

Do oblasti ERP razantne vstupuje ďalší svetový hráč

Podnikateľské aktivity takmer vo všetkých oblastiach priemyslu či služieb v súčasnosti čelia výzvam silnejšej konkurencie a požiadavkám na pružnejšiu reakciu svojich procesov a činností s cieľom uspokojiť meniace sa požiadavky zákazníkov. Jedným z nástrojov, ktoré pomáhajú tieto úlohy zvládnuť, je aj podnikový informačný systém. Po boku dlhoročných producentov a dodávateľov systémov ERP (Enterprise Resource Planning) sa začínajú objavovať ďalší konkurenti. Jedným z nich je aj doterajší líder v oblasti kancelárskeho softvéru spoločnosť Microsoft. S riaditeľom divízie Microsoft Business Solutions Petrom Karáskom sme sa porozprávali o novej stratégii a zámeroch tohto nadnárodného gigantu v oblasti podnikových informačných systémov.

Oblasť podnikových informačných systémov a riešení známych ako ERP sa celosvetovo rozvíja už niekoľko desaťročí, pričom z hľadiska dodávateľov sa za toto obdobie vyprofilovalo na trhu niekoľko lídrov. Microsoft sa v oblasti ERP začal výraznejšie angažovať len pred tromi rokmi, a to po akvizíciách spoločností Great Plains a Navision. Ako by ste zhodnotili tieto prvé roky a kroky Microsoftu?

Určite to boli tri roky, keď sa Microsoft učil vstupovať do segmentu ERP riešení, pretože klasické platformové produkty či kancelárske aplikácie sa predávajú trochu iným spôsobom ako riešenia v oblasti podnikových informačných systémov. Microsoft má už však dnes pripravené perfektné zázemie na to, aby sa doká-

zal v tomto priestore pohybovať. V oblasti ERP sme zvolili akvizitívny prístup, to znamená, že po Great Plains sme získali európsku spoločnosť Navision, ktorá má 25-ročnú históriu podnikania v oblasti ERP. Túto históriu sme, samozrejme, využili a úplne na ňu nadviazali. Zhruba pred rokom sa uzavreli všetky integračné kroky súvisiace s akvizíciami uvedených spoločností a ich produktov. V súčasnosti sme jedna zo siedmich produktových divízií spoločnosti Microsoft a začíname naplno spolupracovať s ostatnými divíziami tak, aby sa naplnila nová vízia v oblasti ERP z hľadiska spoločnosti Microsoft.

Bill Gates prezentoval v Redmonde na akcii Business Summit vízie a scenáre spoločnosti Microsoft pre podniky a firmy,



Peter Karásek

z ktorých si veľkú pozornosť vyslúžila prelomová stratégia intenzívneho rozvoja podnikových ERP riešení. Čo bolo hlavným dôvodom zintenzívnenia snáh v tejto oblasti?

Microsoft si uvedomuje skutočnosť, že zákazník, ktorý pracuje v nejakom podniku, vidí v oblasti informačných technológií primárne svoje aplikácie, s ktorými prichádza každý deň do kontaktu. A to môže byť buď nejaký kancelársky softvér, alebo aplikácia ERP. Snahou Microsoftu je práve prepojiť svet kancelárskych aplikácií s aplikáciami ERP. Toto rozhodnutie bolo podporené na základe rozsiahleho prieskumu medzi približne dvesto firmami z celého sveta; naši špecialisti diskutovali zhruba s dvetisíc ľuďmi na rôznych pozíciách v podniku. Na základe toho bolo vytipovaných približne 50 pracovných pozícií, ktoré hrajú v živote firmy nejakú úlohu – od riaditeľa, cez účtovníka, obchodníka, vedúceho výroby až po skladníka, pričom každý z nich pracuje s počítačom a zbiera nejakým spôsobom informácie. Na to však potrebujú vhodné nástroje. Zistilo sa, že títo pracovníci sa musia prepínať medzi rôznymi aplikáciami, musia vykonať veľa krokov. Navyše ERP riešenia sú pripravené veľmi štruktúrované, to znamená, že sú definované určité procesy, ktoré sú pevne dané, zatiaľ čo práca v kancelárskych programoch, či už píšem e-mail alebo nejaký dokument, je v podstate neštruktúrovaná. Tieto informácie sa ukladajú na rôzne miesta, pričom v nich môže a nemusí byť vždy poriadok. Spôsob práce je teda v týchto prostrediach iný. Naším cieľom je prepojiť svet štruktúrovanej a neštruktúrovanej práce tak, aby človek, ktorý plní v podniku nejakú úlohu, mal na jednej obrazovke kumulované všetky informácie, ktoré sú potrebné na výkon jeho práce a následne rozhodovanie. Či už skladník alebo človek, ktorý pracuje vo výkonnej časti podniku, má určité metriky, ktoré mu umožňujú vidieť graficky spracované informácie a na základe ktorých môže sám posúdiť, či tento deň pracoval efektívne alebo neefektívne. Zoberme si ako iný príklad pozíciu obchodníka, ktorý trávi 60 – 70 % času pri počítači s aplikáciou Outlook. Zvyšný čas pracuje v CRM alebo ERP aplikácií, kde sa pozerá na informácie o zákazníkoch a pod. Pre obchodníka je teda ideálne mať možnosť pracovať v Outlooku a funkčnosti z ERP mať prenesené tiež priamo do neho. Ak sa však pozrieme na účtovníčku alebo plánovača výroby, tam je to presne naopak. Oni potrebujú pracovať zo 70 % v ERP aplikáciách, ale potrebujú tam mať aj svoj kalendár z Outlooku, pretože tiež majú niekedy stretnutia, nejaké úlohy, ktoré im „vypadnú“ z Outlooku, komunikujú e-mailom a pod. A to súvisí aj s tým, že napr. e-maily, ktoré sa týkajú nejakého konkrétneho obchodného prípadu, by mali byť s ním previazané. Práve na tomto prístupe je založená naša vízia prepojenia spomínaných dvoch svetov.

Doteraz samostatné produkty Microsoft Axapta, Microsoft Navision a Microsoft CRM sa v priebehu nasledujúcich troch rokov zjednotia pod spoločnú značku Microsoft Dynamics.

Je to tak, že tieto produkty sa nezjednotia počas troch rokov ako „produkt“, ale už teraz začíname používať jednotnú značku Dynamics. Uvedené produkty sa budú naďalej tvoriť v rámci divízie Microsoft Business Solutions – to je interná stratégia, pričom pre externé prostredie už bude rodina týchto produktov prezentovaná pod značkou Microsoft Dynamics. Axapta, Navision aj CRM sa budú naďalej rozvíjať ako samostatné produkty, ale zároveň bude prebiehať istá konvergenca. Do každého z nich sa budú pridávať funkčnosti, ktoré sú súčasťou toho druhého produktu, pričom snahou je vytvárať tzv. „The Best Of“ riešenia. Nie je to revolúcia, ale evolúcia, čo je výhoda pre terajších zákazníkov. Od roku 2008 sa začne pracovať na zjednocovaní procesov spomenutých riešení Navision a Axapta. Naše riešenia Axapta a Navision budú už čoskoro úzko integrované aj s Microsoft Office SharePoint Portal Serverom, Microsoft SQL Server Reporting Services a tiež s webovými službami, ktoré umožnia väčšiu otvorenosť k ďalším aplikáciám a produktom. Ak pridáme nejakú novú funkčnosť



do niektorého z existujúcich produktov, napr. manažérske analýzy, ktoré pribudli do Navision 4.0, tak sa to objaví aj v novej verzii Axapta či Great Plains. Snažíme sa teda doplnky vytvárať tak, aby boli zdieľateľné aj zostávajúcimi dvomi riešeniami.

S akou pridanou hodnotou môžu koncoví zákazníci v tomto prípade počítať?

Môžu počítať s tým, že do každého produktu sa prenesú lepšie vlastnosti z tých ostatných. Microsoft nebude, samozrejme, zabúdať ani na pridávanie novej funkčnosti tak, ako vznikajú požiadavky v oblasti CRM alebo plánovania výroby, pričom práve v tejto oblasti vidíme veľký priestor pre grafické plánovania a pre nástroje, ktoré pomôžu riešiť úlohy graficky. Takáto prezentácia údajov má najvyššiu informačnú hodnotu a prináša dokonalý prehľad. Veľký dôraz budeme kláďať aj na zjednotenie používateľského rozhrania práve do portálovej podoby tak, aby používateľ mal informácie „šité“ pre svoju úlohu vo firme. To sú hlavné oblasti vylepšení, ktoré v tejto oblasti plánujeme.

V rámci novej stratégie Microsoft Dynamics by sa mal stredobodom záujmu teda stať pracovník na každej pozícii v podniku. Zoberme si napríklad pozíciu vedúceho výroby. Dokáže Microsoft Dynamics zefektívniť a zjednodušiť jeho prácu tak, aby sa to prejavilo aj na zlepšení ukazovateľov celého podniku?

Ako som už spomenul, našou snahou bude informácie zjednocovať, čo v konečnom dôsledku aj vedúcemu výroby ušetrí čas z hľadiska hľadania informácií a prepínania medzi rôznymi aplikáciami. Keď má nejakú výrobnú zákazku a vzťahujú sa na ňu e-maily, či už externé od zákazníka, dodávateľov, alebo interné od pracovníkov na iných pozíciách jeho firmy, tak všetky budú s danou zákazkou zviazané. Vedúci výroby teda môže z jedného miesta vidieť všetky súvisiace informácie štruktúrované z ERP systému aj neštruktúrované z kancelárskych programov. Nemusí teda nič zdĺhavo hľadať.

Prepojenie informácií je však časovo náročná a vôbec nie triviálna záležitosť. Má v tomto smere bežný používateľ po ruke nejaké riešenie?

System dokáže na základe používateľom definovaných kritérií jednotlivé informácie prepájať. Druhá vec je, že sa snažíme zjed-

notiť používateľské rozhranie ERP a kancelárskych aplikácií, čím sa dosiahne intuitívne ovládanie nášho riešenia. Navyše v poslednom čase sa do ERP riešení stále viac zanašajú rôzne upozornenia (allert) na udalosti, ktoré sa denne vo firme objavujú a o ktorých by mali byť automaticky informovaní zodpovední pracovníci na rôznych pozíciách, či už vedúci výroby, obchodník, ktorý musí ďalej informovať zákazníka alebo môže povoliť systému, aby zákazníka informoval systém automaticky sám, čo opäť šetrí čas a vyťaženie pracovníkov. To, samozrejme, prispieva k sprehľadneniu a zefektívneniu podnikania.

Podniky možno podľa určitých kritérií rozdeliť na malé, stredné a veľké. Špecifikum ERP systémov spočíva vo vytvorení tzv. odvetvových riešení a tiež v možnosti ponúknuť rôzne „veľkosti“ ERP riešenia. Má Microsoft pripravené odpovede aj na tieto výzvy praxe?

Má. Ak sa pozrieme na veľkosť podnikov, Microsoft má pripravené riešenia pre stredné a veľké podniky, pričom z hľadiska obratu sú to podniky s obratom približne od 70 miliónov do 10 – 15 miliárd korún, čo je pomerne široká škála. Na odvetvové riešenia silne veríme. Microsoft má pripravený tzv. vertikalizačný program, kde sa každý náš partner špecializuje na určité oblasti vertikál, pričom koncovému zákazníkovi môže ponúknuť skúsenosti a referencie z iných podnikov s rovnakým zameraním. V danej oblasti je ten náš partner dokonale zorientovaný. Stredná a rovnako aj veľká firma musí pružne reagovať na požiadavky trhu, teda nestačí mať len to najlepšie z danej oblasti, ale takáto firma má aj svoje špecifiká. A tie potrebuje zohľadniť v informačnom systéme a nie naopak, aby sa firma prispôbovala informačnému systému. Trh núti firmu meniť obchodné či výrobné procesy, firma potrebuje vnášať do systému nové prvky a to sa musí dať vykonať rýchlo a pružne. Okrem toho vo firme môže prebehnúť nejaká akvizícia, prípadne si firma vytvorí pobočky a to všetko treba premietnuť aj do štruktúry podnikového informačného systému. Microsoft teda verí na flexibilitu svojich riešení či už Navision alebo Axapta, ktoré sú na takéto výzvy pripravené. V praxi to vyzerať tak, že Microsoft dodáva základný produkt, partneri vypracujú odvetvové riešenie a toto si chceme zachovať aj v avizovanej stratégii. Cieľom je ešte viac zjednodušiť možnosti úprav, a to do takej miery, aby si zákazník sám mohol zmeniť napr. workflow procesov. Ak nejaký proces štandardne trvá sedem krokov, ale zákazník z vlastných skúseností vie ten istý proces vykonať v piatich krokoch, tak podľa toho si upraví aj svoj informačný systém.

Je v tomto zahrnutá aj úprava z hľadiska legislatívnych zmien či požiadaviek napr. Európskej únie?

Tieto veci sú v plnej kompetencii Microsoftu, ktorý má vlastné lokalizačné oddelenie sledujúce požiadavky a zmeny na trhu a zabezpečujúce aktualizácie našich produktov. Okrem toho aj samotní partneri často vytvárajú niektoré doplnky, ktoré zahŕňajú určité zvyklosti daného trhu. V budúcnosti sa chceme zlepšiť najmä v tom, aby naši partneri dokázali ešte rýchlejšie ako doteraz tieto požiadavky a zmeny implementovať u koncového zákazníka.

Je segment malých podnikov v tomto štádiu pre Microsoft nezaujímavý?

O segment malých podnikov sa tiež istým spôsobom zaujíname, ale v tomto prípade je to skôr o „balíčkových“ riešeniach a pridať hodnotu ich prispôbovania sa procesom a požiadavkám zákazníka sa zásadným spôsobom neprejavuje. Z tohto hľadiska oslovujeme len niektoré menšie firmy, ktoré myslia viac dopredu, na svoj rast. Hľadáme, ako tento segment osloviť, a preto sme prišli s riešením Navision User Based Pricing, čo je cenový model postavený na báze ceny používateľa. Zjednodušene povedané, riešenie Navision s jedným používateľom možno získať už od ceny 70 000 Sk okrem ceny implementácie a ceny licencie, čo treba za-

platiť zvlášť. V tomto segmente pôsobí veľa lokálnych hráčov, ktorí majú pripravené menšie riešenia za, pravdepodobne, nižšiu cenu. Microsoft teda oslovuje len zákazníkov, ktorí hľadajú pridanú hodnotu.

Môžete spomenúť aj konkrétne aplikácie produktov Navision, príp. Axapta v slovenských podnikoch?

Medzi tie najzaujímavejšie patrí Nemocnica Ružinov, Inžinierske stavby, a. s. Košice, Neografia, a. s. Martin, SKY Europe, pričom práve v týchto prípadoch sa vytvárali odvetvové riešenia zohľadňujúce špecifiká či už zdravotníckeho prostredia, stavebníctva, tlačiarenského priemyslu alebo leteckej prepravnej spoločnosti.

V prípade výrobných a spracovateľských podnikov je už v dnešnom silne konkurenčnom prostredí nevyhnutné prepojiť podnikové informačné systémy s výrobnými systémami. Prinesie stratégia Dynamics zlepšenia aj v tomto smere?

Už dnes máme v našich produktoch rozhrania a nástroje, ktoré sú otvorené na komunikáciu s technologickými zariadeniami. Napr. v produkte Navision sú na tento účel k dispozícii technológie, napríklad COM, XML a pod., pričom, ako som už spomenul, ďalšiu nadstavbu, a to aj z hľadiska prepojenia, napr. na úroveň snímania stavu vykonanej práce na výrobných strojoch a podobne, realizujú naši partneri. Perspektívne v našich riešeniach určite dostane výrazný priestor technológia RFID, pričom už dnes máme v USA niekoľko referencií, kde informácie získané z RFID technológie nasadenej v skladovom hospodárstve spracúva systém Navision. Podobne dánska firma Kim (potravinársky výrobca) inštalovala náš systém Axapta, ktorý spracúva informácie z RFID technológie. Takže vidíme v tom určite jeden zo smerov, ktorým sa bude uberať.

Nespornou výhodou Microsoftu voči svojim najbližším konkurentom v oblasti ERP systémov je skutočnosť, že väčšina pracovníkov využíva na úrovni kancelárskych systémov práve Microsoft Office a operačný systém Microsoft Windows. Integrácia podnikových riešení Microsoft do takéhoto prostredia by sa teda mohla javiť ako nie príliš zložitá záležitosť.

Je to tak. Navyše, ako som už spomenul, chceme umožniť používateľovi jednoduchý prístup k ERP aplikáciám z prostredia kancelárskych programov a naopak.

Považuje to Microsoft za kľúčovú výhodu voči konkurencii?

Ak by som mal hovoriť o kľúčových výhodách, tak toto je jedna z nich. Orientáciou na ľudí a nie na zložitost samotného riešenia sa snažíme ERP systém „zbaviť zložitosti“, čo však neznamená, že dodávame „jednoduché“ produkty, ktoré nezodpovedajú požiadavkám trhu a zákazníkov. Cieľom je zjednodušiť svet ERP a ponúknuť používateľovi viac času na sústredenie sa na svoje hlavné úlohy. Čiže jedna z výhod je hlboká integrácia s kancelárskym softvérom MS Office a ďalšími výhodami sú prispôbovosť, jednoduchá ovládateľnosť, ktorá sa ešte v rámci novej stratégie Dynamics bude ďalej vylepšovať. Ak sa pozrieme na ERP balíky, tak tie majú tri základné vlastnosti: funkčnosť, prispôbovosť a náklady. Veríme, že trojuholník týchto troch parametrov musí byť rovnoramenný, vyvážený. Ak jeden z týchto troch parametrov „uleť“, napr. zákazník dostane funkčnosť, ktorú nepotrebuje, tak to ide na vrub ceny a prispôbovosti.

Už keď sme sa dotkli konkurencie... Ako hodnotíte reálne možnosti dostať sa do ich tesnej blízkosti z hľadiska počtu predaných licencií? Aké kroky v tomto smere podnikne Microsoft v rámci ČR a SR?

Vo svete sa v súčasnosti hovorí o dvoch veľkých hráčoch na trhu ERP systémov, a to SAP a Oracle. Mnohí analytici zo známych spoločností, napr. Gartner, hovoria o troch rovnocenných konku-



rentoch – k prvým dvom sa pridal aj Microsoft. A my sa s tým stotožňujeme. Ako dokazujú viaceré štúdie, lídrom na strednom trhu je v súčasnosti Microsoft, pričom SAP a Oracle sú lídri v segmente veľkých podnikov, kde, samozrejme, bol aj väčší obrat. Z tohto hľadiska sú nepochybne lídri. Ale z hľadiska počtu licencií umiestňujú tieto spoločnosti celosvetovo, a to platí aj o českom a slovenskom trhu, za rok menej licencií ako my. To je dôvod, prečo Microsoftu pribúda viac nových zákazníkov ako našim konkurentom.

Avšak obidvaja spomenutí konkurenti už predstavili ERP riešenia aj pre oblasť malých a stredných firiem.

Obidve spoločnosti už do tohto segmentu skúšali vstúpiť niekoľkokrát a teraz prichádzajú s ďalšou ponukou. Určite to bude zaujímavý konkurenčný súboj, ale veríme, že stredný segment bude patriť nám.

Vo svete, o to viac na Slovensku bude koncového zákazníka určite zaujímať aj otázka nákladov na obstaranie a vlastníctvo podnikového riešenia od Microsoftu a tiež rýchla návratnosť takejto investície.

Súčasťou novej stratégie je snaha o zníženie nákladov na školenie vďaka jednoduchej integrovateľnosti a ovládateľnosti našich produktov, zníženie nákladov na administráciu informačných systémov z dôvodu používania produktov jednej firmy, čo si nevyžaduje žiadne zásahy z hľadiska prispôbovania produktov z rôznych platforiem. Už dnes môžeme uviesť referenčné projekty u zákazníkov, ktorí potvrdili vysokú návratnosť vložených investícií a výrazné prínosy. Medzi nimi možno spomenúť českú spoločnosť Tonak, a. s., kde návratnosť investícií bola zhruba pol roka, Jednotu Opava, kde dokázali znížiť obrátku zásob z približne 26 dní na 16 dní a podobne. Mnohí z našich partnerov idú k zákazníkovi s tým, že im dokážu dopredu garantovať prínosy, ktoré im riešenie na báze produktov Microsoft prinesie.

Ako vidíte vývoj na Slovensku z hľadiska implementácie podnikových riešení Microsoft a aké kroky môžu zákazníci v najbližšom čase očakávať?

Na Slovensku máme široký reťazec partnerov, z ktorých priamo slovenských je 12 a čiastočne sem vstúpili aj niektorí naši silní českí partneri, ktorí majú na Slovensku pobočky. Cieľom do najbližšieho obdobia je zvýšiť na Slovensku povedomie o našich riešeniach Axapta a Navision. Vďaka odvetvovému prístupu našich partnerov je ich šanca preniknúť k zákazníkom výrazne vyššia ako doteraz. Z našej strany bude snaha poskytnúť čo najviac súčinností našim partnerom, a to hlavne v oblasti školení o produktových novinkách.

Budete sa zameriavať na niektoré vybrané segmenty trhu?

Toto rozhodnutie necháme vo väčšine prípadov na našich partnerov s tým, že určite vidíme niektoré vertikály, ktoré sú pre nás viac zaujímavé. Ale je to naozaj na partneroch, aby mali pripravené riešenia a referencie. Oni sú kľúčovým prvkom pri presadzovaní našich riešení. V súčasnosti sme schopní pokryť väčšinu významných odvetví na Slovensku, čoho dôkazom je približne stovka zákazníkov. Partneri majú v niektorých oblastiach veľmi dobré riešenia, s ktorými sa presadzujú rýchlo a v každom prípade naše produkty sú pripravené tak, že sú schopné pokryť potreby všetkých odvetví vrátane priemyselných výrobných a spracovateľských podnikov, ktoré sú jednou z vertikál nášho záujmu.

Ďakujeme za rozhovor.

Anton Gérer

1