

Damir Gašparović

INTERNET I TURIZAM

Internet nije više privilegija tehnološki obrazovanih ljudi jer je u samo nekoliko godina od akademskoga alata postao mjera suvremene pismenosti i temelj novoga ekonomskoga poretka. Trend stvaranja globalne ekonomije u kojoj su minimizirane komunikacijske, vremenske i državne granice je društveni i tehnološki fenomen današnjice.

Korištenje Interneta u poslovanju je nužnost za moderne tvrtke i uvjet za nove standarde ponašanja jednako u globalnim korporacijama kao i u najmanjim tvrtkama. Digitalna ekonomija uz otvaranje novih mogućnosti u poslovanju istovremeno nepovratno mijenja strukturu gospodarstva u svim segmentima. Poduzetnici moraju reorganizirati poslovanje, iskoristiti Internet kao vlastitu konkurentsku prednost i izboriti svoje mjesto u novom digitalnom ekonomskom modelu.

Mnogima u Hrvatskoj bit će teško pronaći svoje mjesto u ekonomiji novog doba jer su zastarjeli poslovni modeli i tehnološka zaostalost stvarnost našega gospodarstva. Prvi korak naprijed napraviti ćemo ako prihvatimo činjenicu da će kroz nekoliko mjeseci biti važnije imati adresu elektroničke pošte od telefonskog broja. Ako je istina da civilizacija napreduje brzinom kojom napreduju komunikacijske tehnologije svjedoci smo stvaranja novog digitalno slobodnog društva. Vizija globalne digitalne ekonomije postaje stvarnost, danas i ovdje.

Internet je svakako vruća tema informatičkoga svijeta, a možemo slobodno reći i jedan od zanimljivijih civilizacijskih dometa našega doba. To je najveća računalna mreža na svijetu u koju su spojeni korisnici iz cijeloga svijeta. Ako je telefon učinio revoluciju u komunikaciji, masovni mediji poput televizije i radija postavili su nove standarde, prije svega na razini prenošenja i širenja informacija. No, Internet, najveća svjetska informatička mreža, u komunikaciji ide i korak dalje, omogućujući po prvi puta dvosmjernu komunikaciju na globalnoj razini.

Internet nije nikakva organizacija, kompanija ili super-računalo, već najveća svjetska računalna mreža u koju su korisnici iz cijeloga svijeta spojeni pomoću telefonske linije, modema i računala, a koji na svojim računalima imaju određeni softver s potrebnim protokolima za spajanje na Internet i korištenje raznih Internet servisa kao što su elektronička pošta, World Wide Web, news, FTP i dr. Najvažnije pitanje razvoja Interneta u svijetu svakako je njegova komercijalna primjena i uporaba u poslovanju. Njegov će opstanak i razvoj izravno ovisiti o tome.

1. ŠTO JE GLOBALNI INTERNET?

Na pragu smo tzv. informacijskoga gospodarstva gdje se u globalnim gospodarskim razmjerima dio prihoda i profita oslanja na industriju informacija, bilo da se radi o proizvodnji,

plasmanu ili uporabi informacija kao ključne komponente svih grana gospodarstva. Računalna tehnologija omogućila nam je raznovrsnu obradu podataka, grafike i zvuka i dovela nam je sve te mogućnosti do naših ureda i stanova. Razvoj računarskih mreža kreće se od lokalnih mreža (LAN) preko široko dostupnih (WAN) mreža prema globalnim komunikacijama. U poslovnom svijetu računalna tehnologija (obrađa teksta, tablični kalkulatori, baze podataka, grafika) i mrežna tehnologija (povezivanje računala) postale su nezamjenjive u svakodnevnom korištenju.

Zašto globalno umrežavanje?

Ono nam nudi nekoliko značajnih prednosti:

- obuhvaća zemljopisno veliko područje i uključuje velik broj klijenata
- omogućava uključivanje grupa i pojedinaca u zajednički rad, razmjenu ideja i različitih aspekata posla
- predstavljanje vlastitih proizvoda i usluga
- najbrži način transfera dokumenata.

Termin internet koristi se kao pojam koji identificira više povezanih mreža u veliku široko dostupnu mrežu, dakle, Internet je ime za mrežu koja povezuje tisuće računarskih mreža širom svijeta koje koriste zajednički jezik (protokol) i na taj način tvore svjetski komunikacijski medij. Internet ima populaciju od preko 300 milijuna korisnika (u Hrvatskoj preko 200.000). Računarske mreže koje su povezane u Internet su razne svjetske komercijalne mreže, WAN mreže velikih svjetskih korporacija, mreže sveučilišta i raznih udruga. Svaku od tih mreža kontrolira zasebna ustanova (operator), različite su veličine i koriste razne mrežne tehnologije, međutim povezane su zajedničkim komunikacijskim protokolom i servisima.

Premda postoje i neki raniji projekti, smatra se da se “rođenje” Interneta dogodilo 1969. godine. Te godine je u Americi započeo projekt Arpanet. Ideja je bila izgraditi računalnu mrežu za vojne potrebe koja ne bi prestala raditi u slučaju djelomičnoga otkazivanja ili prestanka rada neke od njezinih komponenti, primjerice u slučaju nuklearnoga rata. Naredna bitna godina u razvoju Interneta je 1982. kada se počinje koristiti TCP/IP skup protokola (tada je već bilo 235 hostova – računala). Broj hostova porastao je na milijun 1993. godine. Te se godine i Bijela kuća priključuje online, a američki predsjednik dobiva e-mail adresu. Tada mediji i poduzeća otkrivaju Internet te do kraja 1994. postoji već više od 3 milijuna hostova i Internet se počinje komercijalizirati i osvajati svijet.

Da bi pojedinac pristupio Internet servisima, potrebno mu je računalo, telefonska linija, modem i određeni softver. Komunikacija se odvija posebnim protokolom: TCP/IP koji se zove i Internet protokol i svi koji ga imaju mogu međusobno komunicirati i spajati se na druga računala bez obzira na računalne platforme i operacijske sustave.

Upravo zbog svoje otvorenosti i relativno jednostavne dostupnosti internet se širi velikom brzinom, broj korisnika raste eksponencijalno iz dana u dan (već sada se govori o preko 300 milijuna korisnika Interneta), a prema nekim procjenama dnevno se na Internet u svijetu priključuje 107.000 novih korisnika, međutim i ovaj je podatak relativan i mijenja se svakodnevno. U jednom je nedavnom istraživanju 66% američkih korisnika Interneta izjavilo da bi se radije odreklo pristupa televiziji i telefonu nego Internetu. To znači da je Internet postao nužnost. Vrlo je značajno da su Internet servisi pronašli svoju primjenu i u poslovnom svijetu.

2. INTERNET SERVISI

Najkorišteniji Internet servisi danas su World Wide Web (WWW), elektronička pošta (e-mail), Usenet (news) te FTP.

2. 1. World Wide Web (WWW)

WWW sadržaje pregledavamo pomoću posebnih programa koje nazivamo Internet preglednici (engl. browser) od kojih su najpoznatiji Microsoft Internet Explorer i Netscape Navigator. WWW je napisan u tzv. HTML (Hypertext Mark Up Language) formatu, posebnom formatu koji nam omogućava umetanje teksta, slike, zvuka, animacija i videa u sadržaj te povezivanje tih sadržaja hipertekstualnim vezama. Na web stranice možemo staviti adrese i veze (poznatiji pojam su "linkovi") drugih web stranica tako da se na Internetu može pronaći nebrojeno puno informacija. WWW stranice imaju svoju adresu koja je jedinstvena (kao telefonski broj), i obično nosi naziv tvrtke ili organizacije. Tipične adrese jesu primjerice: www.microsoft.com, www.opel.com, www.nacional.hr, www.nn.hr, www.sabor.hr ili www.hrt.hr.

Nastavak .com znači "komercijalni" i namijenjen je tvrtkama i ostalim komercijalnim djelatnostima. Postoje i drugi nastavci (.org-organizacija, .net-mreža, .edu-obrazovanje, .mil-vojni sadržaji, .gov-državne i vladine institucije), a kod nas se najčešće koristi nastavak .hr-kao oznaka države (nastavci za neke druge države: Njemačka –.de, Italija –.it, Mađarska –.hu, Velika Britanija –.uk itd.). Nedavno su uvedeni i neki drugi nastavci kao napr. .info. Poznavanjem WWW adrese možemo doći do raznih WWW stranica, a adrese najčešće pronalazimo pomoću posebnih programa pretraživača (eng. search engines) web stranica koje prikupljaju web adrese po mreži i sortiraju ih u svojevrsne baze podataka.

2. 2. Elektronička pošta (e-pošta, eng. e-mail)

Elektronička pošta je servis koji omogućava razmjenu pisanih poruka, podataka, datoteka i sličnog. Poštu možemo razmjenjivati s bilo kime u svijetu tko ima adresu elektroničke pošte (svaki korisnik ima jedinstvenu adresu koja je obično sljedećeg oblika: ime. prezime@xx. tel. hr). Adresa se dobiva od davatelja usluga pristupa Internetu (u Hrvatskoj ih ima više: HThinet, Iskon, Globalnet, Kvarnernet itd). Postoje i web stranice na kojima se može besplatno dobiti e-mail adresa.

2. 3. File Transfer Protokol (FTP)

To je protokol koji omogućava razmjenu datoteka preko InternetaS mreže se mogu preuzeti programi koje mnogi na Internetu daju besplatno, mogu se preuzeti razne datoteke s tekstovima, slikama i drugo. FTP je najčešće uključen u Internet preglednik, tako da ga i ne vidimo kao poseban servis.

2. 4. Novinske grupe (Usenet ili News)

News je servis za sudjelovanje u raspravama na Usenet grupama. To je na neki način javna elektronička pošta. Rad s news programima vrlo je sličan radu s programima za elek-

troničku poštu; razlika je u tome što su poruke u news grupama javne i vidljive svima koji se na njih spoje. Putem news grupa može se raspravljati o bilo kojim temama: od TV programa, medicine, aidsa, sporta, programiranja na računalima itd.

3. Što može Internet za poslovne korisnike?

Korištenje Interneta u poslovnom svijetu sve je više prisutno, a zavisi od vrste poslova kojima se korisnik bavi i od područja koja želi pokrivati:

- a) kreiranje baze klijenata:
 - za pronalaženje novih klijenata širom svijeta ili lokalno na raspolaganju mu je baza svih internet korisnika
 - korisnicima se daje do znanja da postoje i da se bavite određenim poslom
- b) marketinška analiza:
 - velika baza Internet korisnika je pogodna okolina za predstavljanje novih produkata ili usluga
 - kada je produkt marketinški predstavljen, može se istražiti mišljenje korisnika o takvom proizvodu ili usluzi
- c) savjeti stručnjaka i konzultacije:
 - na Internetu ima mnogo stručnjaka koji mogu ponuditi razne savjete i konzultacije
 - vrlo često takvi se savjeti nude besplatno
- d) zapošljavanje:
 - dostupne liste poslova, te mogućnost oglašavanja radnoga mjesta
- e) brz dostup do informacija i jeftiniji transfer:
 - zamjenjuje korištenje klasične pošte i faksova za izmjenu informacija
- f) ponuda vlastitih informacija preko WWW poslužitelja:
 - hipertekst informacije nude efikasnu metodu vlastitog prezentiranja javnosti
- g) interaktivna komunikacija između dva korisnika preko interneta
- h) prijenos govora (telefoniranje) preko interneta.

4. Osvrt na stanje u Hrvatskoj

U Hrvatskoj je informatizacija i “internetizacija” poslovanja, uz časte iznimke, još u povojima. Kasnimo iz više razloga: pasivan odnos menadžera i njihova informatička neobrazovanost, pasivan odnos prema promjenama u gospodarskom okruženju i otpor prema svemu što je novo, nedostatak sredstava itd. Naši gospodarski subjekti nedostatno se koriste suvremenim informatičkim proizvodima, tehnikama, znanjima i dostignućima. Od samih početaka uvođenja informatizacije uglavnom se ustrajalo na rješavanju informatizacije računovodstvenih i financijskih poslova, a samo to nije dovoljno.

Za uspješno poslovanje i opstanak u sve oštrijoj konkurenciji ključne su informacije za više razine rukovodstva, informacije za potporu u poslovnom upravljanju i odlučivanju. U razvoju informacijskih sustava za potporu menadžmentu i rješenjima koja omogućavaju

jednostavan i brz pristup ključnim internim (putem intraneta) i eksternim (putem Interneta) informacijama nije se napravilo dovoljno, još ne postoje zaokružena rješenja ili su se tek počela razvijati (izuzeci potvrđuju pravilo).

Korištenje novih tehnologija i znanja u hrvatskom turizmu nije bitno različito od onoga u cijelom gospodarstvu. Iskusan direktor hotela možda se može osloniti na izgrađene refleksije i osobne veze te još neko vrijeme uspješno voditi mali hotel, ali menadžeri lanca hotela, kampova i restorana moraju se osloniti na podatke iz skladišta podataka (Data Warehouse) i na višedimenzionalne analize (OLAP – On Line Analytical Processing) nizova različitih podataka koje mogu dati odgovore na pitanja:

- iz kojih zemalja nam dolaze turisti
- kada i kako nam dolaze turisti
- kakva je njihova starosna i socijalna struktura
- koje usluge i u kojim turističkom kraju se najviše traže
- kakva je iskorištenost turističkih kapaciteta u različitim sezonama
- kakvi su financijski pokazatelji
- što učiniti da nam se neki tradicionalni turisti ponovo vrate
- što učiniti da oni koji su nam skloni ne odu u turistička odredišta drugih zemalja
- u kojem se smjeru mijenjaju turističke navike i sklonosti itd.

Internet je u zadnjih nekoliko godina promijenio mnogo toga. U mnogim stranim hotelima sobe su opremljene internet priključcima kojima se gosti mogu koristiti tijekom svog boravka. Mogućnost čitanja e-mail poruka, pretraživanje servisa na web poslužiteljima i stalne veze sa svojim uredom udobnosti su kojih se mnogi jednostavno ne žele ili ne mogu odreći ni za vrijeme svog godišnjeg odmora. Jasno je da će gosti takvu uslugu tražiti i od naših hotelijera. Internet je dalje zaoštrio pitanje globalne konkurencije i trajno izbrisao granice zemalja iza kojih su se mnogi donedavno krili.

Naši turistički menadžeri moraju shvatiti da se te iste usluge ne prodaju samo na turističkim burzama, nego u svakom trenutku i u virtualnom elektroničkom svijetu interneta. Može bitni gosti svakodnevno pretražuju poslužitelje na kojima se nalaze oglasi različitih hotela, iz svojih udobnih naslonjača ili ureda mogu vidjeti multimedijalne prezentacije hotelskih ponuda i na najjednostavniji način predbilježiti i platiti svoj aranžman. I ne samo to: što ako gosti u sobama pokraj mini bara i TV-a žele imati i jednostavno računalo pomoću kojega bi otipkali i uredili neki dokument, vodili evidenciju svojih troškova tijekom odmora i sl.? Jesu li takva računala preskupa da bi se instalirala u svaku sobu?

Najvažniji je pozitivan i aktivan odnos prema ovakvim izazovima, prema promjenama koje su nastale i prema tehnologijama koje su sve manje futurističke, a koje bi trebali prihvatiti naši turistički djelatnici.

5. Internet i turizam

Danas je neminovnost biti prisutan na “mreži”, tj. na Internetu. Ovo vrijedi kako za vladine institucije, neprofitne organizacije, udruge, jedinice lokalne samouprave tako i za

sva gospodarska poduzeća pa tako i ona u turizmu. Mnogi turistički subjekti (ministarstvo, turističke zajednice, turistička poduzeća itd.) u Hrvatskoj (inozemstvo ne treba ni spominjati) već imaju svoje web stranice, ali to ne znači da su oni sebe predstavili na bolji način odnosno da imaju ikakve veće koristi od nazočnosti na web stranicama. Internet stranice same po sebi nemaju svrhu, ako se npr. češće ne ažuriraju (barem jednom tjedno) ili ako na e-mail poruke danima nitko ne odgovara ili uopće ne odgovara. Očito je da podaci koji se nalaze na internet stranicama, a nisu mijenjani duže razdoblje (npr. prošlogodišnja zbivanja, zastarjele informacije, nevažeći telefonski brojevi i sl.) više zbunjuju nego koriste. Također, neodgovaranje na poruke elektronske pošte (danas se smatra normalnim da se na e-mail odgovara u roku od 24 sata) pokazuje Internet da onome koji ima tu najbržu i najjednostavniju mogućnost komunikacije ona ničemu ne služi. Nažalost, u Hrvatskoj su 3/4 Internet stanica, kako gospodarskih subjekata tako i ostalih, upravo takve kakve su ovdje opisane.¹

Ključna su pitanja: što se želi postići vlastitim stranicama, kakve poruke i obavijesti te kakvu vlastitu prezentaciju želimo poslati u svijet, odnosno koju korist od naših internet stranica može imati naše poduzeće, ali i svi naši klijenti, naši gosti, potencijalni investitori i ostali. Na ova i slična pitanja mora samo turističko poduzeće dati odgovore i jedino će tako web stranice toga poduzeća ostvariti svoju svrhu i cilj.

Internet stranice nekog turističkoga subjekta mogle bi uključivati sljedeća područja:

- djelatnost tog poduzeća s predstavljanjem vlastite turističke ponude (hoteli, restorani, izleti, rekreacija i sl.);
- informacije o značajnim kulturnim i povijesnim spomenicima, gradskim manifestacijama itd. te značaj Grada i okolice u kojem se poduzeće nalazi kroz povijest pa sve do danas;
- mogućnost pristupa na druge web stranice poduzeća, organizacija, ustanova, lokalnih jedinica i pojedinaca koji su djelatnošću ili na neki drugi način u vezi s vlastitim poduzećem,
- sve ovo prethodno mora biti obogaćeno multimedijalnim prikazom (slikom, filmom, zvukom i animacijom) koji će upotpuniti tekstualni dio projekta.

Na Internet stranicama turističkoga poduzeća treba predvidjeti mogućnost interaktivnog pristupa što znači da potencijalni gosti preko web stranica mogu direktno kontaktirati poduzeće i komunicirati online, “skidati” razne obavijesti, pitati, žaliti se, imati uvida u sve ono što bi za njih trebalo biti interesantno (programi manifestacija, planovi pristupa do objekata, razni

¹ Turističke web stranice u Gradu Crikvenici i okolici kvalitativno ne odudaraju od hrvatskog prosjeka pa ih stoga nećemo poimence spominjati. Činjenica je, međutim, da u čitavoj zemlji broj turističkih webova stalno raste te da se, u odnosu na proteklo razdoblje, povećava njihova kvaliteta što je očigledan i logičan trend pa ga nema potrebe posebno komentirati. Bilo bi, međutim, zanimljivo vidjeti rezultate nekog istraživanja o tome koliko je promocija na webu zaista pomogla turističkim djelatnicima u ostvarenju većeg prometa i zarade. Informatički časopis «Bug» u svojem izboru 50 najboljih hrvatskih web stranica u 2000. godini u kategoriji turizam navodi sljedeće stranice: www.adriatica.net, www.aurea-krk.hr, www.babylon.hr, www.gresna-gorica.com i www.generalturist.hr.



Crikvenica

Prethodna | Galerija | Slijedeća



www.vinodol.org



Ispis jedne Web stranice

cjenici i sl.). Primjerice, danas mnoga turistička poduzeća stavljaju na web stranice mogućnost direktne rezervacije smještaja. Također, što je vrlo interesantno za potencijalne investitore, preko web stranica se mogu prezentirati razvojni projekti poduzeća, zatim objavljivati natječaji, provoditi razne ankete, ispitivati tržište itd. Mogućnosti su neslućene.

Dugoročnije razmišljajući (ovo “dugoročnije” znači zapravo već danas), takvo poduzeće može predvidjeti mogućnost vlastitoga web servera sa stalnim pristupom Internetu gdje bi ono bilo “točka” na Internetu, a to bi značilo, između ostaloga, mogućnost da gosti toga hotela mogu virtualno “prošetati” tim hotelom iz svojega doma, zatim putem web kamere vidjeti kakvo je trenutno vrijeme u mjestu budućega ljetovanja i sl. Izrađene Internet stranice turističkoga poduzeća mogle bi poslužiti kao podloga za izradu CD-ROM-a – vrlo pogodnog

medija za promicanje i promotivno predstavljanje toga poduzeća na turističkim sajmovima te poslužiti kao prikladan i originalan poklon za potrebe promidžbe.

Navest ćemo neke specifičnosti Interneta u Hrvatskoj koje je dobro znati. Naime, osnovna karakteristika hrvatskog Internet "tržišta" je njegova veličina. Koliko ima Internet priključaka kod nas? Računa se kako ih ima preko 200.000. Dakle, "tržište" je znatno manje od npr. američkog s više od 130 milijuna priključaka (u cijelom svijetu preko 300 milijuna). K tome, korisnici Interneta u Hrvatskoj su izuzetno neaktivni te imaju slabe navike u svakodnevnom korištenju mreže. No, neovisno o veličini lokalnog Internet "tržišta", tko god ima dobru poslovnu ideju, tko želi prezentirati i reklamirati sebe ili svoj proizvod ma kakav on bio, a u konačnici, i onaj tko želi predstaviti svoj hotel na svjetskom je Internet "tržištu". Priključkom na internet u potpuno ste istom položaju kao čovjek u Americi, Francuskoj, Japanu ili bilo gdje drugdje jer imate pristup do svih onih koji su spojeni na tu globalnu komunikacijsku mrežu, a njihov broj svakodnevno raste geometrijskom progresijom.

6. Elektroničko poslovanje –budućnost poslovanja

Nema dileme da je danas uvođenje Internet tehnologije nužnost. S tim u vezi danas se razvija jedan potpuno novi način poslovanja –elektroničko poslovanja (e-business). To pretpostavlja jedan potpuno novi način razmišljanja, komuniciranja i poslovanja. Tko to ne prihvata i ne respektira sutra neće opstati u poslovnom smislu. Tome u prilog treba navesti nekoliko činjenica:

- sadašnji broj od oko 300 milijuna ljudi priključenih na Internet u cijelom svijetu povećat će se po predviđanjima do 2005. godine na preko 700 milijuna Internet korisnika (u Hrvatskoj će tada biti preko 700.000 priključaka),
- udio ulaganja u IT (Information Tehnology – informacijske tehnologije) u ukupnim kapitalnim ulaganjima u informatički najrazvijenijoj zemlji svijeta SAD-u je porastao sa 47% u 1997. godini na 57% u 1999. godini (kod nas je taj udio minoran i iznosi svega nekoliko postotaka),
- predviđanja su da će 2005. godine biti 1 milijarda fiksnih telefona, 1 milijarda mobilnih telefona i 1 milijarda internetskih telefonskih priključaka,
- danas se više od 50% trgovine dionicama obavi elektronskim putem (preko interneta),
- elektronska-Internet trgovina (e-commerce) danas se udvostručuje svakih 100 dana. Predviđa se da će se sa oko 200 milijardi \$ e-commerca 1999. godine promet elektronskom trgovinom povećati na 1.700 milijardi \$ do 2003. godine.

Informatička era je započela i povratka više nema. Ulazeći u digitalnu eru cijelo se društvo mijenja i globalizira. Nema više granica i zaštićenih regija, država ili ekonomija. Svjedoci smo brzih promjena na svjetskim burzama, u gospodarstvu, neke velike i respektabilne kompanije nestaju ili se pridružuju drugima dok se druge pojavljuju niotkuda kao oštra konkurencija. Očekuje se da će se u sljedećih nekoliko godina dogoditi ogromne promjene u načinu

poslovanja, funkcioniranja javnih institucija, školskog i zdravstvenog sustava, zabave itd., a sve će to neminovno promijeniti i naše privatne živote.

SAŽETAK

Korištenje Interneta u cjelokupnom gospodarstvu, pa tako i u turizmu je nužnost za moderne tvrtke i uvjet za nove standarde ponašanja jednako u globalnim korporacijama kao i u najmanjim tvrtkama. Digitalna ekonomija uz otvaranje novih mogućnosti u poslovanju istovremeno nepovratno mijenja strukturu gospodarstva u svim segmentima. Poduzetnici moraju reorganizirati poslovanje, iskoristiti Internet kao vlastitu konkurentsku prednost i izboriti svoje mjesto u novom digitalnom ekonomskom modelu. Nema dileme da je danas uvođenje internet tehnologije nužnost. S tim u vezi danas se razvija jedan novi način poslovanja –elektroničko poslovanje (e-business). To pretpostavlja novi način razmišljanja, komuniciranja i poslovanja. Tko to ne prihvaća i ne respektira sutra neće opstati u poslovnom smislu. Očito da je informatička era započela i da povratka više nema. Ulazeći u digitalnu eru cijelo se društvo brzo mijenja i globalizira. Nema više granica i zaštićenih regija, država ili ekonomija. Očekuje se da će se u sljedećih nekoliko godina dogoditi ogromne promjene u načinu poslovanja, funkcioniranja javnih institucija, školskog i zdravstvenog sustava, zabave itd., a sve će to neminovno promijeniti i naše privatne živote.

Ključne riječi

Internet, turizam, informatičke tehnologije, digitalna ekonomija, elektroničko poslovanje, web.

LITERATURA

Časopisi "Bug", "Infotrend", "PCChip", "Mreža"

E-Croatia, (2000.), Prijedlog strategije informatizacije Hrvatske, Radna skupina predsjednika Republike, Zagreb

Franjić, M., (1999.), Digitalna ekonomij@ Internet-budućnost poslovanja, Digimark d.o.o., Zagreb.

Šavle, S., (2001.), Internet, Adamić d.o.o., Rijeka

Levine, J., (2001.), Internet za sveznalice, MIŠ, Zagreb

Gates, B., (1999.), Poslovanje brzinom misli, Izvori, Zagreb.

Bilješka o autoru

Damir Gašparović, Crikvenica, diplomirani ekonomist,
Gradsko poglavarstvo Crikvenica.