



Průvodce budoucností

Jak firmy ve střední a východní Evropě přistupují k digitální revoluci



Obsah

Strategie tváří v tvář digitální revoluci

Jak důležitá je digitální transformace pro firmy ze střední a východní Evropy?

V odvětvích se přepisují zavedená pravidla

Pro většinu společností znamená digitální transformace růst

Co pohání digitální transformaci? Snaha zajistit spokojenost zákazníků a kvalitu produktů

Společnosti očekávají, že digitální transformace zlepší efektivitu, produktivitu a spolupráci

K využití digitálních řešení potřebují firmy více zkušených pracovníků

Přední finanční společnost kráčí do digitální budoucnosti

Každá čtvrtá společnost má ambice změnit pravidla hry v odvětví

Většina firem má zformulovanou strategii pro digitální transformaci – neplatí to ale o všech

Doručování zásilek v digitálním věku

Zavádění digitální transformace v praxi

Jak firmy ze střední a východní Evropy postupují na cestě k digitální transformaci?

Organizační jednotky se intenzivně zapojují do návrhů investic do IT

Spolupráce pohání digitální iniciativy vpřed

Týmy pro digitální transformaci upevňují svou pozici

Pracoviště budoucnosti ve společnosti Schneider Electric Russia

Manažeři a IT řeší otázky IT společně

Největší soukromá společnost na Ukrajině posiluje IT

Aktualizace technologií v digitální budoucnosti

Jakou roli hraje IT v budoucnosti firem ze střední a východní Evropy?

Informační technologie vnímá většina oborů jako nezbytné

Cloudové technologie jsou pokládány za motor změn

V rozhodování o investicích do IT vedou řešení orientovaná na zákazníka

Národní zdravotnická služba vstupuje do digitálního věku

Umělá inteligence na vzestupu

Nové technologie přinášejí pozoruhodná nová řešení

Největšími překážkami digitální transformace jsou bezpečnostní útoky a interní připravenost

Lídr v informacích o zákaznících se obrací do cloudu

Předmluva



Digitální transformace není žádný pomíjivý trend. Je to **změna paradigmatu**, která od základu převrací styl podnikání i to, jak společnosti udržují krok s konkurencí a komunikují se svými zákazníky. Týká se všech oborů a otázkou není, zda dojde k narušení zavedených pravidel, ale kdy a jak to proběhne.



Obory maloobchodu, výroby a finančních služeb jsou připraveny na změnu. Přes 70 % organizací v těchto oblastech očekává, že k narušení statu quo dojde v nejbližších několika letech. Účinná digitální řešení neznamenají jen přijetí nových technologií, ale především podpoří růst, inovace a spokojenost zákazníků.



„Je nutné jí vyjít vstříc a pěstovat kulturu inovací, ve které každý od ředitele společnosti až po nedávno přijatého stážistu prosazuje potenciál technologií.“

Organizace ve střední a východní Evropě již v rámci transformace zlepšují spolupráci mezi zaměstnanci, posilují efektivitu a produktivitu. Celých 83 % společností očekává, že digitální transformace bude v nadcházejících letech podněcovat růst, a 70 % pokládá IT řešení ve svém oboru za nezbytná.

Jedno takové řešení, totiž vývoj umělé inteligence, roste stále rychlejším tempem. Stává se z něj natolik zásadní inovace, že 94 % manažerů z celého světa věří, že jde o technologii důležitou k řešení strategických otázek v jejich organizaci. Jen v regionu střední a východní Evropy vzrostou tržby na tomto poli v několika nejbližších letech o 290 % – z 56 na 221 milionů dolarů. A podobně rostou i další související oblasti. Trh internetu věcí má například do roku 2021 dosáhnout objemu 4 miliard dolarů.

Digitální transformace nicméně nemůže začít bez toho, že podniky změní svou kulturu a začnou naplňovat vizi své organizace jako digitální společnosti. Nestačí jen vědět, že změna je na obzoru. Je nutné jí vyjít vstříc a pěstovat kulturu inovací, ve které každý od ředitele společnosti až po nedávno přijatého stážistu prosazuje potenciál technologií. Pokud společnosti takto změní své myšlení, nejen že v digitální éře přežijí, ale budou v ní prosperovat. 23 % organizací ze střední a východní Evropy má ambice v budoucnu měnit pravidla hry ve svém oboru. A jakmile se digitální cesta vpřed bude rýsovat jasněji, budou přibývat další.

Dosažení tohoto cíle bude od organizací ze střední a východní Evropy vyžadovat jistou míru sebereflexe. Budují týmy přímo zaměřené na digitální transformaci? Mají zformulovanou jasnou strategii na nadcházející roky? Kdo rozhoduje o investicích do IT? Komunikují spolu obchodní jednotky a IT oddělení?

Tyto a mnohé další otázky jsme položili v našem průzkumu, ve kterém nám odpovídali zástupci společnosti z celé střední a východní Evropy. Na následujících stránkách analyzujeme získané výsledky. Řečeno v souhrnu, podniky v tomto regionu jsou připraveny přejít na digitální řešení, jakkoli při tom postupují různým tempem. Technologie se neustále vyvíjejí a do budoucna nevidíme, ale jedno je jisté: příležitosti jsou nekonečné.

Philippe Rogge

Viceprezident společnosti
pro střední a východní Evropu

Digitální transformace není žádný pomíjivý trend. Jak k ní přistupují organizace ze střední a východní Evropy?

70 %

pokládá IT řešení ve svém odvětví za nezbytná.

83 %

očekává, že digitální technologie budou podněcovat růst.



23 %

se domnívá, že v první linii změn a narušování zavedených pořádků v jejich odvětví bude jejich vlastní firma.



290 %

je očekávaný růst tržeb na trhu umělé inteligence v nejbližších několika letech.

Strategie tváří v tvář digitální revoluci



Jak důležitá je digitální transformace pro společnosti v regionu střední a východní Evropy?



58 %

uvedlo, že digitální transformaci zaměřují zejména na zapojení zákazníků pomocí inovativních technologií.



60 %

organizací má jasně zformulovanou strategii pro digitální transformaci.



83 %

považuje digitální transformaci za příležitost k růstu.



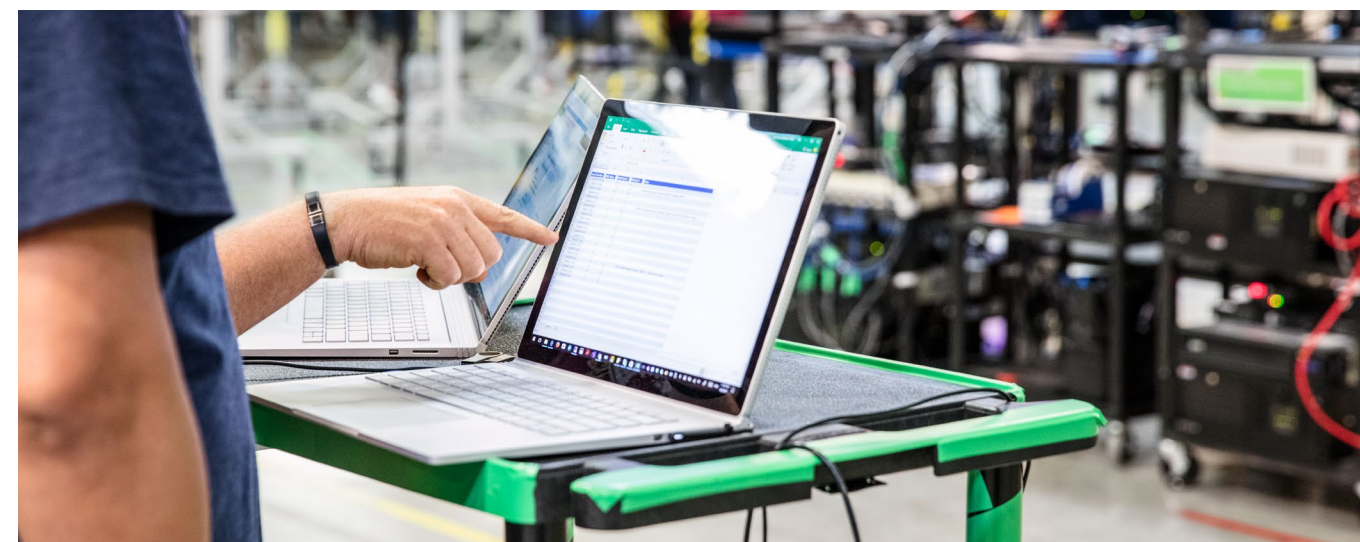
75 %

uvádí, že v souvislosti s digitální transformací očekávají ve svém oboru alespoň částečné narušení zavedených pravidel.



V odvětvích se přepisují zavedená pravidla

S tím, jak digitální technologie pronikají do všech odvětví, se podniky připravují na nevyhnutelnou změnu – obzvláště ve finančním sektoru.



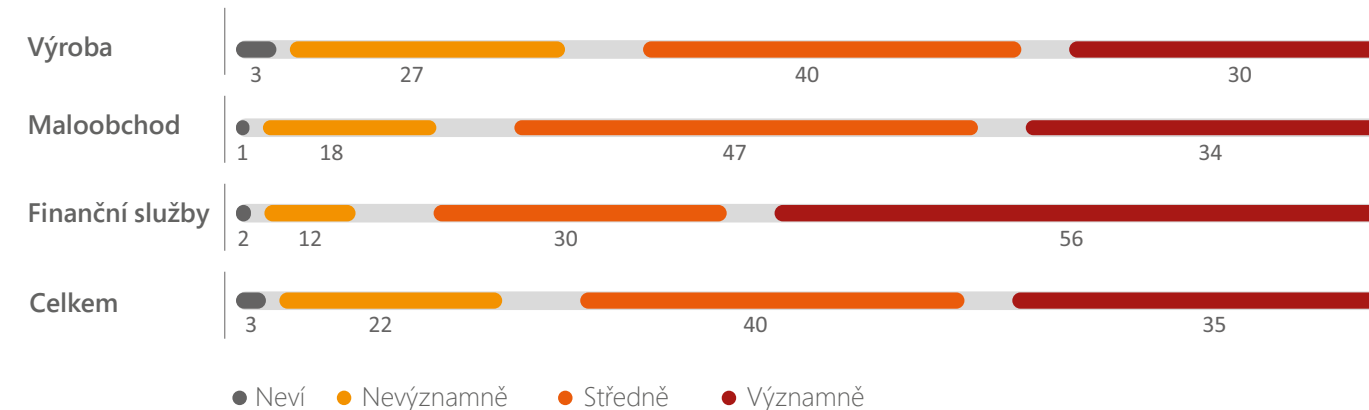
Co skrývá budoucnost, může být těžké předvídat, pokud ale jde o digitální transformaci, většina společností se shoduje, že pokračovat ve starých kolejích zkrátka není možné. Celkem 75 % respondentů z finančního, maloobchodního a výrobního sektoru očekává ve svých odvětvích narušení statu quo přinejmenším ve střední míře.

Obzvláště to platí o oboru finančních služeb, kde zásadní změnu očekává 89 % respondentů a 60 % se domnívá,

že bude velmi významná. To je takřka dvojnásobek procentního podílu respondentů, kteří se na podobné změny připravují v jiných odvětvích.

Jednoduše řečeno, ocitli jsme se uprostřed technologické revoluce. Většina organizací ve střední a východní Evropě ví, že pokud se ještě nezačaly přizpůsobovat, nastává nejvyšší čas.

Ve všech odvětvích se očekává přinejmenším střední narušení zavedených pravidel trhu.



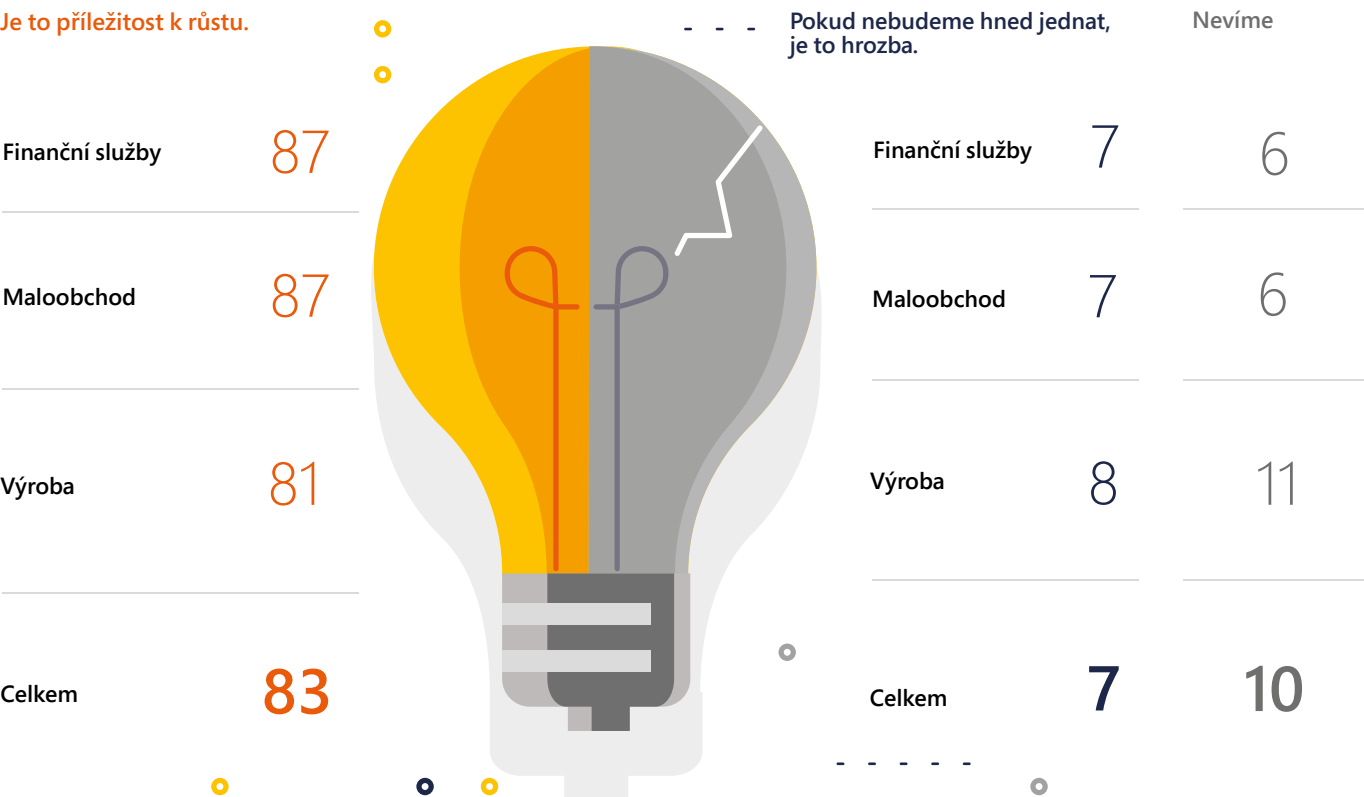
Otázka: Nakolik podle vás budou ve vašem odvětví během příštích dvou let narušena zavedená pravidla? % respondentů, povoleno více odpovědí



Pro většinu společností znamená digitální transformace růst

Digitální optimismus se pohybuje vysoko a většina respondentů se domnívá, že nové technologie jejich podnikání neuškodí, ale naopak prospějí.

Celkově respondenti na digitální transformaci nahlíží pozitivně.



Otázka: Která z následujících tvrzení nejlépe odráží váš pohled na digitální transformaci?
Vnímání digitální transformace v procentech

Narušení zavedených pravidel v oboru může vzbuzovat obavy, zejména když už ho tak bezprostředně očekáváme, zároveň to ale může být pozitivní faktor. Změna je koneckonců nutným předpokladem zlepšení.
Naprostá většina respondentů – až 83 % – je přesvědčena, že digitální transformace je pro jejich podnik příležitostí k růstu. Jen 7 % ji vnímá jako hrozbu a zbývající dotazovaní si nejsou zcela jisti, jak k ní přistoupit.

Tato nálada je v jednotlivých odvětvích víceméně vyrovnaná, jen s malými odchylkami. Neoptimističtější jsou maloobchod a finanční služby, kde se na růst díky digitálním technologiím těší shodně 87 % respondentů.
Nejméně optimismu naopak panuje ve výrobě, nicméně rozdíl není velký: 81 % firem doufá, že digitální revoluce jejich podnik podpoří. V tomto sektoru se ovšem projevuje také nejvíce nejistoty: 11 % respondentů si není jisto, jak reagovat – to je téměř dvojnásobek oproti podílu v jiných odvětvích.



Co pohání digitální transformaci? Snaha zajistit spokojenost zákazníků a kvalitu produktů

Společnosti přecházejí na digitální řešení z mnoha důvodů, ve všech oborech však vystupují do popředí zákaznické zkušenosti a spokojenost.

Mezi argumenty pro přijetí digitálních řešení od respondentů nejčastěji zaznívá potřeba získávat nové zákazníky, zlepšovat jejich dojem z komunikace s firmou a zvyšovat jejich spokojenost. To ukazuje, že pro organizace ze střední a východní Evropy jsou nejčastějšími motivátory pro digitální transformaci faktory související se zákazníky. Provozně a procesně zaměřené cíle, jako snižování nákladů a podpora spolupráce mezi zaměstnanci, jsou podobně důležité, nicméně mají poněkud nižší skóre než zákaznická hlediska.
Respondenti z finančního sektoru pak pokládají za téměř stejně významné jako zákaznické faktory také podnikovou flexibilitu a vývoj nových produktů. V jiných odvětvích to však neplatí.

Hlavním motivátorem k digitální transformaci je ve všech oborech zákaznická zkušenost a spokojenost.

	Celkem	Finanční služby	Výroba	Maloobchod
Zlepšit zkušenosti zákazníků a zvýšit jejich spokojenost	4,1	3,9	4,1	4,1
Zlepšit kvalitu stávajících produktů a služeb	3,9	4,2	3,9	3,8
Získat nové zákazníky	3,8	4,3	3,9	4,2
Snížit celkové náklady	3,8	3,8	3,8	3,7
Zlepšit přehled o klientech	3,7	3,5	3,9	3,7
Zlepšit komunikaci a spolupráci v podniku	3,7	3,9	3,8	3,6
Lépe sladit cíle IT a obchodních oddělení	3,6	3,9	3,5	3,5
Zlepšit interní provozní procesy např. v personálním, finančním a nákupním oddělení	3,6	3,6	3,7	3,6
Zlepšit podnikovou flexibilitu	3,6	4,0	3,6	3,8
Vývoj a uvádění nových produktů a služeb	3,4	4,1	3,6	3,4
Zjednodušit produktové portfolio	3,3	3,8	3,5	3,3
Expandovat na nové trhy (do jiných regionů nebo zemí)	3,1	3,0	3,5	3,2

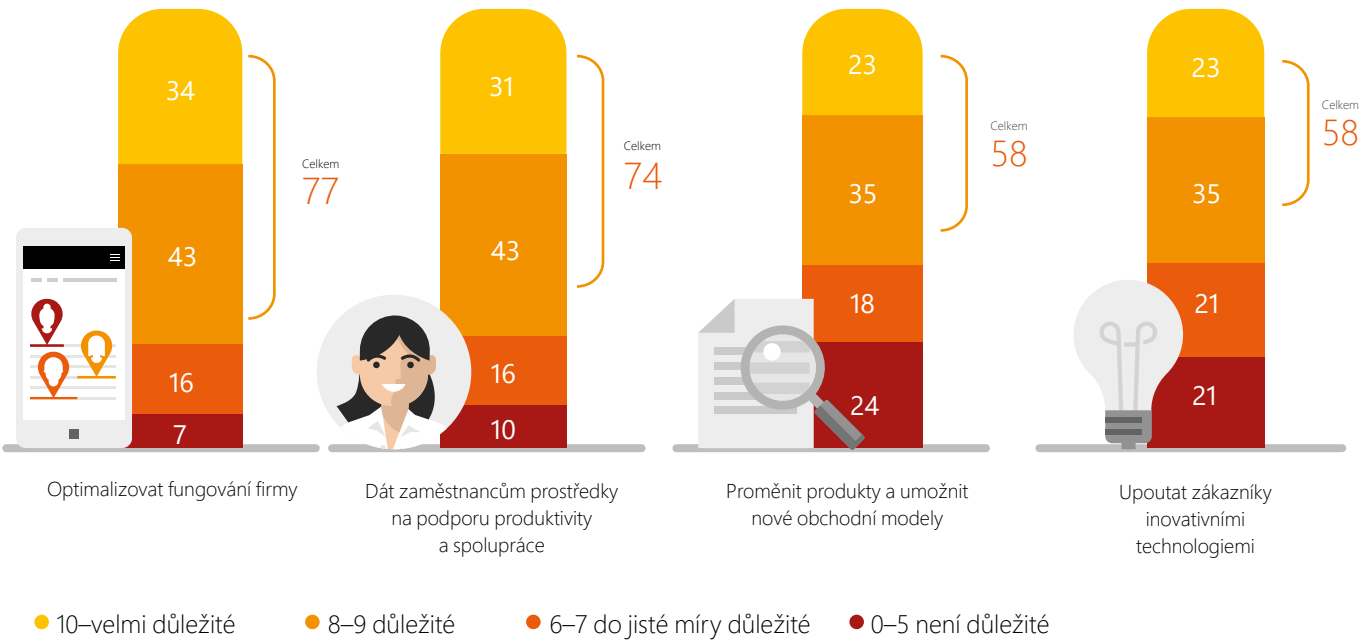
Otázka: Zhodnotte důležitost těchto obchodních priorit pro vaši organizaci či oddělení v příštích 12 měsících.
Střední hodnota od 1 (nejméně důležité) do 5 (nejdůležitější)



Společnosti očekávají, že digitální transformace zlepší efektivitu, produktivitu a spolupráci

Co organizace očekávají od digitálních iniciativ? Víc než co jiného změnu svého stylu práce

V otázce na pilíře digitální transformace zmiňovali respondenti jako nejdůležitější optimalizaci fungování firmy.



Otázka: Jak hodnotíte důležitost následujících pilířů digitální transformace pro potřeby vaší organizace?
% respondentů, povoleno více odpovědí

Jak jsme viděli, pro mnoho podniků je konečným cílem digitální transformace získávání a udržení zákazníků. Existují ale další, bezprostřednější potřeby, které si také žádají digitální řešení?
Podle 77 % respondentů je jedním ze zásadních pilířů digitální transformace optimalizace fungování firmy. Téměř stejné množství, konkrétně 74 %, je podobně nadšeno možnostmi pro zaměstnance a posílením produktivity a spolupráce. Oba tyto přínosy jsou úzce propojeny s výkonností podniku i zaměstnanců.

Jen 58 % respondentů se ve srovnání s tím domnívá, že k velmi nebo poměrně důležitým pilířům patří proměna produktů, umožnění nových obchodních modelů a upoutání zákazníků díky inovativním technologiím.
Naznačuje to, že společnosti mají cíle orientované na zákazníky v dlouhodobém plánu, právě teď ale od digitální transformace potřebují vylepšení svého interního fungování.



K využití digitálních řešení potřebují firmy více zkušených pracovníků

Region střední a východní Evropy přistupuje k digitální transformaci, řada podniků však vnímá, že mají-li z ní těžit, musí přijmout určitá opatření.

Nejčastěji podniky v souvislosti s digitální transformací uvažují, jak řešit nedostatek zkušených pracovníků.

	Celkem	Finanční služby	Výroba	Maloobchod
Zkušených specialistů je nedostatek, chybějí pracovní síly.	3,3	3,2	3,4	3,2
Konkurence se zintenzivňuje a společnosti jsou tlačeny držet ceny nízko.	3,2	3,3	3,4	3,5
Zákazníci jsou stále náročnější.	3,1	3,3	3,1	3,3
Na trhu roste citlivost vůči cenám.	3,1	3,1	3,2	3,3
Celková dynamika trhu se rychle mění, musíme být flexibilnější.	3,0	3,3	3,0	3,2

Otázka: Do jaké míry souhlasíte s následujícími tvrzeními týkajícími se ekonomického prostředí, v němž se vaše organizace pohybuje?
Střední hodnota od 1 (nejméně důležité) do 5 (nejdůležitější)

V souvislosti s probíhající technologickou revolucí vnímají organizace několik problematických témat. Nejnaléhavějším z nich – obzvláště ve výrobním sektoru – je nedostatek zkušeného personálu. Ve finančním odvětví a v maloobchodě jsou zásadnější další problémy související se zákazníky, především skutečnost, že konkurence se zintenzivňuje a společnosti jsou nuceny držet ceny nízko. Zákazníci jsou zároveň stále náročnější a i na to musí organizace reagovat.

Mění se dynamika trhu zajímá především finanční sektor, maloobchod pak více sleduje rostoucí citlivost vůči cenám. Společnosti se tedy soustředí na přípravu svých pracovníků – a svých produktových nabídek – na nadcházející transformaci. Nové technologie nemění jen podniky, ale i spotřebitele. A s posunem očekávání se musí posouvat i organizace a trhy, na nichž působí.



Přední finanční společnost kráčí do digitální budoucnosti

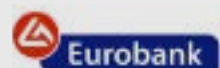
Eurobank je se 700 pobočkami po celém světě jednou z nejdůležitějších řeckých bank. S ohledem na tak velký objem zákaznických dat potřebovala optimalizovat nakládání s informacemi a také způsoby jejich zpracování.

Eurobank vyhodnotila, že s ohledem na tuto skutečnost potřebuje své služby přepracovat a nabídnout nové webové stránky pro zákazníky i nový firemní intranet. Zároveň chtěla posílit důraz na moderní datové analýzy a funkce business intelligence. Díky službám Microsoft Office 365 snížila Eurobank počet svých obchodních sestav ze 100 na 20. Navíc se výrazně zlepšila spolupráce a sdílení obsahu mezi zaměstnanci, kteří mají přístup k intranetu kdykoli, odkudkoli a z jakéhokoli zařízení. S digitální transformací v jádru své IT strategie vstupuje Eurobank do moderní doby, aniž by ztrácela svůj lidský přístup.



*„Jádrem naší **strategie** je rozumět našim **zákazníkům** a dokázat se **rozhodovat na základě dat** tak, abychom jim kdykoli a kdekoli nabídli prostředí na míru – a toho nemůžeme dosáhnout **bez digitálních řešení**.“*

Provozní ředitel Eurobank
Stavros Ioannou



Eurobank není jen jedna z největších bank v Řecku, ale především skutečný globální hráč. Škálu finančních produktů a služeb nabízí individuálním i firemním klientům od roku 1990. Provozuje 700 center zákaznických služeb, má přes 13 tisíc zaměstnanců a celková aktiva v hodnotě více než 60 miliard eur.

Přečíst si celou studii



Každá čtvrtá společnost má ambice změnit pravidla hry v odvětví

Organizace ze střední a východní Evropy se na změny ve svých oborech vesměs těší. Neshodnou se ale na tom, odkud může přijít šok a kdo ho způsobí.

Každá revoluce má své hybatele. Kdo ale bude měnit zavedené pořádky, pokud jde o digitální transformaci?

Firmy v regionu střední a východní Evropy se neshodují na jednom „podezřelém“, celých 23 % respondentů si je ovšem jisto, že v čele změn bude právě jejich společnost.

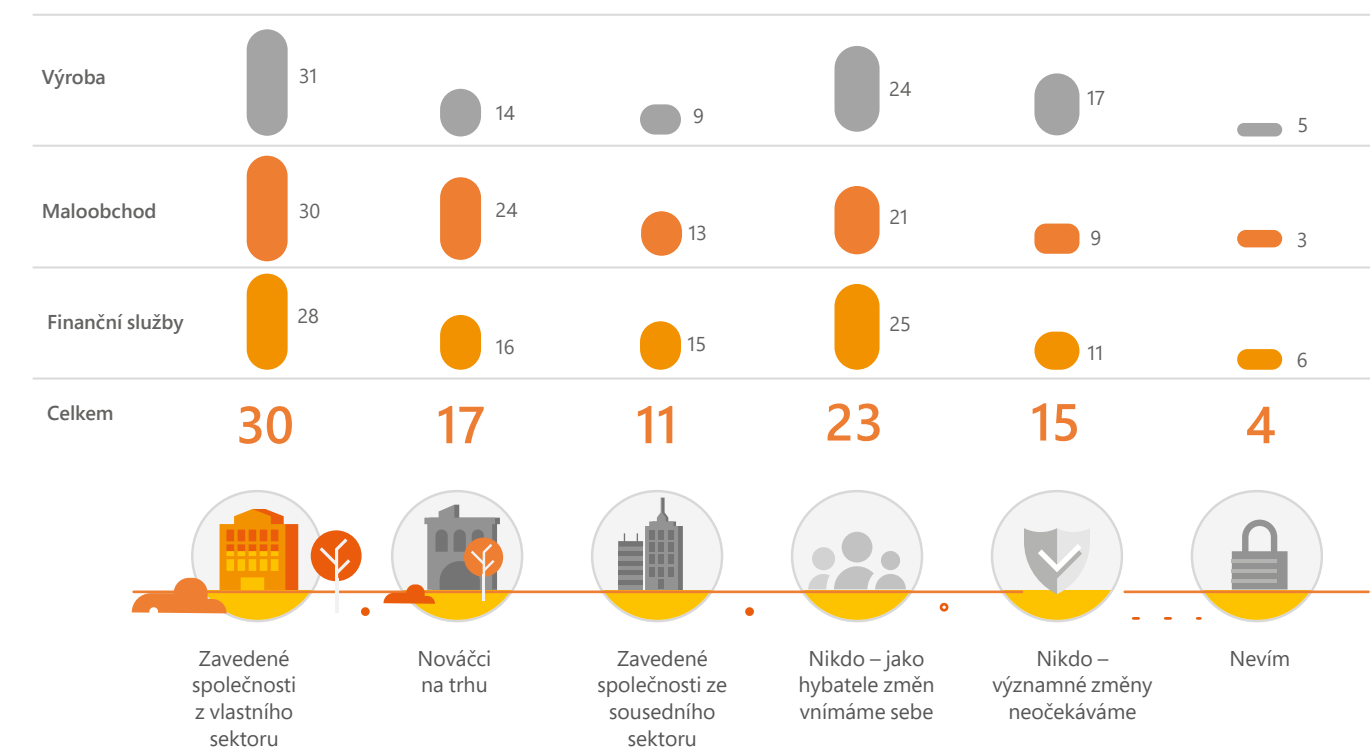
Dalších 30 % však očekává narušení stávajících pravidel ze strany zavedených konkurentů ve svém odvětví.

Respondenti ale nepodceňují ani nováčky. Až 17 % z nich se domnívá, že převrátet stávající pořádky budou firmy, které nově vstupují na trh. Obzvláště to platí v maloobchodě. Je to

jediný sektor, kde při určování budoucích hybatelů změn více respondentů (24 %) zmiňovalo nové podniky než své vlastní firmy (21 %).

Jen menšina dotazovaných neočekává žádné větší změny, rekrutují se zejména z odvětví výroby, kde má podobný názor 17 % účastníků. Napovídá to, že společnosti si převážně jsou blížících se posunů vědomy.

Většina společností očekává na trhu výrazné změny, neshodují se však na tom, odkud mají přijít.



Otázka: Odkud přijdou nejvýraznější změny na trhu?
% respondentů, povoleno více odpovědí



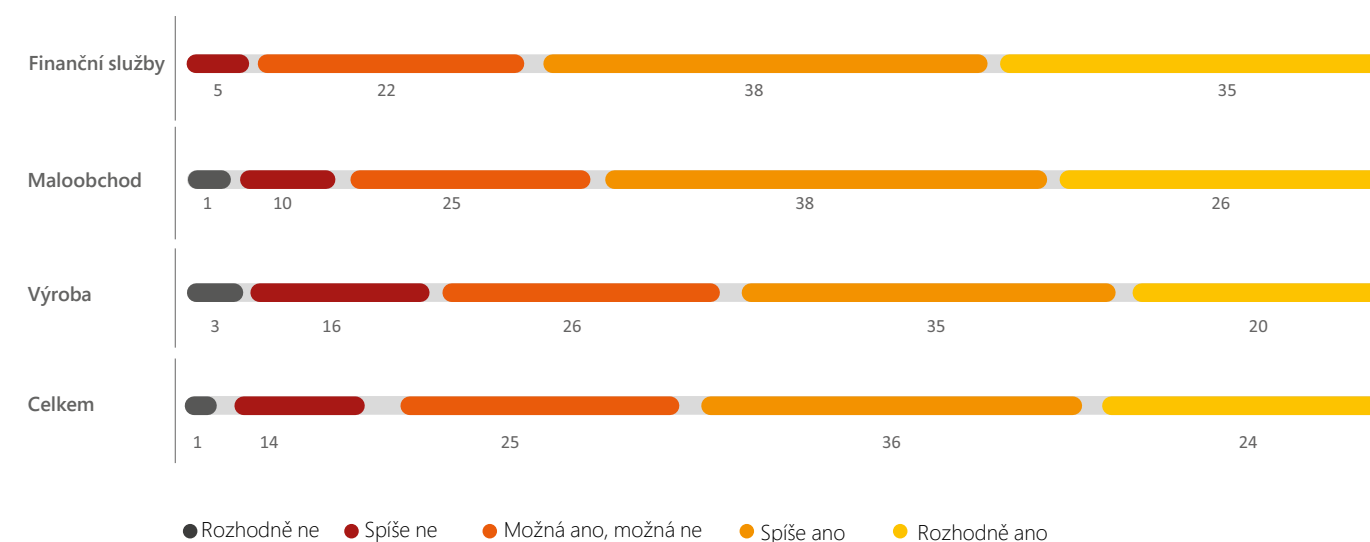
Většina firem má zformulovanou strategii pro digitální transformaci – neplatí to ale o všech

S probíhající digitální transformací společnosti připravují formální strategie, které jim pomohou projít nadcházejícími změnami.

Organizace ze střední a východní Evropy vstupují do nové technologické éry, která slibuje narušení zavedených pravidel, růst, lepší procesy a spokojenější zákazníky. Mnoho společností v reakci na to plánuje dopředu a připravuje se na budoucnost, další to ale nedělají nebo si nejsou jisté, zda tímto směrem postupují. Celých 60 % respondentů ve společnostech pracuje s jasnou strategií digitální transformace. Jen 24 % ale s jistotou potvrzuje, že takovou strategii skutečně uplatňují. Tento trend

je nejvýraznější v odvětví finančních služeb, kde 74 % respondentů uvádí, že formální strategii mají v plánech, a až 36 % tvrdí, že ji rozhodně uplatňují. Výrobní sektor je ve srovnání s tím na digitální revoluci připraven méně. Celých 18 % respondentů připustilo, že jejich společnost žádnou strategii nemá, dalších 28 % si není zcela jisto, zda taková strategie existuje, i když to nevylučují.

Většina organizací si zformulovala strategii pro digitální transformaci, čtvrtina ji ale nemá nebo si tím není jista.



Otázka: Souhlasíte, nebo nesouhlasíte s tvrzením, že vaše organizace má jasnou či formální strategii pro digitální transformaci?
% respondentů, povoleno více odpovědí



23 % odhaduje, že v první linii změn bude jejich vlastní firma.



Doručování zásilek v digitálním věku

Společnost Posta Slovenije založená v roce 1995 má na starost celý poštovní systém ve Slovinsku. Zaznamenávat a sledovat doručování zásilek je tedy pro ni zcela nezbytné.

Vzhledem ke všudypřítomnosti mobilních zařízení došla společnost Posta Slovenije k závěru, že bude dobré vytvořit aplikaci pro potřeby svých 2 500 pracovníků v terénu. S touto myšlenkou oslovila společnost Microsoft Services (MCS) a zadala jí vývoj této aplikace, která měla být v pilotním provozu poskytnuta 400 zaměstnancům. Divize MCS se společností Posta Slovenije při návrhu koncepce úzce spolupracovala. Cílem řešení bylo dát

pracovníkům pošty mobilní zařízení připojené k mobilní tiskárně, které bude přenášet data do podpůrných podnikových systémů.

Díky hostování těchto dat v prostředí Azure se poště zároveň podařilo zredukovat papírovou administrativu a ušetřit náklady. Výsledky byly tak pozitivní, že Posta Slovenije momentálně uvažuje o nabídce infrastruktury jako služby.

- + Redukce papírové administrativy a úspora nákladů
- + Modernizované základní obchodní procesy
- + 2 500 pracovníků v terénu vybaveno moderními nástroji
- + Zavedena bezpečná správa aplikací a zařízení



Posta Slovenije je státní poštovní služba zodpovědná za veškeré doručování pošty ve Slovinsku. Se svými 5 860 pracovníky plní povinnosti jediného poskytovatele poštovních služeb v zemi od roku 1995.



Přečíst si celou studii

Implementace digitální transformace



Jak firmy ze střední a východní Evropy postupují na cestě k digitální transformaci?



46 %

uvádí, že iniciativy digitální transformace jsou obvykle řízeny jako projekty přesahující hranice oddělení.



69 %

tvrdí, že za návrhy nákupů v IT nejčastěji zodpovídají pracovníci s rozhodovací pravomocí, obchodní manažeři nebo celé týmy.



64 %

popisuje dobré vztahy mezi obchodními jednotkami a IT oddělením.



Organizační jednotky se intenzivně zapojují do návrhů investic do IT

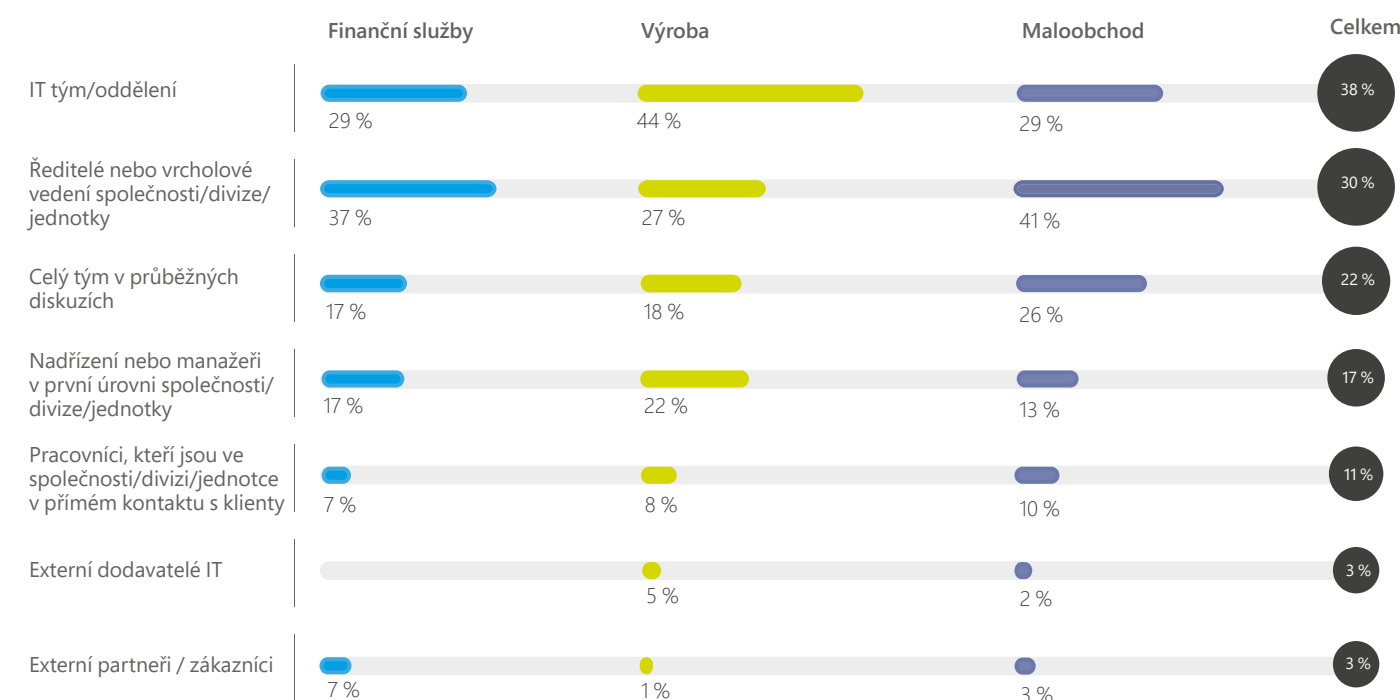
Pracovníci zodpovědní za technická rozhodnutí již v podnicích neprosazují investice do IT sami: procesu návrhu a pořízení se účastní i další zainteresované strany.

Kdo doporučuje pořízení nových IT řešení? Tato povinnost bývala plně na bedrech pracovníků s rozhodovací pravomocí v technické oblasti. Dnes jsou ale technologie natolik všudypřítomné, že se zodpovědnost rozšířila i do dalších podnikových složek.

Asi 70 % respondentů ve skutečnosti uvádí, že za návrhy nákupu IT nejčastěji zodpovídají pracovníci s rozhodovací pravomocí v obchodní oblasti, obchodní manažeři nebo celý tým, a nikoli jen ti, kdo mají pravomoc rozhodovat o technických otázkách.

I když IT tým zůstává hlavním hybatelem změn ve 38 % organizací, ředitelé a vrcholové vedení začali být téměř stejně důležití a jako iniciátory budoucích nákupů je vyzdvihlo 30 % respondentů. V některých sektorech, jako je maloobchod a finanční služby, tato druhá skupina dokonce předstihuje pracovníky s rozhodovací pravomocí v technické oblasti a iniciuje proces akvizice v 41 %, respektive 37 % organizací. Ve výrobním sektoru si ovšem IT týmy udržely největší vliv a ve 44 % dál vedou návrhy na nákupy.

IT oddělení nejsou při návrzích na pořízení nových technologií osamocena. Ve všech sektorech se na nich podílejí i další podnikové složky.



Otázka: Kdo při akvizici specializovaných IT nástrojů pro vaši organizaci/oddělení obecně jako první navrhuje pořízení určitého IT nástroje?
% respondentů, povoleno více odpovědí

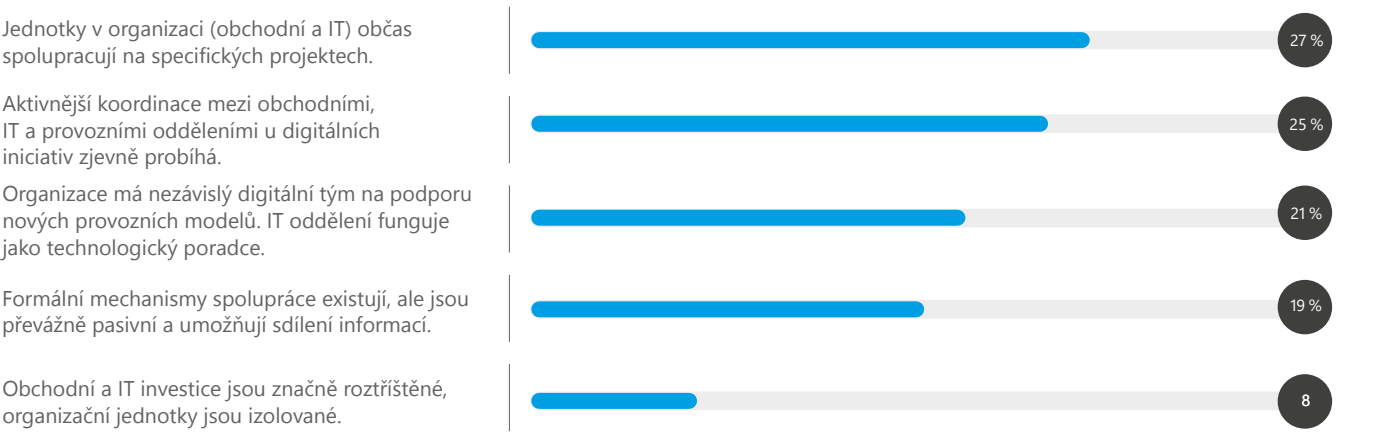


Spolupráce pohání digitální iniciativy vpřed

Obchodní a IT týmy na projektech digitální transformace stále častěji spojují síly. V mnoha společnostech v regionu střední a východní Evropy jsou však obchodní organizační jednotky stále izolované nebo nejsou zvyklé na aktivní spolupráci.

Má-li se v organizaci zavést nějaká změna, pomáhá, když za ní stojí několik divizí. Nejenže to podporuje týmovou práci a koordinaci, ale rozvíjet se mohou také inovace. Téměř polovina organizací, které se průzkumu účastnily, uvedla, že digitální iniciativy jsou obvykle záležitostí několika oddělení a vyžadují aktivní spolupráci obchodních a IT oddělení. 21 % respondentů má dokonce zvláštní, nezávislou „digitální skupinu“, která má podporovat nové provozní modely a IT specialisté v ní fungují jako technologičtí poradci. V jiných společnostech v regionu střední a východní Evropy je nicméně spolupráce slabší. 27 % respondentů uvedlo, že organizační jednotky pracují společně jen zřídka a na specifických projektech. 19 % upozornilo, že mechanismy spolupráce sice existují, nenabízejí však o moc víc než sdílení informací. A 8 % odpovědělo, že aktivity obchodních oddělení a investice do IT zůstávají oddělené.

Obchodní a IT týmy se při uvádění digitálních iniciativ stále častěji sladují. Neplatí to ale o všech organizacích ze střední a východní Evropy.



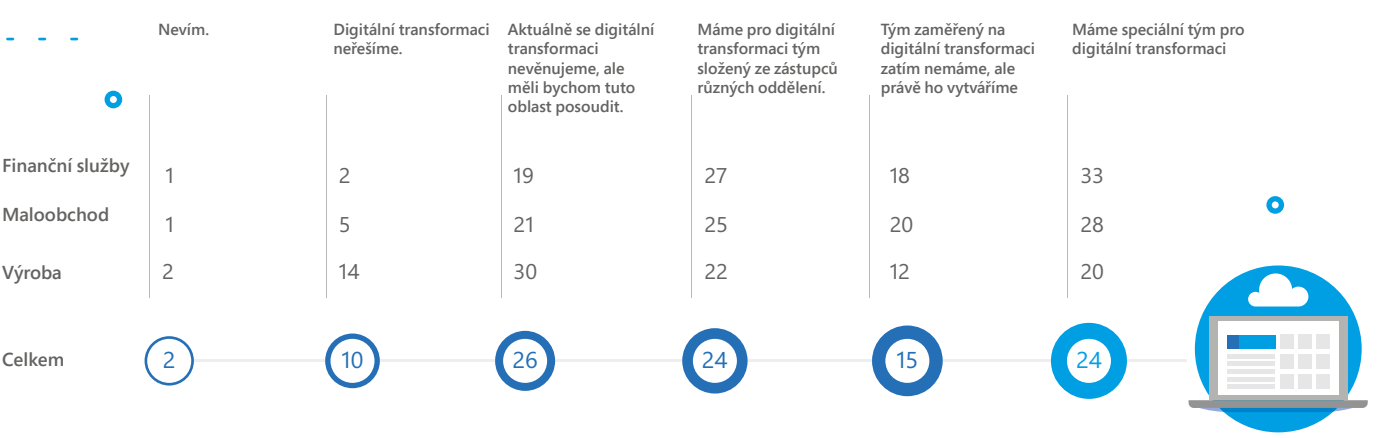
Otázka: Které tvrzení nejlépe vystihuje spolupráci vašich obchodních a IT oddělení, pokud jde o koordinaci digitálních iniciativ? % respondentů, povoleno více odpovědí



Týmy pro digitální transformaci upevňují svou pozici

Nové technologie otřásají podobou všech odvětví, většina organizací ve střední a východní Evropě proto buď už zformovala týmy, jež se převratnými změnami spojenými s digitálními technologiemi mají zabývat, nebo se k tomu chystá.

Většina společností sestavila týmy zaměřené na digitální transformaci nebo je právě vytváří.



Otázka: Jakou strukturu v organizaci uplatňujete při řešení digitální transformace? % respondentů, povoleno více odpovědí

Digitální transformace mění podmínky na trhu pro mnoho podniků. Jak na to reagují? Starají se, aby měly na tuto práci ty správné lidi. Ve 24 % firem, které se účastnily průzkumu, funguje vyhrazený tým pro digitální transformaci, u dalších 24 % působí týmy složené z více oddělení. A tato čísla mají všechny předpoklady se dále zvyšovat. Dalších 15 % respondentů totiž uvedlo, že tým pro digitální transformaci momentálně nemají, ale brzy ho doplní.

Na druhé straně 36 % společností se digitální transformaci aktuálně nevěnuje, i když dvě třetiny z nich jsou ochotny tento postoj do budoucna přehodnotit. Obzvláště kritická je situace ve výrobě, kde digitální transformaci zanedbává 44 % společností, více než v kterémkoli jiném sektoru. Odvětví finančních služeb je připraveno lépe: 33 % respondentů tvrdí, že jejich společnost má vyhrazený tým pro digitální transformaci, zatímco ve výrobě je to jen 20 % respondentů.

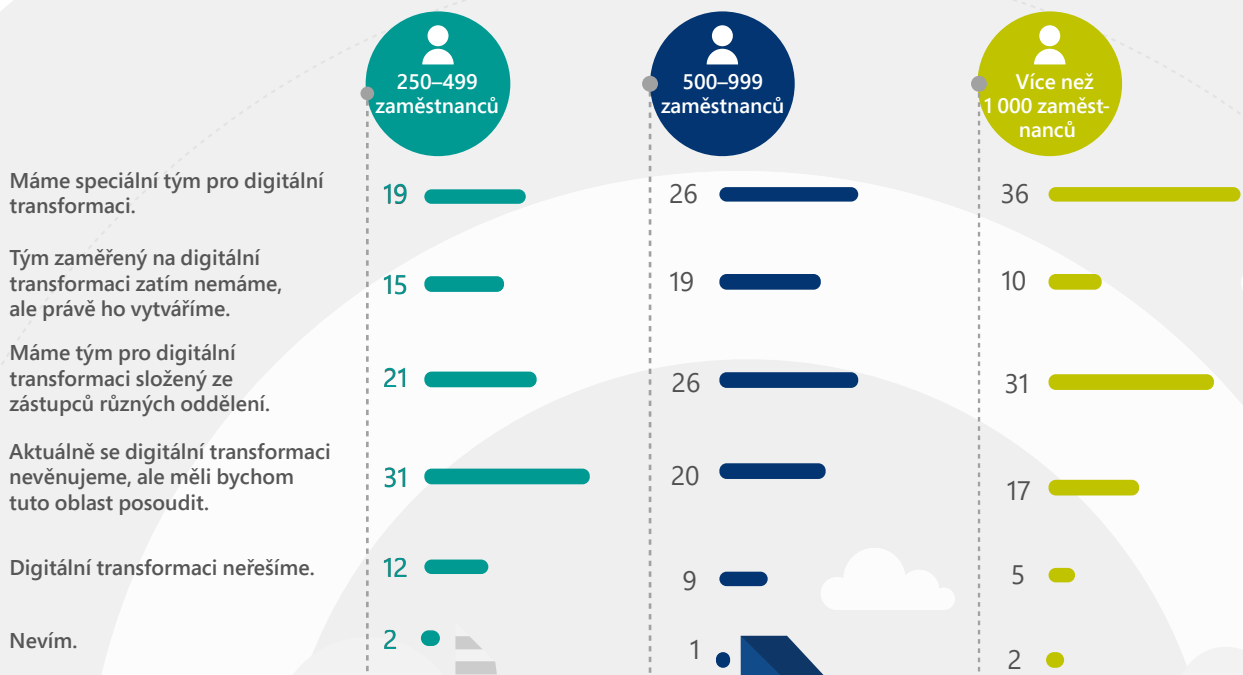


Větší společnosti vedou v iniciativách digitální transformace

Nezávisle na odvětví platí jeden trend: čím větší je společnost, tím lépe je připravena na digitální transformaci. 36 % organizací s více než tisíci zaměstnanci má vyhrazený tým pro digitální transformaci, dalších 31 % z nich disponuje týmy složenými z více oddělení a 15 % takový tým nemá, ale právě ho buduje. Ve společnostech s 250–499 zaměstnanci naproti tomu sice 40 % má specializovaný tým nebo tým z více oddělení, ale celých 43 % se digitální transformací nezabývá – tento podíl je větší než u podniků s více zaměstnanci.

Společnosti s 500–999 zaměstnanci tento trend potvrzují a ve všech hodnotách se řadí doprostřed mezi menší a větší firmy, s výjimkou plánů na digitální transformaci: tým pro digitální transformaci právě vytváří 19 % z nich, nejvíce ze všech typů organizací podle velikosti.

Větší společnosti obecně mívají zvláštní tým pro digitální transformaci.



Otázka: Jakou strukturu v organizaci uplatňujete při řešení digitální transformace? % respondentů, povoleno více odpovědí



36 %
organizací s více než 1 000 zaměstnanci má specializovaný tým pro digitální transformaci.



Pracoviště budoucnosti ve společnosti Schneider Electric Russia

Přesunutím své interní komunikace a dokumentace do cloudu usnadnila společnost Schneider Electric Russia svým zaměstnancům spolupráci a reakci na potřeby zákazníků.

Schneider Electric je jedním z největších světových inovátorů v energetice. Ruská pobočka společnosti řídí pět závodů, čtyři technická centra, síť logistických zdrojů a kancelářská střediska po celé zemi.

Přesto ještě v roce 2016 používala k firemní komunikaci a dokumentaci zastaralý software. S našimi aplikacemi Office 365 vyvinula společnost Schneider Electric Russia pracoviště budoucnosti postavené na cloudu, kde je jednodušší vyhledávat a sdílet obchodní informace a zaměstnanci mohou navzájem i se zákazníky komunikovat bez prodlev.

Teď je společnost skutečně orientovaná na zákazníka: přiblížila se mu a dokáže okamžitě reagovat na jeho potřeby. Přečtěte si, co tato transformace pro společnost Schneider Electric znamenala. <https://aka.ms/Ytssxk>

- + Rozhraní pro užší komunikaci se zákazníky postavené na Skypu pro firmy
- + Rychlejší tok obchodní dokumentace
- + Nové možnosti snižování nákladů
- + Zaměstnanci mohou produktivně pracovat kdykoli a odkudkoli



Společnost Schneider Electric byla založena ve Francii v roce 1836 a je jedním z největších světových hráčů na poli energetického řízení a automatizace. Nabízí řešení pro domácnosti, budovy, podniky, datacentra a infrastrukturu. Působí zhruba ve stovce zemí a zaměstnává přibližně 144 000 lidí.

Přečíst si celou studii

Na rozhodnutích o IT se podílejí všechny jednotky

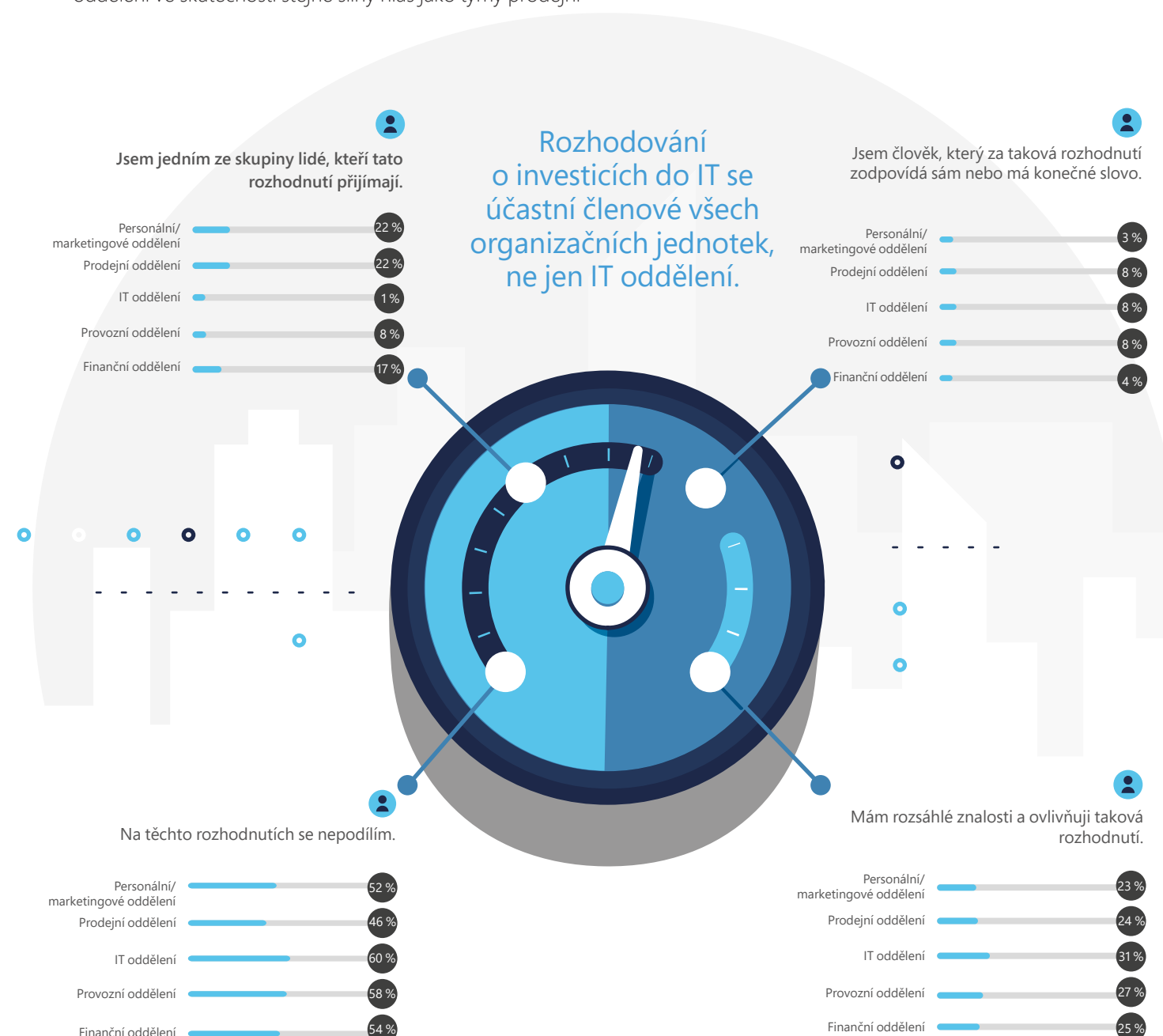
V rozhodování o investicích do IT se často téměř stejnou měrou jako IT zapojují prodejní, finanční, personální a provozní oddělení.

IT oddělení stále ovlivňuje investice do této oblasti více než kterákoliv jiná, míra jeho zapojení činí 31 %. To nepřekvapí. Pozoruhodnější nicméně je, že provozní, finanční a prodejní oddělení v podílu na tomto rozhodování příliš nezaostávají – míra zapojení u nich je 27 %, 25 % a 24 %.

Pokud jde o pravomoc ke konečnému rozhodnutí, mají IT oddělení ve skutečnosti stejně silný hlas jako týmy prodejní

a provozní – kompetenci k určení investic do IT shodně u 8 % respondentů.

Podobně, jako jsme viděli už u návrhů investic, jsou nyní i samotná rozhodnutí o nákupu záležitostí celé společnosti a podílejí se na nich všechny divize.



Otázka: Které z následujících tvrzení nejlépe popisuje vaše zapojení do rozhodování o investicích do IT týkajících se vaší organizace?
% respondentů, povoleno více odpovědí

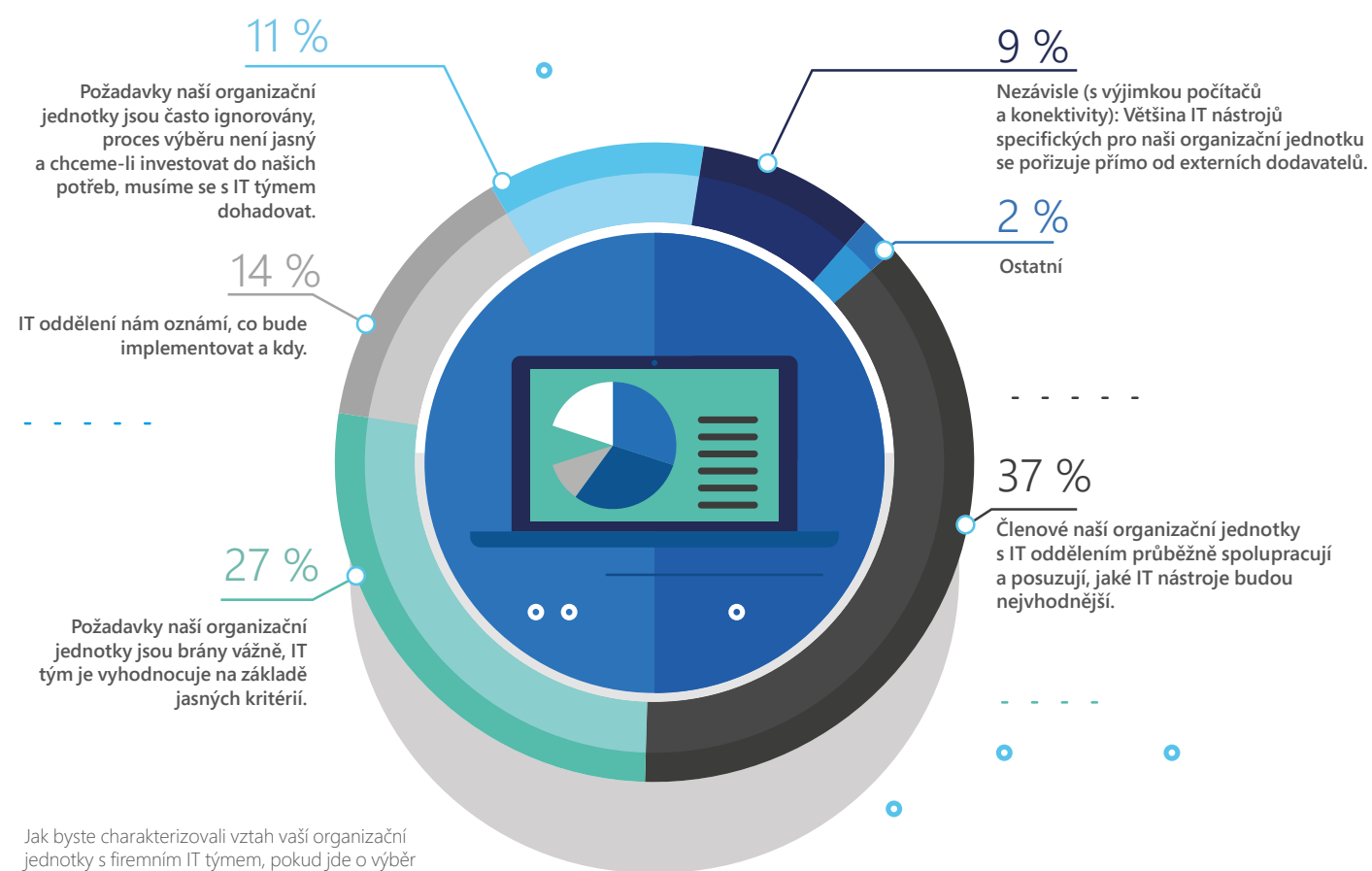
Manažeři a IT řeší otázky IT společně

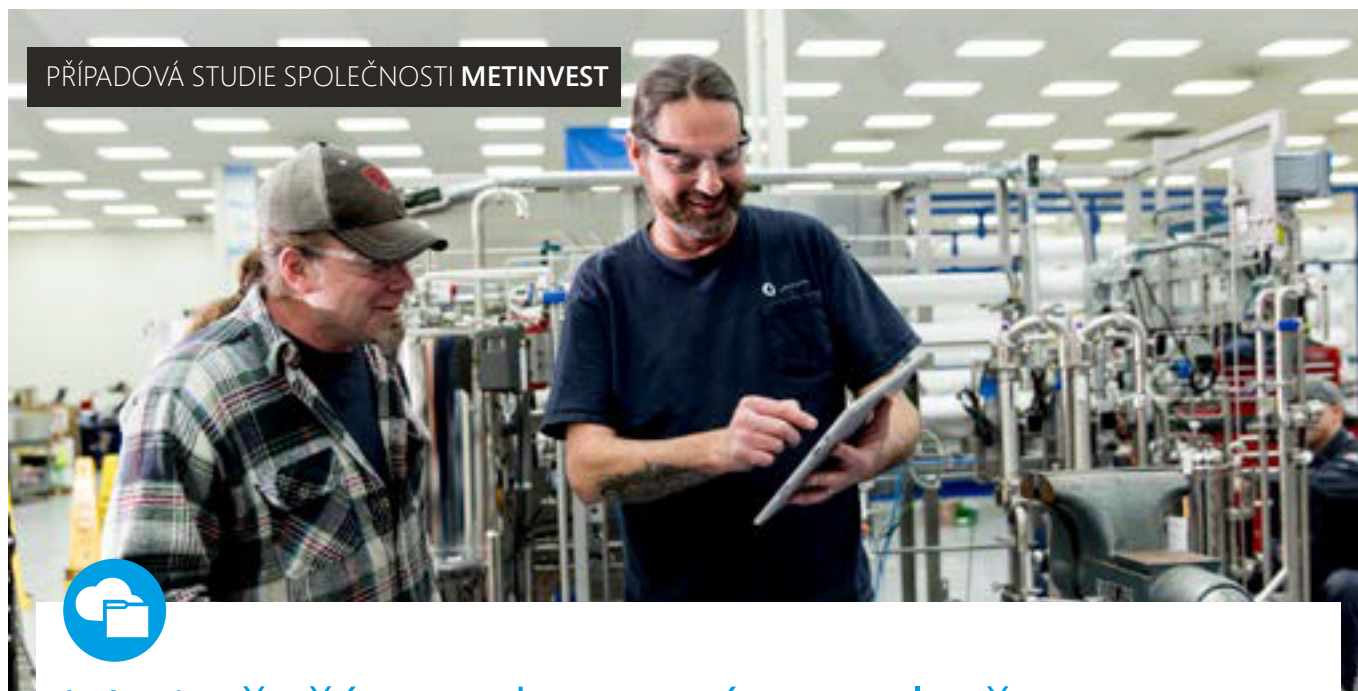
Vztah mezi IT oddělením a obchodními jednotkami prochází ve všech oborech proměnou, která napovídá, že organizace v regionu střední a východní Evropy se aktivně vydávají cestou digitální transformace.

Spolupráce na klíčových iniciativách digitální transformace je jedna věc, týmová práce v této oblasti se však děje průběžně. Obchodní a IT oddělení stále častěji spolupracují na posouzení, jaké IT nástroje bude vhodné nasadit a kdy. Až 37 % respondentů v celém regionu popsalo, že vztahy mezi IT a obchodními odděleními u nich fungují dlouhodobě, včetně pravidelné spolupráce na zhodnocení, které nástroje se mají nasadit. Dalších 27 % označilo tyto vztahy za zdravé – byť nikoli trvalé – a uvedlo, že IT obvykle bere požadavky obchodních oddělení vážně.

Spolupráce však není zajištěna vždy. Podle 20 % respondentů IT a obchodní oddělení dál fungují jako samostatné, nezávislé subjekty. Dalších 14 % uvedlo, že IT jednostranně rozhoduje, co se bude implementovat a kdy, a jednotlivé organizační jednotky spolu příliš nekomunikují. Naznačuje to, že jakkoli digitální transformace mění vnitřní fungování firem, čeká podniky ještě hodně práce.

Spolupráce mezi obchodními odděleními a IT je běžnější, ne však samozřejmá.





Největší soukromá společnost na Ukrajině posiluje IT

Metinvest je jeden z největších průmyslových holdingů ve východní Evropě. A teď má interní IT služby, které se vyrovnají jeho špičkové nabídce v odvětví ocelářství.

Mohli byste si myslet, že společnost produkující 11 milionů tun surové oceli ročně bude se svou stávající výkonností spokojena. Pro Metinvest to ale neplatí.

Hutníci věří, že tím nejen upevní své stávající úspěchy, ale především si zajistí budoucí růst.

Ukrajinský gigant doufá, že svou efektivitu ještě zvýší vytvořením interní IT služby srovnatelné s tím, co by mu mohla nabídnout externí firma. Spoléhá se při tom na platformu Microsoft Dynamics 365.

Změnou koncepce fungování chce Metinvest posílit spolupráci, získat lepší přehled o obchodních procesech, zlepšit realizaci projektů a podpořit obchodní cíle ve všech svých dílčích týmech.



*„K transformaci toho, jak zajišťujeme IT služby, jsme chtěli ten **nejlepší nástroj**, jaký na trhu najdeme.“*

Sergej Děťjuk

Ředitel pro informační technologie, Metinvest



Skupina Metinvest Group, založená v roce 2006, zahrnuje několik ocelářských a těžbařských společností na Ukrajině, v Bulharsku, Itálii, ve Spojených státech a Velké Británii. Momentálně je největší soukromou společností na Ukrajině a 13. největší ve střední a východní Evropě.



[Přečíst si celou studii](#)

Aktualizace technologií v digitální budoucnosti



Jakou roli hraje IT v budoucnosti firem ze střední a východní Evropy?



70 %

míní, že informační technologie jsou v jádru jejich každodenního fungování i dlouhodobé strategie.



37 %

uvedlo, že se v budoucích investicích zaměří na funkce prediktivní analýzy.



94 %

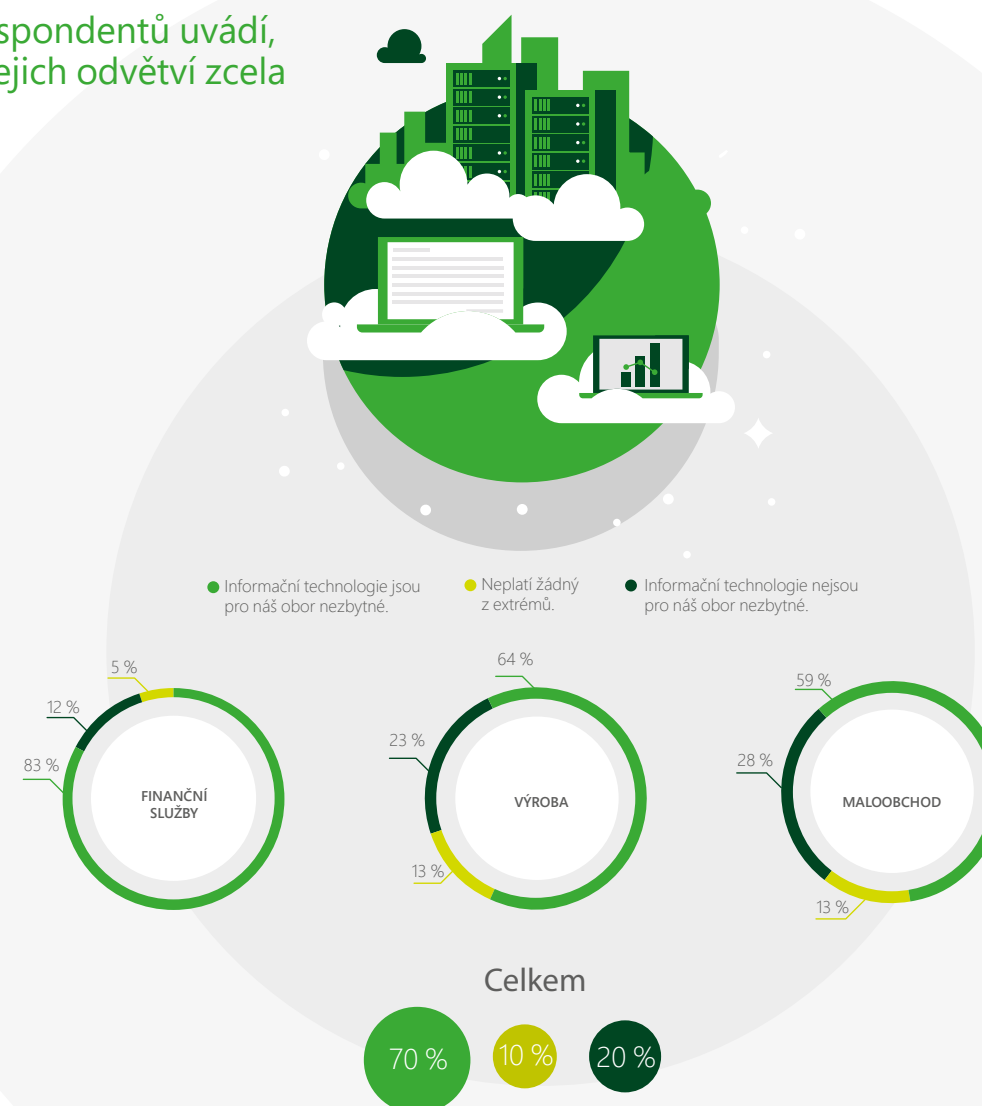
manažerů se domnívá, že umělá inteligence bude důležitá při řešení strategických výzev.



Informační technologie vnímá většina oborů jako nezbytné

Digitální transformace není jen módní termín. Většina organizací ze střední a východní Evropy chápe, že nové technologie jsou pro jejich fungování nezbytné.

Většina respondentů uvádí, že IT je v jejich odvětví zcela zásadní.



V dnešních měnících se ekonomických podmínkách není lehké udržet si postavení a konkurenceschopnost. A to je chvíle pro IT řešení, která společně pomohou proměnit jejich fungování a provoz.

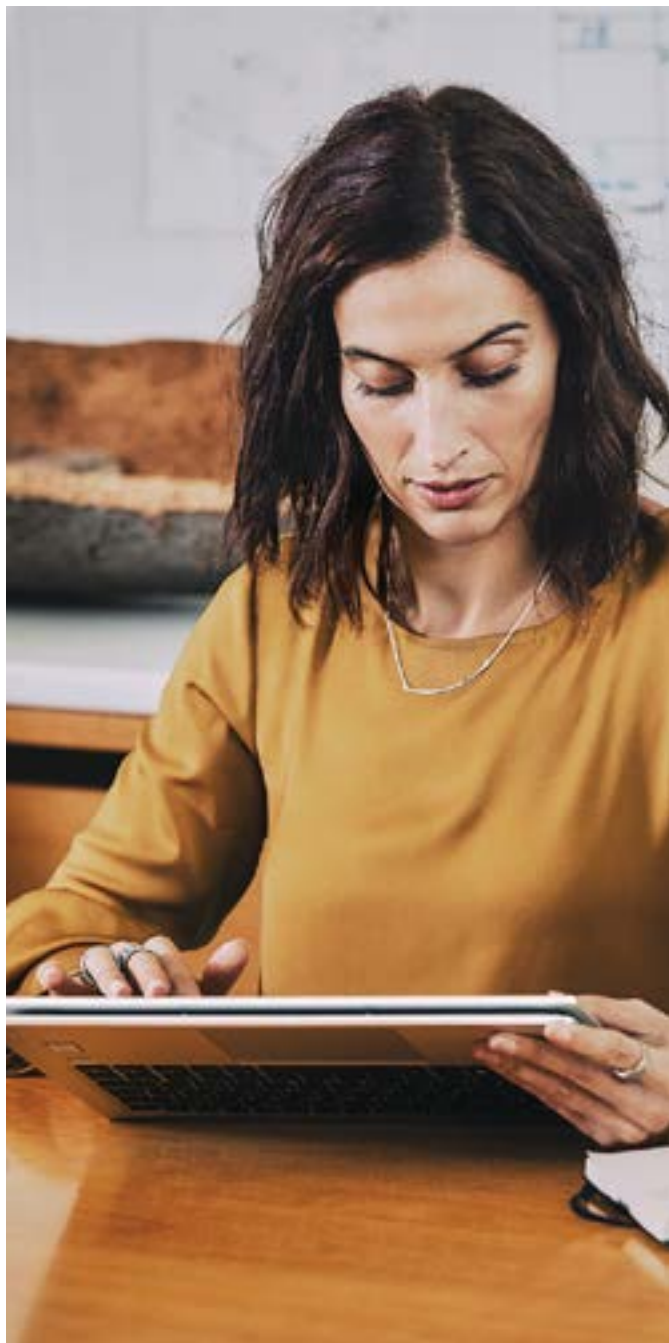
70 % respondentů říká, že digitální řešení jsou v jejich provozu a dlouhodobé strategii klíčová. Obzvláště to platí ve finančním odvětví, kde takto odpovědělo 83 % respondentů.

Naproti tomu v maloobchodě sice IT technologie hrají zásadní roli, ve srovnání s dalšími odvětvími ale nejsou tak důležité: 28 % respondentů neintegruje tato řešení do svých interních procesů.



Cloudové technologie jsou pokládány za motor změn

Online týmovou práci, zabezpečení a úložná řešení si spojujeme s cloudovými nástroji, které jsou široce vyzdvihovány jako motivátory digitální transformace.



Cloudové technologie dávají podnikům a odvětvím prostředky pro práci na dálku, posilují zabezpečení a rozšiřují možnosti ukládání souborů – pro jednotlivce i celé firmy. Není divu, že 85 % respondentů se domnívá, že digitální transformaci umožňují právě cloudová řešení. Takřka jednomyslně se na tom shoduje finanční sektor, kde tento názor zastává 94 % účastníků průzkumu a jen 2 % s ním nesouhlasí. Naprostá většina respondentů z řad výrobních firem o potenciálu cloudu při transformaci nepochybuje, skeptiků je tady ale stále 13 %, což je víc než v kterémkoli jiném sektoru.

Cloudová řešení ve všech oborech usnadňují digitální transformaci.



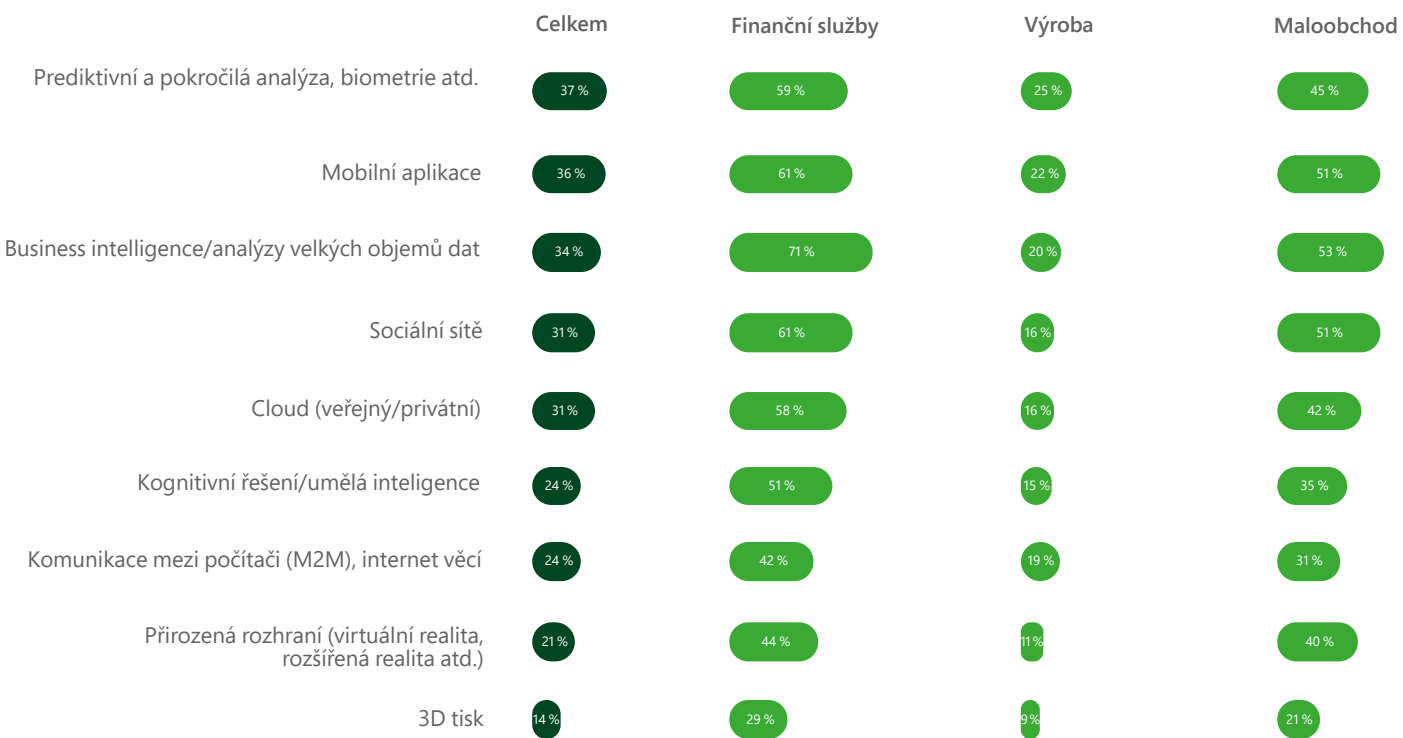
Otázka: Souhlasíte s tím, že cloudové technologie (big data, umělá inteligence, IT) jsou hybateli digitální transformace? % respondentů, povoleno více odpovědí



V rozhodování o investicích do IT vedou řešení orientovaná na zákazníka

Cílem většiny iniciativ digitální transformace je získat nové zákazníky a zajistit spokojenost těch stávajících. Je proto přirozené, že investice do IT vesměs cílí na porozumění zákazníkům a jejich zapojení.

Investice do IT se zaměřují na pochopení potřeb, přání a chování zákazníků.



Otázka: Uveďte své plány na investice do následujících oblastí pro příštích 12 měsíců. V grafu jsou zobrazeny odpovědi těch, kdo plánují středně vysoké nebo vysoké investice. % respondentů, povoleno více odpovědí

Jakmile se společnost rozhodne urychlit digitální transformaci, vyvstává další otázka: kam toto úsilí směřovat. Většina společností odpovídá, že se chtějí zaměřit na oslovení zákazníků a určení jejich potřeb, přání a nákupního chování. Pro 37 % respondentů jsou tak prioritní investicí řešení pro prediktivní analýzu a biometrii. Těsně je následují mobilní aplikace (36 %), řešení business intelligence (34 %) a nástroje pro sociální sítě (31 %).

Všechny tyto inovace pomáhají společnostem nejen při vylepšování vlastních procesů a řešení, ale také v přizpůsobování se potřebám zákazníků. Zároveň zjednodušují nákupní cestu (díky nástrojům překlenujícím více kanálů, jako jsou mobilní aplikace) a přivádějí zákazníky blíže ke značkám (prostřednictvím sociálních sítí). V jednotlivých odvětvích jsou priority podobné, i když finanční sektor se obzvlášť zaměřuje na řešení business intelligence, zatímco společnosti ze sektoru výroby hledají software pro prediktivní analýzu.



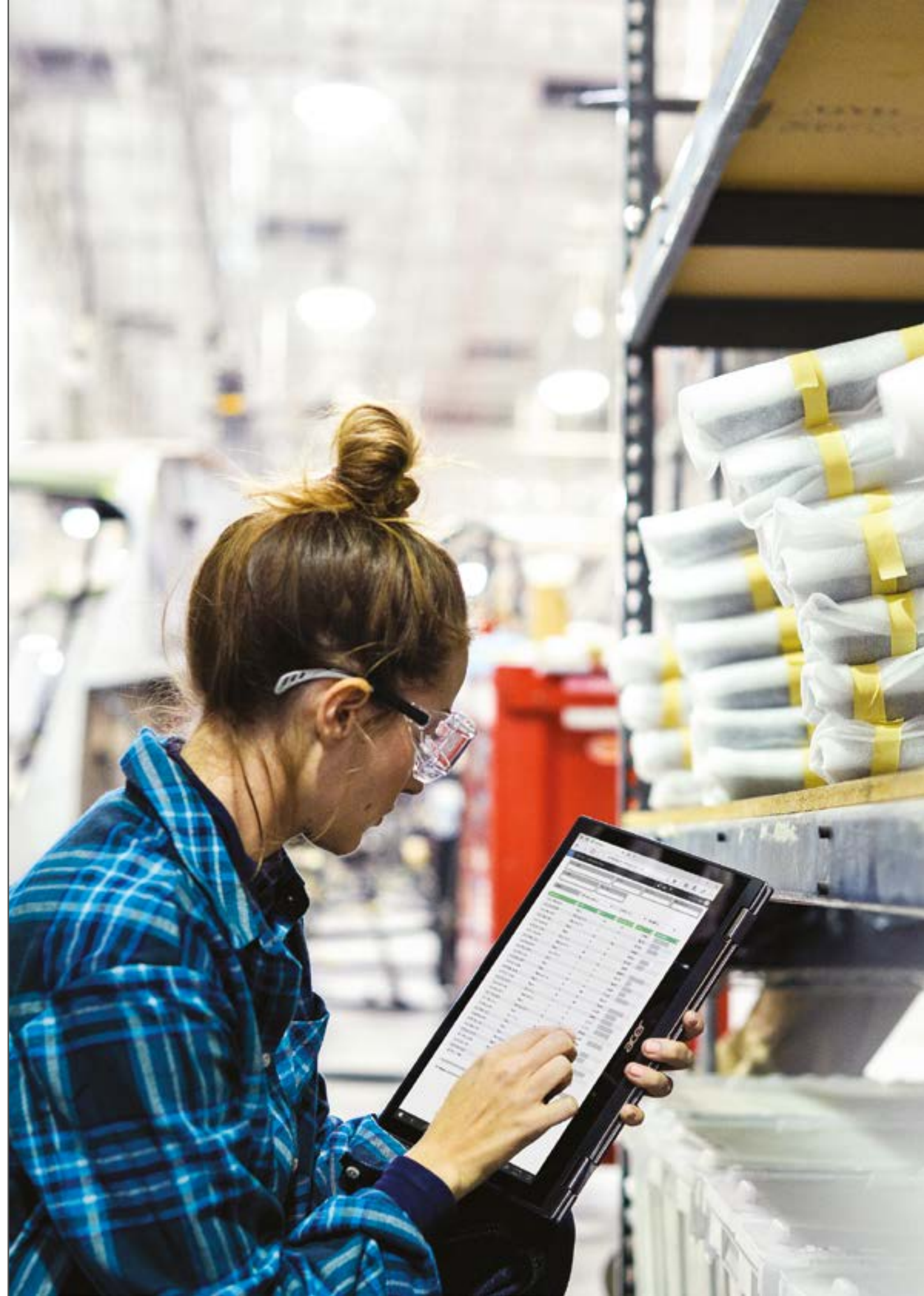
Národní zdravotnická služba vstupuje do digitálního věku

Polská zdravotnická asociace zkouší v pilotním provozu inovativní systém monitorování na dálku Telecare postavený na mobilních technologiích, který zajišťuje asistenci seniorům a lidem závislým na péči druhých.

Zodpovídáte-li za zdraví celého národa, je nezbytné řádně spravovat dostupné prostředky. Se systémem Telecare běžícím na platformě Microsoft Dynamics 365 mohou klienti okamžitě na dálku upozornit pečovatele, když potřebují pomoci.

Na základě dat dodávaných uživateli a zachycovaných zařízeními v domácnostech mohou agenti v kontaktních centrech ihned vyslat do ordinací Polské zdravotnické asociace signál včetně priority. Poté mohou okamžitě upozornit záchrannou službu nebo – v méně naléhavých případech – nabídnout pomoc a podporu po telefonu. Systém Telecare podporuje soběstačnost a usnadňuje rychlou pomoc pro klienty všeho věku, bez ohledu na to, jakým onemocněním nebo postižením trpí.

- + Efektivnější asistence nemocným, seniorům a lidem závislým na péči
- + Snazší přístup k sestavám o pacientech, zaměstnancích a projektech
- + Lepší vybavení ke správě důležitých prostředků a určování priorit





Umělá inteligence na vzestupu

Kognitivní technologie a řešení umělé inteligence si s podporou rostoucích investic získávají ve střední a východní Evropě širší publikum. Obory jako finanční služby a maloobchod již tyto inovace uplatňují v každodenním provozu a průběžně nacházejí nové pozoruhodné možnosti jejich využití.

Umělá inteligence a kognitivní systémy pořád trochu připomínají sci-fi. A ne tak dávno do ní také patřily. Teď rází cestu inovacím ve všech oborech. Jak tedy tyto oblasti rostou a kam směřují? Čtěte dál.

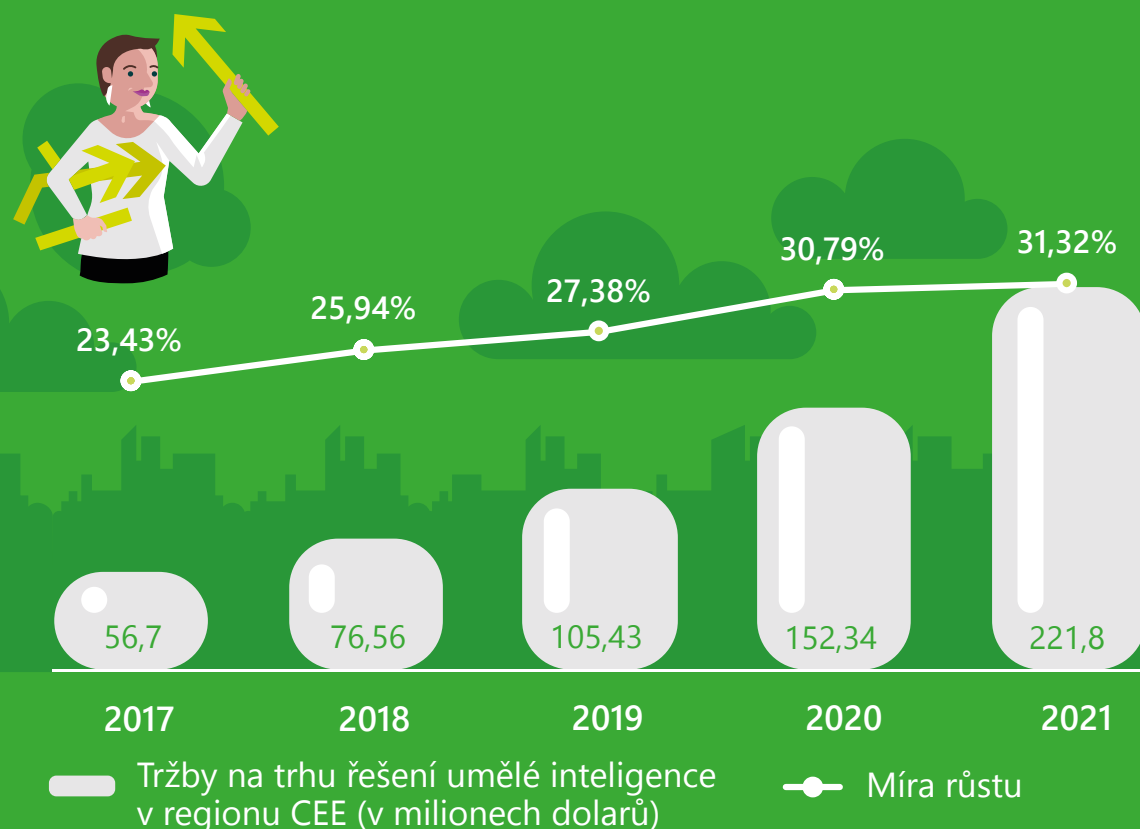
Boom na trhu umělé inteligence

Není pochyb o tom, že umělá inteligence je na vzestupu. Tržby za rok 2017 v této oblasti činily v zemích střední a východní Evropy 56,7 milionu dolarů. Do roku 2021

mají dosáhnout 221 milionů dolarů, což představuje růst o 390 %. Co za ním je? Zčásti za oblibou řešení umělé inteligence stojí specializovaná uplatnění zejména v maloobchodě, jako jsou chatboty, dolování dat nebo vícekanálová komunikace. Podobná inteligentní řešení mají potenciál transformovat obchodní modely a ovlivňovat komunikaci firem se zákazníky.

Umělá inteligence bude v nadcházejících letech v popředí mnoha transformací jak v konkrétních podnicích, tak v celých odvětvích a zemích.

Trh řešení umělé inteligence v regionu střední a východní Evropy podle tržeb (2017–2021)



Proč se střední a východní Evropa zajímá o umělou inteligenci

Přijímání technologií umělé inteligence ve střední a východní Evropě motivuje potřeba dosáhnout v následujících letech určitých ekonomických, obchodních a vzdělávacích cílů.



Přitahuje pozornost investorů k technologiím souvisejícím s umělou inteligencí.

Region střední a východní Evropy má v tomto směru velký potenciál. Působí tu přes 30 tisíc start-upů a investice do jejich rozvíjejících se projektů za posledních pět let dvacetinásobně vzrostly.



Motivuje start-upy a velké firmy k investicím v Evropě.

Ti, kdo rozhodují, vytvářejí finanční pobídky s cílem přitáhnout zahraniční talenty a investory, aby založili své podniky v oboru umělé inteligence v regionu střední a východní Evropy.



Připravuje evropské pracovníky na digitální budoucnost.

Naplňuje se plán posílit dovednosti evropské pracovní síly s cílem odstranit nedostatek talentovaných lidí zpomalující další vývoj technologií umělé inteligence.



Ujasňuje etické otázky a otázky důvěry související s umělou inteligencí.

Evropská komise nedávno stanovila regulace, které pomohou řešit morální problémy, otázky právní zodpovědnosti a vlastnictví dat, jež v souvislosti s umělou inteligencí vyvstávají a brzdí její široké přijetí.



Nové technologie přinášejí pozoruhodná nová řešení

Se vzrůstajícím zájmem o řešení umělé inteligence vzkvétají i jejich novátorská uplatnění a implementace.

Do roku 2021 se do řešení pro analýzu podvodů, automatizovanou preventivní údržbu nebo prevenci útoků bude investovat bezmála čtyřnásobek prostředků oproti roku 2017.

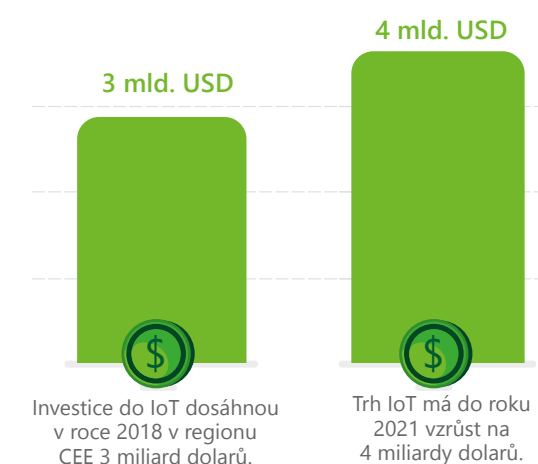
Zejména v odvětví maloobchodu pomáhá umělá inteligence automatizovat nákupy v elektronických obchodech, které v roce 2016 vzrostly v Evropské unii o 22 %. Přesnější doporučovací algoritmy a dostupné platformy pro ekonomiku založenou na spolupráci zvyšují prodej i zaměstnanost.

V odvětví finančních služeb pomáhají automatizační technologie založené na umělé inteligenci snížit náklady vyjádřené jako podíl tržeb o 15 %. Díky umělé inteligenci mohou společnosti ze střední a východní Evropy poskytovat zákazníkům nepřetržité služby zahrnující detekci podvodů nebo pomáhat správcům investic přizpůsobovat portfolia svých koncových klientů v souladu s kritérii vycházejícími z prostředí, společnosti a zásad dobrého řízení.



Propojený svět

Další rostoucí oblast vývoje umělé inteligence souvisí s internetem věcí (IoT), který umožňuje propojení strojů, domácích spotřebičů a dalších zařízení tak, aby mohly sdílet data. V regionu střední a východní Evropy dosáhnou roční investice do IoT v roce 2018 tři miliardy dolarů, do roku 2021 pak trh s IoT vzroste na čtyři miliardy.





Největšími překážkami digitální transformace jsou bezpečnostní útoky a interní připravenost

Přijímat digitální řešení je rozhodně krok dobrým směrem, může to však být náročný proces. Společnosti se na cestě k modernizaci potýkají s mnoha problémy.

Podniky ve střední a východní Evropě chápou hodnotu technologických inovací. Přijímají i nové nástroje. Chtějí-li však uspět, musejí se vyrovnat s některými překážkami digitální transformace.

Nejdůležitější z těchto bariér je pro sektor maloobchodu, financí i výroby hrozba bezpečnostních útoků, kterou ve své odpovědi uvedlo 46 % respondentů.

42 % respondentů pak trápí nedostatečná interní připravenost jejich společností, a to jak na úrovni managementu, tak mezi zaměstnanci. A 37 % připouští,

že u iniciativ digitální transformace je náročné najít personál s patřičnými dovednostmi. V maloobchodě na tento problém poukazuje dokonce 42 % respondentů.

Obavy spojené s dodržováním předpisů a regulací se umístily níže, i ony ale mohou digitální transformaci blokovat – myslí si to 29 %, respektive 25 % respondentů. Většina zmíněných překážek spadá mezi interní záležitosti firem a souvisejí s jejich zralostí v oblasti digitálních technologií, jež se projevuje u procesů, zaměstnanců i dat.

Pokud jde o interní připravenost na digitální transformaci, jsou pracovníci s rozhodovací pravomocí v IT obzvlášť skeptičtí

Pracovníci s rozhodovací pravomocí v IT i obchodních odděleních se shodují, že bezpečnostní útoky představují největší problém spojený s digitální transformací. Za zásadní problém je označuje téměř polovina respondentů z obou skupin.

Dalším horkým tématem je v obou skupinách interní připravenost managementu i zaměstnanců, větší obavy v tomto směru ale mají v IT, kde na tento problém upozorňuje 46 % odpovídajících, v obchodních odděleních je to jen 38 %.

Dalším faktorem blokujícím digitální transformaci jsou podle lidí s rozhodovací pravomocí v IT legislativní požadavky: zmínilo je 32 % z nich, oproti 25 % respondentů z obchodních oddělení.

Obě skupiny se nicméně shodují, pokud jde o vládní regulace a hledání zkušeného personálu.



46 %

pracovníků s rozhodovací pravomocí v IT se domnívá, že připravenost managementu a zaměstnanců je důležitým faktorem blokujícím digitální transformaci.

Jako největší překážka digitální transformace jsou ve všech odvětvích vnímány bezpečnostní útoky.

Bezpečnostní útoky

Celkem

46

Finanční služby	Maloobchod	Výroba
45	45	47

Interní připravenost managementu a zaměstnanců

Celkem

42

Finanční služby	Maloobchod	Výroba
39	40	43

Najít personál se správnými dovednostmi

Celkem

37

Finanční služby	Maloobchod	Výroba
36	42	35

Legislativní mechanismy pro dodržování předpisů

Celkem

29

Výroba	Maloobchod	Finanční služby
29	29	28

Státní regulace

Celkem

25

Výroba	Maloobchod	Finanční služby
24	24	29

Otázka: Které z následujících faktorů podle vás nejvýrazněji blokují cestu k digitální transformaci?
% respondentů, povoleno více odpovědí



Lídr v informacích o nověních se obrací do cloudu

Společnost Synerise se specializuje na řešení poskytující informace o zákaznících pro finanční a maloobchodní sektor. Sídli v Polsku a má jen 110 zaměstnanců, má ale ambice stát se skutečně globálním hráčem.

Analyzovat 40 milionů zákaznických transakcí a zpracovávat až 60 tisíc transakcí za sekundu není jednoduchý úkol. K manipulaci s tak masivními objemy dat pro své nejdůležitější klienty potřebovala společnost Synerise pevnou cloudcomputingovou páteř.

Rozhodla se pro platformu Azure, která ve firmě nově podporuje automatizaci marketingu a prodeje a služby umělé inteligence. S pomocí nástrojů Microsoftu systém Synerise zároveň klientům umožňuje shromažďovat data, získávat podrobné poznatky o zákaznících a přizpůsobovat podle nich svůj provoz.

V Synerise navíc dokážou tuto službu poskytovat bez místních a fyzických serverů. To společnosti dovoluje soustředit se místo optimalizace výkonu na samotný vývoj produktů, což umožňuje rychlejší růst i škálování.



*„Díky **Microsoft Azure** naše platforma zatím analyzovala pro zákazníky 40 milionů transakcí a v obdobích provozních špiček dokáže jednoduše zpracovat **60 000 souběžných transakcí za sekundu.**“*

Sebastian Fyda

Senior architekt cloudových řešení,
Synerise

SYNERISE

Polská společnost Synerise nabízí řešení pro marketing napříč kanály a analýzu informací o zákaznících. Její marketingové nástroje využívají umělou inteligenci, prediktivní analýzu, strojové učení a automatizaci marketingu.



Přečíst si celou studii

Závěr

Nejbližší roky budou časem změn a organizace ze střední a východní Evropy nestojí na místě. Chtějí-li být připraveny na to, co přijde, nesmí otálet. Nové technologie jim na cestě za tímto cílem umožňují proměnit nabídku produktů a služeb, oživit komunikaci se zákazníky a modernizovat vnitřní procesy.

Technologické inovace narušují zavedená pravidla, zároveň ale poskytují prostor pro kreativitu. To, co bylo dříve, po jejich příchodu působí zastarale. Povzbuzují tím ale k hledání nových postojů a řešení. Jinými slovy, přináší zároveň výzvu a příležitost.

Organizace ve střední a východní Evropě tváří v tvář digitální revoluci kreativně přizpůsobují své interní fungování. Na návrzích investic do IT a rozhodování o nich se nepodílí pouze IT, ale všechny divize. Stejný typ spolupráce se uplatňuje u většiny iniciativ na podporu digitalizace.

Ve společnostech v celém regionu mezitím vyrůstají týmy zaměřené na digitální transformaci.

Toto úsilí při tom není motivováno jen touhou udržet se ve hře na měnícím se trhu. Pro mnoho respondentů digitální transformace zároveň znamená vyšší obchodní růst a upevnění vztahů se zákazníky.

Budoucnost je možná nejistá. V mnoha ohledech je ale nepopíratelně zářivá.



Dodatek

Při tvorbě této zprávy jsme své závěry a poznatky vyvozovali z propojení množství perspektiv z různých zemí, společností a od různých zaměstnanců.

Při zkoumání dopadů digitální transformace ve střední a východní Evropě jsme rozhodli sítě doširoka. Naše zjištění vycházejí ze dvou průzkumů, které pro Microsoft zpracovaly společnosti Ipsos Mori a IDC. První z nich proběhl v lednu a únoru 2017 a shromáždil odpovědi od 400 pracovníků s rozhodovací pravomocí v IT a obchodních záležitostech v Rusku, Polsku, Rumunsku a Maďarsku.

Druhý, čerstvější průzkum byl proveden v květnu a červnu 2018 a oslovil 763 pracovníků s rozhodovací pravomocí v IT a obchodních záležitostech v Rusku, Polsku, České republice, Řecku, Maďarsku a Rumunsku.

V obou průzkumech jsme se zaměřili na společnosti s více než 250 zaměstnanci z oborů maloobchodu, výroby, financí, energetiky a veřejné správy. Respondenti tedy pocházeli z různorodých podniků a národních prostředí. Vzhledem k tomu, že převratné změny vyplývající z digitální transformace se týkají všech trhů, každý jejich úhel pohledu je dalším cenným střípkem umožňujícím odhadnout, jaké změny před námi jsou.

Zdroje:

- + **Blueocean MI** – zpráva o trhu s řešeními umělé inteligence v regionu CEE, červen 2018
- + **IDC Trendspotter:** Cognitive and Artificial Intelligence Systems Spending in CEE region Through 2021 (Investice do kognitivních systémů a řešení umělé inteligence v regionu CEE do roku 2021), říjen 2017
- + **IDC:** Investice do kognitivních technologií / umělé inteligence ve střední a východní Evropě odrážejí rostoucí zájem organizací o obchodní transformaci, tvrdí IDC, duben 2018





Průvodce budoucností

Jak firmy ve střední a východní Evropě přistupují
k digitální revoluci

