

Biznes i WWW

Praktycznie wszyscy, którzy mają cokolwiek do powiedzenia lub którym wydaje się, że mają coś do powiedzenia organizują swoje strony WWW. Okazuje się jednak, że stron WWW nie mają polskie przedsiębiorstwa przemysłowe. Wielkim nieobecnym w Internecie jest nasz przemysł.

Wielokrotnie zwracaliśmy uwagę na odmienne od naszych przedsiębiorstw zachowanie się firm zachodnich na polskim rynku. Duże, renomowane firmy zachodnie działają w Polsce podobnie jak w innych krajach rozwiniętych prowadzą one bowiem jednolitą politykę wobec wszystkich krajów. W polityce tej jest punkt "strona WWW" i każda licząca się firma zachodnia, działająca na polskim rynku, ma swoją stronę w Internecie.

Internet jest pewnym miernikiem mobilności przedsiębiorstwa. Własne strony internetowe wystawiły uczelnie, firmy komputerowe, wszelkiego rodzaju przedsiębiorstwa, politycy, hodowcy koni i dziwacy. Skąd taki pęd do Internetu? Przyczyną powszechności usług internetowych, a w szczególności organizowania stron WWW, są zaskakująco niskie koszty. Często trudno mówić o jakichś kosztach w firmach, gdzie są już odpowiednie komputery, organizacja strony WWW odbywa się "z marszu", bez jakichkolwiek nakładów finansowych. Jedynym kosztem jest decyzja... i tu dochodzimy do sedna sprawy. Decyzja jest łatwa i prosta w firmie małej i sprawnej, a bardzo trudna i zawikłana politycznie w wielkim przedsiębiorstwie. Na własną stronę stać jest osobę prywatną, a często nie stać dużego przedsiębiorstwa.



Nie znający się na rzeczy dyrektor prosi o ofertę zorganizowania strony WWW. Otrzymuje kosztorys zawierający takie pozycje, jak: rejestracja domeny, dzierżawa serwera wirtualnego, projekt strony, comiesięczne przygotowanie materiałów, projekt grafiki, muzyki i innych "bajerów", które każdego szanującego się dyrektora przyprawiają o kwaśną minę. Kiedy zabraknie prostych wskaźników przekładających obecność w Internecie na twarde pieniądze, wiele firm traktuje strony WWW jako polską formułę prestiżu. O prestiżu stanowi nie treść, a forma przekazu nieważne jest np. to, że informacje na stronie są nieaktualne, sprzed wielu miesięcy.

Modne są witryny WWW z wystawną grafiką, efektami multimedialnymi wykonane według znanej zasady "zastaw się, a postaw się".

Organizacja strony WWW musi wypływać z organizacji przedsiębiorstwa. Wiele tworzonych w firmie dokumentów może mieć formę HTML i wówczas bez większych kosztów może być wkładane do serwera WWW. Genialny pomysł stron WWW polega na ich ulotności, na łatwej modyfikacji i natychmiastowej dystrybucji. Każdy dzień przynosi zmiany w firmie i tylko forma elektronicznego przekazu zapewnia nadążanie za nimi.

Przedsiębiorstwo, które sili się na traktowanie strony WWW jak trwałej, niemodyfikowalnej reklamówki obnaża swoją ułomną organizację.

Przeglądając internetowe witryny polskich firm zauważamy przede wszystkim wystawność

i statyczność informacji. Strony są modyfikowane rzadko, informacja zamieszczana na stronach ma formę folderu reklamowego, a nie informatora merytorycznego. Utrzymanie efektywnej i ciągle modyfikowanej strony jest dla wielu przedsiębiorstw sporym wydatkiem. Koszty są tym wyższe, im informacja tworzona wewnątrz firmy ma formę odleglejszą od standardów narzuconych przez HTTP. Internet jest dobrodziejstwem dla organizacji, które szybko dostosowały swoje standardy do wymogów elektronicznego przekazu. Jest dobrem luksusowym dla przedsiębiorstw tkwiących jeszcze w maszynach do pisania, w teczkach z aktami, w archiwach dokumentacji na kalkach, w halach kreślarskich.

Pokaż mi swoją stronę WWW, a powiem Ci co warta jest twoja firma.

[Zbigniew Kacprzyk](#)

listopad '97