

KOMPUTERY W BIZNESIE. Czy jesteś entuzjastą, czy nie

Co musisz wiedzieć o informatyce

Przedsiębiorca nie musi być informatycznym guru. Powinien jednak wiedzieć, czego oczekiwać od specjalistów i programów

Obserwując postawy przedsiębiorców wobec informatyki, można by ich podzielić na dwie grupy.

„Niezainteresowani” i „entuzjaści”

Pierwsza to „niezainteresowani”, a więc ci szefowie, którzy na wzmiankę o komputerach zwykli mówić: „Nie wiem i nic mnie to nie obchodzi”. Wychodzą z założenia, że informatyka to jeszcze jedna moda, która dużo kosztuje, za to pieniędzy firmie nie przynosi. Starają się więc przeczekać ją przy jak najmniejszych stratach.

Oczywiście nawet oni kupują dla swoich firm podstawowe systemy księgowe. Jednak brak zaangażowania i wyczekująca postawa, którą można by streścić słowami: „Zapłaciłem, więc teraz niech komputery zrobią to za mnie”, przyczyniają się do fiaska wszelkich prób modernizacji firmy.

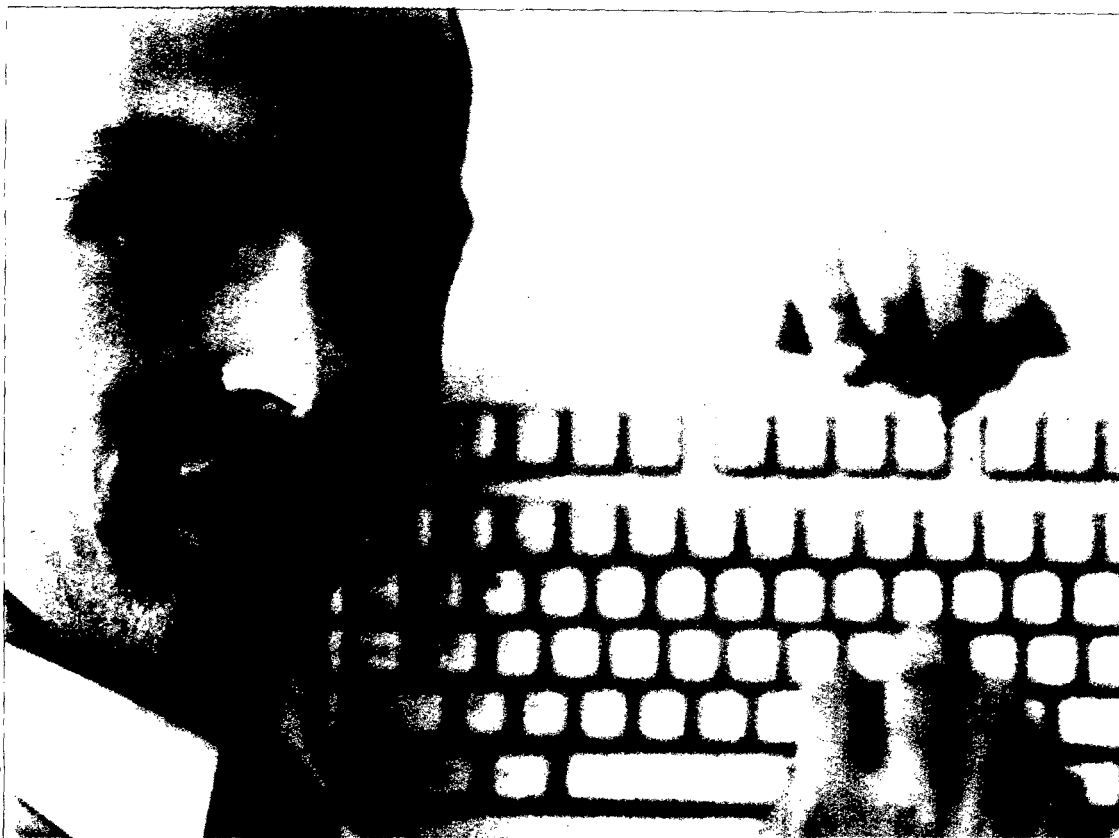
Powstaje „samospelniające się proroctwo”. Im mniej przedsiębiorca wierzy w zmianę jakości zarządzania dokonaną za pomocą komputerów, tym mniej prawdopodobna jest ta zmiana.

Druga grupa to „entuzjaści”, a więc ci, którzy modzie na informatykę ulegli. O sieciach, wydajności serwerów i archiwizacji danych wiedzą niemal wszystko. Niczym maklerzy giełdowi śledzą ceny podzespołów komputerowych i oferty firm teleinformatycznych.

Kupując system, spędzają godziny na opracowywaniu schematów logicznych programu. Godzinami też spierają się z dostawcami o każdy szczegół techniczny programu.

To wymarzeni klienci sklepów komputerowych. I wbrew pozorom grupa nie mniej groźna dla powodzenia przedsięwzięć informatycznych niż „niezainteresowani”. – Zazwyczaj wiedza takich przedsiębiorców ogranicza się do zagadnień technicznych. Nieufni i przekonani o swojej racji nie zdają sobie sprawy z niespójności technologicznych i logicznych wprowadzanych programów – mówi Krzysztof Kwapien, programista z warszawskiej firmy informatycznej QBS.

O tym, że nadmierny entuzjazm jest niewskazany, przekonuje także Waldemar Podsiadło, główny informatyk



JURAJ GUMOWSKI

To, że przedsiębiorca podchodzi z entuzjazmem do komputeryzacji w firmie, nie oznacza, że zakończy się ona sukcesem – przestrzega Krzysztof Kwapien z QBS

w Polskich Składach Budowlanych SA, największej w Polsce sieci hurtowni i sklepów z materiałami budowlanymi. – Każdy przedsiębiorca musi sobie zdawać sprawę z tego, że informatyka nie jest złotym środkiem na wszystkie problemy firmy – mówi.

Najważniejsza zawsze pozostanie wiedza o funkcjonowaniu własnego przedsiębiorstwa i jego specyfice. Jej przełożeniem na język informatyki i tak powinni zająć się fachowcy.

Co trzeba opanować

Co zatem typowy przedsiębiorca prowadzący własną firmę wiedzieć powinien o komputerach? Niestety, coraz więcej.

– Rozwój systemów sprawił, że zatarty się granice między fachowcami i nie-

fachowcami – mówi Jarosław Ubysz, doradca zarządu Altkom Akademii, firmy informatycznej i szkoleniowej. – Z informacji dostarczanych przez programy musi korzystać w firmie każdy. I wbrew pozorom w małej firmie tych potrzebnych informacji nie będzie wcale mniej.

Zdaniem Jarosława Ubysza typowy przedsiębiorca musi mieć orientację przynajmniej w czterech obszarach związanych z informatyką.

❖ Pierwszy jest związany z **wykorzystaniem komputerów w pracy biurowej**. Które z podstawowych programów są firmie niezbędne? Które funkcje w programach są pracownikom absolutnie niezbędne? Gdzie pracownicy mają największe luki w wiedzy? Jak zorganizować pomoc dla pracowników korzystających z komputerów w przypadku awarii?

To wszystko są pytania, na które szef firmy, niezależnie od jej wielkości, musi znać odpowiedź.

❖ Drugi obszar to znajomość **systemów dostarczających danych operacyjnych o funkcjonowaniu przedsiębiorstwa**. Oczywiście szefowi nie jest potrzebna specjalistyczna wiedza ze statystyki, ekonometrii i analizy danych. Musi jednak dokładnie znać własną firmę i najważniejsze wskaźniki charakteryzujące jej funkcjonowanie.

– Do analizy tych danych często wystarczy arkusz Microsoft Excel. Po pierwsze jednak, trzeba znać możliwości Excela i wykorzystywać jego funkcje w więcej niż 5 proc. A po drugie, trzeba wiedzieć dobrze, co tak naprawdę warto mierzyć – mówi Jarosław Ubysz.

❖ Trzeci bardzo istotny – i rozwijający się najszybciej – obszar to wiedza z pogranicza informatyki, zarządzania i marketingu związana z **wykorzystaniem internetu** w promowaniu przedsiębiorstwa oraz w kontaktach z partnerami i klientami.

Im więcej firm zamieszcza swoje oferty w internecie, tym trudniej przychodzi wyróżnienie się na ich tle i tym bardziej przemyślanej strategii wymaga funkcjonowanie firmy w sieci.

❖ Czwarty obszar to znajomość specjalistycznych **programów wspomagających działalność przedsiębiorstwa**. Jest to najbardziej lekceważona przez menedżerów wiedza. Tymczasem systemy komputerowe rozwijają się tak szybko, że nie ma już chyba dziedziny dzia-



JURAJ GUMOWSKI

Rozwój systemów sprawił, że zatarty się granice między fachowcami i „niefachowcami” – mówi Jarosław Ubysz z Altkom Akademii

łałości, której nie można by wspomóc komputerowo.

W internecie można znaleźć programy wspomagające pracę dekoratorów wnętrz, dekarzy, właścicieli warsztatów

samochodowych i producentów glazury. I są to programy na każdą kieszeń, na zakup których może pozwolić sobie nawet niewielka firma. O ile oczywiście jej szef zdaje sobie sprawę z możliwości programu i uznaje jego wprowadzenie za celowe.

Oczywiście przedsiębiorca nie musi – wręcz nie powinien – być omnibusem. – Najlepiej, jeśli pozostaje na pewnym poziomie ogólności. Wie tyle, żeby gdy pojawi się problem, a do niego zgłosi się fachowiec z prośbą o decyzję, był w stanie szybko ją podjąć – mówi Krzysztof Kwapien z QBS.

Praktyka najlepszą szkołą

Niestety, wiedzy tej nie można zdobyć ani na uczelni, ani podczas specjalistycznych kursów, które siłą rzeczy skupiają się na wybranych dziedzinach takich jak „Analiza danych” czy „Twoja firma w internecie”. Zresztą przedsiębiorcy nigdy zbyt chętnie nie uczestniczyli w tego typu kursach – po pierwsze, z braku czasu, po drugie, z lęku przed przyznaniem się do własnej niewiedzy.

Najbardziej spragnionym informacji pozostają książki o zarządzaniu, które co prawda nie prezentują gotowych rozwiązań, lecz pozwalają spojrzeć na styk biznesu i informatyki z szerszej perspektywy.

Dobrym źródłem są też konferencje. Dają one okazję do poznania praktycznych doświadczeń przedsiębiorców, którzy wcześniej podjęli ryzyko inwestycji w komputeryzację i dzięki temu znają problemy, jakie napotyka ten proces w małej firmie.

Na szczęście to niejedyny sposób wzbogacenia swojej wiedzy. Dobrą receptę na samokształcenie ma Waldemar Podsiadło z PSB SA. – Najlepszym sposobem nauki jest zwykła dociekliwość i otwartość. Do firm zgłasza się wielu dostawców, którzy we własnym interesie chętnie wyjaśniają zawiłości związane z informatyzacją. Każdy kolejny projekt czy negocjacje z dostawcą to dobra szkoła dla przedsiębiorcy – mówi.

Waldemar Podsiadło sam dostrzega efekty takiego samokształcenia. Jako główny informatyk w firmie PSB SA będącej zrzeszeniem kilkuset spółek handlowych od lat na co dzień kontaktuje się z właścicielami firm skupionych w PSB. Podczas tych spotkań widzi, jak dużo wiedzy zdobywają, po prostu aktywnie uczestnicząc w rozmowach i dążąc wszelkie niejasności. To nie tylko najlepszy, ale i najtańszy sposób nauki.

ANTONI BIELEWICZ

Gdzie przedsiębiorca ma szukać informatycznej wiedzy

Specjalistyczne kursy z narzędzi informatycznych prowadzi wiele firm edukacyjnych takich jak: Altkom Akademia, CSS Edusoft czy Centrum Technik Sieciowych.

Firmy te coraz chętniej prowadzą też bardzo przydatne seminaria z zakresu praktycznego wykorzystania narzędzi informatycznych w zarządzaniu. To najlepszy sposób na zdobycie niezbyt szczegółowej, za to szerokiej wiedzy na temat wykorzystania informatyki w zarządzaniu.

Dzień takiego szkolenia kosztuje 300-600 zł. Bardziej złożone semina-

ria zajmują około trzech-czterech dni i kosztują odpowiednio więcej.

Dobrym i, co więcej, bezpłatnym źródłem fachowej wiedzy są seminaria organizowane przez znane koncerny informatyczne

– np. Microsoft czy IBM – podczas których można dowiedzieć się, jak z komputerów korzystają inni przedsiębiorcy. Informacje o takich seminariach można znaleźć na stronach internetowych koncernów, a także na stronach portalu www.szkolenia.com, gdzie pojawia się oferta najważniejszych firm informatycznych i ośrodków szkoleniowych. ♦

