

TRIS (légi, közúti, vasúti, vízi és városi közlekedés és szállítás, csővezetékek, forgalomirányítás).

WELDSEARCH (fémek, műanyagok és kompozit anyagok kötése, hegesztése, forrasztása stb.).

A táblázatban szereplő többi adatbázis neve a tartalmára is utal. A multidiszciplináris adatbázisok valamely dokumentumtípusra, ill. más szempontok szerint rendezett dokumentumokra orientált adatbázisok (pl. Conference Papers Index, ill. Soviet Science and Technology). A táblázat nem meríti ki a műszaki szakirodalom kutatására használt összes adatbázist.

/ANDERSON, V. N.: Searching the engineering databases. = Database, 10. köt. 2. sz. 1987. p 23– 27./

(Roboz Péter)

## Online adatszolgáltatás a termékfejlesztéstől az értékesítésig

Az online adatbázisok segítségével ma már a kutatási-fejlesztési tevékenység és a piackutatás egyaránt hatékonyra tehető. A termékfejlesztő műszaki szakember az adatbázisok információi által férhet hozzá a szabadalmi leírásokhoz, a műszaki és egyéb kutatási eredményekhez. A marketingszakemberek az ipari és kereskedelmi információk támogatásával vizsgálhatják a különféle termékek eladhatóságát, majd ennek révén irányíthatják a valamely új termék bevezetésével kapcsolatos tevékenységet.

A termékekről való gondoskodás – hasonlóan az élő szervezetek irántihoz – egész életpályájukon szükséges tevékenység, a fejlesztés megkezdésétől egészen a piaci kereslet hanyatlásáig. Ennek megfelelően az utóbbi időben a termelési technológiában figyelembe vett ciklusok köre is kibővült, mégpedig a következőképpen:

- ▶ a technológia fejlesztése,
- ▶ az új technológia alkalmazása,
- ▶ a termék bevezetése,
- ▶ a termék piaci elterjedése és a kereslet csökkenése.

### A technológia fejlesztése

A kutatók első lépésként arról döntöttek, hogy az új gyártmány technológiailag megvalósítható-e, s megvizsgálják: vajon léteznek-e már hasonló, akár bevezetett, akár fejlesztés alatt álló termelési módszerek, amelyek megismerése ötleteket adhat az elképzelések tökéletesítésére, finanszírozására. E feladat elvégzéséhez a kutatási jelentések adatbázisai szolgálnak bővebb információkat.

Ha a technológia életképesnek, sőt ezenbelül egyedülállónak bizonyul, a kutatók felmérhetik a környezeti és jogi következményeket. E ponton mérhetők fel az új technológia által igényelt és a rendelkezésre álló nyersanyagforrások is, főként az ipari és egyéb közleményekből felhalmozott adatbázisok révén.

### Az új technológia alkalmazása

Ha az új technológia életképes, meg kell vizsgálni, hogy a termék kereskedelmileg is sikeressé válhat-e, és hogy a kritikus időszakban a műszaki és kereskedelmi tevékenység miként irányítható koordináltan a vállalat keretein belül. Ennek eldöntéséhez, hogy meghatározott termék gyártásához alkalmazható-e az új technológia, szintén a tudományos és műszaki

adatbázisok szolgálnak információkkal.

Ha a gyártandó termékről minden vonatkozásban kedvező információk gyűlnek össze, akkor a vállalat felsőbb vezetésének szükséges határoznia a gyártás-előkészítés módszerei felől. Ha pedig a terméket nem kívánják gyártani, akkor eldöntendő, hogy az új technológiát szabadalmaztatják vagy értékesítik-e. Ha a termék gyártása beilleszthető a vállalati célok körébe, a továbbiakban az értékesítési szakemberek feladata a piaci lehetőségek felkutatása, amelyhez a piackutatási jelentések, gyártási leírások, statisztikák, előrejelzések stb. adatbázisai nyújtanak információt. A prognosztizálás érdekében hasznos a tervezett termékhez hasonló gyártmányok konkurenciájára vonatkozó információk igénybevétele is.

Az új termék gyártásának bevezetése előtt – a tőkére, előállítási költségekre, külkereskedelmi és gazdasági előrejelzésekre specializálódott adatbázisok használatával – mérlegelendő a konkurencia pénzügyi-gazdasági helyzete. A piaci lehetőségek becslését megelőzően kell megtervezni a gyártmány előállítási folyamatait, hogy az újabb kutatások során felbecsülhetők legyenek az előállítási költségek, a környezeti és jogi következmények. Mindehhez ismét a korábban már igénybe vett műszaki és termelés-specifikus adatbázisok nyújtanak információt.

### A termék bevezetése

Ha a termék piacképesnek bizonyult, és a gyártási folyamatok fejlesztése ugyancsak befejeződött, az online információszolgáltatás a termék bevezetéséhez szükséges marketingstratégia kidolgozásához is értékes ismereteket kínál.

A marketingszakemberek kulcsfontosságú tevékenysége a termék gyors bevezetéséhez való hozzájárulás, a piacra dobás kitűzése olyan időre, amikor a bevezetés akadályai még csekélyek. Nekik kell megvizsgálniuk, hogy a gyártandó termékkel rokon termékek vannak-e már a piacon, s ha igen, meggyőzniük a vásárlót arról, hogy a cégük által kínált terméknek mind a technológiája, mind a funkciója egyedülálló a maga nemében. A feladat elvégzéséhez szükséges információkat a már forgalomban lévő termékek adataiból szolgálatják. Az új termék piacának gyors megalapozását eredményezheti az áruelosztási csatornák körültekintő megválasztása. Ehhez ugyancsak a már forgalmazott termékekről, azok piaci keresletéről tájékoztató adatbázisok nyújthatnak segítséget.

A marketingszakemberek feladata az új termék csomagolásának meghatározása, figyelembe véve az új csomagolási technikák lehetőségeit és a divatos trendeket. Nem kevésbé fontos a fogyasztói árengedmények megtervezése, végül az új áru megnevezése. A forgalomban lévő kereskedelmi és márkanevek ellenőrzésére is vannak adatbázisok.

Bizonyos termékek (pl. gépek) időről időre karbantartási munkákat igényelnek még értékesítésük előtt. Ha a gyártó ehhez nem rendelkezik saját szakemberekkel, az adatbázisok kínálnak megfelelő "címekeket". Az értékesítés előtti feladat az új termék árának megállapítása is, melyhez meg kell vizsgálni a hasonló típusú termékeknek az adatbázisok révén igényelhető árinformációit.

A termék életciklusának ez az a szakasza, amikor a marketingszakembereknek meg kell győzniük a fogyasztót arról, hogy a cégük által kínált termék jobb a konkurens cégek hasonló termékeinél. A cél elérését reklámtevékenységgel, hirdetési kampányokkal lehet elősegíteni. Ilyenkor felettebb célszerű a kereskedelmi, piaci és reklámpari adatbázisok igénybevétele.

Az új piac bizonytalan, a lehetséges vásárló még csak sejti, hogy mit is akar. A piaci kereslet felmérésére kipróbált módszer a termék kísérleti érté-

kesítése, ami visszajelzi a tökéletesítésre vonatkozó igényeket még a bevezetés előtt. Az adatbázisok e feladat megoldásához egyfelől a kísérleti értékesítéssel kapcsolatos stratégiák és módszerek ismertetésével nyújthatnak segítséget; másfelől a kísérleti értékesítésben részt vevő felek felmérésével.

#### **A termék piaci elterjedése és a kereslet csökkenése**

Az új termék elterjedésével megtörténik a termékjegyzékbe vétel. Mihelyt az új gyártmány pozícióit a konkurencia kikezdte, elosztási és értékesítési segítségre van szüksége. Az egykori újdonság tömegcikké válik, árérzékenysége nő. Profitját a kereskedelmi árengedmény és az árháború kezdi minimálisra nyírni. A lefutott termék gyártója a termelési folyamatok automatizálásával próbálja meg az árat a legkevesebbre csökkenteni. Ekkor újabb információkra van szükség, mégpedig a termék felfutó szakaszában egyszerűen már felhasznált adatbázisokból.

**/FREY, L. A.-LEE, A.:** Online throughout the product/technology life cycle. = Online Review, 11. köt. 1. sz. 1987. p. 33-37./

(Máté Györfné)

### **Életképesek-e a teljes szövegű adatbázisok?**

A felhasználók szempontjából az adatbázisok alapvetően két csoportba sorolhatók. Az első csoportba tartoznak az ún. *forrás* adatbázisok, amelyek a végső, teljes információt szolgáltatják. Ide sorolhatók a teljes szövegű adatbázisok, a részletes kivonatot vagy tömörítvényt tartalmazó adatbázisok (mint pl. a Predicasts PROMT adatbázis) és a numerikus adatbázisok. A másik csoportot a *bibliográfiai* adatbázisok alkotják, amelyek a publikáció bibliográfiai adataival és jeladó típusú kivonatokkal csak elvezetnek a teljes információ forrásához.

A teljes szövegű adatbázisok felhasználása ma még kevésbé elterjedt, mint a nagyobb hagyományokkal rendelkező bibliográfiai adatbázisoké. Felhasználásuk azonban a jövőben valószínűleg gyorsabban fog nőni, ami összefügg azzal, hogy az online információ a viszonylag tudományos jelleg helyett egyre inkább "iparszerű" lesz.

A teljes szövegű adatbázisok várható felfutását gazdaságossági okok, a végfelhasználók által végzett kérések számának növekedése és a teljes szöveghez való hozzáférésben rejlő előnyök indokolják. Teljes mértékben azonban nem fogják helyettesíteni a nyomtatott folyóiratokat, könyveket. Olvasásuk hagyományosan sokkal kényelmesebb, mint a képernyőn, de a "célirányos" olvasásban felbecsülhetetlen segítséget nyújt az elektronikus megjelenítés.

A teljes szövegű adatbázisok szerepének növekedését mutatja, hogy például a Dialog szolgáltatóközpont által bevezetett újabb adatbázisok jelentős része teljes szövegű, ami a végfelhasználók által képviselt piacban való érdeklődést tükrözi. A Cuadrado *Directory of Online Databases* adatbázis-katalógusban található adatbázisokat vizsgálva pedig azt találjuk, hogy 1983 és 1986 között a teljes szövegű adatbázisok száma megkétszereződött.

A számítógépesítéssel kapcsolatos költségek jelentős csökkenése tette lehetővé többek között ezt a fejlődést. Míg például a Datasolve Ltd. szolgáltatóközpont (a szerző munkahelye) üzemeltetéséhez szükséges alaphardver 1976-ban 4,7 millió fontba került, 1986-ban 500 ezer fontnál kevesebbe, vagyis az 1976. évi érték 11%-ába. A tárolási költségek még rohamosabban csökkentek, az 1986. évi költség mindössze 6%-a a tíz évvel korábbinak. A fejlődést elősegítő további műszaki tényező az adatviteli sebesség növekedése volt. A teljes szövegű adatbázisok elterjedésének egyik fő mozgatórugója azonban az önálló online keresést végző felhasználók fontosságának a növekedése. A végfelhasználók a teljes információhoz akarnak hozzájutni, nem a bibliográfiai adatokhoz.

A teljes szövegű adatbázisok nagyobb mértékű elterjedését hátráltatják:

- ▶ az adatrögzítéssel kapcsolatos magas költségek, amelyek magukban foglalják az eredeti szöveg átszerkesztésének költségeit is, hogy az alkalmas legyen a képernyőn való megjelenítésre;
- ▶ az adatbázisok szolgáltatása csak akkor kifizetődő, ha azokat sokan használják, és ez általában csak akkor érhető el, ha a szolgáltatás az egész világra kiterjed;
- ▶ a legtöbb teljes szövegű adatbázist ma még úgy tekintik, hogy jó, ha van, de nem nélkülözhetetlen;
- ▶ fokozottabb jelentősége van a kérdéses idegen nyelv ismeretének;
- ▶ általában arra az országra specifikus témákkal foglalkoznak, ahol készültek, tehát a bennük található információ nem annyira általános érvényű, mint a műszaki tárgyú bibliográfiai adatbázisok esetén.