

Čtvrtek & Průmysl 4.0

U AUT, ROBOTŮ ČI LEDNIČEK SI LIDÉ BUDOU MOCI PŘEDPLÁCET FUNKCE

BUDOUNOST PRŮMYSLU JSOU NOVÉ PROVOZNÍ MODELY, NOVÉ TYPY ZAMĚSTNANCŮ, ALE I NEČEKANÁ OBCHODNÍ PARTNERSTVÍ.

Roman Šitner
roman.sitner@economia.cz



42
procent

amerických průmyslových firem plánuje letos investovat do nových technologií. Podle studie PwC je to málo.

Produktivita by měla být základ, tvrdí studie PwC monitorující situaci amerického průmyslu. V oboru nejsou totiž žádné vysoké marže a v USA ani žádné vysoké každoroční růsty, které jsou v posledních letech v Česku realitou. Každý, kdo dokáže vyrábět efektivněji, získává výrazné plus a zvyšuje jej to proti konkurenci. „To by pro průmyslové podniky mohlo být záchranou,“ stojí v úvodu studie.

I když je materiál zaměřený na tamní realitu, jeho výstupy jsou zajímavé i pro Česko. I v USA prochází firmy technologickými změnami, které zcela mění jejich fungování a jimž se budou muset přizpůsobit.

Tak jednoduché to ale není. Průmyslové podniky budou muset opustit své zažité myšlení a odvážně investovat i tam, kde to dosud nedělaly. Budou muset jinak uvažovat o technologiích a způsobu své výroby a do svých úvah dostat i internet věci a to, jaký bude mít na celou výrobu vliv. Materiál firmy PwC to považuje za něco samozřejmého, o jiných cestách se ani neuvažuje.

Jen 42 procent šéfů amerických průmyslových firem plánuje letos právě do technologií investovat. Ti ostatní mohou čelit riziku, že začnou zaostávat. Přitom pro investice je lepší doba, mezi americkými průmyslovými podniky je více optimismu než v minulosti, očekávají lepší tržby i lepší situaci na trhu.

„Nejméně čtyřicet procent všech firem umře během dalších deseti let, pokud si neuvědomí, jak celý podnik změnit, aby využíval nové technologie,“ zní známý citát výkonného předsedy představenstva technologické společnosti Cisco. Ten se objevuje ve velké řadě prezentací o probíhající průmyslové revoluci. Obvykle je doprovázen ještě druhým, byť mnohem starším. „Není to ten nejsilnější, kdo přežije, ani ten nejinteligentnější, ale ten, kdo se dokáže nejlépe přizpůsobit změnám,“ vysvětloval kdysi evoluční teorii Charles Darwin.

Z firem těžaři dat

Jen nové investice nestačí. Manažeři firem se budou muset naučit využít nové možnosti. Jednou z těch nejdůležitějších je vytěžování dat, která mají k dispozici.

Spoustu dat generují například výrobní stroje. Ta lze použít k dalšímu zvýšení jejich spolehlivosti a využití. O to se mohou postarat i samotní dodavatelé těchto strojů. Ti už je nemusí jen prodávat, mohou je pronajmávat, nebo si dokonce mohou účtovat jen skutečně využitý čas – to vše je možné právě díky analýze nově produkovaných dat. Díky nim lze předcházet zbytečným prostojům.

Platíte jen za výkon
Podle studie PwC by měly firmy platit za výkon stroje, nikoli za to, že „stojí“. Pokud jej ale budou využívat naplno a bude to vyžadovat více servisu a údržby, cena bude logicky vyšší.
Foto: Shutterstock

Podobně ale mohou firmy přistupovat i ke svým vlastním zákazníkům, pokud se naučí lépe pracovat s daty, která generují jejich vlastní produkty. Díky nim mohou nabídnout vyšší spolehlivost, nové služby i nové možnosti platby. Příkladem mohou být úvahy o tom, že se v automobilech bude platit za použití některých prvků výbavy. Ty budou v autech vždy, nebudou ale plně funkční. Například světla budou mít možnost svítit v nějakém nadstandardním režimu (laserová, ledková, nějaké druhy okrasných světel), když si za ně ale řidič na danou dobu připlatí. O tom uvažuje i Škoda Auto. Nic takového by nebylo možné, pokud by auto nebylo on-line a automobilka nedokázala velké množství dat zpracovávat. Stejně tak bude možné za poplatek krátkodobě odemknout další funkce u řady domácích spotřebičů i u průmyslových strojů.

Ve studii PwC se o tom píše jako o výrazné změně cenotvorby. Už se nebude platit za produkt, ale za výkon. Když výrobek nefunguje, zákazník neplatí. Pokud jej ale bude využívat naplno a bude to vyžadovat více servisu a údržby, cena bude logicky vyšší.

Partnerství dříve nemyslitelná

Ne všechno ale dokážou průmyslové podniky zvládnout samy, nebo dokonce s pomocí externích firem. Proto jsou stále častější strategická partnerství, kde

se technologické firmy stávají součástí projektů a jsou v nich více zainteresovány. Velké korporace – například automobilky – pořádají námluvy s technologickými giganty, jako jsou Google nebo Apple. I ty menší ale hledají protějšky, nová partnerství se v tiskových zprávách oznamují prakticky denně.

Abyste všechno firmy zvládly, potřebují mít ve svých řadách vizionáře, kteří si změnu prosadí. A těch je obecně nedostatek. Vedou se o ně proto velké boje. „Takoví uchazeči jsou velmi žádaní, protože využívání nových technologií je dnes konkurenční výhodou,“ říká například šéf náboru ManpowerGroup Jiří Halbrštát.

Studie PwC se vůbec nezabývá automatizací. Jiné materiály právě rostoucí kolizi mezi roboty a zaměstnanci považují za důležitou. Opomíjené je i životní prostředí, i když se může zdát, že s byznysem nesouvisí. Například expert technologické společnosti Cerasis Adam Robinson to považuje za důležité téma i z pohledu nákladů. Firmy hledící na životní prostředí směřují k energetické nezávislosti – energie spotřebují méně a stále více si jí samy vyrobí – a zároveň snižováním odpadů dokážou lépe pracovat s nakupovaným materiálem. Ve výsledku jsou tak méně závislé na vývoji cen paliv i surovin a svůj udržitelný byznys mohou lépe prodat i zákazníkům, kteří zelené firmy preferují.



Komentář

NEJDE O MASIVNÍ PROJEKTY, ALE O KAŽDODENNÍ PROBLÉMY



Tomáš Rutrlé
generální ředitel společnosti Komix

Dřív to měli ajťáci jednoduché – seděli u počítače, psali kódy a vymýšleli, co ještě klientovi naprogramovat. Dnes už tento přístup ale nefunguje. Všude se prezentují vize, kde všude budou nasazeni roboti a umělá inteligence. Ekonomové nás navíc ohromují miliardovými částkami, které mají ilustrovat míru pokroku, jíž se nevyhneme.

Pro mnohé české výrobní podniky je Průmysl 4.0 mlhavým pojmem, o kterém zatím jen tuší, že jednou přijde. Bojují totiž se svým zastaralým softwarem, nepružným myšlením svých šéfů a malou předanou hodnotou, která negeneruje tak velké zisky, aby mohli z fleku odfinancovat modernizaci celé fabriky.

Nejčerstvějším zážitkem vypovídajícím o cestě českých výrobních podniků k internetu věcí a Průmyslu 4.0 je návštěva výrobní haly, kde dělníci na konci směny zazname-

návají počet zmetků barevnými pastelkami na čtverečkový papír. Management se zatím svezpě drží výhradně Excelu a odmítá jakákoli chytrá řešení bez ohledu na to, jaký posun ve výrobě by to mohlo přinést.

Je zřejmé, že cesta k internetu věcí nevede v takovém prostředí přes ohromné masivní projekty, ale přes drobnosti, které lidem ulehčí práci a zjednoduší organizaci provozu. IT firmy, které v tomto prostředí chtějí získat zákazníky a uspět, musí být schopny nabízet řešení drobných každodenních problémů.

Příkladem takových drobných řešení jsou odečty technologických veličin, jako je tlak, teplota a podobně, na nepřístupných místech nebo hlídání uniků kapalin či varování před zaplavením v rozsáhlých objektech nebo podél liniových staveb.

Ajťáci se tak chtě nechtě musí zvednout ze židlí a vyrazit do fi-

rem. Musí poznat jednotlivé prvky a až na základě konkrétní zkušenosti navrhnout smysluplná řešení. Nezbude jim nic jiného než jednat s lidmi ve fabrikách, ptát se dělníků a mistrů ve výrobě na věci, které je zdržují, nefungují, na co se ve fabrice nejlépe nadává.

Dobrym řešením z praxe je například chytrá výdejna nářadí, která se obejde bez klasických známek nebo papírových příjmků a výdejků. Nářadí v takové výdejně je vybaveno malým modulem, díky němuž je možné nejen sledovat jeho aktuální polohu, ale také mít přehled o jeho skutečném využití. Podobně lze sledovat přepravky nebo palety s materiálem.

Dřívější mantra IT ve stylu „ani se nás neptejte, jak to děláme, stejně byste tomu nerozuměli“ se mění v přístup ve stylu „méně intelektuálně, více do montérek“. IT zkrátka musí sestoupit k těm, kdo výsledky Průmyslu 4.0 a internetu věcí pocítí nejvíce.