

NECHÁVÁME SI UJET VLAK?

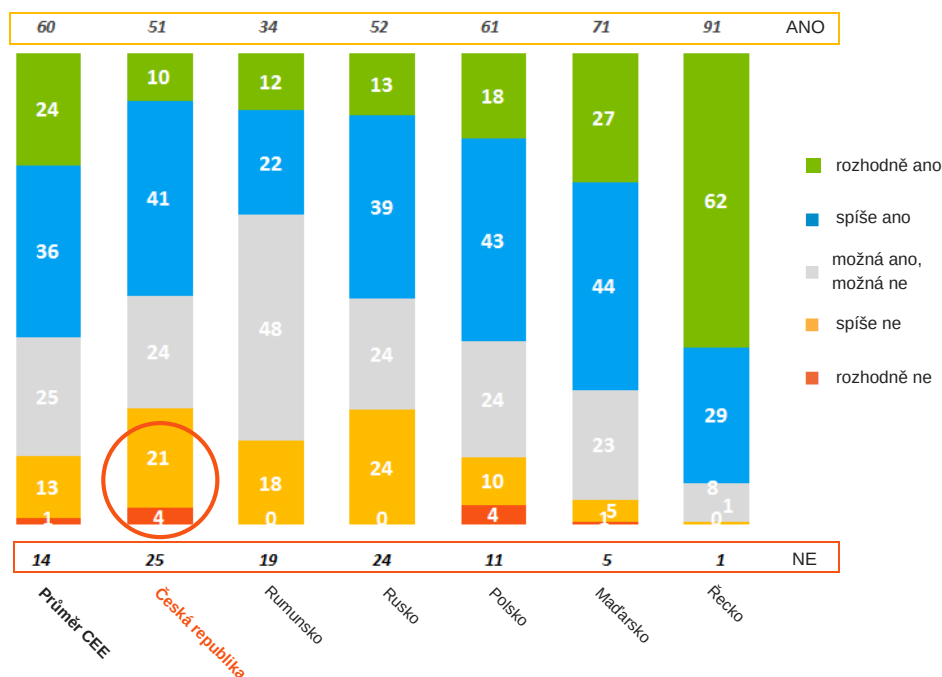
ZPRÁVA O STAVU DIGITALIZACE ČESKÉHO BYZNYSU*

Většina českých firem ví, že moderní technologie jsou **příležitost pro inovaci a růst**, ale jen polovina má strategii, jak ji opravdu využít.

"V nových technologiích vidíme příležitost pro růst."



Má vaše firma jasnou strategii pro digitální transformaci? (v %)



Jen polovina českých firem má nějakou strategii pro digitální transformaci.

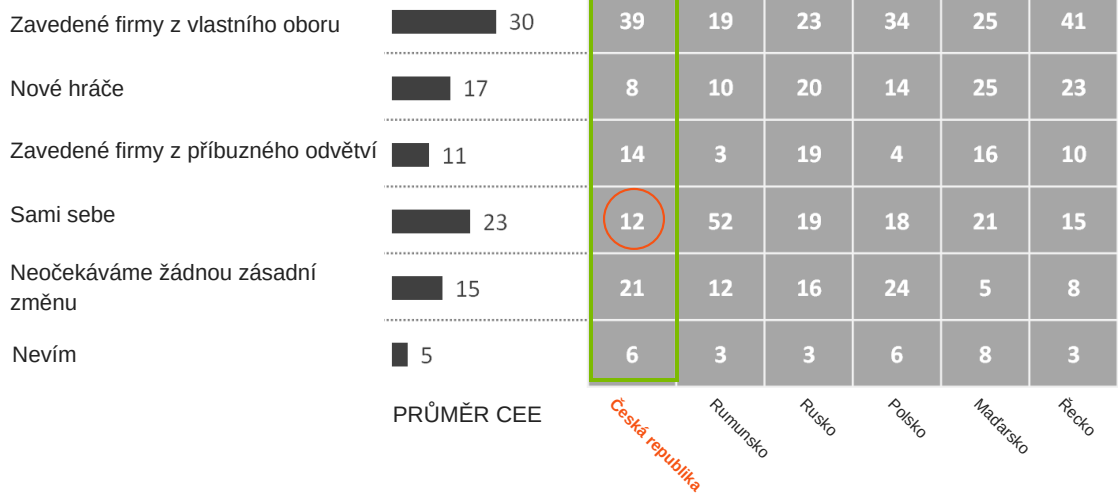
Čtvrtina českých firem žádnou ucelenou koncepci nemá.

V CEE mají strategii téměř dvě třetiny firem. Nejméně připravené se cítí Rumunsko, za nejlépe připravené se považují řecké firmy.

Nepřipravenost na nástup digitální ekonomiky dokládají i výsledky dřívější studie [Proč technologie nestačí**](#), podle níž české firmy zaostávají o 20 % za Evropou v adopci technologií (buď je nemají, nebo mají a nepoužívají).

České firmy podceňují dynamiku vývoje trhu. Nepočítají s výraznými změnami v blízké budoucnosti a soustředí se převážně na tradiční konkurenci.

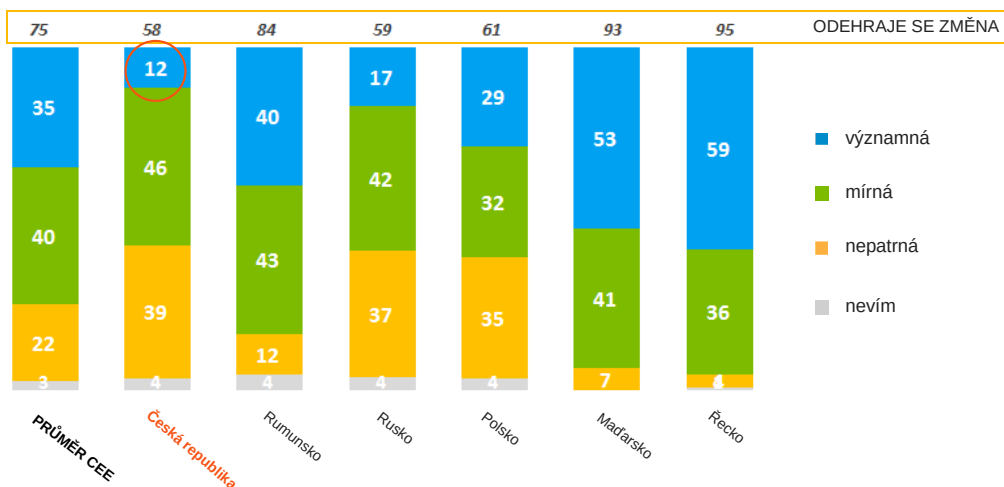
Koho považujete za lídra změn? (v%)



Víc než polovina českých firem se obává konkurence ve stávajícím a blízkém oboru (53 %). Jen 8 % se obává nových hráčů.

Jen 12 % českých respondentů považuje sama sebe za lídra nadcházejících změn (oproti 23 % průměru v CEE).

Jak velká změna (technologická disrupce) se odehraje ve vašem odvětví v následujících 2 letech? (v%)



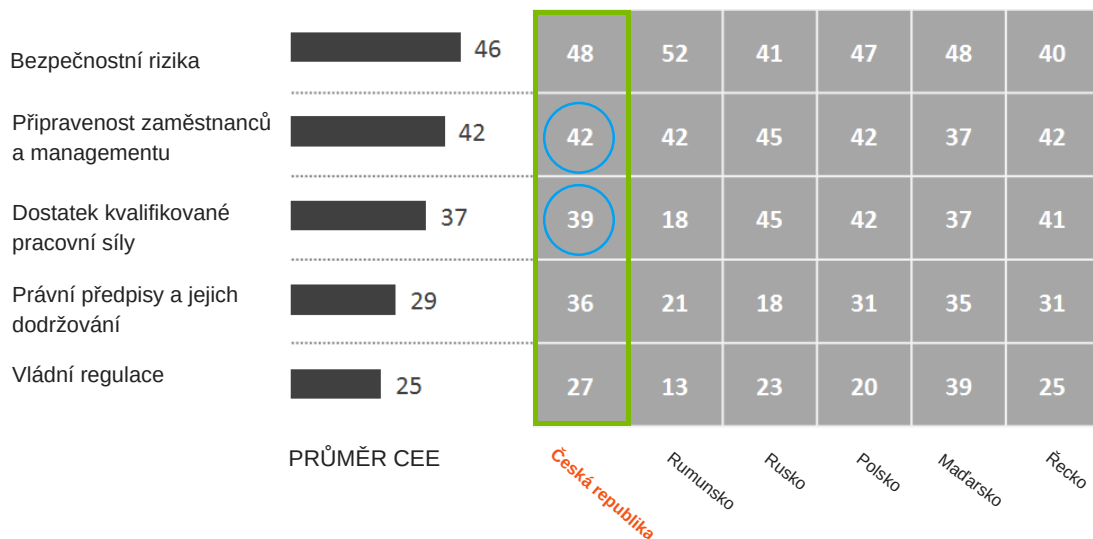
Jen 12 % českých firem očekává, že v následujících dvou letech dojde v jejich oboru k zásadní změně.

Dvě pětiny neočekávají disrupci žádnou, nebo jen nepatrnou.

To je největší skepse vůči změnám na trhu v CEE – v průměru třetina firem v regionu očekává výrazné změny v oboru a jen čtvrtina nikoli.

Citelnou brzdou digitální transformace jsou zaměstnanci, konkrétně nedostatečná připravenost pracovníků i managementu a zastaralá firemní kultura.

Co považujete za největší překážky digitální transformace? (v%)



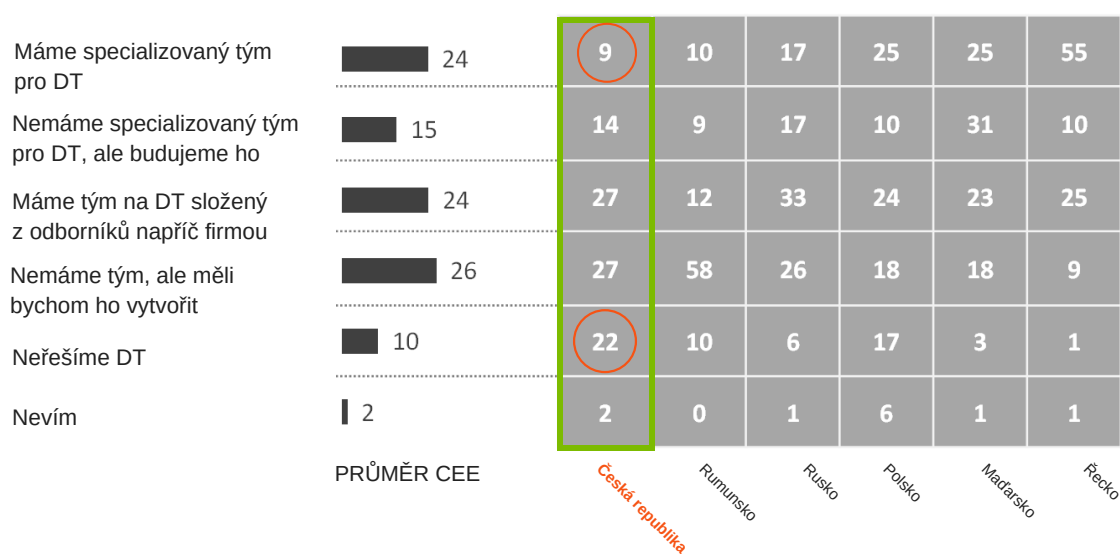
2/5

českých respondentů vidí největší překážku v **nepřipravenosti zaměstnanců a managementu**

2/5

českých respondentů si stěžují na **nedostatek lidí na trhu s potřebnou kvalifikací a dovednostmi**

Kdo ve vaší organizaci řeší digitální transformaci? (v%)



1/10

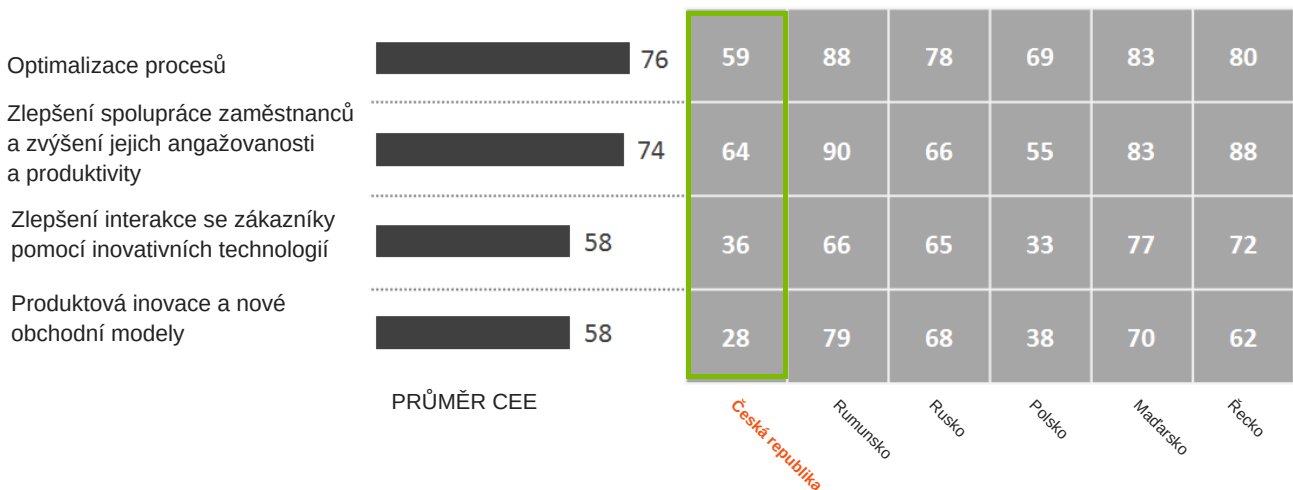
českých firem má **dedikovaný tým pro digitální transformaci** (oproti čtvrtině průměru v CEE)

více než 1/5

českých společností **digitální transformaci vůbec neřeší**

Střední Evropa včetně Česka je ve fázi příprav na digitální transformaci – firmy se zatím zaměřují více na vnitřní výzvy, méně na dopad na trhu.

Které oblasti považujete za nejdůležitější z hlediska digitální transformace? (v %)



2/3

českých respondentů uvedly, že **hlavní oblastí**, které se potřebují při přípravě na digitální ekonomiku věnovat, jsou **vlastní zaměstnanci a modernizace firemní kultury**.

59%

českých firem se soustředí na **optimalizaci procesů** a jen třetina na zlepšení interakce se zákazníky či produktovou inovaci.

Průzkum ukazuje, že řada českých organizací je teprve na začátku cesty – ve fázi vnitřních příprav. Ve světě už je ale digitální transformace v plném tempu.

Rudolf Urbánek, generální ředitel Microsoft Česko a Slovensko

* Průzkum "Necháváme si ujet vlak? Zpráva o stavu digitalizace českého byznysu" pro Microsoft realizovala agentura Ipsos Mori, která se dotazovala zástupců vedení 763 středně velkých a velkých firem (nad 250 zaměstnanců) v Rusku, Polsku, Řecku, Maďarsku, Rumunsku a České republice. V Česku šlo o 109 firem. Průzkum se zaměřil na tři odvětví: finanční služby, retail a výroba.

** Studii "Proč technologie nestačí aneb digitální kultura jako konkurenční výhoda" realizovala společnost Microsoft mezi 20 tisíci zaměstnanci v 21 evropských zemích.

Tento dokument je určen pouze pro informační účely. Společnost Microsoft se zříká jakékoliv odpovědnosti za vzniklé situace týkající se užití tohoto dokumentu pro jiné účely. Společnost Microsoft nebude nikdy odpovědná za jakékoliv mimořádné, přímé, nepřímé či vyplývající škody, ať již vzejdou z účinnosti smlouvy, zanedbání nebo jiné skutečnosti vzniklé následkem užití či interpretace tohoto dokumentu či v souvislosti s ním.

Microsoft je registrovaná obchodní značka společnosti Microsoft Corp. ve Spojených státech amerických a/nebo v jiných zemích. Jména společností a produktů zde uvedených mohou být obchodní značky jejich příslušných vlastníků.

Vydáno: zář 2018