökségének erőssége, hogy képes átfogó kommunikációs kampányok tervezésére és kivitelezésére, mivel egyforma háttérrel és jártassággal rendelkezik a klasszikus (offline), illetve az internet-

tes (online) megjelenések területén. Az ügynökség nem nulláról indul: a Land Walking Kft. 1997-ben jött létre a Land televízió-stúdió, illetve a Walking 34' reklámügynökség egyesülésével. A reklámügynökség főleg klasszikus reklám-kampányok kivitelezésével foglalkozott, ez az egyesülés során kiegészül az Elender Online reklámértékesítési szak tudásával. A Land Walking független médiaügynökség, ami azt jelenti, hogy a cég önállóan végzi médiatervezési és -vásárlási tevékenységét, rendelkezve az ehhez szükséges technikai és személyi feltételekkel. Referenciaköre imponáló: olyan partnerek hosszú távú bizalmát érdemelte ki, mint az OTP Bank, az Aral Hungária, a Rover és a Hajdú-Bét Rt.

Ugyanehhez az ágazathoz kerül az 1998 februárjában alapított MTM Kft. a Call Centerrel. A telemarketing és internetes callcenter-tevékenységek továbbfejlesztésével e-CRM szolgáltatás indul.

Az Elender Webstúdió az elsők között kezdte el Magyarországon a webes alkalmazásfejlesztési munkát. A Webstúdió biztosítja az elengedhetetlen technikai hátteret a Webigen B2B-projektjeinek megvalósításához. Ezenkívül a grafikusokból és programozókból álló, összeszokott csapat testre szabott, kreatív fejlesztéseket készít önálló megbízások alapján ügyfelei számára.

SCO Unix operációs rendszerek, SCO üzleti informatikai környezetekhez!

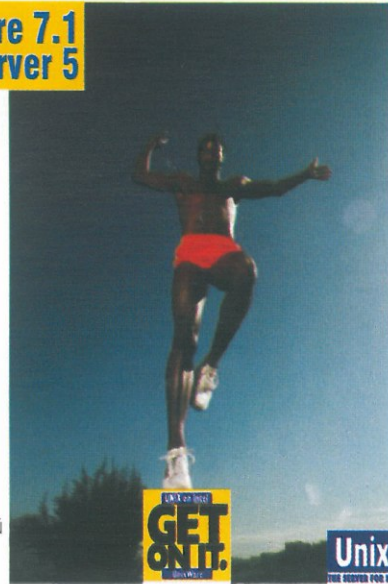
Az SCO operációs rendszerek a legelterjedtebb kereskedelmi Unix rendszerek. Intel- alapú hardveren futnak, ezért alacsony költséggel üzemeltethetők. Kifejezetten skálázható multiprocesszoros rendszerekben.

Megbízhatóság + teljesítmény

UnixWare 7.1
OpenServer 5

NonStop Clusters

A különösen nagy megbízhatóságú fürtözött rendszerekhez.



Areco Systems Kft.

1119 Budapest, Fehérvári út 83.
Telefon: 464-7500 Fax: 464-7555
E-mail: info@areco.hu Honlap: www.areco.hu

B-től B-ig

„Működő üzleti modell kell”

VÉRTES JÁNOS

A B2B már önmagában is az angol nyelv játékoságára épül, hiszen a kettő kimondva two, vagyis ugyanúgy hangzik, mint az irányt meghatározó to. Ezért vélhetjük joggal, hogy ha valaki a business to business B2B rövidítését más játékosággal is megfejele, az nagy fantáziával megáldott ember. Nos, azon a sajtótájékoztatón, amelyen a Webigen Rt. megalakulását az alapítók bejelentették, Báthory Balázs vezérigazgató (vagy valamelyik tanácsadója) igazán fantáziadúsnak bizonyult, és a B2B-t új tartalommal is megtöltötte: postagalam-bok (ha tetszik: „tubik”) repültek Budáról lakóhelyükre, egy másik B betűs településre... bí-tu-bí!

Vajon véletlen, hogy a cég élére az alapítók egy ilyen két B-s vezérigazgatót választottak?

Persze ez nem egy olyan kérdés, amellyel el lehet indítani egy több mint négymilliárdos új cég vezérigazgatójának bemutatkozó interjúját, ezért mindjárt átugrunk a „B kérdésre”:

Monitor: – Biztos, hogy jó döntés volt otthagyni egy éppen egyre magabbra ívelő értékpapír-piaci karriert?

Báthory Balázs: – Amikor elbúcsúztam az OTP Értékpapír Rt.-től, ott is felmerült ez a kérdés, és még a vezérigazgató is kockázatosnak érezte a döntésemet. Ezt elintézhettém persze azzal az angol szólással is, hogy „no risk, no fun”, de azért ennél mélyebben átgondoltam. Azon a ponton voltam, amikor el kellett dönteni, hogy a következő öt-tíz évre a korábban szerzett ismereteimet mélyítem el még jobban, vagy körülnézek, hogy mi minden van még a világban. Nos, ha körülnézek, akkor azt hiszem, nemigen lehet izgalmasabb kihívást találni, ráadásul egy olyan csapatban nyílik lehetőség ennek az új dolognak a kipróbálására, amellyel meg tudjuk valósítani az elvállalt feladatot. Ráadásul minden a konvergenciáról szól, az elektronikus kereskedelem és a pénzpiac is nagy sebességgel közeledik egymáshoz. Mivel ezt a témát az egyik oldalról már ismerem, biztos vagyok benne, hogy nem lehet rossz meg tapasztalni belülről a másik oldalt is...

M: – A Webigen szövezzetével megalkotásakor szinte bizonyosan gondoltak a keresztszülők a szó közepén megbúvó „big” hangulatára is... 16 milliárd dollár, aminek a nagyobbik fele készpénz, nem akármilyen feltőkésítettséget jelent a magyar piacon. Mire kell ez



Báthory Balázs

A Webigen Rt. vezérigazgatója

Korábbi munkahelyei:

Kereskedelmi és Hitelbank
CA-IB Csoport
OTP Értékpapír Rt.

a nagy induló tőke? Piacszerzésre, marketingre? Mi a stratégia?

B. B.: – Nem elsősorban marketingre. A marketing csak akkor jó, ha megfelelő értékkel párosul, ezért a B2B-vonalon először értékkeremtésre fordítjuk a pénzt: technológiát, embert vagy akár egész céget veszünk. Így állítjuk elő a legfőbb értéket, az ügyfelek elégedettségét. Az új médiaüzletágban szintén fontos az erős szerkesztői gárda kialakítása az értékkeremtéshez, de ezen a téren már a marketingnek is nagyobb szerepet szánunk, hogy az újra átgondolt EOL-t sokan megismerjék.

M: – Az új cég menedzsmentjének kiválasztásakor mintha szerepet játszott volna az értékpapírpiaci ismerete. Kitápintható, hogy a tulajdonosok nem feltétlenül profitot várnak el, hanem azt, hogy tudatosan felépüljön egy tőzsdei cég, a vezetők az értéket ne csupán szolgáltatásokban, hanem jelentős hányadban cégértékben teremtsék meg...

B. B.: – Ha ugyanezt pozitív oldalról fogalmazzuk meg, akkor van ebben a megállapításban némi igazság, de nagyon szeretném hangsúlyozni, hogy itt a cégépítésben az értékpapír-tapasztalatokkal rendelkező vezetőknek – vagyis

elsősorban a pénzügyi vezérigazgató-helyettesnek és nekem – olyan feladatok vannak (partnerek kiválasztása, üzleti modellek készítése), hogy megalapozott stratégiával egy vezető tőzsdei céget adjanak a piacnak hosszú távra. Ehhez nagyon fontos, hogy ne csak technikai oldalról, ne az ötletelés szintjén közelítsünk a feladatokhoz, hanem egy működő üzleti modellben gondolkodjunk, amelynél igenis fontos, hogy a befektetések idővel megtérüljenek, a termelés nyereségessé váljon. Valós bevételekre számítnak tehát, és valós megvalósításokra épülnek üzleti terveink, így építünk céget, így teremtünk értéket. Számomra ez a fajta értékkeremtés nagyon fontos, hiszen ezt tettem életem előző tíz esztendejében is. Egy olyan dinamikus piac megszületésének lehettem részese, mint az értékpapírpiac, ahol nagy szerencsémre korán egy piacvezető cégnél tudtam elhelyezkedni, és azt hiszem, most megint ez jut osztályrészemül: egy új piacot teremthetünk egy piacvezető cégnél.

M: – Ha így nézzük, tényleg nem nagy a váltás, egy apró lépés a businessstől a businessig... Őszintén sok sikert kívánok!

Lóháton

Nem kis feladat az embernél hétszer nagyobb tömegű állatot rábírnai arra, hogy engedelmeskedjen a lovasnak, ráadásul mindezt jó kedvvel tegye...

Ennek művészetét Báthory Balázs Angliában próbálta elsajátítani, ahol módja nyílt a lovaglás elméletét, a lovak lelki-világát is tanulmányozni. Ez nem teljesen vág egybe a kanadai kormány támogatásával folytatott tőzsdei tanulmányokkal, de ki tudja, hogy a Webigen Részvénytársaság vezérigazgatójának milyen tudásra van inkább szüksége?

A lovaglás során irányt is könnyebben vált az ember, nem úgy, mint mondjuk a vasúton, amikor váltók ide, váltók oda, mégiscsak arra kell menni, amerre a sín vezet. A Kereskedelmi és Vendéglátó-ipari Főiskola után az egyenes sín egy szálloda vagy egy utazási iroda felé haladna, de jön az első „huszáros” fordulat: tőzsdei tanulmányok, majd munkavégzés, előbb üzletkötőként, később igazgatóként, utóbb vezérigazgató-helyettesként különféle bankoknál: Kereskedelmi és Hitelbank, CA-IB

Csoport (budapesti, londoni leányvállalat), OTP Értékpapír Rt. A kilencvenes évek közepén háromszor is elnyerte az év legjobb értékpapír-kereskedője címet. Alapítása óta tagja a Budapesti Értéktőzsde Kereskedési Bizottságának, az idei évtől pedig beválasztják a Keler (Központi Értéktár és Elszámlóház Rt.) igazgatóságába.

Ez is egyenes út, a fényes sánpár magabiztosan és töresmentesen halad, ameddig csak a szem ellát.

De Báthory Balázs lovas lélek.

Egy határozott mozdulat, s máris befordul a mezőről az erdőbe, új, ismeretlen tájak felé. Elvállalja a Webigen Rt. irányítását. „Nyolc-tíz évenként kell egy újra-kezdés” – mondja, s ha ilyenkor valaki a háromgyermekes apa szemébe néz (gyermekének kora: tíz- és nyolcéves, illetve nyolc hónapos), akkor muszáj elfogadnia: nem a levegőbe beszél.

Ráadásul úgy véli, ez kisebb váltás, mint a vendéglátóiparból a tőzsdére; a web nem valami új, nem valami más, hiszen minden webessé alakul, rövidesen a tőzsde is. Talán éppen ennek megteremtése vonzotta, bár az is lehet, hogy inkább a kollegák – mint mondja: „a fantasztikus csapat” – miatt érezte, hogy itt a helye.

Mert tanulni nemcsak a lovaktól lehet.



E-mail cím:

bathoryb@webigen.hu

Kérdések, kételyek, remények – kerekasztal az ASP-ről

FEKETE GIZELLA

Az internet térhódításával kissé más alapokon, de valójában egy új „outsourcing-hullám” söpörhet végig – egyelőre elsősorban az informatikában érdekelt cégek reményei szerint – a világon. Az ASP (Application Service Provider) névre keresztelt szolgáltatás hazai lehetőségeiről, a vélhető igényekről, problémákról az említett technológia hazai meghonosítását célzó Compaq-Cisco-Microsoft-Revolution-Westel Rádiótelefon konzorcium kezdeményezésére júniusban tartott workshop után az MS-Compaq-Revolution a szakajtó képviselőivel folytatott kerekasztal-beszélgetésen igyekezett a várhatóan 2-3 éven belül Magyarországon is reális szoftverdisztribúciós alternatívaként megjelenő szolgáltatás fenti kérdéseiről tájékozódni. A konzorciumban a Westel 0660 szolgáltatóként, a Revolution Software pedig az ASP-követelményeknek már eleget tevő integrált vállalati irányítási alkalmazás, a Zenith fejlesztőjeként vesz részt.

Nincs új a nap alatt

A beszélgetésből kitűnt, hogy Magyarországon – felhasználói oldalon – elsősorban az informatika fejlődését anyagilag követni, saját ütöképes informatikusgárdát fenntartani csak nehezen vagy egyáltalán nem képes, illetve a több telephelyes, esetenként központ nélkül működő cégek számára kínál alternatívát az ASP. Ez utóbbiak valószínűleg – ahogy azt induláskor a mostani nagy outsource-cégek, az EDS, a Debis stb. tették – önmaguk ASP-szolgáltatóivá válva, majd később tovább szélesítve ügyfélkörüket. Első megközelítésben idehaza inkább az alkalmanként és nem az állandóan használt szoftverekre lehet kereslet, ez váltja majd ki a legkisebb ellenérzést az adataikat ma még görcsösen féltő, elsősorban kis- és középvállalkozások vezetőiből. Ilyenek a tervezéshez és gyártásba vitelhez alkalmazott különböző CAD/CAM, valamint a most divatos e-business alkalmazások, de az állandóan változó szabályozási követelményeket figyelembe véve kivételként akár a számlázó-, a bér-, illetve a tb-programok is számításhoz jöhetnek. Potenciális ügyfél lehet a szolgáltatás indulásakor a hatalmas informatikai szakemberhiánnyal és folyamatosan a kiadási oldal csökkentésével küzdő állam- és közigazgatás is. Ezek a szervek, szervezetek az irodai, a dokumentumkezelési, az ügyviteli, a vállalati irányítási, esetenként a tervezési rendszerek bérlejeként első fecskeként bizonyíthatnák az üzleti világ számára,

hogy az adatok, információk az ASP-nél kevesebb költséggel nagyobb biztonságban tudhatók, mint „házon belül”. Ahhoz azonban, hogy a vételár és az üzemeltetési, követési költség ellenében megérje a felhasználónak bérelni a programhasználatot, pozitív változásnak kell bekövetkezni az ASP elérését, a kommunikációt, a kapcsolatot biztosító infrastruktúra, technológiák, szolgáltatások árában és minőségében.

Kinek üzlet?

Akik a legegyszerűbben készülnek erre a szolgáltatásformára, azok a technológiai hátteret biztosító nemzetközi, elsősorban amerikai hardver-, szoftver-, hálózati szolgáltató- és megoldásfejlesztő cégek, amelyek várhatóan – az ehhez szükséges fejlesztésekbe komoly pénzeket ölve – nem hagyják rögtön születése után eltemetni azt. A szolgáltatók azonban nem ők, és még csak – legalábbis Magyarországon – nem is elsősorban az outsourcing-üzlet felé már évek óta kacsintgató rendszerintegrátorok, hanem valószínűleg az internet-üzletben is egyre érdekeltőbb telekommunikációs, valamint nemzetközi tanácsadócégek lesznek, hiszen a vállalkozás hatalmas kezdeti beruházást igényel, s a megbízhatóságot mint elsődleges fontosságú fogalmat az ASP-üzletben is ők sugallhatják. Amit ezzel kapcsolatban, ha nagy vonalakban is, de érdemes látni, az egy ASP-központ felépítése, ahol a megbízhatóság kulcskérdés, s jókora befektetéssel jár. Az ikerkép- vagy más, rendszermeghibásodás esetén is biztonságos működést garantáló hardver-szoftver megoldások, az adatmentés és -tárolás, a folyamatos áramellátás, a fizikai és elektronikus biztonság kialakítása mind olyan befektetéssel jár, amellyel a későbbi bérlelők jelentős hányada, elsősorban anyagi megfontolásból, még gondolatban sem kíván foglalkozni. És ez jelentősen leszűkíti az ASP-szolgáltatók körét.

Biztonság kontorra birtoklás

Nem ártana legalábbis alternatívaként megfontolni a fentieket, sem az informatikai szakemberhiánnyal vívott (elsősorban a rendszergazdák, a felhasználók saját informatikai csapatát nézve), sem a legális szoftverhasználatért folyó küzdelemben, sem pedig a kis- és középvállalkozásoknál, illetve a multiknál különösen fontos költséghatékony működés szempontjából. És jó volna a workshopon elhangzottak alapján a potenciális felhasználókat izgató leggyakoribb kérdésekre választ találni.

Ezek a szolgáltatási szintre vonatkozóan:

- garantált készenlét és a probléma esetén nyújtott kompenzáció mértéke,
- 24/7 elérhetőség.

Az infrastruktúrát érintve:

- a hálózat biztonsága,
- a redundancia nagysága,
- a szünetmentes áramellátás mértéke,
- a szolgáltatás helyszínül szolgáló épület biztonsága,
- a megfelelő sávszélesség, vagyis a gyors elérési idő garantálása.

Az adatelérés tekintetében:

- milyen adatelérési biztonságot garantál az ASP,
- ki és honnan érheti el az adatokat,
- a szolgáltatás életképessége,
- az ASP mögötti tőke nagysága szolgáltatásbővítések, illetve újabb ASP-centerek létrehozására, és végül
- a károkozás megtérítése.

Itt a törvény adta keretek és a valóság még inkább a felhasználó oldalára billentti a mérleg nyelvét, hiszen a mai törvé-

nyek a szolgáltató által okozott kárt (vajon ha a szolgáltató szolgáltatója a károkozó, az hová számít?) teljes mértékben ez utóbbi köteles megtéríteni.

Az ASP elfogadásának egyik legnagyobb hazai akadálya ma még elsősorban a kis- és középvállalkozások gondolkodásmódja lehet. Az adat-, az információbirtoklás elsődleges szempont, ezért nem minden alkalmazást kívánnak majd külső szolgáltatótól, legalábbis induláskor, igénybe venni. A biztonság azonban csalóka jószág. Más a vélt, és más annak valós volta. Józan ésszel végiggondolva: a már korábban említett körülmények között a biztonság nagyságrendekkel nagyobb, mint a gyakran még adatmentéssel sem bajlódó cégeknél. És az is logikus, hogy az ASP-szolgáltatónak egy biztonságihiány-gyanús per a „fejébe” kerül, azaz tönkremegy, tehát mindent megtesz, hogy ezt elkerülje. Így előbb-utóbb, s főként költségmegtérülésből, elképzelhető, hogy az ASP-nek idehaza is keletje lesz.

Vedd fel a ritmust!

EC DL

EC DL-akadémia: ingyenes távoktatást és kedvezményes vizsgalehetőséget kínál a

Főtámogató:
Microsoft
Office 2000

NÉPSZAVA
ALAPÍTVÁNY 1972-BAN
Népszava, hogy tudja, mi az újság!

A nemzetközileg elfogadott számítógép-felhasználói jogositvány megszerzéséről részletesen olvashat a napilapban és a <http://ecdl.nepszava.hu> internetcimen.

E-audit: európai áttörés

Bevételnövelő weblapok

GUTTRAY LÁSZLÓ

A tavalyhoz hasonlóan idén is különlegesen értékes tanulságokkal szolgáló felmérést készített a Novell. A kutatás egyik legfontosabb célja ebben az évben az volt, hogy a kiválasztott nagyvállalatokat a weben való megjelenés bevéteelnövelő hatása alapján rangsorolják. A felmérésben szereplő cégeket ezúttal is a Fortune 500-as listájáról választották ki az elemzést végző London School of Economic & Political Science (LSE) kutatói, akik nyolc üzleti kategória összesen száz olyan nagyvállalatának weblapját vizsgálták meg részletesen, amelynek bevételeiben egyre nagyobb szerepet kap a honlap, pontosabban az ott kínált termékek és szolgáltatások online értékesítése.

Az értékelésből kitűnik, hogy a nagy cégek egyre inkább olyan üzleti eszköznek tekintik az internetet, amely képes tartósan megnövelni bevételeiket. A kutatás másik fontos végkövetkeztetése volt, hogy az e-business előnyeit aktívan élvező, saját területükön többnyire vezető cégek között nemcsak amerikai és nemcsak informatikai vállalkozások találhatók. A vizsgált cégek „webes eredményességének” felmérése ugyanis egyértelműen azt mutatta, hogy az európai cégek az e-kereskedelemben segítségével egyre eredményesebben népszerűsítik termékeiket és szolgáltatásaikat.

Az e-business megvalósításában korábban (érthetően) egyértelmű amerikai dominanciát regisztráltak a kutatók, ennek ellenére nem meglepő, hogy az LSE idei, „Worldwide Web 100” címen nyilvánosságra hozott listáját a tavaly hetedik helyen végzett Deutsche Bank vezeti – bár 1999-ben is német bejegyzésű cég, nevezetesen a Deutsche Luftansa került az első helyre. A mostani felmérés dobogósa egyébként a német pénzintézet mellett a Tesco és a Sony volt.

Az LSE elemzésének egyik legfontosabb megállapítása, hogy Európában és Japánban is megkezdődött az áttörés, a százas lista első 30 cége között ma már csak 14 amerikai – mellettük 13 európai és 3 ázsiai – vállalat található, ami egyértelmű bizonyítéka annak, hogy rohamosan csökken az Egyesült Államok fölénye.

Az európai cégek jelenléte az e-kereskedelemben továbbra is igen erős: az első 20 helyből tízet európai nagy szervezetek foglaltak el, a legeredményesebb amerikai cég a Walmart volt, amely így is csak az ötödik helyet érte el.

A kutatási eredmények egyértelműen bizonyítják, hogy a weben való megjelenés ma már nem felesleges érdekességnek vagy marketing szempontokból fontos „kirakatpolitikai” elemnek számít. A vizsgálatban szereplő cégek 53 százaléka kínál vállalati webhelyén e-kereskedelmi funkciókat valamilyen formában (például online megrendelés és teljesítés), ami 36 százalékkal több, mint tavaly. E cégek 28 százaléka ajánlja fel a nemzetközi megrendelés lehetőségét, és ez 20 százalékkal több annál, mint amit a tavalyi felmérés adatai mutattak.

A felmérésben szereplő webhelyek üzemeltetőinek 80 százaléka kifejezetten figyel, hogy mindkét oldalról garantáltan oldják meg a vásárlóknak és más üzleti partnereknek (beszállítók, fuvarozó cégek stb.) az online megrendelések biztonságával kapcsolatos problémáit, ami 45 százalékkal nagyobb érték, mint tavaly volt.

Még többen – a felmérésben szereplő cégek 85 százaléka (!) – foglalkoznak az ügyfelek személyes adatainak védelmével, ami egyértelműen mutatja a biztonságos vásárlás megteremtésére irányuló törekvéseket, ugyanis a tavalyi adatok szerint a vállalkozásoknak még csak 63 százaléka tartotta fontosnak ezt a szempontot.

Annak ellenére, hogy az első 30 helyen végzett cég kiváló eredményeket ért el, számos világhírű vállalat igen alacsony pontszámot kapott, mert webhelyének kivitele nem elég gondos, és nehezen bejárható. A szervezetek 28 százalékánál például hiányzott az internetes funkciók nagy része, a kivétel fantáziátlan volt, az eligazítás pedig kifejezetten gyengének minősíthető.

A felhasználói hűséggel kapcsolatos információ, valamint a hűséget jutalmazó programok csak a felmért helyek 22 százalékánál fordultak elő, ezek közül is csak 15 százalék esetében volt maga a program kifejezetten „webes”.

Dr. Steve Smithson, a tanulmányt készítő LSE információs rendszerek osztályának vezetője komoly előrelépést lát a tavalyi „Worldwide Web 100” jelentése óta. Értékelése szerint az idei anyag egyértelműen továbblépést mutat abból a szempontból, hogy a nagy cégek miként alakítják ki e-kereskedelmi környezetüket. A dot.com-forradalom eredményeképpen a világ nagy szervezetei ma már komoly üzleti eszköznek

gáltatásokat alakítson ki, a cégek többsége még mindig le van maradva a vásárlás utáni online szolgáltatások terén. A Novell megoldásaival azonban az e-kereskedelmi piac ügyfélkapcsolatait és a hálózatok tűzfalon túli rendszereit is védi.”

Dr. Jekler Rudolfot, a Novell Magyarország kommunikációs vezetőjét a részletes tanulmány eredményeinek

Európa: billiódolláros nagyságrend

A Forrester Research közelmúltban elvégzett kutatása eredményeképpen azt állítja, hogy az e-kereskedelemben 2003-ig tartó évi több mint 100 százalékos növekedése Európában 1,5 billió dollárra emeli az online eladások piacát, aminek révén Európa igen komoly részévé válik a 2004-re 6,9 billió dollárosra becsült globális internetes gazdaságnak. (Nem tévedés, az eredeti jelentésben „trillion” szerepel, amely az európai szóhasználatban billiót jelent!) A kutatási eredmények összefoglalójában az elemzők külön kihangsúlyozzák, hogy nem elegendő a weben való pusztán jelenlét, a honlapoknak a vállalati márkanév „online kiterjesztéseként” kell felépülniük, a biztonság és az ügyfelek személyes adatainak védelme pedig kulcsfontosságú szempont a terület valódi lehetőségeinek kiaknázásához.

tekintik az internetet. Az elmúlt 12 hónapban a nagy cégek magas szintű üzleti stratégiákat dolgoztak ki eme új, fejlődő csatorna kiaknázására, valamint üzletük és szolgáltatásaik a vásárlói bázishoz való közelítésére – foglalta össze a tapasztalatokat Smithson.

A Novell elnök-vezérigazgatója is kommentálta a kutatási eredményeket, összegzése szerint: „a felmérés kimutatta, hogy a cégek túlléptek az internet kezdeti csatlakozási és infrastruktúra-kialakítási szakaszán, és a hálózatkezelés új korszakába léptek. Mi több, figyelemre méltó, hogy a felmérésben részt vevő cégek nagy része maga is azt a nézetet vallja, hogy a jövő az internet, az intraneteket és extraneteket magában foglaló „egyetlen hálózat”. Ez leegyszerűsíti az e-business, és biztosítja a hálózati gazdaságban való sikerhez szükséges teljesítményt és rugalmasságot. Ugyanakkor a 2000. évi Worldwide Web felmérés jó néhány vizsgált webhely esetében hiányosságokat is kimutató. Miközben a vállalkozások vezetőinek többsége azon fáradozik, hogy e-kereskedelmi szol-

elemzése után arra kértük, foglalja össze: mi vezérelte a Novellt, amikor olyan kutatás elkészítésére kérte fel az LSE-t, amelyben nincs utalás arra, hogy a cég webes célszoftverei mennyiben segítik az e-business kiépítését?

Jekler a hálózati gazdaság kiépülésének, illetve az egyetlen hálózat (One Net) koncepciójának általános fontosságával magyarázta a tanulmány megrendelését. A Novell ugyanis a Net Services szoftvercsalád szolgáltatásait a későbbiekben is a felhasználók igényeire és látens igényeire, szokásainak figyelembevételével kívánja bővíteni, így a kutatási eredmények irányítóként is szolgálnak a fejlesztésekhez. A hálózati gazdaság, ezen belül az e-business (B2B és B2C) kiépítéséhez a Novell azt a szükséges alap-infrastruktúrát tudja biztosítani, amellyel az elektronikus kereskedelmi rendszer könnyen kiépíthető, egyszerűen elérhető és menedzselhető, ugyanakkor a partnerek által egyre fontosabbnak tartott biztonsági szempontoknak is maximálisan megfelel. A tanulmányban szereplő cégek korábbi forgalmuk egyre nagyobb ré-

Ki, hol, mit, mikor... www.prim.hu/events

Rendezvénykalauz a Prím Online-on... Hogy ne maradjon le az Önnek fontos dolgokról!

CSEREAKCIÓ!

→ CSERÉLJE VADONATÚJRA RÉGI, MÉG MŰKÖDŐKÉPES LED- VAGY LÉZERNYOMTATÓJÁT!
 OKIPAGE 10EX LAPNYOMTATÓ VÁSÁRLÁSA ESETÉN AZ ÁRBA **BESZÁMÍJTJUK!!!** • OKI TÍPUS
 ESETÉN A KEDVEZMÉNY MÉRTÉKE 10.000 FT, MINDEN EGYÉB TÍPUS ESETÉN 12.000 FT.

109.000.-Ft+Áfa



10 lap/perc
 600x1200 dpi
 DOS, WIN 3.1/95
 WIN 98/NT/2000

OKIPAGE 10ex

OKI

People to People Technology

OKI SYSTEMS MAGYARORSZÁG KFT. 1051 BUDAPEST,
 BAJCSY-ZSILINSZKY ÚT 12. • HONLAP: WWW.OKIHU.HU
 E-MAIL: OKI@OKIHU.HU • TELEFON 327 4070 • FAX 327 4076
 N A G Y K E R E S K E D Ő P A R T N E R E I N K • CHS KFT. 06 1 451 3500 • FLAG RT. 06 1 383 0155 • HUMANSOFT KFT. 06 1 270 7600

szét bonyolítják le az interneten, honlapjuk segítségével esetenként jelentősen növelhették bevételeiket, és ez mindenképpen azt mutatja, hogy az e-business már a közeljövő üzleti életé-

ben kétszegtelenül meghatározó szerepet játszik.

A tanulmány fontos üzeneteket hordoz a magyarországi vállalkozások számára is. Ma már nemcsak a kifejezetten

nagy, nemzetközi üzleti kapcsolatokkal is rendelkező hazai vállalatok fejlesztési stratégiájába kell mihamarabb beépíteni az e-business lehetőséget, hanem a közepes vállalkozásoknak is el kell

fogadniuk, hogy az elektronikus kereskedelemhez szükséges környezet kialakítása belátható időn belül alapfeltétele lesz az üzleti életnek – hangsúlyozta Jekler Rudolf.

Kutatási módszerek

Az LSE kutatói az elemzések megkezdése előtt a következő nyolc kategóriából választottak ki jól működő, saját honlappal rendelkező nagyvállalatokat: autógyártás, média és szórakoztatás, utazás és szállítás, telekommunikáció, szórakoztatóelektronikai és számítógépes vállalatok, pénzügyi és biztosítócégek, kiskereskedelmi cégek, gyógyszeripari vállalkozások.

A felhasznált módszertan az ügyfél és a cég közötti üzleti tranzakciók vizsgálatára épül: az árak és a termékinformáció megtekintésétől kezdve a megrendelésen és a számla teljesítésén át egészen a vásárlás utáni szolgáltatásokig összesen hét szempont alapján vizsgálták meg a kutatók a cégek weboldalait:

- Céginformáció (azon adatok elérhetőségét és tartalmát minősítették, amelyek a vásárlónak ugyanazokat az információkat adják meg, mintha egy valódi pult mögött találkozna vevő és eladó, így például: működési terület, legismertebb termékek/ szolgáltatások, pénzügyi helyzet, az értékesítési körhöz tartozó egységek közvetlen, link útján történő elérhetősége).
- Hirdetés és reklám (elsősorban a saját termékekről és szolgáltatásokról közzétett ismertetőket, valamint az akciókat, az egyedi ajánlatok gyors elérhetőségét értékelték, de vizsgálták azt is, hogy miként segíti a partnercégek hasonló kínálatának népszerűsítését, elérhetőségét).
- Termékinformációk (itt azt vizsgálták, hogy mennyiben nyújt többet az adott weboldal, mint a hagyományos katalógus-áruházak kínálata, különös tekintettel az ár, a minőség, a megjelenés részleteinek feltüntetésére).
- Online rendelés lehetősége (azt minősítették, hogy a már elfogadott

„online bevásárlókosár” gyakorlatánál mennyivel nyújt többet az oldal, például hogy mennyire könnyű kiválasztani a vevő/megrendelő számára az ideális termékeket vagy szolgáltatásokat, és mennyire egyszerű azok elérése külföldről).

– Online fizetés lehetősége (itt nemcsak a „e-pénzzel” való fizetés lehetőségét és annak egyszerűségét vizsgálták, hanem azt is, mennyire nyújt általános információkat a fizetési feltételekről, alternatív fizetési lehetőségekről, mennyire felel meg az online fizetés biztonsági feltételeinek, mennyire garantálja az átutalás biztonságát, illetve milyen pontos tájékoztatást kap erről az oldalt felkereső vásárló).

– Eladás utáni szolgáltatások (azt értékelték, hogy a honlap látogatójáról, illetve a vásárlókról megszerezhető információkat mennyire jól tudja felhasználni a weboldal üzemeltetője, tehát képes-e azonosítani például azt a visszatérő látogatót, aki korábban már vásárolt, és megkaphatja-e a termékkel/ szolgáltatással kapcsolatos legújabb információkat).

– A használat egyszerűsége, újszerűsége (tipikusan a felhasználói szempontok szerinti értékelési eljárás, amely többek között az oldal többnyelvűségét, a navigáláshoz kapható egyszerű segítséget vizsgálta, és azt, hogy az oldal általános megjelenése mennyire segít a felhasználónak a gyors és egyszerű eligazodásban).

A fenti szempontok iránymutatók lehetnek azon magyarországi cégek számára is, amelyek szeretnék képet kapni saját weboldaluk használhatóságáról, illetve arról, hogy a honlap mennyire alkalmas az elektronikus kereskedelembe történő belépéshez. Azaz megszerezhető-e a szükséges információk, és azok mennyiben felelnek meg a fenti szempontoknak?

E-billing a HP-Triad párostól

A Hewlett-Packard Magyarország Kft. és a Triad Kft. stratégiai együttműködési megállapodást kötött az interneten történő számlamegjelentés és fizetési megoldások területén. A július 14-ei bejelentés szerint a két cég arra készül, hogy az amerikai Checkfree cég elszámolóházi megoldását és technológiáját felhasználva bevezeti az EBPP, azaz Electronic Bill Presentment and Payment szolgáltatást.

Pesti István és Kelen András, a szövetkező két cég ügyvezetője elmondta,

hogy a sokat számlázó vállalatok százmilliókat, milliárdokat takaríthatnának meg, ha a havi számláikat megtekinthetnék mondjuk az interneten keresztül, s elfogadás esetén akár rögtön online megbízást is adhatnának azok kifizetésére. Az is lényeges lehet, hogy egy személy vagy szervezet ne számtalan szolgáltatóval álljon kapcsolatban, és így kelljen gondoskodnia a különböző áttalálásokról, hanem azok egységesen, egy szolgáltatón keresztül és természet-

esen sokkal olcsóbban lebonyolíthatóak legyenek. Érdemes megjegyezni, hogy míg egy hagyományos banki tranzakció költsége néhány 100 forintos nagyságrendnyi (kb. 1 USD), addig az internetes fizetés költsége 1 cent, azaz az előbbinek kb. 1 századrésze lehet. A dolog lényege tehát egy elszámolóház és egy internetes megoldás, amelyet a Triad a HP-vel közösen hoz létre.

A szoftveres megoldás eredetileg egy BlueGill nevű cégtől származott,

a Checkfree csak az elszámolóházat adta hozzá, ám tavaly decemberben bejelentették, hogy ez utóbbi megvásárolja a szoftvercéget, így ma már a technológia is a Checkfree tulajdona. Ez a technológia azért is előnyös, mert nem kell a régi számlázórendszereket átírni, az új internetes számlázás bármilyen korábbi rendszerhez illeszkedik, tekintve, hogy az outputból indul ki, vagyis a nyomtatóra küldött adatokat kezeli, és abból felépíti azt az internetes adatbázist, amelyre szüksége van ahhoz, hogy arra már saját, standard alkalmazási rendszerét ültethesse rá... A technológia nagyon hasonlatos ahhoz, mintha a számlákat egy űrlapnak tekintenénk, amit úgy szkenelnénk be, hogy tudjuk a név, a dátum, a fizetendő összeg stb. pozícióját. Egy Smart Express nevű szerszám készít az outputból egy új adatbázist, ezalatt mehet a nyomtatás is, de ha az ügyfél úgy dönt, hogy neki mostantól a papír nem kell, elegendő megnéznie az interneten a számlát, akkor a nyomtatás lehet „dummy” is, vagyis nem fogy a papír, de a rendszer mégis átengedi magán a bizonylatot. A számlákból elkészül egy olyan adatbázis alapú webalkalmazás, amely azután tetszőleges módon továbbépíthető, igazítható. A rendszer (az i-Series) maga is parameterezhető, s bár vannak olyan standard vállalat- és számlatípusok, amelyeknek megfelelően parameterezett verziója órák alatt generálható – i-Telco, i-Insurance, i-Broker stb. –, de természetesen bármilyen számlafajtahoz gyorsan és gond nélkül beállítható. A standard megoldások a leginkább frekvenciált felhasználók, vagyis a közüzemi szolgáltatók, a telefon- és kábelszolgáltatók, a számlázást végzők, a bankok, a brókercégek és a biztosítók számára készültek el. Külön említésre érdemes a Számlázási Szolgáltató (Billing Service Provider) megoldás, amely önmagában képes a számlázás konzoldációjára.

Önálló alkalmazási terület a B2B, ahol különösen az archív anyagokban való „kotorászás” biztosításával, a különböző típusú letöltések lehetővé tételével a partner jelentős integrációs fejlesztéseket tud megtakarítani, ami várhatóan arra fogja ösztönözni, hogy eddigi partneréhez ragaszkodjon. A CheckFree elszámolóközpont első teljesen elektronikus megoldását 1997. márciusban indította E-Bill néven. Jelenleg hárommillió ügyfél számára nyújt lehetőséget számlái elektronikus megtekintésére és kifizetésére. A cég az USA 89 legnagyobb számlázójával kötött többéves számlázási és fizetési megállapodást több mint 100 szolgáltatón keresztül, amelyek között bankok, brókerek, internetes portálok, tartalom-szolgáltatók és személyes pénzügyi szolgáltatók találhatók. Ezáltal az USA automatikus elszámolóház-tevékenységének több mint 2/3-át bonyolítja le.

Hálózat analízis, tervezés, építés

Hálózat felügyeleti, biztonsági rendszerek tervezése, telepítése

Hálózati operációs rendszerek telepítése, hangolása

Rendszerfelügyelet és karbantartás helyszíni rendelkezésre állással

www.lnx.hu

A piacvezető hálózatintegrátor



Csakis e-rre van az arra

FEKETE GIZELLA

Magyarországra látogatott Robert Gordon, az Oracle rangidős alelnöke. A július 11-én a Marriott szállodában, az államigazgatás, a hazai vezető piaci szereplők, valamint a sajtó megjelent képviselői előtt tartott előadásában az e-business területén élenjáró s a jövőben magát szinte teljes mértékben az internetre pozicionáló vállalat már ismert eredményei mellett az irányító stratégiáját ismertette.

Az 1 milliárd dollár már szinte kabala-száma is lehetne az Oracle-nek. A marketplace-projektek „atyjaként” is emlegett, azokban néhány európai országban személyesen is részt vett Gordon megerősítette azt a már idehaza is ismert tény, miszerint tavaly 1 milliárd dollár bevételük származott az e-businessből, amit idén duplázni kívánnak. Saját e-business megoldásaik cégen belüli alkalmazásától idén 1 milliárd dollár megtakarítást várnak, amihez 40 adatcentert kettőre csökkentése és a feladatoknak az eddigi 200 szervert helyett 40 kiszolgálóra való „leosztása” is jelentősen hozzájárul. Az 1 milliárdból 550 millió dollárt a házon belül alkalmazott CRM, 150 milliót pedig a kínálatból a legjobb ár alapján választó iProcurement és eTravel alkalmazásával sikerült megtakarítani. Az előadáson jelen lévő vállalatvezetők számára igen szuggesztíven esettel elektronikus utaztatási módszereik – interneten keresztüli helyfoglalás, útvonal-meghatározás, a lehető legkedvezőbb utaztatási feltételekkel ütköztetett utak, a kínálat kvázi elektronikus versenyeztetése – időben és anyagiakban is lényeges megtakarítást eredményeznek a cégeknek, míg más esetben épp az internet „hozza

házhoz” azt, amiért korábban időben és térben is komoly utakat kellett bejárniuk. Ezen túl erőteljesen szorgalmazzák a munkatársak internetes önkiszolgáló és osztott szolgáltatási tevékenységét is, amivel tavaly 50 millió dolláros megtakarítást értek el.

Mint a bevezetőben már jeleztük, Gordon állítása szerint a jövőben tevékenysége jelentős, nevesítve 90 százalékát szeretné az Oracle a weben keresztül lebonyolítani. Az IT-oktatásban vezetőként cége e téren is maximálisan ki akarja használni az e-business lehetőségeit. „Az önkiszolgáló tanfolyami regisztrálással, a különféle regisztrációs rendszerek konszolidációjával és integrált internetes oktatási módszerekkel összesen több mint 32 millió dollárt tudunk megtakarítani” – jelentette ki Gordon. Az Oracle nagyon gyorsan fejlődő B2B Exchange technológiáját alkalmazó cégek az alelnök szerint elektronikus vásárlásaik során szintén hatalmas megtakarításokra számíthatnak.

Gordon azt is láttatni engedte, hogy cége jól tudja, nem egyszerű az elmaradt területek, illetve az internetet már üzletszerűen alkalmazó, de jelentős lélekszámban azzal még nem azonosuló, sőt attól idegenkedő – például a közép-kelet-európai – országok helyzete. Ez többek között infrastrukturális, technológiai és szakemberkérdést jelent, mely utóbbi azonban nem csak náluk, de a fejlett világban is – az említett területeken pedig hatványozottan – komoly problémát okoz, ezért egyre nagyobb figyelmet szentelnek az oktatásnak az e-businessben élenjáró fejlesztő- és gyártócégek, így

az Oracle is. A gyerekek fogékonysága és az általuk tanult átíntálása a mindennapi élet, a munkahely gyakorlatába a fejlődés záloga, mondta.

Laufer Tamás, az Oracle Hungary Kft. jelen lévő ügyvezető igazgatója ez utóbbi téma kapcsán átvéve a szót beszélt az épp átalakulóban lévő hazai felsőoktatással való kapcsolatukról, amely többek között az e-businessnek a különböző intézmények tananyagaiba tantárgyként való beépülését célozza. Kezdemények már akadnak, de realizálásukhoz meg kell várni a felsőoktatási reform végét, mert az e-business tananyagát csak a sok helyen még most kialakulóban lévő tanszékekkel való közös munka révén válhat. Az e-business szakok beindulását a 2001-es tanévre prognosztizálta Laufer. A jó tematika összeállításán viszont egyéni érdekeiket félretéve – közös gondjuk, a felhasználó

és forgalmazóoldali szakemberhiány leküzdése érdekében – szerinte együtt kellene dolgozniuk a témában vezető cégeknek. Laufer Tamás arra is figyelmeztetett, hogy idehaza elsősorban „tudatformálásra” van szükség, és csak másodlagos szerepet játszanak az adottságok, illetve az ezek megteremtésére indult kísérletek, mint például a várhatóan intézkedéseket is gerjesztő „mindenkinek egy PC” gondolat. „Versenyképessé válásunkhoz előbb meg kell tanulnunk versenyezni” – mondta –, „amire persze eszközök nélkül még esélyünk sincs.” A tanulás egy másik formáját az önképzést említette, ami valószínűleg a hazai beszállítókat „érinti” a legérzékenyebben, akik versenyképességük megőrzése reményében, a beszállítói e-business megoldásokhoz való csatlakozásuk érdekében a leggyorsabb tanulási formát, az önképzést fogják választani.

Internetre termelt könyvtárak

Még e hónapban realizálódik a Debis IT Services Dataware Kft. (a továbbiakban DITS Dataware) és a Magyar Országos Közös Katalógus Egyesület (a továbbiakban Mokka) közötti, a Mokka által specifikált könyvtári rendszer fejlesztését célzó szerződés, jelezte a DITS Dataware. Az így elkészülő, a többféle könyvtári rendszert használó intézmények interneten keresztüli összekapcsolására alkalmas kliens-szerver architektúrájú közös katalógusrendszer megfelel majd minden nyílt könyvtári szabványnak, illetve szabvány jellegű protokollnak.

A 17 legnagyobb magyar könyvtár elektronikus katalógusát egyetlen adatbázisban egyesítő Mokka jelentősen egyszerűsítheti a könyvtárak katalogizálási munkáját, ugyanakkor a katalógusrekord létrehozásához minden magyar könyvtár számára hiteles adatforrást biztosít. Országos lelőhely-nyilvántartásként szolgál majd, s így a folyamatosan növekvő számú tagkönyvtárak egyetlen könyvtárként állnak a rendszer bármely pontján jelentkező felhasználó rendelkezésére.

A moduláris felépítésű, jelenleg már 33 hazai könyvtárban üzemelő, a munkafolyamatokat a katalogizálástól a kölcsönzésig, a szerzeményezéstől a folyóiratok érkeztetéséig integráltan kezelő Corvina Integrált Könyvtár Automatizálási Rendszer fejlesztőjeként is ismert DITS Dataware a Corvina-felhasználók számára már két évvel ezelőtt kifejlesztette a rekordforrások szolgáltatójaként működő VOCAL Közös Katalogizálási Rendszert. Ez a központi lelőhelyként és címenyilvántartásként, valamint az authority adatok egységes és karbantartott forrásaként szolgáló rendszer biztosítja, hogy a már bárhol katalogizált könyv leíró adatai a VOCAL-on keresztül – feleslegessé téve a párhuzamos katalogizálást – minden felhasználó számára rendelkezésre álljanak. A párhuzamos munkavégzés csökkentése mellett a VOCAL a katalogizálás folyamatát is szabályozza, ami a belépő könyvtárak számára mutat utat a folyamatok újjászervezése és optimalizálása felé.



World Leader in Communication Headsets



Tel. 328 6050 Fax 328 6059
1056 Budapest, Szarka u. 1. l. em.
www.quantum-r.hu
quantumr@mail.matav.hu

ÖN IS SOKAT TELEFONÁL?



Advanced Teleconferencing Solutions

Videokonferencia-rendszerek



- Fejbeszélők
- Konferencia telefonok

akár 30 FŐS értekezlet kihangosítására is



FAX IAR

06 (23) 504 804 /120087#

E-marketing konferencia New Yorkban: WebAttack!

A viralmarketingtől a hyperbrandingig

CSAPÓ IDA

A legjelentősebb amerikai internet-marketinges szakkonferenciához kapcsolódott az a WebAttack! elnevezésű minikonferencia, amelyet a Kreatív lap és a Magyar Reklámszövetség Internet Tagozata szervezett júniusban. A Parlament Café rendezvénytermében több mint száz érdeklődő hallgatta meg Keresztúri Gergely, a Telnét Magyarország online marketingstratégiai vezetője élménybeszámolóját. A közelmúltban New Yorkban immár második alkalommal megrendezett kétnapos, 58 szponzor által támogatott e-marketing konferencián, amely két év alatt a legnagyobbak egyikévé nőtte ki magát, 55 előadás hangzott el tíz kiemelt témában. Százfős szervező stáb szolgálta ki a világ minden tájáról érkező 1300 résztvevőt, köztük a vélhetően egyetlen kelet-európai, Keresztúri Gergelyt, aki a Geomédia Kiadó támogatása révén jutott ki New Yorkba, miután ingyenes résztvevélként nyert a konferenciára. Olyan mennyiségű élménnyel tért haza, hogy lapunk két alkalommal ad helyt a vele készült beszélgetésnek.

– Kezdjük az elején! Hogyan jutott ki a konferenciára?

– Az Iconocast (www.iconocast.com) az e-marketing iparág egyik vezető ingyenes e-mail hírlevele. 1997-ben indult, mára az internetmarketing legnagyobb, legismertebb hírlevelévé vált, ötvenezer előfizetője van. Michael Tchong alapította, aki a konferenciát is vezette.

A WebAttack! szervezésénél úgynevezett viralmarketinget is alkalmaztak, amely az ICQ elterjedését segítette elő az internetes világban. Ennek lényege tömören így fogalmazható meg: küldd tovább! A WebAttack!-ra a beharangozó egy e-mail volt, amelyben Michael Tchong ecsetelte a konferencia előnyeit, s lehetőség nyílt az online jelentkezésre és az e-mail barátoknak történő továbbítására is, illetve a WebAttack!

website-ján (www.iconocast.com/web-attack) további információkat tudhatunk meg. Az első huszonöt, aki a website regisztrációs formulájának segítségével a legtöbb embert értesítette, ingyen mehetett a konferenciára. Én a nyolcadik voltam 151 további címmel.

A konferencián a viralmarketing kapcsán esettanulmányként az E-Tour (www.etour.com) került bemutatásra, amely személyre szabható website-szolgáltatásokat nyújt a felhasználó által megadott témákban.

– A konferencia további témáját adta az úgynevezett extrem offline branding.

– A „dotcom”, azaz az internetes üzletben érdekelt cégek milliós nagyságrendben vannak jelen, idén megháromszorozódik az offline világban elköltött pénzük. Ez most már 7-10 milliárd dollárt jelent. Mindegyik dotcom cég azt szeretné elérni, hogy bekerüljön a fogyasztó tudatába, mégpedig a lehető leghatékonyabban, minél kevesebb költséggel és minél több megjelenéssel. A bannertől elkezdve a szendvics-emberig a legkülönbözőbb módon hirdetik cégeiket. Az XmarksTheSpot (www.xmarksthespot.com) például kitalált egy cyberfigurát, a kékbe öltözött X-Mant, és roadshow keretében körbejárták az egész Egyesült Államokat. Voltaképpen magukat népszerűsítették, nem mindig a legtisztább eszközökkel...

– Mire gondolt?

– Például X-Mant felemelték daruvál egy régi autóban egy autópálya fölé, amikor is a rendőrök kérték meg őket, hogy hagyják abba az akciót, mert dugót okoznak a forgalomban. Azt mindenképpen elérték, hogy az emberek és a média felfigyelt rájuk. Akkor még senki sem tudta, hogy X-Man kit és mit hivatott reklámozni. Az XmarksTheSpot tulajdonképpen szintén egy website- és szolgáltatásajánló hálózat. A felhasználó által megjelölt témákban újabb és újabb

helyeket ajánl, és természetesen jutalmazza a szponzorait meglátogatókat. A szponzorok csak akkor fizetnek, ha az illető komoly érdeklődővé válik, tehát vásárol vagy előfizet valamit, regisztrálja magát. A konferencián az extrem offline branding kapcsán esettanulmányt láthattunk-hallhattunk az egyik leggyorsabban növekvő fejedvadászcég, a Headhunter (www.headhunter.net) példáján keresztül. Ők 1999-ben hat-száz százalékos növekedést értek el, 210 ezer állásajánlatuk van 8 ezer cégtől. 551 ezer önéletrajzzal rendelkeznek, havi hárommillió a látogatóik száma. Roadshow-t szerveztek egy integrált kampány keretében. Az volt a céljuk, hogy ott találják meg az embereket, ahol élnek, dolgoznak, szórakoznak. Meg akarták nekik mutatni, milyen könnyű is állást keresni az internet segítségével, és szerettek volna sok új önéletrajzot is szerezni. Találtak egy ingyenes internetszolgáltató partnert, a NetZerót, amely tulajdonképpen szponzorálta őket. Két járművük, számítógépekkel és nagy sebességű internet-csatlakozással felszerelve, harminc nagyvárosban mutatkozott be koncerteken, konferenciákon, bevásárlóközpontokban. Természetesen mindehhez csatlakozott egy online promóció is. Kérdés, megérte-e nekik. Egyrészt találkoztak rengeteg emberrel, és nagyon nagy sajtóvisszhangot váltottak ki. A saját kategóriájukban ők voltak az elsők ezzel az akcióval, rengetegen szponzorálták őket, ami jelentősen csökkentette a költségeiket.

– De mi az a hyperbranding? A konferencián erről is szó volt.

– Valami olyasmi, mint az extreme offline branding. A WebEx például létrehozott egy virtuális konferenciatermet, ahol az egymástól távol dolgozók találkozhatnak virtuálisan, és megbeszéléseket tarthatnak. A hyperbrandingre is érvényes, ami az extrem off-

line brandingre. Eszerint bármilyen eszközt felhasználhatunk arra, hogy az internetes cégeket körülvevő óriási zajt túlkiabálva egy új termék kategóriát megalapozzunk. A WebEx marketing-vezetője felállított öt hyperbranding-szabályt. Ezek tulajdonképpen alapvető dolgok. Az első, hogy győződjünk meg arról, ajánlatunk biztosan célba talál-e. Az is nagyon fontos, hogy felkészülünk-e rá, hogy az adott szolgáltatást nyújtjuk. Az egész világ elé lépünk az online piacon, és ha nem igazán vagyunk felkészülve erre, akkor ne tegyünk inkább semmit sem. Második szabály, hogy a kampány során figyeljük a reakciókat, és mindig reagálunk rögtön, tegyünk bele valamilyen humort. Fontos, hogy a piac és a média beszéljen az akciónkról, és osszuk meg a nyilvánossággal a koncepciókat. Lényeges, hogy ne csak a potenciális fogyasztóinkat, hanem egy szélesebb közönséget vegyünk célba, s közben tegyünk extravagáns dolgokat. Szervezzünk óriási partikat, hívjunk meg modelleket, hírességeket, készítsünk vagy készíttessünk feltűnő, kreatív anyagokat. A harmadik hyperbranding-szabály, hogy egy szót sajátíts ki, amely a tiéd. Ezek a szabályok igazából az offline világban alkalmazottak adaptálásai. A WebExnél ez a szó amúgy a „találkozás”. Ők azt hangsúlyozták, hogy találkozókat szerveznek. Meg kell alapozni a kategóriát, és fontos, hogy ott te légy az első. A negyedik szabály az, hogy tedd az ajánlatodat konkrétá. Tisztázd, hogyan és miben éri meg a fogyasztóknak, azaz mutasd meg számukra az előnyöket. Fontos, hogy az üzleti elvárásokban legyenek az eredmények mérhetőek. Legyen kulcskérdés, hogy mennyit kell hoznia egy adott kampánynak, milyen forgalomnövekedés a cél, mennyivel több bevét szeretnének.

(folytatjuk)

Állásajánlatok az INTERNETEN

www.job4smarts.com

minden szakmában,
minden képzettségi szinten.

IBM WebSphere

Milliárdos befektetés a továbbfejlesztésre

Két esztendő az e-business világában sem sok idő – az IBM-nek azonban még ennyire sem volt szüksége ahhoz, hogy WebSphere elnevezésű szoftverplatformjának fejlesztésében olyan mérföldközhöz érkezzon, amellyel a továbbiakban az elektronikus kereskedelemhez vezető út legátfogóbb megoldását kínálhatja.

A Kék Óriás szoftveres divíziója 1998 szeptemberében indította újjára webes

stratégiájának egyik kulcselemét, a vállalatok e-businessre való átállását leegyszerűsítő WebSphere-t – idén június végén pedig már azt jelenthették be, hogy a szoftverrendszer az elektronikus kereskedelem minden fázisára megoldást kínál, így a vállalatok könnyen és gyorsan integrálhatják meglévő rendszerükbe az e-üzlettel kapcsolatos kiegészítő elemeket.

A kulcsszó az integráció, a WebSphere ugyanis a vállalatközi (B2B) elektronikus kereskedelem minden technológiájával kompatibilis, tehát minden elfogadott szoftverkörnyezetben alkalmazható.

Az IBM illetékesei a bejelentés alkalmával hangsúlyozták, hogy a cégóriás már a következő generációs e-businessre koncentrálna, ezért jelentős összeget fektet be a WebSphere továbbfejleszté-

sébe. Még az idei esztendőben több mint 1 milliárd dollárt költenek a sikeres szoftverplatform kiterjesztésére, és ezt az összeget jövőre várhatóan két számjegyjűvé bővítik. A beruházások révén az IBM több mint ezer, kifejezetten a WebSphere szoftverplatformmal foglalkozó mérnököt és értékesítési szakértőt alkalmaz, emellett új programokat is támogat, így a technológiával dolgozó partnerek száma rövidesen eléri az 5 milliót.

Az IBM WebSphere szoftverplatformja ma már a kezdő és a kialakult szervezetek számára is biztosít mindent, ami az e-business alkalmazások fejlesztésének és telepítésének felgyorsításához szükséges. Használatával az üzleti folyamatok integrálhatók a webbel, és a vállalatok a világhálón keresztül kapcsolódhatnak üzleti partnereikhez (vásárlóikhoz, beszállítóikhoz), valamint az interneten már működő további vállalatközi piacokhoz.

A még ebben az évben megjelenő WebSphere üzleti komponensek az IBM ez irányú tapasztalataira épülnek, mivel a Kék Óriás már több mint ezer Java-komponenst készített, azokat széles körben alkalmazzák a független szoftvergyártók és vállalati fejlesztők. A WebSphere üzleti komponensei az üzleti funkciók széles körét fogják át, a különleges igényeket felmutató iparágak (például a biztosítási és a bankszektor) számára készített elemektől a több iparágat átfogó komponensekig, mint a beszállító-lánc- vagy az ügyfélkapcsolat-kezelés.

Számos WebSphere üzleti komponens letölthető már most is az AlphaWorks webhelyről (www.alpha-works.ibm.com), ahol bárki által közvetlenül elérhetők az új technológiák. Többek között a következő összetevők találhatóak a weboldalon: dátum- és időkezelési alapkomponek, decimális számok és aritmetikai műveletek, címkező elemek, vállalati összetevők a szervezeti egységek leírására és kezelésére, pénzkezelő komponensek a pénzkezelés és devizaátváltási árfolyamok leírására, illetve kezelésére, valamint természetes naptárkomponensek.

A Giga Information Group által nemrég közzétett elemzés szerint a webes integrációs middleware-piac (ide tartozik a WebSphere is) üzleti értéke a múlt évben 585 millió dollár volt, idén 1,6 milliárd, 2003-ra pedig eléri a 9 milliárd dollárt. Az elemző cég becslése szerint az idei év végére az IBM piaci részesedése 24 százalék lesz, ami 50 százalékkal több a tavalyinál.

Aki inkább nyaral, mint sorbanáll, nálunk vásárol!

PRIMonline



Számítástechnika Szórakoztató-elektronika Fotó-optika Irodatechnika Háztartási gép

www.prim.hu/ebolt



Vannak esetek, amikor a kiszámíthatóság kifejezett előny.

A Hewlett-Packard a közép- és nagyvállalatok számítógépes hálózatainak stabilitását szem előtt tartva fejlesztette ki a HP Vectra sorozatot. Szolgáltatásai közé tartozik a HP szoftverkörnyezet-tervező, amellyel a szoftverkörnyezet stabilan és biztonsággal kezelhető. A HP Vectra PC modellek legalább 9-12 hónapig változatlanok, így Önnek olyan stabil rendszere lesz, ahol az általános problémák könnyen felismerhetők és kezelhetők, az új számítógépek telepítése pedig nemcsak könnyebb, de jóval olcsóbb is.



HP Vectra Corporate PC: Intel® Pentium® III processzor 667-800 MHz / 64-512 MB RDRAM / 10-30 GB Ultra ATA 66 HDD / CD, DVD vagy CD-RW / Windows 95 vagy Windows 2000 / HP monitorok opcionálisan
További információkért látogasson el weblapunkra: www.hp.com/desktops/vectra vagy hívja a HP Vevőszolgálatot: 382-1111