

Važno je profit temeljiti na kvaliteti

U našem poslovanju ključni su ljudi i želja da klijenti kroz naše usluge i rješenja dobiju vrijednost. To je ono na čemu smo uvijek temeljili naše poslovanje

Gorden Knezović

Megatrend d.o.o. nastao je prije 30 godina, a u tih 30 godina bilo je nekoliko tvrtki koje su nastale unutar grupacije.

Sam Megatrend, koji se od 1995. bavio distribucijom IT opreme, prodan je u 2012. godini te je u međuvremenu i ugašen (akviziran od Microlinea). Megatrend poslovna rješenja jedna su od Megatrendovih tvrtki, koje "vuku" tu tradiciju. Kako sada gledate na tih 30 godina? Što je bilo ključno za razvoj tvrtke?

Proživjeli smo zaista svašta u tih 30 godina – oni koji sad osnivaju tvrtke ono s čime smo se mi susretali, posebno na početku poslovanja, uopće ne mogu shvatiti. Na primjer nedostatak informacija, nedostatak literature, nedostatak ikakvog iskustva...

Koliko god nam je bilo teško, sve smo morali sami saznati, učiti, raditi, puno smo i griješili, puno toga nam nije uspijevalo, radili smo i u ratno doba, i u doba krize (ma kriza je kod nas uvijek, nikako da dođemo u neke mirne vode i poslujemo u uređenom društvu, sa uređenim suvislim pravilima), mislim da nam je bilo zapravo odlično. Sve te prepreke koje smo svladavali, svi problemi koje smo rješavali, sve nam je to pomoglo da učimo, da se razvijamo i prilagođavamo. Niti jedan dan nije bio isti, stalno se nešto događalo, mijenjalo, tijekom svih tih 30 godina upoznavali smo razne ljude – i zaposlenike i klijente i dobavljače, poslovali s raznim tvrtkama, učili se raznim kulturama, naučili mnogo o raznim industrijama, a ne samo o IT-ju.

U našem poslovanju ključni su ljudi i želja da klijenti kroz naše usluge i rješenja dobiju vrijednost. To je ono na čemu smo uvijek temeljili naše poslovanje. Važno je biti profi-

tabilan, to je temelj dugoročnog poslovanja, i važno je profit temeljiti na kvaliteti onog što radimo. Zaista vjerujem da su rad, kvaliteta, posvećenost poslu, uključenost u ono što radimo, kontinuirano učenje i njegovanje kvalitetnih odnosa sa zaposlenicima, klijentima i dobavljačima, temelj dugoročnog opstanka svakog biznisa.

I uz to, mi u Megatrendu smo i uporni, ne odustajemo lako, borimo se i kad se uspjeh niti ne nazire. Još smo i znatiželjni, i kontinuirano istražujemo nova područja. Tko bi rekao da i nakon 30 godina imamo volje i energije za tako nešto!

POZITIVNA BUDUĆNOST

Kakvu budućnost vidite za Megatrend poslovna rješenja?

Uvijek vidim pozitivnu budućnost – naravno da se i dalje moramo razvijati i neprestano mijenjati svoje područje rada kako se i svijet i okolnosti mijenjaju. Mi smo na to navikli, i zato vjerujem da ćemo i dalje biti uspješni. Tijekom godina nekoliko smo se puta potpuno transformirali – započeli smo kao tvrtka specijalizirana za računalne mreže, čije je tržište bila cijela Jugoslavija, i odjednom smo se morali prilagoditi i poslovati na smanjenom tržištu u teškom razdoblju.

U jednom smo trenutku uočili prostor, i preko noći promijenili djelatnost te započeli s distribucijom IT opreme, gdje smo vrlo brzo bili prepoznati kao *leader*. Uz distribuciju, normalno je bilo uspostaviti i vlastiti servis te je osnovana nova tvrtka koja se bavila jamstvenim i izvanjamstvenim popravcima. Pratile smo trendove, i prije više od 18 godina uspostavili odjel poslovne analitike, pa prije skoro 15 godina napravili prvi komercijalni podatkovni centar u RH. Iz distributerskog posla maknuli smo se nakon 17 godina, točnije 2021.

Transformacija iz distributerske tvrtke u tvrtku koja se bavi poslovnim rješenjima

nije bila jednostavna, tržište nas je uporno doživljavalo kao *box moving* tvrtku, i trebalo je nekoliko godina da bismo u tome uspjeli. Time što smo na tržištu prepoznati kao tvrtka koja zapošljava kompetentne stručnjake, koji su u stanju odraditi kompleksne projekte na vrijeme i u ugovorenom opsegu, također i time što smo lansirali i nekoliko vlastitih produkata, i posebno time što nas i potencijalni zaposlenici i studenti percipiraju kao kvalitetnog poslodavca, postavili smo temelje za budućnost.

Rast našeg poslovanja i opstanak na tržištu vezujemo uz razvoj AI proizvoda, aplikacija i rješenja. Mislim da smo na tom polju zaista jedinstveni te kako se razlikujemo od ostalih, i to naročito prema tome što smo jedinstveni u tome što pokrivamo razvoj od samog početka identifikacije potreba (mogućnosti, zahtjeva... kako god to nazvali), postavljanja koncepta, aplikativne izvedbe, pa sve do osiguranja kompletne infrastrukture za razvoj i produkciju AI rješenja (pod time mislim i na hardversku infrastrukturu i na softversko okruženje, odnosno sve one alate, baze, programske jezike koji su potrebni za razvoj). Naše kompetencije nisu samo tehnološke, već i poslovne, te s klijentima surađujemo i kroz razne vidove konzaltinga i radionica, koristeći razne metodologije. Tu bih posebno istaknula *design thinking*.

Kakva poslovna rješenja nudite na tržištu i prema čemu su ona specifična?

Naše poslovanje podijeljeno je u nekoliko segmenata: tehnološki segment, poslovni segment i razvoj aplikacija.

U našem podatkovnom centru (DC) klijentima pružamo usluge od onih najjednostavnijih – primjerice, smještaja opreme, do vrlo zahtjevnih (kao što su, primjerice, usluga oporavka od katastrofe (DR), odnosno sustava visoke raspoloživosti (HA)). Nekoliko godina imamo i naš privatni *cloud* (VDC) te klijentima pružamo razne *aaS* usluge. Osim



toga, na našem tržištu, uz uobičajene tehnologije bazirane na Intelovim serverima i VMWare virtualizaciji, klijentima su dostupni i resursi na *power* serverima.

Tehnološki odjel projektira i isporučuje DR i HA rješenja i na lokacijama klijenata. Osim spomenutog, projektiramo infrastrukturna rješenja bazirana na *power* tehnologiji – zanimljivo je da se u posljednje vrijeme, osim kod naših standardnih klijenata, otvaraju i poslovi kod klijenata koji se dosad nisu susreli s tom tehnologijom, i to posebno za instalacije Sap4HANA, kao i za migracije dijelova poslovanja na Linuxu s Intelovih platformi na *power* sustave.

Odjel poslovnih rješenja, pokriva širok dijapazon područja i tehnologija: skladišta podataka, poslovnu analitiku, prediktivnu analitiku, sustave za planiranje, rješenja za optimizaciju... U ponudi imamo i rješavanje specifičnih problema koje klijenti imaju u radu s podacima, gdje koristimo naša znanja akumulirana tijekom godina rada kod klijenata iz raznih industrija (proizvodnja, turizam, bankarstvo, maloprodaja), kao i veliki broj raznorodnih tehnologija (primjerice, specifične baze projektirane baš za rad s velikim količinama podataka, kao što su *in-memory* baze ili baze koje za rad koriste GPU-ove). Izrada *data strategy* vrlo je zanimljivo područje kojima se bavi nekoliko seniora u Megatrendu. To mi je područje izuzetno interesantno – uspjeh takvih projekata vrlo ovisi o konzultantima koji su u to uključeni, i od njih zahtijeva izrazito velika znanja i kompetencije i u tehnološkom i u poslovnom smislu. Ponosna sam zbog toga što imamo ekipu koja se može prihvatiti i takvih zahtjevnih projekata.

Najmlađi dio Megatrenda ekipa je koja se bavi znanošću o podacima i umjetnom inteligencijom (DS i AI). Napravili smo nekoliko proizvoda, istina, većinom su još uvijek u ranoj fazi prototipa, odnosno izrade POC-ova kod klijenata, no s obzirom na reakcije tržišta i dosadašnje rezultate, odlučni smo nastaviti u tom smjeru i dalje.

UMJETNA INTELIGENCIJA

Predvodnici ste u primjeni umjetne inteligencije kod nas i rješenjima temeljenim na umjetnoj inteligenciji. Kakva je, prema vašem mišljenju, uloga umjetne inteligencije u poslovanju?

Umjetna inteligencija već je svugdje oko nas, većinom niti ne znamo da ju koristimo. U poslovanju će se također koristiti sve više i više. Istina je da se kod nas često govori i piše o umjetnoj inteligenciji, a puno manje ima pravih primjera, no to će se zaista vrlo

brzo promijeniti. Bili smo u dodiru s nekoliko rješenja u kojima se koristi AI vision, i rezultati su fascinantni – primjerice, u medicini je AI uspješniji u dijagnostici od ljudi! I mi radimo na nekoliko projekata s AI Visionom te se nadamo da ćemo ono što smo napravili uspjeli i komercijalizirati.

Područje obrade prirodnog jezika (NLP) također je vrlo zanimljivo i primjenjivo. Najveći problem s kojim se susrećemo kod NLP-a je naš hrvatski jezik, odnosno naši znakovi č, ć, đ, š, ž. AI se može primijeniti svugdje, nema područja poslovanja koje će AI zaobići. Gdje god se ponavljaju radnje, AI će naći način kako da to odradi brže i bolje. Gdje god se nalaze velike količine podataka koje se proučavaju, i u kojima se pronalaze uzorci na temelju kojih se može predvidjeti neko ponašanje ili neki događaj, pravo je mjesto za primjenu AI-ja.

Poznato je da Europa, u odnosu na SAD i Kinu, zaostaje u razvoju umjetne inteligencije. Može li se, i kako, nadoknaditi taj zaostatak? Kako bi tvrtke u Hrvatskoj trebale usvajati i primjenjivati rješenja umjetne inteligencije?

Europa je preregulirana u svim dijelovima života i poslovanja, i to je definitivno i jedan od razloga zašto zaostajemo za SAD-om i Kinom (ne samo na području umjetne inteligencije, nego i na svim drugim područjima koja se intenzivno razvijaju). Iskreno, zaista ne znam kako bismo mogli nadoknaditi taj zaostatak, no mislim da nas to ne bi smjelo sprečavati da upornim radom nadoknadimo propušteno. Svi mi koji i dalje poslujemo u Hrvatskoj naučeni smo suočavati se s preprekama koje nismo očekivali, i uvjetima koje ne možemo planirati (sjetite se samo zakona koji se donose i primjenjuju retroaktivno) i, unatoč svemu, ipak opstajemo, donosimo vrijednosti, razvijamo nove proizvode... Sigurna sam da, ne samo da ćemo usvajati rješenja umjetne inteligencije, već ćemo razvijati vlastita.

Globalno se postavlja i pitanje etike prilikom primjene umjetne inteligencije, EU u tome ima najstrože kriterije. Zašto je važna etika u primjeni umjetne inteligencije i drugih digitalnih rješenja?

Etika je važna zato što nitko zasad nema niti približno ideju gdje će se sve i do kuda AI razviti. Malo podsjeća na SF filmove iz 50-ih – kada računala preuzmu svijet, a uz to, imaju i svoju volju i vladaju prema svojem. Šalu na stranu – no već duže se raspravlja o primjerima u autonomnoj vožnji – neizbježno će se dogoditi situacija da će pametno vozilo morati odabrati hoće li pregaziti pješaka ili žrtvovati putnike. E, sad, tko o tome odlu-

IZGRAĐENI VRIJEDNOSNI SUSTAV

Anđelka Strajher predsjednica je Uprave Megatrend poslovnih rješenja, tvrtke koja pruža usluge u području informacijskih tehnologija i poslovnih rješenja. Završila je Elektrotehnički fakultet u Zagrebu i Financije poduzeća na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. Od početka svoje karijere, odnosno od 1991. godine, radila je u Megatrendu, tvrtki koju su osnovali njezin suprug i njegovi partneri, na različitim pozicijama, od prodajne predstavnice, voditeljice financija i računovodstva, voditeljice zajedničkih službi, savjetnice direktora do financijske direktorice. Menadžerska su načela kojima se Strajher vodi u poslovanju poštovanje svih kolega, neovisno o radnome mjestu, poslu koji obavljaju, iskustvu i godinama, građenje odnosa povjerenja, kolegijalnosti i odgovornosti te pokazivanje primjerom. ◀



čuje? Ljudi koji razvijaju AI? Prema kojim principima? Hoće li autonomija biti toliko razvijena da može odlučiti sama? Prema kojem algoritmu? Takvih primjera ima u svim područjima. I zato je neobično važno postaviti kvalitetan etički okvir i pravila i procedure. EU je definitivno zakasnio s razvojem AI i toga je svjestan. Zato se – kako bi nešto nadoknadio, odnosno postao svjetski igrač – EU izuzetno jako aktivirao u području definiranja etike u AI svijetu. No poučeni iskustvom regulative EU (pogledajte samo GDPR – koji je u osnovi plemenita ideja, ali u realizaciji radi štetu svima zbog nepromišljene regulative), zasad nije razumno očekivati da će ostatak svijeta slijediti pokušaje EU.

Podaci su ključni za razvoj digitalnog gospodarstva. Kako tvrtke u Hrvatskoj trebaju koristiti podatke?

Tvrtke u Hrvatskoj (nažalost, vrlo veliki postotak, usudila bih se reći većina) prvo moraju urediti svoje poslovne procese i IT infrastrukturu (pod time ne mislim samo HW, već i podatkovnu infrastrukturu) i početi ih koristiti za svoje potrebe u punom opsegu. Velik broj hrvatskih tvrtki ima IT "poluproizvode", odnosno nedovoljno dobro iskorištene sve mogućnosti koje im tehnologija pruža. Jedan od razloga svakako je i odabir rješenja prema kriteriju najniže cijene, što nužno dovodi do smanjenja kvalitete. Uz to, vrlo često rješenja se implementiraju bez potrebnih koraka analize i planiranja, i to rezultira sustavima koji su napola korisni. Iako su sada IT rješenja lako i brzo dostupna (od cloud usluga nadalje) ta dostupnost ne umanjuje potrebu planiranja i dizajna. Prije 30-ak godina hrvatski IT je prema načinu rada, organiziranosti i procedurama, bio u svjetskom vrhu, no sada je (čast malobrojnim iznimkama) u stanju priličnog kaosa. Vrlo malo tvrtki zapravo zna što sve može raditi sa svojim podacima. Važno je napomenuti da takvo stanje nije tipično samo za Hrvatsku, već je situacija slična i u mnogim drugim državama. S obzirom na to da u Hrvatskoj postoje kvalitetne IT tvrtke, s kompetentnim zaposlenicima, šteta je što se njihova znanja ne koriste u mjeri u kojoj bi mogla.

Termin *data infrastructure*, koji se u posljednje vrijeme dosta spominje, ne odnosi se na klasičnu infrastrukturu, nego na organizaciju, čistoću i dostupnost podataka. Sa zadovoljstvom mogu istaknuti da je Megatrend aktivan u nekoliko *data strategy* projekata. Spomenuti projekti imaju cilj uspostaviti ispravnu infrastrukturu podataka, gdje se zna tko je vlasnik podatka (odgovoran), koji je podatak točan, kada se koristi i za što, te kako i kada će biti dostupan pojedini korisnicima. 