

Surfovanje trećeg talasa interneta

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 12 | Nivo: Fakultet za trgovinu i bankarstvo

Surfovanje trećeg talasa interneta

Internet, kao prolazna moda koja traje već 15 godina je na ulasku u svoju treću fazu. Razgranavanje nepopustljivog napretka interneta u nove sfere života će dotaći sve poslovne ljude – a 61% izvršnih direktora priznaju da ne znaju dovoljno o naprednim tehnologijama. Skorašnja anketa pokazuje da čak 56% starijih biznismena se nikada nije ulogovalo na fejsbuk, veb sajt koji simbolizuje najnoviji procvat interneta. Jasno je da postoji generacijski problem, jer većina izvršnih direktora su stariji od 40 godina. Pored toga, većina izvršnih direktora nema tehnološka porekla, tako da ne razumeju internet i ostala ključna dešavanja.

Jedan direktor je oštar po tom pitanju, i po tom pitanju deli izvršne direktore u dve grupe: oni koji si protiv toga, i oni koji ne žele da razgovaraju o tom problemu.

Katarina Fejk, osnivač sajta za deljenje fotografija i društveno umrežavanje, Flickr, koji je verovatno prvi u svetu visokog profila, otvoreno kaže: „Često sam nailazila da kompanije kažu: Prešli smo ponor, ušli u digitalni svet. Uspeli smo.“ „Ali konektovanje na mrežu nije dovoljno. Radila sam u Yahoo!, kompaniju stvorenu na internetu, staru 10 godina, koja je morala da prekine sa radom. Kada su mi izvršni direktori rekli: Obavili smo to. Rekla sam im: Sačekajte dok ne vidite šta je prolazak oko krivine. To je zamorno, ne možete odmoriti.“

Upoznavanje izazova trećeg talasa interneta je poslovna realnost 21. veka koju najmanje shvataju današnji izvršni direktori, neophodno je da se to promeni.

Ovo poglavlje ima za cilj da predstavi brzi pregled poslednjeg razvijanja interneta, utvrdi poslovne komplikacije, ukaže na pravac budućih promena, kao i oštrica usvajanja Interneta u tradicionalnu industrijsku proizvodnju.

Tri talasa interneta:

Prvi talas: Od kasnih 1990-ih do 2001. godine

1990-ih godina računarstvo je ostavilo po strani računare i mreže, i bacilo se na internet. Model tog vremena bili su internet portali kao što su Yahoo! i AOL, kapija do sveta zabave i internet trgovine.

Vebsajtovi su pružali informacije potrošačima, ali pristup internetu je bio spor, pa su tako mnogi korisnici ignorisali čitanje i kupovinu putem interneta. Sigurno je da je stav većine izvršnih direktora bio nepoverljiv u to vreme.

Internet programiranje je bilo teško, veće brzine su bile dosta skupe, i mnoga jezgra tehnologije nisu bila dokazana.

Tada je nekoliko eksperta uočilo način da putem interneta zarade malo ozbiljniji novac. Organizacije su želele da naprave vebsajtove kako bi širili informacije, dok su telekomunikacione kompanije zarađivale novac postavljanjem sajtova na internet, ali ovi poslovi nisu donosili bogatstvo. Uprkos tome, veliki broj investitora je napravilo veliki novac, tako što je skočila cena akcije tehnologije. Međutim, uspon je bio kratkog veka i posle 2001. godine mnogi početnici su izašli iz sveta biznisa bez dinara profita. Finansijska tržišta su propala i mnogi izvršni direktori koji su konačno ušli u svet internet revolucije, bili su prevareni. Od 2001. prodor interneta i prodaja računara su ipak nastavljene munjevitom brzinom i kompanije koje su do sada prodaju vršile samo u radnjama, proširile su je i preko interneta. Marksandspencer.com i Neimanmarcus.com postigli su ogroman uspeh, dok je Boo.com, godinama omiljena internet prodavnica odeće, propala i pretvorena u jedan od najvećih promašaja u istoriji vebsajtova. Slična priča je i sa prodajom hrane, Tesco.com i Walmart.com su ostvarile veliki profit internet prodajom za razliku od brze propasti poput Webvan-a. Kompanije „starog sveta“ su osnovali nove digitalne kanale koji su se uvukli u fizičke operacije. Sada su one postale novi kraljevi interneta, i to ne samo u maloprodaji. Počevši od Reed Elsevier, koji se pretvorio u javnu internet poslovnu mrežu, pa sve do razvijenih banaka, koje sada nude pregled računa i preko vebsajtova koji pored informisanja, pružaju i mogućnost transakcije.

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com