

# Informační technologie ve

České sklo a porcelán – to jsou i na světových trzích pojmy, s nimiž se počítá. I přes jisté oživení poptávky po produktech tuzemského sklářství a výroby porcelánu na tuzemském trhu, které je důsledkem rychlého růstu české ekonomiky v posledních letech, je i nadále dominantní část produkce českého sklářství a výroby porcelánu exportována. Nejen na trzích zahraničních, ale také na trhu tuzemském jsou však čeští výrobci skla a porcelánu nuceni čelit narůstající konkurenci z okolních evropských zemí i z jihovýchodní Asie, které „hraje do karet“ posilování české měny. Tuzemským producentům skla a porcelánu tak za této situace nezbyvá nic jiného, než čelit tomuto vývoji neustálým dalším zvyšováním produktivity práce – a to mj. též prostřednictvím využití pokročilých řešení na bázi informačních a komunikačních technologií.

**Lubomír Karpecki**

**P**ři vyslovení pojmu „české sklo a porcelán“ se zřejmě jako první vybaví sklenice, hrnky, talíře a další nápojové a jídelní sklo a porcelán. K dalším produktům českého sklářství, které mají na světových trzích již tradičně velmi dobrý zvuk, pak patří zejména tuzemská skleněná bižuterie či skleněné vánoční ozdoby. Vedle těchto tradičních produktů českého sklářství však mají v produkci českého sklářského průmyslu významné místo také další výrobky, které nacházejí své využití v jiných ekonomických odvětvích, jakými jsou např. sklo obalové, jehož hlavním odběratelem je potravinářský průmysl, sklo ploché, které je využíváno zejména ve stavebnictví, sklo technické, jež nachází své zákazníky v chemickém průmyslu, a v neposlední řadě též vrstvené a jinak upravené sklo využívané v automobilovém prů-

myslu, který je jedním z hlavních „tahounů“ růstu české ekonomiky.

Podle standardní odvětvové klasifikace ekonomických činností (dále jen OKEČ) je tak tuzemská výroba skla a porcelánu se svým cca 45% podílem na celkových tržbách jedním z hlavních segmentů odvětví „Výroba ostatních nekovových minerálních výrobků“, které je podle OKEČ označováno číslem 26 (nebo též kódem DI). Z celkem osmi oborů, které jsou do tohoto odvětví podle OKEČ zahrnovány, jsou přitom v pojetí této analýzy součástí tuzemského sklářství a výroby porcelánu dva, a to konkrétně obor „Výroba skla a skleněných výrobků“, který je podle OKEČ označován kódem 26.1, a obor „Výroba nežáruvzdorných keramických a porcelánových výrobků kromě výrobků pro stavební účely a výroba žáruvzdorných keramických výrobků“, jenž má podle OKEČ kód 26.2. Z posledně zmiňovaného oboru však není v pojetí této analýzy zahrnována do tuzemského sklářství a výroby porcelánu výroba žáruvzdorných keramických výrobků.

Z nejvýznamnějších tuzemských výrobců skla a porcelánu tak mezi subjekty, které se na získávání podkladů pro zpracování této analýzy ve druhé polovině loňského roku podílely, chybí snad jen subjekty ze skupiny Porcela Plus, jejichž představitelé se tentokrát nepodařilo získat ke spolupráci, a to ani po opakovaném přesvědčování. I tak byl ale podíl subjektů či skupin subjektů, které na přípravě této analýzy bezprostředně spolupra-

## ICT ve výrobě skla a porcelánu: Kontinuální rozvoj

Vysoký podíl exportu. Narůstající globální konkurence ze strany „nízkonákladových“ asijských výrobců. Velmi pestrá struktura výrobních aktivit od víceméně kontinuální primární výroby skla a porcelánu až po zakázkovou výrobu křišťálových lustrů. A v neposlední řadě též rozprostřenost těchto výrobních aktivit do dislokovaných výrobních závodů, jejichž produkty jsou prodávány prostřednictvím obchodních zastoupení, vzorkoven a reprezentačních prodejen, jež se nacházejí jak v Praze, tak také v zahraničních metropolích. Všechny tyto charakteristické rysy tuzemského sklářství a výroby porcelánu se pochopitelně promítají i do hlavních trendů dalšího rozvoje využití ICT v tomto oboru, jejichž hlavním společným jmenovatelem je kontinuita.

Dotazované subjekty a skupiny subjektů	
AGC CZ Group (dříve Glaverbel)***	<a href="http://www.glaverbel-czech.com">www.glaverbel-czech.com</a>
Amirro *	<a href="http://www.amirro.cz">www.amirro.cz</a>
Avirunion ***	<a href="http://www.avirunion.cz">www.avirunion.cz</a>
BL **	<a href="http://www.sklarny-nb.cz">www.sklarny-nb.cz</a>
Burson Properties (dříve Jihlavské sklány Bohemia)***	<a href="http://www.jsb.cz">www.jsb.cz</a>
Český porcelán Group**	<a href="http://www.cesky.porcelan.cz">www.cesky.porcelan.cz</a>
G. Benedikt Karlovy Vary **	<a href="http://www.hotelovy-porcelan.cz">www.hotelovy-porcelan.cz</a>
Jablonex Group ***	<a href="http://www.jablonexgroup.cz">www.jablonexgroup.cz</a>
Leander, Porcelán Loučky **	<a href="http://www.leander.cz">www.leander.cz</a>
Moser **	<a href="http://www.moser-glass.com">www.moser-glass.com</a>
Preciosa Group ***	<a href="http://www.preciosa.cz">www.preciosa.cz</a>
RapoSklo *	<a href="http://www.sklarny.cz">www.sklarny.cz</a>
Růckl Crystal *	<a href="http://www.ruckl.cz">www.ruckl.cz</a>
Sahm Group *	<a href="http://www.sahm.cz">www.sahm.cz</a>
Saint-Gobain Vertex Group***	<a href="http://www.vertex.cz">www.vertex.cz</a>
Sklárna a minipivovar Novosad & Syn Harrachov **	<a href="http://www.sklarnaharrachov.cz">www.sklarnaharrachov.cz</a>
Skleněná bižuterie **	<a href="http://www.beadworld.cz">www.beadworld.cz</a>
Starorožský porcelán Moritz Zdekauer **	<a href="http://www.starporc.cz">www.starporc.cz</a>
Technosklo ***	<a href="http://www.tehcnosklo.co">www.tehcnosklo.co</a>
Vánoční ozdoby, DUV - družstvo **	<a href="http://www.vanocniozdoby.cz">www.vanocniozdoby.cz</a>
Vetropack Moravia Glass ***	<a href="http://www.vetropack.com">www.vetropack.com</a>

\* - subjekty či skupiny subjektů, které byly v roce 2007 dotazovány poprvé

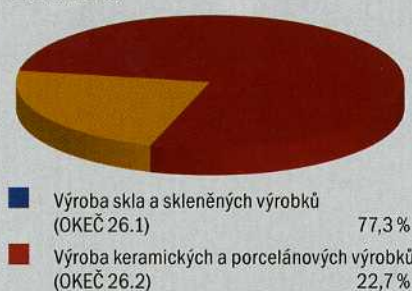
\*\* - subjekty či skupiny subjektů, které byly dotazovány opakovaně pouze v letech 2003 a 2007

\*\*\* - subjekty či skupiny subjektů, které byly dotazovány opakovaně v letech 1999, 2003 a 2007

covaly, na celkových tržbách i na celkovém počtu zaměstnanců v tomto segmentu v posledních letech přibližně dvoupětinový.

### Struktura tuzemské výroby skla a porcelánu podle tržeb za rok 2006

(podle tržeb v běžných cenách, které za rok 2006 činily cca 63,6 miliard Kč)



Zdroj: ČSÚ, vlastní dopočet autor

# výrobě skla a porcelánu

## VÝROBA SKLA A PORCELÁNU V ČR

Výroba skla a porcelánu má v tuzemské ekonomice dlouhodobě velmi specifické postavení. Na jedné straně jde totiž o průmyslový obor s velmi dlouhou a úspěšnou historií, která má své počátky již v dobách industrializace české ekonomiky na přelomu 18. a 19. století, kdy se v tomto oboru začala prapůvodní ryze rukodělná výroba postupně měnit na výrobu průmyslovou. Velmi dobré mezinárodní renomé si tak produkce českého sklářského průmyslu vydobyla již v dobách rakousko-uherské monarchie – a po neméně úspěšném období první republiky se na tomto faktu mnoho nezměnilo, a to dokonce ani v dobách poválečné komunistické diktatury.

I když se tedy v případě tuzemského sklářství a výroby porcelánu jedná o průmyslový obor zaměřený především na výrobu „zbytečného“ spotřebního zboží, který tak není a nikdy ani nebyl řazen mezi „strategická“ průmyslová odvětví, jednalo se na druhé straně již za dob Rakouska-Uherska o obor, jehož produkce směřovala z české kotliny nejen do ostatních méně industrializovaných koutů této monarchie, ale také daleko za její hranice.

la nadále žádaná i na vyspělých „západních“ trzích. Coby významný zdroj stále nedostatkovějších deviz se tak tuzemské sklářství a výroba porcelánu rozvíjely i v dobách komunistické diktatury – a nic zásadního se na tom nezměnilo ani po jejím pádu v listopadu 1989.

Byť se tedy v dobách polistopadové transformace české ekonomiky z podoby centrálně řízené do podoby tržní nevyhnu-ly ani tuzemskému sklářství a výrobě porcelánu nejrůznější podivné privatizační kauzy a peripetie, jakým bylo např. tunelování libereckého Skloexportu pod taktovkou osob kolem předlistopadové herečky Reginy Rázlové a jejího otce (jenž byl v době totality významným komunistickým funkcionářem), „přežilo“ české sklářství a výroba porcelánu v roli významného tuzemského exportéra i tuto éru – a to i přesto, že s výjimkou výroby plochého skla v bývalém Glavunionu Teplice bylo české sklářství a výroba porcelánu nakonec privatizováno převážně „českou cestou“.

skupiny Preciosa, skupiny Jablonex Group nebo skupiny kolem společnosti Karlovarský porcelán. Vedle těchto velkých společností však pod vedením svých tuzemských vlastníků produkuje široké spektrum sklářských výrobků a užitkového porcelánu také celá řada menších českých výrobců, z nichž byly mezi subjekty participujícími na přípravě této analýzy zahrnuty např. společnosti Amirro, Moser, Technosklo aj.

## PŘEDPOKLADY PRO VYUŽITÍ ICT

Jak již bylo naznačeno výše, je většina produkce českého sklářského průmyslu a také významná část produkce tuzemské výroby keramiky a porcelánu exportována. Např. v roce 2006 se tak export produkce tuzemského sklářství podílel na jeho celkových tržbách více než čtyřmi pětinami (!), přičemž na celkové tuzemské výrobě keramiky a porcelánu se ve stejném období účastnil export téměř třemi čtvrtinami.

Mj. i díky rostoucímu exportu tak v posledních letech mírně rostly také celkové „korunové“ tržby tuzemských výrobců skla a porcelánu – a to dokonce i přes výrazné posilování české měny (v eurech a zejména pak v „dolarovém“ vyjádření by byl růst tržeb českých výrobců skla a porcelánu ještě mnohem výraznější).

Z dalších významných předpokladů následného rozvoje využití ICT je přitom neméně významná také skutečnost, že se tuzem-

### Vývoj tržeb v tuzemské výrobě skla a porcelánu

(v mld. Kč v běžných cenách; zaokrouhleno)



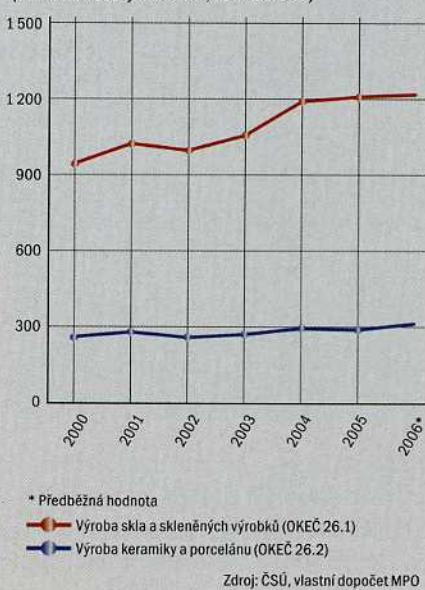
### Vývoj počtu zaměstnanců v tuzemské výrobě skla a porcelánu



Obdobně jako podniky z již zmiňované skupiny Porcela Plus, které se na přípravě této analýzy bezprostředně nepodílely, tak byla v době její přípravy stále ještě ovládána českými vlastníky také řada dalších tuzemských výrobců skla a porcelánů. Z těch, které na přípravě této analýzy přímo spolupracovaly, se tak jednalo např. o podniky ze

### Vývoj exportu produkce tuzemské výroby skla a porcelánu

(v mld. Kč v běžných cenách; zaokrouhleno)



Dokonce i v éře centrálně řízené socialistické ekonomiky, v níž byl hlavní důraz kladen především na masivní rozvoj „válečného“ těžkého průmyslu, tak zůstala tuzemská výroba skla a porcelánu jedním z mála „exportních“ odvětví, jejichž produkce by-

ské sklářství i výroba keramiky a porcelánu jako celek pohybují v posledních letech neustále v „černých číslech“. Tyto ekonomické výsledky jsou přitom o to impozantnější, oč razantněji se na světových trzích i na trhu tuzemském v poslední době prosazuje produkce výrobců z některých okolních „postsocialistických“ států, jakými jsou Polsko a Slovensko, a zejména pak produkce „nízkonákladových“ výrobců z jihovýchodní Asie.

I přes celkově solidní ekonomickou kondici českého sklářství i výroby keramiky a porcelánu je však zřejmé, že ani při maximálním důrazu na nákladovou optimalizaci výroby v tomto oboru nebude zřejmě možné odvrátit další útlum tuzemské produkce takových výrobků ze skla, keramiky a porcelánu, jež využívá především nepříliš kvalifikovanou ručičnou práci a která přitom nevyžaduje ani specifické know-how, ani těsnou integraci do komplexnějších dodavatelsko-odběratelských řetězců končících např. v automobilovém průmyslu, výrobě Hi-Tech produktů, stavebnictví či potravinářství.

Naštěstí je však sklářství a výroba porcelánu jako celek v té podobě, v jaké jej pojímá tato analýza, velmi specifickým oborem, jenž je sice z hlediska standardní odvětvové klasifikace ekonomických činností (OKEČ) oborem relativně homogenním, avšak z hlediska pestrosti výrobních aktivit, které jsou v tomto segmentu české ekonomiky provo-

**Vývoj produktivity práce z přidané hodnoty v tuzemské výrobě skla a porcelánu**  
(v tisících Kč/zaměstnanec v běžných cenách)



\* Předběžná hodnota

— Výroba skla a skleněných výrobků (OKEČ 26.1)

— Výroba keramiky a porcelánu (OKEČ 26.2)

Zdroj: ČSÚ, vlastní dopočet MPO

zovány, se jedná o obor velmi různorodý. To znamená dostatek příležitostí pro udržení a pro další rozvoj konkurenceschopnosti tuzemských výrobců skla a porcelánu na lokálním trhu i na trzích globálních.

V situaci, kdy se na počátku výroby skla a keramiky nachází investičně i energeticky relativně velmi náročná kontinuální výroba, na níž pak v dalších krocích navazuje sériová či malosériová výroba diskrétní, jež nezřídka ústí až do výroby konfigurované či výroby unikátních výrobků vyráběných na zakázku (jakou je např. špičková bižuterie či křišťálové lustry), tak mají tuzemští výrobci skla, keramiky a porcelánu stále ještě dostatek prostoru pro udržení a pro další zlepšování své konkurenceschopnosti cestou zvyšování produktivity práce.

To je koneckonců jasně patrné také z poměrně výrazného růstu produktivity práce v tuzemském sklářství i ve výrobě keramiky a porcelánu v posledních letech, k němuž zjevně přispělo mj. i stále širší využití pokročilých ICT.

### AKTUÁLNÍ STAV VYUŽITÍ ICT

Různorodý charakter výrobních aktivit výrobců skla a porcelánu je jedním z faktorů, které se promítají i do územního členění těchto podniků. Zejména v případě větších výrobců skla a porcelánu bývá totiž jejich výroba rozptýlena do několika výrobních závodů s různým charakterem výroby.

Vzhledem k výraznému exportnímu zaměření tuzemských výrobců skla a porcelánu, jejichž hlavní výrobní kapacity a sídla se nacházejí především v Podkrkonoší a Podkrušnohoří, přitom mají většinou i menší sklářské podniky své obchodní kanceláře, vzorkovny či reprezentační prodejny v Praze, což vše se pochopitelně promítá i do celkové „pobočkové“ struktury těch tuzemských výrobců skla a porcelánu, kteří se na přípravě této analýzy bezprostředně podíle-

**Počty a struktura dislokovaných pracovišť dotazovaných výrobců skla, keramiky a porcelánu**

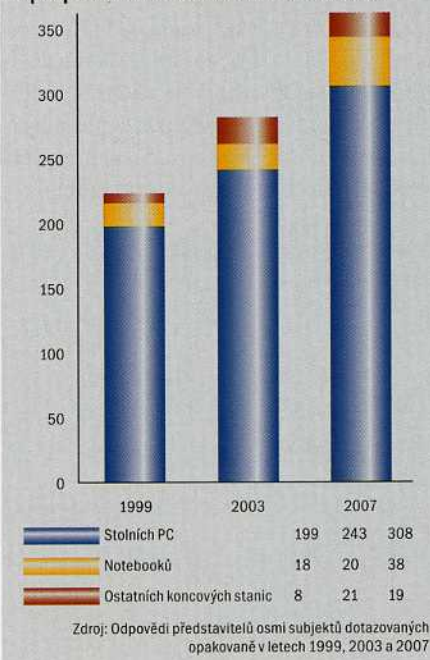


Zdroj: Odpovědi představitelů všech jedenadvaceti subjektů dotazovaných v roce 2007

li. Zejména topologie informačních systémů větších podniků z této skupiny tak pokrývá jen na území České republiky (tj. bez zahraničních obchodních zastoupení) alespoň dvě a více lokalit (viz graf).

Informační infrastruktura využívaná tuzemskými výrobci skla a porcelánu přitom v posledních letech relativně výrazně zmoderněla. Ve skupině všech jedenadvaceti podniků z tohoto oboru, které se na přípravě této analýzy bezprostředně podílely, tak ve druhé polovině roku 2007 připadalo na cca 17 200 jejich zaměstnanců již 5 900 koncových stanic jejich informačních systémů. V osmi sklářských podnicích, které na přípravě této analýzy spolupracovaly po předchozích čtyřech a osmi letech již potřetí, pak připadalo v přepočtu na tisícovku jejich zaměstnanců celkem 365 koncových stanic jejich informačních systémů. Ve srovnání se stavem, který byl v týchž podnicích zaznamenán v roce 2003, tak počet koncových stanic jejich informačních systémů v přepočtu na tisícovku zaměstnanců podniku vzrostl o více než jednu čtvrtinu a ve srovnání se stavem o osm let dříve stoupl pak dokonce o více než tři pětiny (viz graf).

**Vývoj struktury koncových stanic IS v přepočtu na tisícovku zaměstnanců**



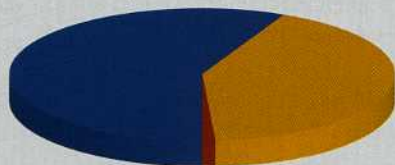
Struktura tuzemských výrobců skla a porcelánu zahrnující obvykle dvě a více dislokovaných pracovišť spolu s nezbytností adekvátní podpory distribučních a obchodních procesů těchto podniků i na jejich dislokovaných pracovištích či „v terénu“ u jejich zákazníků se pak v rostoucí míře promítá také do struktury koncových stanic jejich informačních systémů. V ní se totiž vedle stolních osobních počítačů prosazují ve stále větší míře jednak příruční počítače, které jsou vesměs využívány v distribučních skladech větších podniků, a zejména pak notebooky, jejichž využití tak přestalo být v posledních



letech výsadou vrcholových manažerů. To s sebou pochopitelně přináší i rostoucí nároky na zabezpečení přístupu k podnikovým informačním systémům nejen na dislokovaných pracovištích, která jsou obvykle propojena rozsáhlými datovými sítěmi, ale také mimo ně – tj. v autech a u zákazníků, kde jsou pro jejich připojení využívány mobilní sítě (viz graf).

#### Počet mobilních telefonů v přepočtu na tisícovku zaměstnanců

(podle podílu na celkovém počtu všech cca 1 900 mobilních telefonů)



■ O2 57%  
■ T-Mobile 42%  
■ Vodafone 1%

Zdroj: Odpovědi představitelů všech jedenadvaceti subjektů dotazovaných v roce 2007

Zvláště potřeba využití mobilních sítí nejen k „obyčejnému“ telefonování, ale také k zabezpečení vzdáleného přístupu k podnikovým informačním systémům, přitom byla v posledních letech zjevně jednou z hlavních bariér rychlejšího rozvoje využití mobilních telefonů pracujících v síti Vodafone. Ta byla v minulosti orientována především na méně náročné individuální uživatele a drobné podnikatele, což se projevilo mj. i omezenou podporou využití této sítě pro datové přenosy, případně slabším pokrytím lokalit s nižší hustotou či kupní silou obyvatelstva – tedy těch lokalit, v nichž se dislokované výrobní

závody tuzemských výrobců skla a porcelánu často nacházejí.

Právě tuzemské podniky ze segmentu sklářství a výroby porcelánu tak mohou být do budoucna pro společnost Vodafone, která se v globálním měřítku profiluje mj. též jako silný hráč i ve sféře korporátní klientely, relativně zajímavou cílovou skupinou. I přesto (nebo možná spíše právě proto), že se jedná o výrobní podniky, z nichž značná část je ovládána tuzemskými majiteli, a také přes všeobecný důraz kladený v těchto podnicích na minimalizaci všech přímých i nepřímých výrobních a distribučních nákladů, se totiž zároveň jedná vesměs o podniky s výraznou exportní orientací – tj. o subjekty, které se neobejdou bez spolehlivého zajištění přístupu

ke svým informačním systémům z celého světa, a zároveň též o subjekty, které tak i při nákupu služeb a produktů na trhu informačních a komunikačních technologií preferují spíše osvědčené „globální“ dodavatele. To vše konečkonců názorně dokládá mj. i vývoj struktury stolních osobních počítačů využívaných sedmnácti výrobci skla a porcelánu, kteří se na přípravě této analýzy podíleli po čtyřech letech již podruhé či potřetí a kteří se v průběhu oněch čtyř let od jejich předchozího dotazování stali cílem další expanze stolních osobních počítačů z produkce firmy Dell (viz graf).

Právě společnost Dell tak dokázala ve výše zmiňované skupině sedmnácti tuzemských výrobců skla a porcelánu v průběhu

INZERCE



## Správné informace pro správná rozhodnutí

s informačními a ekonomickými systémy HELIOS

Vysoce sofistikované podnikové informační a ekonomické systémy, které se Vám přizpůsobí!

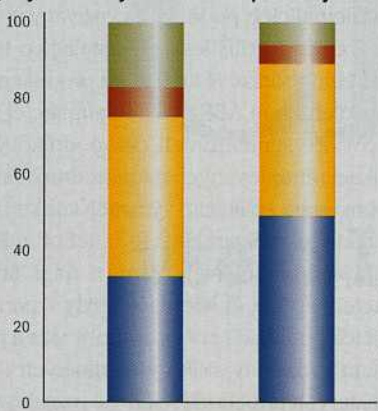
Vždy Vám okamžitě poskytnou potřebné informace, na jejichž základě můžete v každé situaci správně rozhodnout. Výběr informací o aktuálním stavu Vašich zakázek, financí či procesech ve firmě bude rychlý, relevantní a uzpůsobený potřebám managementu i zaměstnanců.

Nezaručíme Vám, že čísla budou vždy potěšující, ale budou vždy přesná, objektivní a kdykoli dosažitelná.

**helios**  
powered by LCS

[www.helios.eu](http://www.helios.eu)

#### Vývoj struktury stolních PC podle výrobce



■ Dell 33% 49%  
■ Hewlett-Packard 42% 40%  
■ Ostatní 8% 5%  
■ NoName 17% 6%

Zdroj: Odpovědi představitelů sedmnácti subjektů dotazovaných opakovaně v letech 2003 a 2007

předchozích čtyř let výrazně zvýšit podíl svých stolních osobních počítačů na celkovém počtu všech stolních PC využívaných těmito podniky, a to z jejich cca třetinového podílu v roce 2003 až na podíl bezmála poloviční v roce 2007. „Obětí“ této expanze se přitom stali především lokální producenti „neznačkových“ stolních osobních počítačů; poklesu v řádu jednotek procentních bodů se však dočkaly také podíly stolních PC z produkce ostatních výrobců „značkových“ osobních počítačů – tj. zejména firem AT-Computers, IBM/Lenovo a také společnosti Hewlett-Packard.

Vše, co bylo zmiňováno výše, však zároveň rozhodně neznamená, že by tuzemští výrobci skla a porcelánu preferovali využití „značkových“ informačních a komunikačních technologií bez ohledu na jejich cenu či celkový poměr jejich ceny a výkonu. Ačkoliv se tedy ve skupině všech jedenadvaceti podniků, které na přípravě této analýzy bezprostředně spolupracovaly, podílely jimi využívané „neznačkové“ PC-servery na celkovém počtu všech jejich PC-serverů jen cca jednou patnáctinou, byla oproti tomu plná jedna třetina veškerých PC-serverů využívaných těmito podniky vybavena operačním systémem Linux – tj. „nekomerční“ alternativou komerčních serverových operačních systémů, mezi nimiž dominovaly produkty firmy Microsoft (viz graf).

### Struktura PC-serverů podle operačních systémů

(podle podílu na celkovém počtu všech cca 200 PC-serverů)



Zdroj: Odpovědi představitelů všech jedenadvaceti subjektů dotazovaných v roce 2007

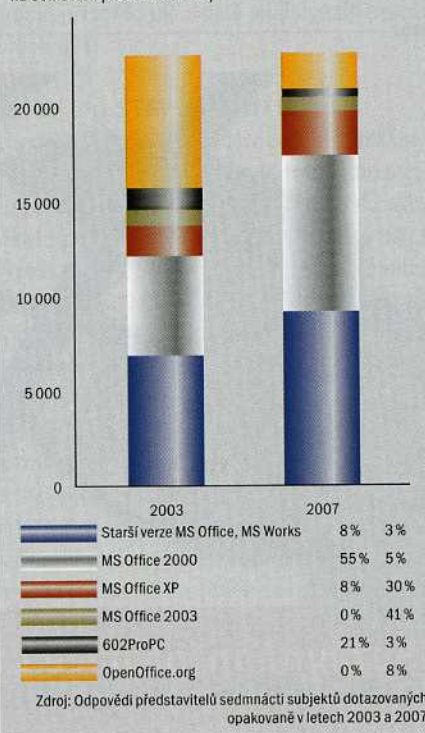
### TRENDY ROZVOJE VYUŽITÍ ICT

Snahy o minimalizaci nákladů na pořízení informačních a komunikačních technologií při maximalizaci jejich přínosů jsou v tuzemských podnicích z oboru výroby skla a porcelánu patrné nejen na nižších vrstvách jejich informační infrastruktury, s nimiž přicházejí do styku především IT-specialisté, nýbrž také ve sféře jimi využívaných standardních klient-ských aplikací, se kterými pracují přímo koncoví uživatelé.

Ve skupině sedmnácti tuzemských výrobců skla a porcelánu, kteří se na přípravě této analýzy podíleli po čtyřech letech již podruhé či potřetí, tak v průběhu oněch čtyř let od jejich předchozího dotazování v roce 2003 sice již téměř přestaly být v roli méně nákladné alternativy kancelářských aplikací firmy Microsoft využívány kancelářské aplikace z produkce tuzemské firmy Software 602, avšak na druhé straně si zase mezitím do těchto podniků našly cestu alternativní „nekomerční“ kancelářské aplikace ze sady OpenOffice.org (viz graf).

### Vývoj celkové míry využití kancelářských aplikací a jejich struktury

(podle podílu osobních počítačů, na nichž byly využívány, na celkovém počtu všech PC)



Ze všech jedenadvaceti tuzemských výrobců skla a porcelánu, kteří se na přípravě této analýzy bezprostředně podíleli, tak v roli méně nákladné alternativy kancelářských aplikací ze sady MS Office využívala kancelářské aplikace ze sady OpenOffice.org již plná třetina. Vzhledem k tomu, že kancelářské aplikace ze sady MS Office 2007, které jsou posledním přírůstkem do rodiny standardních kancelářských aplikací firmy Microsoft, využívají nejen diametrálně odlišná uživatelská rozhraní, než jejich předchozí verze, ale zároveň též zpětně nekompatibilní souborové formáty, otevírá se tím v tuzemských podnicích z oboru výroby skla a porcelánu (a zdaleka nejen v nich) nový prostor rozsáhlejšímu využití kancelářských aplikací alternativních, které jsou na tom z hlediska kompatibility svého uživatelského rozhraní i souborové

kompatibility se staršími verzemi aplikací ze sady MS Office minimálně srovnatelně (nejsou-li na tom lépe), než je tomu v případě aplikací ze sady MS Office 2007.

Náhradou alternativními kancelářskými aplikacemi ze sady OpenOffice.org přitom mohou být v tuzemských podnicích z oboru výroby skla a porcelánu ohroženy nejen poslední zbytky aplikací ze sady 602ProPC, ale také starší verze kancelářských aplikací ze sady MS Office. Jejich podíl na celkovém počtu všech kancelářských aplikací z produkce firmy Microsoft byl totiž v podnicích participujících na přípravě této analýzy stále ještě téměř poloviční (!).

### Struktura celopodnikových aplikací

(podle počtu podniků či skupin podniků, které je využívají)



Zdroj: Odpovědi představitelů všech jedenadvaceti subjektů dotazovaných v roce 2007

Téměř tři pětiny participujících podniků či skupin podniků v době přípravy této analýzy využívaly pro vedení svých standardních finančně účetních agend (a zdaleka nejen jich) podnikové aplikace z produkce tuzemských dodavatelů nebo aplikace vyvinuté „na míru“ vlastními silami či dodavatelskou formou.

Spolu s nejrozšířenějšími podnikovými aplikacemi ze sady OR-system byly totiž v participujících podnicích využívány v ojedinelých a nepříliš letitých instalacích také např. celopodnikové aplikace z produkce tuzemských firem ABRA SW, K2atmitec či Karat SW. Ze standardních celopodnikových aplikací renomovaných nadnárodních firem přitom těmito aplikacím výrazněji konkurovala snad jen aplikace SAP R/3, neboť aplikace jiných zahraničních firem (tj. např. firem Oracle, Lawson či Microsoft) byly v participujících podnicích z oboru výroby skla a porcelánu využívány toliko v ojedinelých (byť v některých případech relativně rozsáhlých) instalacích.

Šance, že se v nejbližší době podaří někomu ze zahraničních dodavatelů standardních celopodnikových aplikací získat více nových lukrativních zákazníků také mezi výrobci skla a porcelánu, kteří se na pří-

### Struktura předpokládaných investic do ICT ve střednědobém výhledu

(podle podílu na celkových předpokládaných investicích do ucelených ICT-řešení ve výši cca 150 mld. Kč)



Standardní ERP-aplikace	12 %
Pokročilé ERP-aplikace	15 %
Aplikace pro podporu rozhodování	14 %
Aplikace pro práci s dokumenty	14 %
Aplikace pro CAD/CAM	12 %
Internet, intranet a e-commerce	16 %
Infrastruktura a bezpečnost	18 %

Zdroj: Odpovědi představitelů všech jedenadvaceti subjektů dotazovaných v roce 2007

pravě této analýzy bezprostředně účastnili, jsou přitom limitovány zjevnou neochotou těchto subjektů pouštět se do nákladnějších implementací nových standardních celopodnikových aplikací, jejichž finanční rozsah by se pohyboval v desítkách milionů Kč. Na celkovém finančním objemu předpokládaných dalších investic do implementace řešení na bázi standardních celopodnikových ERP aplikací se totiž v participujících

podnicích podílely ve střednědobém horizontu příštích cca tři až čtyř let srovnatelnou měrou jak investice do nasazení nových ERP aplikací, tak také investice do dalšího rozvoje využití ERP aplikací již nasazených (viz graf).

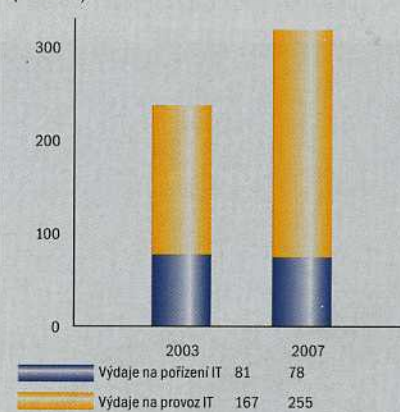
Spíše než cestou rozsáhlých plošných investic do nasazování jednoho typu ICT řešení se tak bude další rozvoj využití informačních a telekomunikačních technologií v tuzemských podnicích ze segmentu výroby skla a porcelánu ubírat cestou nasazování různých typů ICT řešení pokrývajících různé aktuálně nejaktuálnější potřeby těchto podniků – od již zmíněného nasazování a dalšího rozvoje využití standardních funkcionalit ERP aplikací přes implementaci jejich pokročilých funkcionalit ve sféře pokročilého plánování a rozvrhování výroby, řízení údržby výrobních technologií či řízení lidských zdrojů až po nasazování či další rozvoj využití řešení pro podporu rozhodování, aplikací pro práci s dokumenty a řízení jejich oběhu a schvalování, aplikací typu CAD/CAM, nejrozličnějších aplikací intranetových, extranetových, internetových či rozsáhlejších infrastrukturních a bezpečnostních projektů.

V nejbližších letech tak lze v tuzemském sklářství a ve výrobě porcelánu očekávat spí-

še realizaci většího počtu menších investic do rozvoje využití ICT, než velké investice jednorázové – a to při souběžné realizaci projektů zaměřených na optimalizaci a na další rozvoj využití již nasazených ICT řešení např. prostřednictvím budování center sdí-

### Vývoj struktury celkových výdajů na pořízení a provoz IT

(v mld. Kč)



Zdroj: Odpovědi představitelů sedmnácti subjektů dotazovaných opakovaně v letech 2003 a 2007

lených služeb či cestou optimalizace využití služeb nakupovaných průběžně u externích dodavatelů.

8 0055/luc ■

INZERCE

# CIO Network

## vše o IT v českých podnicích

[www.cionetwork.cz](http://www.cionetwork.cz)