

INTERVJU Ciril Kraševac, direktor podjetja Xenon forte, o izzivih digitalizacije

»Podatke je treba najprej zajeti, šele nato lahko algoritmi ustvarijo dodano vrednost«

»Digitalizacija osnovnih procesov v malih in srednjih podjetjih je po naših izkušnjah na precej nizki ravni. Veliko podjetij se še vedno spopada z arhiviranjem papirnih dokumentov, tiste, ki jih skenirajo, pa shranjujejo kot posamezne datoteke v imenovanih mapah.« je povedal Ciril Kraševac, direktor podjetja Xenon forte.

Takšno stanje je v času, ko se pogovarjamo o generativni umetni inteligenci in njenem vplivu na poslovanje in življenje nasploh, precej skrb zbujajoče. Za dobro in hitreše odločanje so namreč potrebni kakovostni podatki. Če teh ni, ne more pomagati noben še tako izpopolnjen sistem umetne inteligence. »Če bi v takšnem stanju začeli uporabljati moč generativne umetne inteligence, bi bili na precej tankem ledu. Podatke oziroma znanje je namreč treba najprej zajeti, šele nato lahko stroji z algoritmi ustvarjajo dodano vrednost,« je povedal Ciril Kraševac.

Kot pravi sogovornik, se v slovenskih podjetjih dokumenti še vedno velikokrat iščejo predolgo, procesi zato stojijo, rezultat pa je lahko vprašljiva kakovost odločitev. Na dokumente je namreč ponavadi vezanih več procesov ali delovnih tokov, ki jih z orodji za digitalizacijo lahko upravljamo bolje in hitreje. Ne gre pa samo za papirne dokumente in njihove digitalne različice, v dokumentni sistem je treba vključiti tudi digitalno proizvedene dokumente, kot so načrti, skice ali relevantna komunikacija po elektronski pošti.

■ Kako naj se podjetja lotijo vsega tega? Pred začetkom uvajanja digitalizacije je treba dobro načrtovati tako človeške vire kot stroške. Določiti je treba nabor orodij, predvsem pa se ne sme pozabiti na izobraževanje, saj velikokrat prav neizobraženi uporabniki uničijo vse prednosti tehnologije. Podjetjem so lahko v veliko pomoč številna orodja in standardi, odveč pa ne bodo niti zunanji svetovalci, ki bodo morda procese videli drugače in jih spremenili na bolje.

■ Xenon forte na področju strojne opreme ponuja tiskalnike, ki so vhodni del digitalizacije, in strežnike NAS, ki so lahko končna točka digitalizacije. Kakšne storitve vse pa lahko podjetjem ponudite med tema točkama?

Predvsem smo se usmerili v delo z dokumenti in podatki. Ker še vedno živimo v svetu papirnih dokumentov, se ukvarjamo z optimizacijo stroškov njihove produkcije. Skrbimo za zmanjševanje nepotrebne tiskanja, nadzor delovnih tokov in stroškov ter za varnost pri delu z dokumenti. Pri teh projektih so večnamenski tiskalniki samo izhodna ali vhodna enota za zajem. Potrebna je tudi programska oprema za identifikacijo uporabnikov in nadzor tako procesov tiskanja kot skeniranja. Pri načrtovanju uporabljamo najustrežnejša orodja in težimo k standardizaciji teh rešitev, ki morajo biti prilagodljive.

■ Je podobno tudi pri podatkovnih strežnikih in zaščiti podatkov?



O Cirilu Kraševcu in Xenonu forte

■ Ciril Kraševac ima zaradi svojih bogatih izkušenj zelo dober pregled nad dosedanjim razvojem informacijskih tehnologij in digitalizacije v Sloveniji. Podjetje Xenon forte je namreč ustanovil pred več kot 30 leti, ko je bilo računalništvo pri nas še v povojih, še pred tem pa je k popularizaciji računalništva in razvoju IT pripomogel kot soustanovitelj in urednik prve računalniške revije v regiji Moj mikro. Danes skupina Xenon forte združuje štiri podjetja v Sloveniji, Hrvaški, Bosni in Hercegovini ter Črni gori. Podjetje najbolj poznamo predvsem kot regijskega zastopnika japonskega proizvajalca tiskalnikov Kyocera, sicer pa njihova ponudba temelji na treh glavnih stebrih – upravljanju tiska, digitalizaciji poslovanja in varnostnem kopiranju podatkov.

”

V slovenskih podjetjih se dokumenti še vedno velikokrat iščejo predolgo, procesi zato stojijo, rezultat pa je lahko vprašljiva kakovost odločitev.

Pri varovanju podatkov smo iskali optimalne rešitve z najboljšim razmerjem med ceno in kakovostjo. Odločili smo se za neodvisno platformo in za proizvajalca Synology. Kombinacija strojne in programske opreme daje cenovno ugodne in vrhunske rešitve – od skrbi za varovanje podatkov delovnih postaj in strežnikov do varovanja podatkov, shranjenih v javnih oblakih.

■ In kakšen je končni rezultat?

Uporabniki dobijo naprave za pameten zajem, urejene dokumente, ki so enostavno dostopni, ter sistem, ki skrbi za varnost podatkov in zaščito pred nemarnostjo ali zlonamernostjo.

■ Kako lahko podjetje na enem mestu uredi upravljanje dokumentov in podatkov, če vam zaupa celotno verigo digitalizacije poslovanja – od zajema dokumentov in s tem podatkov na tiskalniku do njihovega upravljanja in na koncu shranjevanja in varnostnega kopiranja? Če se omejiva na enostavnejši primer, je treba najprej izbrati način urejenega shranjevanja dokumentov, kar je lahko dokumentni sistem, sistem za upravljanje vsebin ali kakšen drug podoben sistem. Pripraviti je treba postopke, pravila in varnostno politiko. Šele nato bomo na vse skupaj »pripeli« naprave in pripadajočo programsko opremo za zajem in morda tudi ekstrakcijo metapodatkov. Prilagodili bomo uporabniške vmesnike ter poskušali poenotiti in avtomatizirati procese. Ko bomo zagotovili potrebne podatke, bomo s povezavami iskali dodano vrednost. Na podlagi zahtev in politike varovanja pa bomo lahko uvedli tudi sisteme in pravila za varovanje digitalnih podatkov.

■ Kolikšen delež vašega poslovanja sestavlja vsako izmed treh področij, s katerimi se ukvarjate, in kakšni so trendi?

Zaradi naše zgodovine in prepoznavnosti je večji del našega poslovanja še vedno

usmerjen v izdelavo in zajem dokumentov. Pri teh projektih dodajamo napredne funkcionalnosti prepoznavanja vsebine dokumentov in posredovanja metapodatkov v sisteme za upravljanje vsebin. Najhitreje pa rastemo na področju rešitev za varovanje podatkov in drugih namenjskih strežnikov, kjer sodelujemo s podjetjem Synology.

■ Kolikšen del prometa sploh še pomeni prodaja golih naprav, koliko pa storitve?

Naša posebnost je, da sodelujemo s partnerji z različnih področij, ki sami razvijajo tudi rešitve. Zato je razmerje še vedno nekje pol pol. Če pa gledamo industrijo kot celoto, gre tudi pri nas trend v smeri naročniških modelov. Uporabniki se izogibajo različnim ponudnikom znotraj projektne naloge. Želijo si zanesljivega partnerja, ki je sposoben razbremeniti njihove kadre in dodati znanja z drugih področij ali najboljše prakse v industriji.

■ Se bo delež prodaje storitev v prihodnje povečeval?

Splošno gledano, se povečuje obseg storitev na ključ, kjer je vključena vsa oprema, uporabnik pa plačuje samo stroške storitve.

■ Podjetja za upravljanje dokumentov uporabljajo različne rešitve. Ali lahko tiskalnike Kyocera kot vhodne točke digitalizacije povežete z vsemi izmed njih?

Teoretično lahko prav z vsemi, saj pripravimo podatke v univerzalni obliki. Praktično pa smo že izdelali tudi vmesnike za neposredno komunikacijo med najbolj razširjenimi rešitvami za upravljanje dokumentov. Imamo svoj lastni razvoj in dostop do Kyocerine platforme, tako da lahko preoblikujemo uporabniške vmesnike in naprave prilagodimo za bolj varno in napredno komunikacijo z zalednimi sistemi. Pripravili smo tudi bolj zahtevne rešitve, kot so menijsko vodeni procese

si zajema podatkov in samodejno prežene procesov. Zanimiva pa sta tudi rešitve pretvorbe papirnega računa v e-slog 2.0 in posredovanje v poljubni sistem prek platforme BizBox.

■ Katere so glavne prednosti strežnikov NAS za shranjevanje in varnostno kopiranje pred drugimi rešitvami za ta namen?

Naprave NAS in SAN so v osnovi namenjene varnemu shranjevanju podatkov. Ti so shranjeni na več diskih in niso občutljivi za odpoved posameznega diska. Naprave proizvajalca Synology poganja njihov lasten operacijski sistem na Linuxovi osnovi. Ta je že opremljen z veliko različnimi aplikacijami. Najpogosteje se uporabljajo aplikacije za varnostno kopiranje delovnih postaj, fizičnih in virtualnih strežnikov. Omogočajo tudi enostavno aktivno kopiranje podatkov na drugo lokacijo ali varno deljenje podatkov z drugimi uporabniki. Vsa potrebna programska oprema je že v ceni naprave. Ker so nekatere naprave tudi zelo zmogljive, lahko poganjajo celo virtualne strežnike, poštno strežnike, strežnike za videonadzor in podobno.

■ Za koga so primerni?

Uporabniki so vseh vrst – od domačih, prek malih in srednjih podjetij do zelo zahtevnih okolij. V naboru aplikacij je na strežnikih

”

Naši uporabniki dobijo naprave za pameten zajem, urejene dokumente, ki so enostavno dostopni, ter sistem, ki skrbi za varnost podatkov in zaščito pred nemarnostjo ali zlonamernostjo.

lizacije ti, varjajo



Tudi pri nas gre trend v smeri naročniških modelov. Uporabniki se izogibajo različnim ponudnikom znotraj projektne naloge. Želijo si zanesljivega partnerja, ki je sposoben razbremeniti njihove kadre in dodati znanja z drugih področij ali najboljše prakse v industriji.

Synology ogromno registriranih rešitev, ki so dostopne neposredno prek operacijskega sistema. Nekatere so brezplačne, za zahtevnejše pa je treba po preizkusni dobi kupiti licence. Manjši uporabniki posegajo po pisarniških aplikacijah in upravljanju multimedijских vsebin, srednje veliki pa bolj po različnih strežnikih - od videonadzora do elektronske pošte. Za velike uporabnike so zanimive aplikacije za samodejno shranjevanje podatkov in centralno upravljanje sistemov. Prednost vseh je enostavno upravljanje prek večkrat nagrajenega uporabniškega vmesnika.

■ **Koliko podjetjem ste pomagali digitalizirati poslovne procese in katera podjetja so za vas najzanimivejše stranke?** Skupina Xenon forte nastopa v celotni regiji Adriatik. V svojem portfelju imamo veliko pomembnih referenc, od največjih bank, zavarovalnic, proizvodnih in trgovskih podjetij do državnih institucij. Z našimi strankami sodelujemo na različnih področjih. Najzanimivejše so rešitve pri tistih, ki so spoznali naše kompetence in prednosti ter skupaj z nami iščejo napredne storitve in bolj kompleksno sodelovanje.

■ **Kakšni so vaši načrti?** Kyocera nas usmerja v rešitve na področju upravljanja vsebin in v bolj specifične uporabe tehnologij tiskanja. Preostali parterji bi z nami želeli razvijati regionalni trg v smeri postavitve platforme za čim več različnih ponudnikov storitev. Za nas pa so najpomembnejše zdajšnje stranke, pri čemer želimo povečati obseg storitev in še okrepiti zadovoljstvo uporabnikov.

■ **Na začetku sva govorila o umetni inteligenci. Koliko so tudi v vaših rešitvah in storitvah algoritmi umetne inteligence?** Naše rešitve so za zdaj precej postopkovno usmerjene. Elemente umetne inteligence uporabljamo pri prepoznavanju vsebine dokumentov, kjer se sistem uči na podlagi konteksta ali popravkov. Tudi uporabniški vmesniki se lahko prilagajajo na podlagi izkušnje ali pogostosti uporabe pri posameznih uporabnikih. Največji potencial pa trenutno vidimo pri upravljanju naprav in sistemov na daljavo, kjer se podatki zbirajo na podlagi interneta stvari.

VAŠA DIGITALNA PREOBRAZBA BO NEUSPEŠNA! RAZEN ČE ...

Digitalna preobrazba je neizogibna. Če se je lotevajo vsi okoli tebe, se je moraš tudi ti. Večini se vse skupaj na prvi pogled zdi zelo preprosto - vzamemo nekaj analognega in zadevo digitaliziramo. Rešitev na trgu je neskončno in vse obljublja odpravo vseh težav. Enostaven vmesnik, umetna inteligenca, rešitev z enim klikom in podobna orodja bodo povečali produktivnost, znižali stroške ...

Zakaj torej na koncu več kot 70 odstotkov projektov digitalne preobrazbe propade? Poglejmo si primer slovenskega podjetja, katerega direktor je na konferenci slišal, da je digitalna preobrazba trenutno obvezen korak, ki ga je treba storiti, in takoj po vrnitvi brez odlašanja začel delati. Kaj in zakaj gre lahko narobe ter kako se temu izogniti?

Kdo je glavni?

Prva težava nastane že pri odločitvi, kdo vse bo vključen v sam projekt oziroma kam digitalna preobrazba sploh sodi. Direktor seveda nima časa, da bi se ukvarjal s tem, zato celotno izvedbo prepusti IT-oddelku, ki prevzame odgovornost za opredelitev vseh zahtev in določitev fokusa ter začne biti bitko za pridobitev ustreznega proračuna.

To je že prvi korak proti katastrofi. Digitalna preobrazba namreč vpliva na poslovanje celotnega podjetja, zato je treba poskrbeti, da so v projekt vključeni deležniki z vseh ravni podjetja, od menedžmenta in IT do vodij oziroma odgovornih za posamezne procese v podjetju. Vsak mora imeti možnost, da predstavi svoj pogled in argumente za spremembo na svojem področju.

Seznam ciljev digitalne preobrazbe mora vsebovati želje vseh deležnikov, glavne odločitve, podprte z vsemi informacijami, pa mora na koncu sprejeti menedžment. IT mora prevzeti tehnološko izvedbo, nikakor pa ne sme biti končni odločevalec za celotno preobrazbo. Še več, ta odgovornost nikakor ne sme pasti le na eno osebo, ki jo podjetje določi za izpeljavo digitalne preobrazbe.

Vemo, kam gremo?

Druga težava se pojavi, ker se direktor pred odločitvijo o začetku digitalne preobrazbe ne vpraša, kaj želijo v podjetju s tem doseči. To vprašanje bi moralo biti samoumevno, pa vendar vse prevečkrat podjetja kar presejati. Nihče ne zažene avtomobila in se začne peljati, ne da bi vedel, kam želi priti. Podjetja pa se teh projektov lotevajo točno tako. Odgovori, kot sta »želimo optimizirati poslovanje« in »želimo izkoristiti prednosti digitalnih tehnologij, ki so zdaj na voljo« v smislu definiranja konkretne dodane vrednosti, ki jo bo podjetje pridobilo v zameno za vloženi denar in trud, ne povedo nič.

Odločilnega pomena je, da strategija digitalne preobrazbe jasno sledi in podpira generalno oziroma krovno strategijo podjetja. S tem se lahko postavijo jasni cilji, proti katerim se lahko nato usmeri fokus in jih je na koncu mogoče tudi natančno izmeriti.

Gostujoči komentar Andrej Černivec



Tehnologija je rešitev za vse - ali res?

Čeprav se zdi, da je tehnologija najpomembnejša pri digitalni preobrazbi, ne more rešiti vseh problemov in ne more biti edino gonilo digitalne preobrazbe. Prepričanje, da je uspeh povezan izključno z izbiro prave rešitve ter izvajalca, je zmotno. Razlogov za to je več.

Prvič, tehnologija ne more rešiti vseh poslovnih izzivov. Digitalna preobrazba je povezana s spremembami poslovnih procesov in poslovnih modelov. Tehnologija lahko sicer izboljša procese, vendar pa bi moralo podjetje za uspeh digitalne preobrazbe razumeti svoje poslovanje in vključiti strokovnjake iz posameznih oddelkov v celoten proces.

Drugič, tehnologija ne more nadomestiti človeškega dejavnika. Tehnologija lahko pomaga pri optimizaciji procesov in povečanju učinkovitosti, vendar pa so za uspešno digitalno preobrazbo potrebni tudi zaposleni, ki razumejo in se prilagodijo spremembam. Podjetje bi moralo vlagati v izobraževanje in razvoj zaposlenih, da bodo lahko sprejeli nove tehnologije in se prilagodili novim procesom.

Tretjič, tehnologija lahko prinaša nove izzive, ki jih prej ni bilo. Zato lahko v nekaterih primerih stanje še poslabša. Direktor si na primer zaželi boljše poročanje, zaradi česar morajo nekateri zaposleni ročno vnašati dvakrat več podatkov.

In četrtič, tehnologija ni vedno najboljša rešitev za vse poslovne izzive. V nekaterih primerih je lahko boljša rešitev sprememba poslovnega modela ali procesov, ne pa nujno uporaba nove tehnologije.

Jasno je torej, da je tehnologija le orodje za doseganje postavljenega cilja, brez upoštevanja vseh drugih dejavnikov pa ni zadostna za uspešno digitalno preobrazbo.

Upor ljudstva

Ob digitalni preobrazbi se pogosto izjemno dobro pokaže, kako težko se ljudje privajajo na spremembe. Tudi če smo uspešno premagali vse zgoraj naštetje ovire in imamo v roki dobro zasnovan načrt ter izbrane odlične rešitve, so lahko končni uporabniki razlog za propad.

Rešitev, ki prinaša prednost za podjetje, ne prinaša nujno prednosti za

Ob digitalni preobrazbi se pogosto izjemno dobro pokaže, kako težko se ljudje privajajo na spremembe. Velik del digitalne preobrazbe, ki nima nič opraviti s samo tehnologijo, je zato prav upravljanje sprememb.

zaposlene - in obrnjen. Poglejmo si že omenjeni primer: direktor z digitalizacijo vnosa podatkov pridobi obilico novih podatkov, ki mu pomagajo pri strateških odločitvah, optimizaciji procesov in bistveni izboljšavi poslovanja. Po drugi strani pa to pomeni za zaposlene dodatno delo, učenje novih tehnologij in večji nadzor.

Ker si zaposleni dodatnega dela ne želijo, se uprejo, načrtno zavrnejo ponujeno rešitev in proces digitalne preobrazbe obsodijo na neuspeh.

Velik del digitalne preobrazbe, ki znova nima nič opraviti s samo tehnologijo, je torej upravljanje sprememb. Poskrbeti je treba, da se načrtovane spremembe ustrezno komunicirajo in uskladijo z zaposlenimi, da je njihovo uvajanje postopno, da sta zaposlenim na voljo izobraževanje in podpora, predvsem pa, da je vsem v podjetju jasno, da spremembe prinašajo nekaj dobrega za vse, ne le za majhen del podjetja.

Konec poti je blizu

Zadnja težava, ki preprečuje uspešnost digitalne preobrazbe, je obsedenost z roki ter končanji. Seveda mora imeti vsak projekt jasno postavljeno časovnico in roke, vendar se je treba hkrati zavedati, da digitalna preobrazba ni en sam projekt, temveč nenehno izboljševanje in vpeljevanje sprememb.

Pomembno je torej govoriti o posameznih ciljih in iskati kratkoročne zmage, hkrati pa se zavedati, da se delo po uspešni vpeljavi ene od rešitev ne konča. Skrbeti je treba za ustrezno podporo uporabnikom, meriti uspešnost ter na podlagi zbranih podatkov uvajati ustrezne nove spremembe. Prav tako je treba upoštevati tudi vse zunanje dejavnike, ki se v današnjih časih lahko hitro spreminjajo in s tem vplivajo na že postavljeno strategijo in načrtovane rešitve.

Digitalna preobrazba je torej iterativni proces, katerega uspeh lahko merimo skozi uspeh posameznih iteracij. Procesu ne smemo prehitro končati, saj s tem podjetje izgubi dodano vrednost, ki bi jo lahko pridobilo.

■ **Andrej Černivec** je strokovnjak za implementacijo rešitev za upravljanje odnosov s strankami. V podjetju BE-terna je odgovoren za razvoj poslovanja na področju poslovnih aplikacij za upravljanje odnosov s strankami.