

Možnosti využití Intranetu ve firemních informačních systémech

Ing. Stanislav Horný, CSc., Katedra systémové analýzy, Fakulta informatiky a statistiky, Vysoká škola ekonomická, nám. W. Churchilla 3, 130 00, Praha 3, Česká republika

Abstrakt:

Intranety jsou vnitřní uzavřené systémy firem, které využívají technologií vyzkoušených v Internetu pro vlastní potřebu firem. Cílem referátu je pokus o analýzu možností i nevýhod zavedení Intranetu v českých firmách. V oblasti přínosů Intranetů je téžistě textu v oblasti sdílení a distribuci informací při podpoře vnitřní komunikace firmy (týmové a personální WWW stránky, komunikace virtuálních skupin, apod.). Referát by měl oslovit manažerskou veřejnost s cílem informovat o tom, co pro firmu může znamenat zavedení Intranetu a naopak co negativního a prodejci nezmiňovaného může do firmy "přinést".

1. ÚVOD

Není to tak dávno, co se vedle Internetu objevil i jeho mladší kolega – Intranet. Z hlediska koncepce mezi nimi není velký rozdíl – Intranet představuje využití Internetovských technologií v rámci relativně uzavřené (firemní) sítě, jejímž úkolem je dostupnost podnikových informací všeho druhu. Vzhledem k obrovskému rozmachu těchto nových technologií a jejich poměrně rychlému rozvoji se jedná o velice významnou změnu v samé podstatě firemní komunikace. Intranet má významné dopady na samotný styl a organizaci práce a spolupráci jednotlivých pracovních týmů, oddělení, poboček jedné firmy a to s velmi příznivým dopadem na kvalitu a efektivitu práce. Intranet je jednou z největších novinek v oblasti informačních technologií.

Po příchodu komerčních firem na Internet si mnoho uživatelů uvědomilo, že je mnohdy daleko snazší takřka okamžitě zjistit důležité informace a hospodářských výsledcích a nových produktech konkurenčních firem na úplně opačném konci světa než o jejich vlastní firmě. Někteří dokonce paradoxně využívali pro svojí práci i firemní WWW stránky své firmy, tj. využívali stejných informací, které mají k dispozici zákazníci, dodavatelé, ale i konkurence. Pracovníci firem, které byly připojeny na Internet, také brzy ocenili snadnost způsobu vyhledávání různých informací bez ohledu na to, kde jsou umístěny, kdo je jejich autorem a jak jsou dané soubory - dokumenty pojmenovány a v jakém datovém formátu vytvořeny. Když to porovnali se systémem vyhledávání informací, který fungoval v jejich počítačové síti, zjistili, že koncepce otevřeného světa Internetu je výhledově pro více uživatelů požadujících

stejně nebo podobné informace koncepčně vhodnější prostředí, než jejich vlastní firemní informační systém.

Další vývoj byl proto veden snahou poskytnout svým pracovníkům více informací než okolí firmy, ale způsobem, který je podobný a je založen Internetu. A tak se první firma, rozhodla implementovat služby Internetu pouze pro své pracovníky a dát jim tak informace způsobem, na který si již zvykli z Internetu a který je velmi snadný pro osvojení i pro udržování informací v aktuálním stavu - vznikly první Intranety.

Intranet je nyní vnímán jako na jeden z dalších motorů implementace informačních technologií současnosti do firemních prostředí a jako koncepce, od které si mnoho slibují všichni zainteresovaní. Koncoví uživatelé předpokládají, že jim Intranet značně urychlí a značně zjednoduší jejich každodenní práci s informacemi. Firmy doufají, že jim Intranety přinesou zefektivnění v systému organizace práce svých pracovníků a tím i větší výkonnost, produktivitu, zisk... Jaké jsou však reálné možnosti a reálná nebezpečí implementace Intranetů?

2. VERTIKÁLNÍ KOMUNIKACE

Zde je hlavním tématem komunikace ve směrech "firma" a "všichni pracovníci" (nebo jejich velké skupiny) – nebo-li sdílení a distribuce informací na úrovni firmy (případně i ve směru do okolí firmy). Prvním využitím přenosu informací ve firemních informačních systémech bylo použití elektronické pošty. Elektronická pošta však víceméně simulovala předchozí model přípravy a distribuce tištěných materiálů. Rychlost, snadnost a nízká cena takové distribuce sváděla někdy k jejímu neuváženému používání a následně i částečnému paralyzování její nepochybné efektivity. V době, kdy se ve světě Internetu již rozmáhala služba WWW, která byla oblíbená pro snadné ovládání, uživatelskou příjemnost a snadné publikování, se proto pozornost tvůrců podnikových informačních systémů obrátila na technologie Internetu.

Hlavní charakteristiky technologie WWW, které se staly i hlavními charakteristikami Intranetů

- rychlost - okamžik zveřejnění informací na službě WWW je v podstatě totožný s okamžikem dostupnosti této informace (což rozhodně neplatí o tištěných materiálech, které jsou někdy staré již v okamžiku přebírání v tiskárně)
- cena - pokud jsou pracovníci již standardně vybaveni výpočetní, dnes již v podstatě kancelářskou, technikou, jsou náklady na zveřejnění informace poměrně malé (ovšem nikoli nulové, jak se snaží rozšířit firmy, jež na tom profitují)
- standardní informace pro všechny - všichni pracovníci mají přístup ke stejným informacím, není nutné dbát na zajištění integrity dat (ve smyslu časové a zeměpisné "rozmanitosti"), pokud je koncepce založena na tom, že data jsou umístěna centrálně a všichni pracovníci k nim přistupují bez ohledu na svou pozici (například i celosvětově), je nutno z důvodů rychlosti komunikace vybudovat tzv. proxy servery, které zkrátí dobu odpovědi a zmenší nároky na komunikační infrastrukturu
- snadná ovladatelnost - procházení stránek má významně intuitivní formu, proto je snadno zvládnutelné i pro méně zkušené uživatele i za stresových situací (které se při práci často vyskytují)

Na celopodnikové úrovni Intranetu (nebo na úrovni celé pobočky) je principem, že se "oslovují" všichni pracovníci bez funkčních rozdílů. Na této úrovni je možno publikovat především materiály typu: výroční zprávy firmy, finanční výsledky, novinky ze života firmy, podnikový adresář pracovníků, výpis právě platných podnikových nařízení a pravidel, elektronické formy firemních formulářů apod. Dále to mohou být například katalogy produktů s jejich popisy nebo i historické dokumenty ze všech předešlých oblastí. V těchto případech lze využít výhod WWW, kdy jsou k jedné položce - produktu - nabízeny pracovníkům různé informace dle jejich potřeb. Od základního popisu, přes připravenou prezentaci zákazníkům, podrobnější technické informace, doplňující materiály z jiných oblastí - zde lze využít hypertextu - až po databanky souvisejících materiálů, jako jsou obrazové podoby produktů, které se mohou následně využít při přípravě nabídek apod. Na této úrovni využití Intranetu převažují informace, které se sice nemění příliš často, pozice WWW jakožto primárního vnitropodnikového informačního kanálu může však významně snížit náklady na distribuci a správu i u těchto informací.

V předchozí části byl kladen důraz na informace globálního charakteru, tj. na informace, které jsou generovány firmou jako celkem a které mají adresáty v téměř každém pracovníkovi, resp. u kterých nelze konkretizovat skupiny nebo funkce, jež budou těchto informací využívat. Na "nižší" úrovni - na úrovni specializovanějších a podrobnějších datových prvků se však nacházejí i informace, které zajímají pouze určité, různě definované skupiny pracovníků - např. specialisty na určité portfolio produktů firmy, techniky, obchodníky apod. Díky hypertextu lze snadno propojovat informace různé povahy, takže se koncepce WWW stává ve firemních informačních systémech účelným nástrojem k "seskupování" informací stejného zaměření nebo určených stejnému subjektu. Lze vytvářet víceprostorový pohled na stejná data, a tak dosáhnout navazujícího postupu při jejich vyhledávání.

Důležitým aspektem je právě multidimenzionalita těchto pohledů. Stejný dokument bude uveden v několika částech pro více lidí, ovšem s odlišným zaměřením cílového uživatele. Například základní dokument popisující technické provedení produktu může být úvodním v sekci pro techniky a nejdetailejším v sekci pro obchodníky. Ale dokument je fyzicky pouze jediný a jeho aktualizace se následně promítne pro všechny skupiny najednou. WWW stránky, resp. jejich prohlížeč, jsou využívány nejen k přístupu ke statickým stránkám a informacím, ale nově i jako univerzální klient pro on-line přístup k různým aplikacím, například databázového typu. Hovoříme o tzv. dynamicky generovaných WWW stránkách. WWW prohlížeč zde funguje jako prostředí pro zadávání a specifikaci dotazu a zobrazení odpovědi. Trend univerzálního klienta je velmi významný z pohledu uživatele, který tak získá univerzální přístup na různorodé služby a je zbaven starostí (resp. jeho příslušné oddělení podpory uživatelů) s aktualizací a údržbou klientského software pro každou klient / server aplikaci, kterou by uživatel chtěl využívat.

Silící konkurence nutí nyní firmy zavádět nové výrobky stále rychleji, dramaticky se také zrychlil vývoj nových technologií. Za této situace je poměrně nákladné udržovat znalosti a dovednosti pracovníků na vysoké úrovni formou klasických školení. Proto se objevily nové druhy školení v podobě jejich elektronické verze. Odborníci pro danou oblast připraví spolu s grafiky, psychology, didaktiky a programátory elektronické školení, které je prezentováno buď jako specializovaný program, nebo

jako systém WWW stránek apod. Dalším z možných využití Intranetů je aktualizace software, který je nainstalován na firemních klientských počítačích.

3. HORIZONTÁLNÍ KOMUNIKACE

Zde je hlavním tématem oblast vnitřní (vnitřní) komunikace, a to komunikace ve směru "skupina pracovníků" a "pracovník. Základní rozdíl spočívá ve zdroji informací. Zatímco výše to byla firma jako celek, zde se jedná o komunikaci, ve které svým jménem vystupují aktivně jednotlivci nebo oddělení. V předchozí části byl kladen důraz na informace celopodnikového typu, zde se již jedná o informace, které si předávají sami konkrétní skupiny a lidé. I zde se jedná o využití základních technologií: elektronické pošty a služby WWW.

Možnost využít Intranet k tvorbě a distribuci skupinových a osobních informací v duchu dekompozice informačních systémů je další oceňovanou službou. Zde je velice prospěšné, je-li k dispozici koncepce WWW. Vytvoří se struktura stránek, kde rozdělí dokumenty podléhající pracovní skupině do více částí a připojí i slovní popis těchto dokumentů. K jednotlivým dokumentům se pak zájemce snadno dostane pomocí odkazu na WWW stránku. Prostředky informačních technologií, kde může jako zdroj / příjemce informací vystupovat nějaká skupina a kde je zároveň podporována elektronická komunikace, lze využít i pro ad hoc komunikaci ke konkrétním cílům, otázkám a odpovědím – vznikají tzv. virtuální pracovní skupiny. Novinkou je však rychlost této komunikace, která ji posouvá do zcela jiné roviny. Zatímco vývoj technologií je v podstatě evoluční, jeho důsledky mají přínos revoluční. Jejich společné WWW stránky tak mohou přispět nejen ke komunikaci mezi nimi, ale i k jejich prezentaci "směrem" k jejich okolí.

Na základech oblíbené služby Internetu - diskusních skupin (tzv. newsgroups) - vznikaly již před rozšířením WWW (a tedy i před pravým příchodem Intranetů) interní služby podobného zaměření. Tímto způsobem je vyřešena orientace v rozsáhlých diskusích a zároveň je umožněno vytvářet vícenásobně se rozvíjející diskuse na jedno společné téma. Vzniká tak vlastně stromová struktura jednotlivých příspěvků, kde na jejím vrcholu stojí první příspěvek zakládající určité téma (topic) a na dalších úrovních jsou jednotlivé reakce a reakce na předchozí reakce.

Tento způsob komunikace je ideálním představitelem široké horizontální komunikace. Výhoda v tom, že se na dané téma může vyjádřit každý, je ale i jeho nevýhodou. Stejně jako ve světě Internetu, který je tímto způsobem simulován uvnitř firmy, je obtížné rozeznat kvalitní a spolehlivé informace od, byť třeba nechtěně nepřesných. Svou charakteristikou jsou diskusní skupiny vhodné pro aktuální události a reakce na ně, pro předávání osobních zkušeností a názorů.

Snadno dnes lze identifikovat obecný trend stále se zvyšující úrovně použití multimédií a multimediální komunikace ve všech oblastech použití informačních technologií, v interní komunikaci firem však především. Je tomu tak proto, že multimedia je jedna z nejnáročnějších oblastí, pokud jde o výpočetní výkon počítačů, nároků na průchodnost a dobu odezvy přenosových cest (sítí) a nároků na kapacitu úschovy dat. A právě komerční firmy disponují potřebným finančním zázemím

nutným pro vybudování potřebné infrastruktury a zároveň mají z této komunikace zřejmý finanční i výkonový přínos.

Využití interních počítačových sítí pro přenos audia, není v Intranetech zatím obvyklé především z důvodů již zmiňované kvality spojení. Přenos videosignálu je naproti tomu pro firmy velkým, v multimediální oblasti zřejmě největším, lákadlem. Videokonference mají zřejmý dopad na efektivitu, protože nenutí pracovníky cestovat (alespoň ne v takovém rozsahu) na různé schůzky a porady. Umožňují i využití dalších pomůcek při komunikaci, jako jsou náčrty, kreslení na tabule atd. Kromě nákladů na cestování těchto pracovníků se navíc dosáhne lepšího využití jejich času. Navíc nabízejí, oproti telefonu, důležitý psychologický přínos, byť pochopitelně ve zmenšené míře než při osobním kontaktu. V současnosti se stále více rozšiřují i softwarové prostředky, které umožňují sdílet pracovní plochu nomádních softwarových prostředků více uživateli.

4. DISTRIBUCE INFORMACÍ A SKUPINOVÁ SPOLUPRÁCE

Jedním z posledních technologických možností Internetu a Intranetů je tzv. push model. Český název se ještě neobjevil a neujal. Nyní se však ještě vrátíme k základnímu vývoji sdílení a distribuce informací na Intranetech. První byl distribuční model. Tento model je známý v souvislosti s používáním elektronické pošty. Základem koncepce je role autora informace jako primárního distributora informací. Druhý model distribuce informací byl tzv. zpřístupňující. V tomto modelu autoři nebo producenti informací pouze zpřístupňují informace pomocí nějaké služby, například BBS nebo WWW.

Nevýhodou zpřístupňujícího modelu je omezení využitelnosti určitých, byť dostupných informací, protože uživatelé prostě nevědí, že jim jsou takovéto informace k dispozici. Dále je omezena i aktualita těchto informací v intencích hodin a dnů. Tyto problémy řeší nyní nově definovaní pomocníci, tzv. agenti. Uživatel pouze specifikuje místa a náměty, která ho zajímají. Agenti pak samostatně, relativně spolehlivě a v pravidelných intervalech kontrolují příslušné servery, a pokud se objeví nová informace, která uživatele na základě specifikace zajímá, upozorní jej na tuto událost.

Je zde ovšem další nastupující, a zdá se že možná i životaschopnější technologie – tzv. push model. V něm jsou producenty informací předpřipravovány informace na základě předešlé volby uživatele, resp. oblasti, které si zvolil sledovat. Tito producenti sledují okamžité dění ve světě a vyskytne-li se něco, co by mohlo daného člověka zajímat, zašlou mu to. Akce je tedy na producentech informací, ale je podmíněna volbou uživatele. Spojení mezi uživatelem a zprostředkovatelem informace může být provozováno pomocí klasické elektronické pošty, ale stále výrazněji se rozmáhají on-line spojení s tzv. kanály. Uživatel si zvolí okruhy informací, jež ho z nabídky producenta zajímají, a klientský software je následně bez zásahu uživatele "zásobován" nejčerstvějšími informacemi.

5. INTERNET A INTRANET – RIZIKA JEJICH VYUŽÍVÁNÍ

Při vyřčení slova „Internet“ (které je velmi podobné slovu „Intranet“), se dnes asi vybaví velkému počtu manažerů ve firmách dvě hlavní asociace: vzrůstající význam a riziko. Riziko je v souvislosti s Internetem zmiňováno pouze ve významu vnějšího napadení nebo odposlechu informací po Internetu přenášených. V Intranetu však je situace poněkud jiná, byť s Internetem má hodně souvislostí. Intranet jako takový totiž nemusí být vůbec propojen na vnější veřejnou síť (Internet) a nebezpečí z toho plynoucí jsou následně minimální, i když ne vždy nulová.

Těžko však lze asi hledat Intranet, který by byl zaveden ve firmě bez současného připojení na Internet. V takovém případě lze definovat první část rizika spojení Intranetu s Internetem, a to nebezpečí vnějšího útoku z Internetu. Jestliže je záměrem, aby pracovníci mohli využívat služeb Internetu, je nutno umožnit fyzické spojení mezi vnitřními počítači firmy a vnější sítí. V tomto případě se objevuje riziko, že toto spojení bude využito i pro opačný přístup. Obrana je založena na principu správy a kontroly veškeré komunikace mezi vnitřní hlídanou sítí a vnější sítí - obvykle Internetem. Tato ochrana spočívá ve vybudování pouze několika málo spojení mezi oběma sítěmi, které jsou následně velmi důsledně chráněny. Mohou být chráněny "firewally", které jsou v podstatě tři druhů - tzv. filtrování paketů, brána okruhů a aplikační brána. Všechny mají své výhody a nevýhody.

Obecně platí, že čím více je v komunikaci povoleno, tím větší je riziko, ale tím větší jsou zase přínosy pro komunikující a tím i pro společnost. Nutno podotknout, že tato ochrana spojení se světem je účinná pouze proti vnějšímu napadení a pouze za předpokladu dodržování ostatních pravidel. Útoky zevnitř sítě (tedy od vlastního pracovníka) a jiné cesty napojení na veřejnou síť mohou být snadnými způsoby průniku do vnitřní sítě.

V souladu s tím, jak může být kontrolován oficiální přístup pracovníků na Internet a jak může být omezován, se zvyšuje pravděpodobnost toho, že pracovníci si takové spojení vytvoří samostatně a tajně pomocí modemu. Potom je celá soukromá síť odkryta případnému útočníkovi, který se například v době "nečinnosti" modemu na něj může připojit a obejít tak nákladná ochranná opatření, jako jsou například firewally.

Je vysledováno, že většina napadení systému není z vnějšího prostředí, ale zevnitř firmy. A zde se mnohem více projevuje těžko definovatelná vyváženost mezi dostupností informací pracovníkům a jejich bezpečností. Jestliže jsou to informace, které by se neměly dostat vně firmu, ale které je nutno distribuovat mezi pracovníky, jedná se o problém takřka neřešitelný. Firma musí přijmout riziko zveřejnění takových informací jestliže považuje za vhodné je dát k dispozici svým pracovníkům. Základem každé koncepce je rozčlenění informací do několika skupin dle jejich důležitosti a důvěrnosti. Těmto skupinám se následně specifikuje odpovídající technické a organizační zabezpečení.

6. ZÁVĚR

Intranet je rozhodně jedním z modelů vývoje komunikace lidské společnosti a atributů tento vývoj ovlivňující. Na základě evolučního vývoje technologií umožnil dosáhnout revolučních přínosů a změn nejen v tom, jakým způsobem se činnosti realizují, ale i jaké činnosti se realizují a kdo je realizuje. Jeho výhodou není pouze možnost sdílet informace a komunikovat snadným způsobem, intuitivně a velmi rychle, ale i skutečnost, že "staví" do nové (stejně nebo alespoň velmi blízké) pozice tvůrce a příjemce informací.

Intranet tak vyhovuje novým nárokům na řízení pracovníků ve firmách a na takové zpracování informací, které vyžaduje, aby se informace zpracovávaly, ukládaly a především aktualizovaly na místě, kde vznikají. To má příznivý dopad na jejich obsahovou kvalitu i na časový faktor, tedy dobu, která uplyne od vzniku informace po okamžik jejího zpřístupnění ostatním.

Ale existují i další důvody pro uplatnění a prosazení Intranetů v současných českých firmách. Je to jejich snadné ovládání, které zpřístupňuje funkce Intranetu všem zaměstnancům (pouze trochu schopných základní komunikace s počítačem), je to podpora snadné orientace v záplavě informací (nebo alespoň možnost tuto orientaci usnadnit). Dalším důvodem je i snadná technická implementace v prostředích, kde již firmy mají vybudováno spojení s Internetem a mají zkušenosti s používáním jeho technologií.

Mezi hlavní přínosy zavedení Intranetu patří zlepšení sdílení "celofiremních" informací, jako jsou ceníky, popisy produktů a služeb, vnitropodniková nařízení a směrnice, adresáře osob apod. Dále Intranety přinášejí zlepšení v komunikaci jednotlivých pracovních skupin i jednotlivců. Je takto umožněno provádět vzdálená školení, flexibilně vytvářet virtuální pracovní skupiny i využívat efektivní multimediální komunikace.

Mezi náklady, se kterými musí management počítat při zavádění Intranetu, patří náklady na potřebné vybavení prostředky výpočetní techniky, konkrétněji hardware, software a komunikační infrastrukturu. Dále je nutné posoudit připravenost a schopnost zaměstnanců přizpůsobit se odlišnému způsobu práce s informacemi. Zaměstnanci musí být mnohem aktivnější v rozhodování, které informace potřebují ke své práci, a musí být schopni tyto informace také najít. V neposlední řadě musí být zaměstnanci schopni také vytvářet nové informace a tyto udržovat pravdivé nikoliv pro potřeby své, ale pro potřeby ostatních. Zde jsou asi největší potíže při efektivním provozu Intranetů v českých firmách.

Intranet je postaven na technologiích Internetu, což znamená jeho velkou technologickou otevřenost, snadné rozšiřování a zvyšování záběru jak z obsahového hlediska tak i z hlediska počtu jeho uživatelů. Další výhodou je i dostupnost obrovského počtu relativně levných technologií, které se v Internetu/Intranetu uplatňují. Firmy tak budují otevřené řešení, které není spojeno s jednou firmou, jejími cenami, zkušenostmi a její budoucností.

Na druhou stranu jsou tyto technologické výhody často zveličovány. Klíčovým momentem uplatnění Intranetu firmy nejsou samotné technologie a jejich zvládnutí, ale porozumění managementu výhodám Intranetu a prosazování jeho filosofie v každém zaměstnanci, protože v ideálním případě je každý zaměstnanec nejen uživatelem Intranetu, ale i autorem jeho obsahu. Neustále je nutné posuzovat současný stav s možnými dalšími přínosy, aby se nestalo, že firma má kvalitně a nákladně vybudovaný Intranet, který je ovšem málo používaný. Základem projektu implementace a především následného provozu Intranetu je proto personální a organizační práce managementu, nikoliv, jak je někdy mylně předkládáno, technické zabezpečení tohoto projektu.

Právě v této oblasti lze pozorovat značný handicap českých firem oproti podobným firmám v zahraničí. Protože je míra využívání prostředků výpočetní techniky zřetelně v českých firmách menší než ve firmách v průmyslově vyspělých zemích, jsou i implementační náklady mnohem vyšší (vybavování pracovišť výpočetní technikou, školení apod.) a přínosy budou zřejmě i nižší z důvodů menších zkušeností využívání těchto technologií. Přesto, nebo snad právě proto, se jedná o jeden z cílů, kam by měl management českých firem směřovat vývoj vybavení svých firem i schopností svých zaměstnanců.

V Intranetu mají dnes současné firmy opravdu odpovídající prostředek na efektivní zvládnutí současného obchodního a společenského prostředí a záleží pouze na managementu těchto firem, do jaké míry jeho přínosy pochopí a dokáže prosadit.

Přínosy Intranetu nejsou jediným kladným prvkem v posuzování jeho zavedení do firmy. Protože, jak již bylo řečeno, jsou Intranety vybudovány okolo technologií Internetu, je při zavedení Intranetu možné velmi snadno využívat výhod Internetu a navíc bez velkých dodatečných nákladů. Dále se v současné době stále více prosazuje myšlenka Extranetů, které se mohou snadno stát klíčovým prvkem v komunikaci mezi firmami a ovlivňovat tak jejich tržní pozici, zisky a někdy i přežití na trhu.

Přicházející technologie Internetu, a tedy i Intranetu slibují další vylepšení výhod zavedení Intranetu ve firmách, jako je například další snížení nákladů na vybavení výpočetní technikou, zjednodušení a zlevnění jejich administrace apod. Těmito nastupujícími technologiemi jsou síťové počítače, spustitelný obsah (data obsahují také algoritmy pro práci nimi) a push model pro zabezpečení neustálé informovanosti s měnícím se prostředím firem.

Vzhledem k značnému rozšíření Internetových technologií a z toho pramenícího velkého počtu osob, které rozumějí jejich fungování a dále vzhledem k velmi častému propojení interních sítí se světem pomocí Internetu, může zavedení Intranetu do firmy přinést i jistá rizika. Na všechna tato nebezpečí existují prostředky, jak jim předcházet, ale je nutné brát je v potaz již při samotném návrhu takového systému a tento návrh provést velmi pečlivě. Velmi se doporučuje spojit se při budování Intranetu, obzvláště pak jeho napojení na veřejné sítě, s odborníky na danou oblast. Rozhodně se taková investice vyplatí.

Přes jisté nepříznivé okolnosti, které mohou být v českých podnicích překážkou okamžitého vybudování Intranetu, se jedná o velice perspektivní a přínosnou oblast, která by měla být zohledněna již do plánu na organizační, personální a technickou budoucnost firmy.

Na závěr nutno připomenout omyl, kterého se většinou někteří dopouštějí při úvahách o Intranetu: Intranet není zadarmo, jeho uvedení do provozu a hlavně udržování v kvalitním stavu je složitý proces, který ovšem může být, je-li dobře proveden, velmi přínosný. Proces o to složitější, že je nutné do něho zapojit velké množství lidí a především udržovat tento potenciál stále připravený pro provádění změn, aby se nestalo, že prvotním naplněním obsahu připravovaného Intranetu tím tvůrčí aktivita skončí a Intranet se postupně stane nepoužitelný pro zastaralost informací v něm obsažených.

5. LITERATURA

- [1] Horný, S.: Technologie zpracování textu a grafiky, VŠE , Praha 1996, ISBN 80-7079-715-0
- [2] Horný, S.: Nástroje prezentace ekonomických informací - 2, VŠE , Praha 1997, ISBN 80-7079-560-3
- [3] Horný, S.: An Application of Text and Graphics Processing as a Tool of Communication in IS, Sborník konference IDIMT 96, Osterreichische Computer Gesellschaft, R. Oldenbourg Wien Munchen, ISBN 3-486-24033-1
- [4] Horný, S.: Od DTP k pre-pressu, Grada Publishing, Praha 1997, ISBN 80-7169-487-7