

e-Business pro manažery

Jiří Donát, Grada Publishing, 1. vydání, Praha 2000, 90 stran, cena 99 Kč, v češtině, ISBN 80-247-9001-7

Sympatická útlá publikace Jiřího Donáta, kterou vydalo pražské nakladatelství Grada, se zamýšlí nad problematikou v současné době velice aktuální – problematikou Nové ekonomiky, problematikou internetového podnikání. Podle autora si neklade za cíl přinést hotové odpovědi na všechny otázky dnešních dnů, ale chtěla by alespoň některé ty zásadní otevřít a trochu se nad nimi zamyslet. Je určena nejen pro začínající “start-up” společnosti, ale také pro klasické firmy, na jejichž stávající zákaznky se tyto “start-up” společnosti chtějí zaměřit.

Kniha je rozčleněna do devíti kapitol. V první, nazvané Vznik Nové ekonomiky, nás seznámí s často používaným pojmem “světa bitů” a “světa atomů” – rozdělením světa na hmotný a nehmotný (což se prolíná celou knihou) a jeho souvislostí se vznikem Nové ekonomiky. Tou se obvykle rozumí dnešní podnikatelské prostředí, které je výrazně změněno příchodem nových informačních a komunikačních technologií.

Tři osy internetu – druhá kapitola – stručně osvětlí historii internetu, jeho základní vlastnosti, seznámíme se s počátky i proměnou používání elektronické pošty, globalizací i automatizací internetu.

Fenoménu mluvících obrázků neboli Rozpakům nad novou technologií se věnuje třetí kapitola, v následující (Elektronické obchody) se pak dostává autor k první fázi komerčních aplikací internetu, elektronickým obchodům, jejich rozdělení na globální a lokální, silným (specializace, šíře sortimentu) i těm slabším stránkám (jednosměrná jazyková bariéra). Opět zde najdeme stručný pohled do historie (intranet, extranet).

Elektronický obchod je pouze první vývojovou etapou elektronického podnikání, existují ještě další způsoby, jejichž pomocí lze novou technologii internetu používat. Vysvětlení najdeme v páté kapitole – Procesní definice elektronického podnikání. Na příkladech (Amazon.com, společnost Cisco) vysvětluje autor fungování nových principů podnikání. Následuje objasnění role značky v internetovém podnikání (kapitola šestá), problematika specifik, která přináší internetový trh (kapitola sedmá). Model elektronického podnikání, osmá kapitola, shrnuje stávající poznatky, podrobněji vysvětluje již zmiňovaný “svět bitů” a “svět atomů”, jejich vzájemné působení a vztah, virtualizací hmoty a přenosem hmoty internetem. Pokud se nám dostalo objasnění problematiky elektronického podnikání z historického hlediska a souvislostí, nemůže autor opomenout samozřejmě ani jeho budoucnost, které se věnuje a nad kterou se zamýšlí v kapitole poslední, deváté. Na budoucí komerční aplikace internetu se dívá ze dvou pohledů – jednak pohledu zdánlivě technického (posouzení možné změny jejich architektury) a jednak pohledu na to, jaké úkoly mohou tyto aplikace v budoucnosti řešit. Tím celou knihu uzavírá.

Jak sám autor již úvodem předeslal, nastoluje v ní spoustu dalších otázek, takže se možná časem dočkáme jejího pokračování.

Na konci najdeme stručný a přehledný rejstřík, který nám usnadní orientaci, v poznámkách pod čarou pak vysvětlení některých pojmů a termínů.

Kniha může být užitečná nejen “e-manažerům”, ale i těm, kteří si v dnešní uspěchané době najdou čas zamyslet se nad změnami současného světa a jejich využitím.

Helena Hajsterová