

Vhled do zákulisí japonské IT firmy

Datum konání: 3. května 2019

Místo konání: Konica Minolta Laboratory Europe, Brno

Počet účastníků: 16

Zpracovali: Šárka Melicharová, Ludmila Šikulová

V pátek 3. května jsme se zúčastnili poslední akce v rámci předmětu Odborná přednáška a exkurze II.

Tentokrát jsme navštívili
brněnskou pobočku firmy



Konica Minolta, která se nachází v Holandské ulici, v jednom z tradičních center IT firem v Brně.

Důvodem této návštěvy bylo seznámení s další firmou, kde bychom se mohli jako studenti počítačové lingvistiky uplatnit. Naším průvodcem se stal Zdeněk Eichler, který ve firmě pracuje druhým rokem a zabývá se mimo jiné komunikací se zákazníky.

Zaměření firmy

Konica Minolta poskytuje široké spektrum řešení především v oblasti tisku, dokumentů a jejich zpracování.

Brněnské centrum, Konica Minolta Laboratory Europe, není ale výrobní pobočkou, nýbrž výzkumným místem – zázemím pro vývoj nových prototypů a technologií.



Brněnská pobočka se zaměřuje na dvě oblasti: počítačové vidění a sémantiku. Počítačové vidění se využívá například ke kontrolování kvality výrobků. Součástí řešení je program, který dostane velké množství snímků se správným výrobkem, ale také fotografie s různými výrobními vadami, na nichž se naučí rozpoznávat s určitou pravděpodobností špatné výrobky (pro tento úkol se používají neuronové sítě). Stejný princip se využívá mimo jiné v lékařství při odhalování nádorů, opět se využívá snímků, tentokrát se zhoubnými a nezhoubnými nádory. I o tuto oblast má Konica Minolta zájem, zaměřuje se na ni pobočka firmy v Německu.

V oblasti sémantiky se pracovníci zaměřují na problém vyhledávání (jak dokumentů, tak jednotlivých informací z dokumentů). Nástroje umí přečíst text i z obrázku, rozpoznat typ dokumentu, jsou natrénovány, aby uměly pracovat i s formáty různých dokumentů – např. u dopisu identifikují oslovení, vynechané řádky, rozloučení a další. Ke každému dokumentu se automaticky ukládá kontext, například v jaké souvislosti se text vyskytl, o čem je, kdo a kdy jej editoval. Je tak možné zadávat složitější a komplikovanější dotazy, např. vyhledat v databázi dokument o filozofické fakultě, v němž na poslední stránce najdeme fotografii sklenice – aniž bychom věděli cokoli dalšího o tomto dokumentu.

Flexibilita způsobu práce a důraz na individuální řešení

Zdeněk Eichler nás upozornil na všechny proměnné, které ovlivňují podobu spolupráce mezi firmou Konica Minolta a zákazníkem. Celá koncepce projektů, jejich obsáhlost, rychlost i způsob spolupráce na nich jsou ovlivněny typem zákazníka. Zakázky pro velké firmy jsou dlouhodobé, mají korpulentnější charakter a rozsáhlou administrativu, drobnější zakázky pro menší firmy slibují efektivní rychlý postup, větší flexibilitu i snadnější vyřízení formalit. Zdeněk Eichler zdůraznil i skutečnost, že pro firmu Konica Minolta nebývá ve většině případů shoda mezi tím, kdo je zákazníkem a kdo uživatelem vyvíjeného řešení, což se rovněž odráží v procesu hledání řešení daného zadání.

Specifikum této firmy, jak několikrát zopakoval náš průvodce, je důraz na vývoj individuálních efektivních řešení, které přesně odpovídají přáním zákazníka. Firma věnuje dostatek času přemýšlení o potřebách zákazníků a kvalitní a hloubkové

komunikaci s nimi. To umožňuje přesně identifikovat potřeby zákazníka i jejich kvalitní a efektivní uspokojení.

Vhled do odlišné firemní kultury

V diskuzi, která následovala po přednášce, jsme se zajímali o to, jakou má firma Konica Minolta firemní kulturu a jaké je to pracovat pod taktovkou Japonců. Firemní kultura japonských firem je velmi odlišná od americké firemní kultury – tradiční, formální, s příklonem k zdvořilostním projevům, konformní komunikaci bez konfrontací a s důrazem na dochvilnost, pečlivost a důvěrnost. „Když usnete na poradě, není to jako v Americe, kde byste na hodinu byli vyhozeni. Tady se na to dívají jinak: Jste takový pracant a tolik jste se obětoval pro práci, že nyní usínáte vyčerpáním. Nechají vás spát, abyste si mohl odpočinout a opět se vrátit k efektivní práci,“ uvedl Zdeněk Eichler v rámci výčtu výrazných charakteristik firemní kultury.



I v další oblasti jsou konvence velmi odlišné od českých či amerických firem: „V japonských společnostech se nepropouští a nesmí se adresovat, kdo udělal chybu – to by byla velká a nepřipustná urážka.“

Jak zdůraznil Zdeněk Eichler, je třeba si na jiné poměry i styl komunikace zvyknout a přizpůsobit se mu.

Do velmi formálního firemního prostředí ale pronikají uvolněnější a hravé prvky. Při průchodu kolem velmi čistě a minimalisticky provedených konferenčních místností nás překvapují jejich neotřelé názvy jako např. „Gentle Geisha“, které kombinují tradiční symboly japonské kultury s nesouvisejícím pojmem začínajícím na stejné písmeno, s nímž vytváří neotřelou kombinaci. Míjíme rovněž místnost se stolním fotbalem i společenskou místnost spojenou s kuchyní. A náš průvodce má na sobě

džiny – jak sám říká, je přece pátek, den, kdy mají zaměstnanci volnost ve výběru oděvu.

Závěr

Exkurze ve firmě Konica Minolta nás neobohatila jen o vhled do další IT firmy. Získali jsme i užitečné postřehy o způsobu vedení projektů s různými zákazníky, rozdílné japonské firemní kultuře i fungování celého IT odvětví.

Exkurze nás velmi zaujala, čemuž odpovídala i živá a podnětná diskuze a její délka. Exkurze pro nás byla přínosem a také důstojným uzavřením cyklu přednášek a exkurzí v tomto semestru.



Zdroj fotky: archiv autorek

