

BESZÁMOLÓK

SZEMLÉK

REFERÁTUMOK

Az internet hatása az európai online business információs piacra

1997 folyamán a legtöbb európai online szolgáltatóközpont (host) bevezette webinterfészét szolgáltatásaihoz. Többen közülük viszont csak „akkor érkeztek a pályaudvarra, amikor a vonat már elment”, és úticéljukat sem tudták pontosan. Az interfészek, a funkciók, a WWW-ajánlatok további megfontolásokat és munkát igényelnek, ha a szolgáltatók azt szeretnék, hogy a felhasználók számára, különösen pedig a növekvő végfelhasználói piac számára vonzó szolgáltatásokat tudjanak nyújtani. Az online hostok növekvő versengésnek vannak kitéve a WWW-n egyéb információszolgáltatások ellátóival: pl. primer kiadók és információszolgáltatók webhelyeivel, a hagyományosan CD-ROM termékeket terjesztő szervezetek webhelyeivel.

Ebben a bővülő internetkörnyezetben sokan az online hostok vesztét jóskolták, de ennek elég kevés gyakorlati jele és bizonyítéka van. Az online hostok jövőjével kapcsolatban az *Information Research Network (IRN)* 1997-ben egy felmérést készített a business információk európai használóiáról az interneten. 404 telefonos interjút folytatott le egy olyan mintán, amely megosztott a professzionális felhasználók (57,2%) és a végfelhasználók (42,8%) között. A felhasználók nagy része (75%) nagy-britanniai szervezetekből való, ami mindenképpen a legnagyobb online business információs piac Európában, a többi 25%-ot Franciaország, a Benelux államok, Németország és Skandinávia felhasználói alkották. A felmérés eredményeinek fő adatait az 1., 2., 3. és 4. táblázatban mutatjuk be.

Az online, az internet és a CD-ROM információk behatolásának („penetrációjának”) a mélysége

Véletlen mintát vettek különböző európai információs események európai résztvevőiről, valamennyi válaszoló internetfelhasználó volt. A részt-

vevők többnyire 100-nál nagyobb létszámú szervezetekből valók voltak. A válaszolók mintegy 55%-a a hagyományos online hostok felhasználója volt, közülük a professzionális információs szakemberek több mint 70%-a hagyományos online használó, míg a végfelhasználóknak 36%-a online használó. A CD-ROM adatbázisok penetrációja mind a profik, mind a végfelhasználók körében jelentős; ezek 83%-os penetrációja arra utal, hogy a CD-ROM piac Európában közeledik a telítődéshez (lásd az 1. táblázatot).

1. táblázat

Az online hostok, CD-ROM-források és fizetett internetforrások behatolása Európában 1997-ben, 404 európai business információs WWW-használó százalékában

	Végfel- használók	Professzio- nális fel- használók	A teljes minta
Konvencionális online hostok	35,6	70,1	55,5
CD-ROM	82,3	83,8	83,2
Fizetett business információk a WWW-n	24,3	41,5	34,0

Az utóbbi 12 hónapban a WWW-n elérhető és díj ellenében igénybe vehető business szolgáltatások piaca bővül, beleértve az online hostokat és a közvetlen tartalomszolgáltatókat is. A korábban az internettel szemben szkeptikus profi informatikusok egy része már úgy tekint a WWW-re, mint fontos információforrásra.

A professzionális interjúalanyok teljes 41,5%-a fizet az internetről származó business információért; a végfelhasználók körében ez a szám kisebb, mint 25%.

Az online business információ penetrációjának szintje a nagyobb szervezetekben jelentősen meghaladja a kisebbeket. Bizonyos gazdasági terüle-

teken, pl. a pénzügyi szolgáltatóknál, a biztosító-társaságoknál, a vegyiparban, jogi területeken és az egyetemeken az online hostok penetrációs szintje meghaladja a 80%-ot. A legkisebb az érdeklődés Európában a hagyományosan kis vállalkozások körébe tartozó szektoroknál: a szálloda- és vendéglátóiparban; a szállításban, közlekedésben.

Az összes kiadások 62%-a még mindig a hagyományos online hostokhoz és a közvetlen elérhető adatbázisokhoz kerül. A WWW-n keresett business információkra a teljes kiadások 13%-át fordították 1997-ben, ami jóval magasabb az 1996. évi 4%-nál (lásd a 2. táblázatot).

2. táblázat

Az elektronikus business információk becsült kiadásai formátum szerint Európában 1997-ben, 404 európai business információs WWW-használó százalékában

	Az összkidadások százaléka
Konvencionális online hostok és közvetlen hozzáférésű adatbázisok	62
CD-ROM	24
Fizetett business információk a WWW-n	13
Egyéb elektronikus formátumok (pl. hajlékonylemez-hordozó)	1
Összesen	100

A weblapú business információ használata

A legnépszerűbb webhelyek a nagy európai napilapok voltak, mint a *Financial Times* és a *Le Monde*. Népszerűek voltak még a cég hírlevelek és a céginformációs webhelyek, valamint a kutatással foglalkozó szervezetek webhelyei. A válaszolók csaknem 65%-a rendszeresen látogatta a fenti típusú kiadói helyeket.

Összehasonításképpen: a WWW interfészeket az online hostokhoz csak viszonylag kisebb felhasználói közösség, a válaszolók mintegy negyede használta, és ennél is kevesebb, 17,1%-uk használt szűrt híreket szolgáltató és profilok szerinti speciális információt szolgáltató forrásokat.

Az is nyilvánvaló, hogy a business információkat a WWW igénybevételével használó európai információkeresőket alig befolyásolja a webszolgáltatások hozzáférhetősége korábbi megszokott online kereséseikben. A válaszolók csaknem háromnegyed része szerint a hostok használata nem változott a webforrások megjelenése óta. A WWW használata Európában business információk keresésére még mindig a kialakulás stádiumában volt

1997-ben. A CD-ROM piacon a felhasználók közel negyedrésze csökkentette kereséseit, mióta hozzáférnek WWW-forrásokhoz (lásd a 3. táblázatot).

3. táblázat

Az internet hatása az online hostok és CD-ROM-források használatára Európában (a válaszolók százaléka, 1997)

	Nincs változás	Növekedett	Csökcent
Online hostok	72,5	5,4	22,1
CD-ROM-használók	73,9	1,8	24,3

A válaszolók jövőbeni elképzelései szerint hatalmas növekedés várható mind az ingyenes, mind a fizetett business információs WWW-használat tekintetében. 93%-uk úgy nyilatkozott, hogy növelik a fizetett WWW business információs források használatát, kb. hasonló mértékben kívánják növelni az ingyenes internetforrások keresését.

A hagyományos online hostok és CD-ROM termékek business információs használatának várakozása szerényebb, és jelentősen változik ipari szektorok szerint. Mintegy 60%-uk az online hostok használatában, 63%-uk pedig a CD-ROM használatban nem lát változást a jövőben, amikor business információkat keres.

A business információk WWW-n és külső információs forrásokon való használatát erősen befolyásolja az információkra fordítható költség-tényező. A WWW business információk hozzáférése azzal járt, hogy a költséggel kapcsolatos döntések eltolódtak az információs szolgáltatóktól más vezetők felé. A konvencionális online keresési költségvetés 50%-át a profi keresők, 20%-át az információtechnikai munkatársak, 10%-át felső vezetők, és 20%-át egyéb munkatársak kapták. Ezzel szemben az internetalapú költségek megoszlása a fenti sorrendben: 19,7% (profi keresők), 25,6% (IT), 36,5% (felső vezetők), 18,2% (többiek) (lásd a 4. táblázatot).

4. táblázat

Az online business információkeresés a WWW-n Európában 1997-ben: a szervezet költségvetési megoszlása beosztás és funkció szerint, százalékban

	A teljes minta százaléka
Professzionális informatikusok	19,7
Információtechnikai (IT) részleg	25,6
Értékesítés és marketing, piackutatás	5,0
Felső vezetők	36,5
Egyéb funkciók	13,2
Összesen	100,0

A kilátások

A felmérés szerint Európában a WWW jelentősen fog hatni a konvencionális online hostok és más források, mint pl. a CD-ROM használatára, elsősorban a külső business információk keresése esetén. Eddig az internetnek (1997-ről van szó) alig volt hatása az online business információk keresésére. A WWW mint külső business információk forrása még embrionális állapotban volt 1997-ben, és jelenleg is abban van, még a legtapasztaltabb internetkeresők esetében is. Jelei vannak annak, hogy a hagyományos online hostok nagyobb nyomásnak lesznek kitéve a jövőben, különösen a kiadók és tartalomszolgáltatók részéről.

A válaszolók szerint a következő években az ingyenes és a fizetős WWW-szolgáltatások használata erős növekedésnek indul, míg az online hostok használata alig fog növekedni: piacuk Európában a business információk területén 10-15%-kal fog nőni évente a következő öt évben, de az IRN ezen belül az online hostok piaci részesedésének csökkenését jósolja. A kulcskérdés az online hostok esetében árpolitikájuk alakítása. Ha olyan árstruktúrát képesek kialakítani, amely vonzó a felhasználóknak, megtarthatják értékesítésük növekedését. Mellettük szól, hogy a felső vezetők korlátozni kívánják az internethasználatot az információtechnikai költségek kímélése érdekében, és a munkatársak tevékenységének felügyelete céljából. Ez is arra utal, hogy a szervezettebb információforrások használatát ösztönözzék, amilyen pl. az online keresés.

A online hostok számos európai használója csak akkor tér át szívesen egy webinterfészre, ha a költségek kisebbek és a hozzáférés könnyebb. A felhasználók meglehetősen konzervatívak: ha megszoktak egy online hostot, nem szívesen használnak másikat. Ha a felhasználók ugyanolyan tartalmi és keresési szolgáltatást kapnak egy webforrásból, mint a tradicionális online szolgáltatás során, és az ár is kedvezőbb, akkor hajlamosak áttérni a WWW-re online kereséshez, a host helyett. Ezért kell a hostoknak minél előbb áttérniük a teljes funkciókat lehetővé tevő webinterfész és szolgáltatás bevezetésére, és ezzel hagyományos piacukat megtartani.

Növekvő verseny

A várakozás szerint az információs piacon növekvő versennyel kell számolni, mert egyre több információs tartalomellátó, kiadó és szolgáltató mozdul a web felé, és próbál új végfelhasználói piacokat megszerezni. A konvencionális online szolgáltatók fő versenytársai a business információellátók egyéni ágazati helyei és a tartalomszolgáltatók. A felmérésben a válaszolók nagy többsége,

64%-a rendszeresen látogatja a webhelyeket, és csak 23,5%-uk használ online hostot webinterfészen keresztül. Valamennyi nagy cég-információs forrás, a nemzeti és nemzetközi napilapok és hetilapok, és növekvő számú gazdaság-és piackutató vállalat rendelkezik már webhellyel. Legtöbbjük információs csomagokat és testre szabott szolgáltatásokat kínál a használóknak. Azelőtt a közvetlen elektronikus hozzáférés ezekhez a helyekhez korlátozott vagy drága volt, különleges ismereteket és számos keresési eljárás tudását igényelte, valamint szükség volt speciális szoftver beszerzésére.

Ma már a WWW sokkal egyszerűbb kezeléssel teszi lehetővé a hozzáférést az egyes helyekhez a szabványos webböngészők használatával. A keresés és költségtényezői egyszerűsödnek, és az információ gyorsan eljut céljához. Ebben a környezetben a használó szívesebben látogatja egy általa jól ismert, bevált és ágazatában specifikus szolgáltató webhelyét, ha speciális információra van szüksége, mint egy általánosabb hostrendszer. Egyes kiadók és tartalomellátók elvehetik a hosttól ezeket az információkat, hogy ezzel is biztassák a használókat saját webhelyük felkeresésére. Mások viszont meghagyják állományukat a központi, jól bevált hostrendszeren is, hogy új felhasználókat szerezzenek ott, és növeljék ezzel is bevételüket.

Az európai üzleti információs színtér leggyengébb szereplői a speciális hírszolgáltatók és elektronikus szűrőszolgáltatók. Technikai megoldásaik csodái ellenére a valóságban a szűrt információk iránti végfelhasználói igény nem nagy. Akár a profi informatikusok, akár a végfelhasználók meghatározott téma, esemény, versenytárs vagy piac iránt érdeklődnek. Ezeket az igényeket nem lehet kielégíteni a friss és szűrt híreket erőszakoló forrásokkal, ahol a történeti háttér és tartalom nagyon korlátozott. Ezért a legtöbb vezető online host és néhány más speciális információs szolgáltató bevezette saját szűrő és testre szabott témafigyelő (profil szerinti) szolgáltatását. Ezek a szolgáltatások új utakat nyitnak a bővülő végfelhasználói piacon, és megvan az az előnyük, hogy történeti tartalommal is ki tudják egészíteni speciális információikat.

Mint a világ más részein, Európában is még csak kialakulóban van a WWW-n a business információk piaca (1997). Az IRN tovább fogja figyelni e téren a fejlődést, kutatásai és felmérései folytatásával.

/MORT, David: The impact of the Internet on the European online business information market. = Database, 21. köt. 4. sz. 1998. p. 74-78./

(Roboz Péter)