



[www.infonia.hu](http://www.infonia.hu)

Minden jog fenntartva!

## **Kutatási Jelentés archívum**

### **3-4. szám - tartalom**

#### **Bevezető**

**Tűz és víz a vállalati információgazdálkodásban (Analógiák az információs szakemberek és az online információforrások jelentősége, "rendszerbe építésének" elvei és megoldásai között)**

Jelenleg világszerte 1 millió informatikai állás nincs betöltve, és a hiány tovább növekszik. Magyarországon tavaly mintegy ezer informatikai állás maradt üresen, idén pedig a többszörösére, 5-10 ezerre nőtt a felajánlott, ám el nem foglalt munkahelyek száma. A kompromisszumos alkalmazás mellett az outsourcing jelentheti a megoldást, s pontosan ugyanezt tapasztaljuk, ha az online információforrások vállalati felhasználásának lehetőségeit járjuk körül.

*Madarász Gábor - Z. Karvalics László*

#### **INTERNET-TRENDEK**

##### **Internet-forradalom Európában**

Európában évente 30 százalékkal növekszik az Internet-felhasználók száma, ami azt a trendet vetíti elénk, hogy három év múlva az USA és Nyugat-Európa azonos szintre kerül (sőt, 2004-ben Európa már át is veheti a vezetést). Az európai Internet-iparban egyre több az alacsony költséggel működtethető beruházás. Nyugat-Európában felhasználók milliói számára kínálnak ingyenes regisztrációs lehetőséget a szupermarketektől a könyvesboltokon keresztül egészen a különböző napilapokig, de a kormányzatok és a gazdagabb városok is megpróbálnak lépést tartani a digitális korról beruházásaik, ingyenes szolgáltatásaik, adatbázisaik kialakítása révén.

*Molnár Szilárd*

#### **KONVERGENCIA AZ ÜZLET FELŐL**

##### **Vállalatfúziók az informatikai iparban**

A tavalyi esztendő 26 ezernél több felvásárlása közül legalább ötezer volt informatikai vonatkozású, s az ágazat üzletkötéseinek összértéke közel 500 milliárd dollárra rúgott. Akár a tranzakciók számát, akár azok összértékét nézzük, 1998-ban a számítástechnika, a távközlés és az Internet összefüggő frontvonaláról jelentették a fúziók nagyjából ötödét. Az első ízben a Prím Kiadó hetilapjának, a VGA Monitornak a hasábjain, folytatásokban megjelent tanulmányának a Kutatási Jelentés számára alaposan bővített változata a tavalyi esztendő mellett 1999 első félévét is felöleli.

*Mikolás Zoltán*

### **Versenyhelyzet a magyar távközlési piacon (1999. augusztus)**

A MATÁV Rt. Piacelemző osztálya munkatársának elemzése néhány szakmai fórumon már nyilvánosságot kapott, kérésünkre néhány friss adattal kiegészítve teszi közzé alapállításait:

1. Tisztul a piac. Élénk befektetési és koncentrálódási folyamat zajlik a magyar távközlési szolgáltatók körében. Élénk a külföldi tőke érdeklődése. Ezeknek az akcióknak a főbb terepei: az üzleti kommunikációs piac, az Internet, a mobil távközlés és a kábeltévé világa.
2. A verseny elsősorban az üzleti ügyfeleket érinti, azonban bizonyos lakossági "területek" is mozgásban vannak.
3. Az üzleti fogyasztók számára a leglényegesebb kérdés már nem a hozzáférés lehetősége, hanem a szolgáltatások díja és a testre szabottság lehetősége.
4. Tovább fokozza a versenyt a számítógépes hálózatok, a távközlés és a média konvergenciája.
5. A Matávnak 1999-ben nem a monopolstátuszt, hanem a versenyképességet kell erősíteni

*Bábel-Szücs Szilvia*

### **"Rendszerintegrátorok, egyesüljete!" avagy fúziók a magyar informatikában**

A sajtót, az egyre szaporodó online híradatbázisok számítástechnikával foglalkozó híreit olvasgatva az ember nem győzi kapkodni a fejét: ki, kit, mikor, mennyiért, mi okból vásárolt fel. Az eredmény az, hogy mindenki tud erről-arról; hallottunk, emlékszünk a nagyobb történésekre. A rövidke cikkek nem adnak viszont lehetőséget arra – igaz nem is céljuk – hogy átfogóan mutassák be az egész piac eseményeit. Mi valami hasonlóra teszünk kísérletet, tudva tudván, hogy egy ennyire szerteágazó terület 100%-os leírása nehezen lehetséges. Az ITTK kutatója szeptemberi pillanatfelvételt készített, amely a későbbiekben alapja lehet a magyar informatikai piac fúziós térképét megrajzoló menüpontnak az Intézet Web-lapján.

*Zongor Attila*

### **MÉDIAKONVERGENCIA**

#### **"Nem halat. Hálót..." A helyi televíziózás dilemmái és a médiatörvény**

A kábeltellevíziózás fejlődése párhuzamos a helyi nyilvánosság szűkös forrásaiért folytatott küzdelmével. Az elektronikus média látszólag legkisebb, legkevésbé

jövedelmező alrendszerében mintegy száz helyi (s néhány körzeti) hazai televízió és rádió működik. A médiatörvény e téren igényelt megújulása politikai jelentőségű, mivel - bár a helyi nyilvánosság jövője önmagában is fontos -, szorosan összefonódik vele a *hálózatba szerveződésnek* a duális rendszert kiteljesítő lehetősége.

*M. Tóth László*

WEB-MARKETING

### **Az Internet-PR kihívásai és a hazai építőipari kivitelezők**

Az Internet a PR hagyományos technikái számára is új dimenziókat nyit. A lehetőségek kihasználása azonban jóval lassabb ütemű, mint azt a technológia megengedné. A hazai építőipari kivitelező vállalatok az internetes potenciál kiaknázásának kezdetén tartanak, világhálóbeli megjelenésük egyelőre alig haladja meg a brosúraoldal-minimumot. A szerző 17 hazai építőipari vállalkozás internetes affinitásának és megjelenésének felmérését és elemzését vállalta. A tanulmány első része az Internetnek a PR számára kínált lehetőségeiről szól, a második a felmért kivitelező vállalatok PR-tevékenységét és Internet-affinitását mutatja be, a harmadik pedig a vállalati honlapokat értékeli.

*Mikulás Gábor*

ELEKTRONIKUS JOG

### **Szellemi tulajdon az információs társadalomban I. Új szerzői jogi szabályozás felé?**

A kialakulófélben lévő multimédia jog problémáinak átfogó feldolgozása még várat magára. Az 1999. évi LXXVI. törvénnyel kihirdetett új magyar szerzői jogi törvény csak az első lépése lehet egy, a szellemi tulajdon jog átfogó szabályozását a digitális, információs-társadalmi alapú környezetben megvalósító folyamatnak. A törvény - minden pozitívuma ellenére - fontos részterületeket szabályozatlanul hagyott, nagyobb problémát jelent azonban, hogy az információs társadalomhoz való közeledés szemléletbeli követelményei nem jelentek meg benne, ezért számos problémával kell az igen közeli jövőben szembenéznünk. A szakma, az ipar, s a leginkább érintettek (a szerzői jogok tulajdonosai s a felhasználók) maguk is jogértelmezésre, párbeszédre kényszerülnek. A tanulmány ehhez a párbeszédhez kínál vitaalapot a problémák szakmai leltárával.

*Dr. Verebics János*

ELEKTRONIKUS KERESKEDELEM

### **Hagyományos és elektronikus árverőházak. Út a negyedik típusú üzlet-fogyasztó kapcsolatig**

Az árverés elméletileg a kereskedelem leghatékonyabb formája, hiszen segítségével a legtisztább formában érvényesül a kereslet-kínálat törvénye. Előrejelzések szerint az ezredfordulóra a világkereskedelem 10 százaléka - mintegy 600 milliárd dollár értékben - elektronikus úton fog bonyolódni, az ingatlanok közel egyharmada árverésen talál új gazdára, az e-aukció az ezredforduló után már több tízmilliárd dolláros forgalmat bonyolít majd le.

*Réz Tamás*

### **Kereskedelmi kommunikáció. Új fogalomra tanít az Európai Unió**

A kereskedelmi kommunikációnak a reklám, a direkt marketing, a szponzorálás, az eladás támogatás és a PR minden formáját magába foglaló meghatározásával az egységes európai piac felé való törekvés egy új, fontos állomásához érkezünk. Az elsőként a PR Herald c. folyóiratban megjelent áttekintés bővített, jegyzetelt változatának közzétételét a témakör növekvő fontossága indokolta.

*Dr. Verebics János*

ONLINE POLITIKA

### **Az információtechnológia az európai politikában – a törvényhozók szemével**

Napjaink választott képviselői egy korábban soha nem tapasztalt mértékű technológiai fejlődéssel a hátuk mögött látják el hivatalukat. Az "Institute for Electronic Government" által szervezett "Virtuális Szavazóurna: Felmérés az Európai Digitális Demokráciáról" című, átfogó kutatási projekt eredményei meggyőzően igazolják: az, hogy az információs korban a jelen törvényhozói miképp vezetnek be és kezdik el alkalmazásba venni, kiaknázni a világháló által lehetővé tett technológiákat, nagyban meghatározza és körülhatárolja majd a választott vezetők jövőbeni generációja számára a követendő irányvonalat.

*Holbok Zoltán*

### **A finn Információs Társadalom politikai stratégiája, felülvizsgálata és kritikája**

Finnország az információs társadalom fejlettségi listák éllovasa, rekorder a mobiltelefon-ellátottság, az otthoni PC-használat, a könyvkölcsönzés és újságolvasás mutatóit tekintve. 1989-ben még hasonló dilemmákkal küszködött, mint Közép-Kelet-Európa országai, mostanra az információs társadalom zászlóvivője. Hogyan vezényelte a finn politika a változásokat? Miként állította az információs társadalom építésének irányába az eszközeit, milyen televényből nőttek ki a versenyképes info-ipari sikercégek? Az áttekintés a különösen időszerű magyar stratégiaalkotás és az azt fontosnak tartók számára közvetíthet tanulságokat.

*Pintér Róbert- Élő Gábor*

### **Az elektronikus szavazás (televoting) kiskatéja**

Az Internet növekvő térnyerésével párhuzamosan az on-line szavazás minden bizonnyal egyre vonzóbb lehetőségként jön majd számba a földrajzilag szétszórta elhelyezkedő, egymástól távol eső szervezeteknél, ahol jelenleg hagyományos levelezés, ún. csigaposta útján bonyolódik le valamennyi szavazás. Egy szavazás elektronikus kivitelezése jóval költségkímélőbb és kevésbé időigényes. Az elektronikus szavazás talán az országos választásokban részt vevők arányára is jótékony hatást fejthet ki. Amennyiben viszont nem a lehető legnagyobb körültekintéssel terveznek meg egy ilyen választást, az elektronikus rendszerek könnyen sebezhetővé válhatnak, megteremtve a veszélyt a szavazás eredményeinek meghamisítására, valamint arra, hogy a voksolók magánélete esetleg csorbát szenved.

*Holbok Zoltán*

TELEHÁZAK

**Teleház-kutatás 1999**

Az ITTK 1999 nyári, a Teleház Kht. Megbízásából készült kutatásának az volt a célja, hogy első ízben rendszerezett szociológiai vizsgálat tárja fel a magyar teleház mozgalom eredményeit és problémáit. A magyarországi teleházak száma idén eléri a százötvenet, így a közvetlen személyes csatornák útján történő tájékozódás már nem nyújthat alapos és kellő rálátást a fejlődési folyamatokra, jellemző problémákra. A kutatás beindítását az a tény is indokolta, hogy az első generációs teleházak megnyitásától már kellő idő telt el ahhoz, hogy az azok hatására bekövetkezett változások a mélyebb rétegekben megjelenjenek. Ezek feltárása, a tapasztalatok rendezése kulcsfontosságú a mozgalom további fejlődési irányának meghatározásához, céljai kitűzéséhez. Az általános felmérés mellett négy fő fókuszpontja is volt a kutatásnak: a teleházak fenntarthatóságának vizsgálata, a teleházak beépülése a helyi intézményrendszerbe, a teleház hatása a helyi társadalomra és a teleház penetrációja.

*Kitzinger Dávid- Molnár Szilárd*

#### KUTATÁSI VENDÉGOLDAL

### **Az elektronikus kereskedelem Magyarországon. Jelen és jövő**

*Andersen Consulting, 1999 augusztus*

### **Az elektronikus kereskedelem (e-commerce) hazai terjedésének megítélése**

*Szignum Média Consulting, 1999 július*

### **1. Attitűdkutatás a magyarországi felső- és középvezetők körében**

### **2. Magyar bankok az interneten**

### **3. Az elektronikus kereskedelem Magyarországon**

*Carnation Strategic Internet Consulting Kft, 1999 június-október*

### **Internet-szolgáltató vállalkozások Magyarországon**

*Ipargazdasági Kutató és Tanácsadó Kft –1999 május*

### **Számítógép-ellátottság, Internet-használat**

*NIB Research, 1999 június*

### **Milyen a magyar vállalatok infokommunikációs fejlettsége?**

*Taylor Nelson Sofres Modus 1999 első fele*

#### INTERNET ÉS NYELV

### **Az elektronikus levelezés használóinak és nyelvhasználatának vizsgálata**

Az Internet által biztosított elektronikus levelező rendszer, vagyis az e-mail új távlatokat nyit az emberi kommunikációban, hiszen így lehetőség nyílik egy közel valós idejű, gyors, egyszerűen kezelhető médium segítségével célba juttatni üzeneteinket a világ bármely pontjára. Ez az új médium feltehetően új kommunikációs műfajt is teremthet, és az is bizonyos, hogy a nyelvhasználatunk is változik hatására. A vázolt kutatásnak az a célja, hogy a spontán elektronikus levelek szövegének és nyelvhasználatának empirikus eszközök segítségével történő vizsgálatával kapjunk képet ennek az új médiumnak a kommunikációs, nyelvhasználati sajátosságairól, és arról, hogy az elektronikus levelezés megváltoztathatja-e a hagyományosnak mondható kommunikációs formákat, vagyis hatására másképpen írunk, beszélünk-e.

*Bódi Zoltán*

#### TUDÁSTECHNOLÓGIAI FIGYELŐ

## **A tudásközpontok (Knowledge Centers)**

Ha az ember manapság a World Wide Web kusza világában bolyong, úton-útfélen tudásközpontokba (*knowledge centers*) botlik. Talán nem kockázatos kijelentés, hogy alig akad olyan téma, szakterület, tudomány, amelynek képviselői találat nélkül maradnának, ha a témájukhoz kapcsolódó tudásközpont után kutatnának a világhálón. Vannak helyek, ahol szabad bejárást biztosítanak minden internetező vándor számára, van, ahol regisztráltatni kell magunkat, és gyakorta előfordul, hogy fizetnünk kell a látogatásért. (Ez az esetek többségében a hely színvonalát is jelöli.) A kínálat természetesen nem csupán bőséges, hanem - mind a műfajt, mind a színvonalat tekintve - meglehetősen vegyes is.

*Géror Katalin*

## **A tudásra épülő gazdaság imperatívusza**

A legjelentősebb gazdaságok bruttó hazai termékének (GDP) több mint 50%-át ma már a tudástermelés-, és disztribúció adja, s szinte mindenütt az Internet és a hozzá kapcsolódó technológiák válnak a tudásra épülő gazdaságok kialakításának katalizátoraivá. Az információs- és kommunikációs technológiák (ICT) globális piacokat teremtenek az áruk és szolgáltatások számára. A kialakult globális piacok előnyeinek kiaknázását illetően pedig azok az országok vannak a legkedvezőbb helyzetben, amelyek az oktatásra, az élethossziglan tartó tanulásra, és a kutatási- és fejlesztési programokba történő komoly anyagi befektetésekre helyezik a fő hangsúlyt. Ahol idejében megragadják a tudásra épülő gazdaságban rejlő lehetőségeket, jelentős növekedést tapasztalhatnak, ha egy pillantást vetnek a bruttó hazai össztermékre.

*Holbok Zoltán*