



www.infonia.hu

Minden jog fenntartva!

Kutatási Jelentés archívum

7. szám - tartalom

BEVEZETÉS

Fókuszban az online hírfogyasztás

Az Egyesült Államokban rohamtempóban értékelődik fel az online hírfogyasztás, a fiatal felnőtt amerikaiaknál már az Internet számít elsődleges hírforrásnak. Az EU-ban dolgozó vállalatvezetők 4-5 év múlva döntően a világhálóat használják majd információforrásként. Mára már bátran állítható, hogy a hírfogyasztás menthetetlenül kettévált egy funkcionális-szakmai és egy szórakoztatást-kikapcsolódást szolgáló magazinszerű mezre, és az első kategóriában az online műfajok a jövő vezető megoldásai. Magyarországon a tőzsdei-pénzügyi területen már érzékelhetők ezek a tendenciák, de az input információkezelés tudatossága még kívánnivalókat hagy maga után.

Z. Karvalics László

INTERNET-TRENDEK

Emancipáció és demográfiai kiegyenlítődés a világhálón

Mára ugyanannyi amerikai nő barangol a világhálón, mint férfi, mivel az elmúlt hat hónapban több mint 9 millió nő kezdte el használni az Internetet – állapította meg a Pew Research Center. Az eredmények megerősítik azt a vélekedést, hogy a valaha a műszaki érdeklődés férfiak terepének tekintett világháló látogatóinak összetétele egyre inkább leképezi az amerikai társadalmat. A nők mellett a 18 év alattiak száma emelkedett a legerőteljesebben a hálózaton, jelenleg az online népesség 25-26 százalékát teszik ki az Egyesült Államokban. Viszont internetezési szokásaikat kutatva a szakemberek egyre gyakrabban hívják fel a figyelmet az Internet gyerekekre gyakorolt negatív hatásaira, amelyek általában antiszociális viselkedésben, függőségben nyilvánulnak meg. Ez főleg azt a szűk réteget érinti, akik heti 10 óránál többet töltenek online, vagyis a problémahalmaz mögött az a kérdés húzódik, hogy a hálózati polgár mennyi időt is tölt el internetezéssel. Ennek alapján az online népességet kifejező statisztikai adatok mögött a hálózati polgár igen változatos karaktere húzódik meg. Igaz ez a külföldi és a hazai statisztikákra is, így a tapasztalatok összefoglalásaként e tanulmány végén egy rövid összegzés is olvasható a hálózati polgár különböző definíciós próbálkozásairól; mindez

abból a célból, hogy a hazai kutató műhelyek is elmozduljanak egy egységesebb meghatározás felé. Azonban jelen tanulmányunk középpontjában a nők és gyerekek állnak, továbbá kitérünk az idősek változó szerepére is.

Molnár Szilárd

ELEKTRONIKUS MÉDIA

Az új média olvasói – Egy online lappiaci felmérés tanulságai

A tanulmány túlnyomórészt egy az Internet-felhasználók jelents csoportján, az Internetto olvasóin végzett felmérés eredményeit elemzi. Hivatkozva az említett portál két korábbi kutatására, a 2000. januárban végzett felmérés értékelésekor az összetételben és az attitűdben bekövetkezett időbeli változásoknak különös figyelmet szentel. Vajon milyen trendek mutathatók ki? Milyen változások történtek a hazai elektronikus médiavilágban fél évtized alatt, mennyiben alakultak át információszerezési szokásaink, és ez hogyan hat ki az elektronikus tartalmak megjelenésére? Mit üzennek a jövő felhasználóiról a legutóbbi öt év változásai?

Homoki Máté

INTERNETGAZDASÁG

Az online egészségügyi piac gyorsfényképe

A mára önálló iparággá vált online egészségügy piaca a Jupiter Communication kutatócég felmérései alapján 1999-ben 200 millió dolláros bevételt eredményezett, és szakérti vélemények szerint az értékesítési volumen 2004-re eléri a 10 milliárd dollárt. Az iparág húzóágazata a jelenleg 45 százalékos részesedéssel rendelkező gyógyszer-értékesítési szegmens. Az egészségügyi portálok népszerűségének köszönhetően várhatóan a reklámbevételek is dinamikusabban növekednek, a jelenlegi 100 millió dolláros piac 2004-re már mintegy 700 millió dollárt tesz ki. A magyarországi internetes piacon a hazai egészségügy kritikus helyzete ellenére évekkel ezelőtt megjelentek az első webes alkalmazások, gyógy-készítmények online vásárlására ezeken az oldalakon azonban máig nincs mód. A magyar egészségügyi weboldalak kivitelezésükben és interaktivitásukban elmaradnak ugyan a hasonló jellegű nemzetközi oldalak színvonalától, de a dinamikusabban hazai internetes palettán érdekes színfoltot jelentenek.

Szabó Erik

MOBIL KERESKEDELEM

MC², avagy kereskedelem a mellényzsebben

Nem vagyunk könnyű helyzetben, amikor egy olyan iparág tendenciáit vizsgáljuk, amelynek eddigi növekedését is rendre alulbecsülték a csak ezzel a kutatási területtel foglalkozó intézetek is. Mind a mobil iparág, mind az elektronikus kereskedelem olyan mutatókkal rendelkezik, amelyek szinte havonta korrekcióra szorulnak. Azt azonban nagy bizonyossággal elmondhatjuk, hogy a mobil kereskedelmi piacot alapvetően a következő tényezők fogják vezérelni: növekvő számú mobil-előfizetői tábor; az új készülékek, terminálok és kiegészítők megjelenése; a mobilkészülékeken keresztül elérhető alkalmazások iránti növekvő igény. Ugyancsak nem tévedhetünk nagyot, ha kijelentjük, hogy életünk egyik meghatározó elemévé válik a személyes vezeték nélküli kommunikáció. Érdemes hát alaposabban körülnéznünk, mire számíthatunk a közeljövőben a mobil piaci szolgáltatások terén...

Ócsai Zoltán

ELEKTRONIKUS JOG

Elektronikus kereskedelem és az Internet kormányzása – a jogi szabályozás kérdései

A magyar jogban jelenleg nincsenek olyan különös törvények vagy más jogszabályok, amelyek az Internet szereplőinek helyzetét, az elektronikus úton történő szerződéskötést egyértelműen rendeznék, így a szerződéses biztonság igen komoly követelményei hiányoznak. Különös szabályozás hiányában az elektronikus kereskedelemre az általános törvényi elírásokat kell vonatkoztatni. Az Európai Unióban, illetve országaiban számos lépés történt már az elektronikus kereskedelem, valamint kiemelten a domain nevek regisztrációjának jogi szabályozása érdekében. A tanulmány ezek áttekintése mellett a Szellemi Tulajdon Világszervezete (WIPO, World Intellectual Property Organization) döntőbírói és közbenjárói szabályzatának rendelkezéseit is részletesen bemutatja.

Dr. Verebics János

KUTATÁSI VENDÉGOLDAL

Úton az e-business felé – Az Internet elterjedtsége és az e-business kapcsolata

Taylor Nelson Sofres Modus

Távol, vagy közel? – A távmunka esélyei Magyarországon

Psyma Hungary Kft.

TUDÁSTECHNOLÓGIAI FIGYELŐ

Tudásmenedzsment – elméleti összefoglaló

A XX. század végén a vállalatok új kihívásokkal szembesülnek. Gazdasági, technológiai, jogi, társadalmi környezetük alapvető változásokon ment át az utóbbi évtizedekben, melyekhez – igényeik szerint általában proaktívan, de – mindenképpen alkalmazkodniuk kell. E változások alatt értjük a sokat emlegetett globalizációt, a verseny kiéleződését, a technikai-technológiai változások erőteljes felgyorsulását, az emberiség korfájának öregedését. A környezeti komplexitás és a hozzáférhet információs-halmaz nagyságrendekkel való növekedése, valamint a munkaerő- és információ-fluktuáció óriási mértéke miatt az üzleti döntések meghozatalánál megnövekedett az igény a releváns és döntéshozó tudáshoz való gyors hozzáférésre. Ezek a rendelkezésre állított tudáshalmazok nemcsak a szokásos döntési folyamatot támogatják, hanem benchmark-okat teremthetnek a vállalatok számára, illetve felmutathatnak olyan alternatívákat, amelyekre a vezetés nem is gondolt.

Szabó Adrienne