



SVAZ PRŮMYSLU A DOPRAVY
ČESKÉ REPUBLIKY

GENERAČNÍ VÝMĚNA – ŠANCE PRO DIGITÁLNÍ TRANSFORMACI RODINNÝCH FIREM

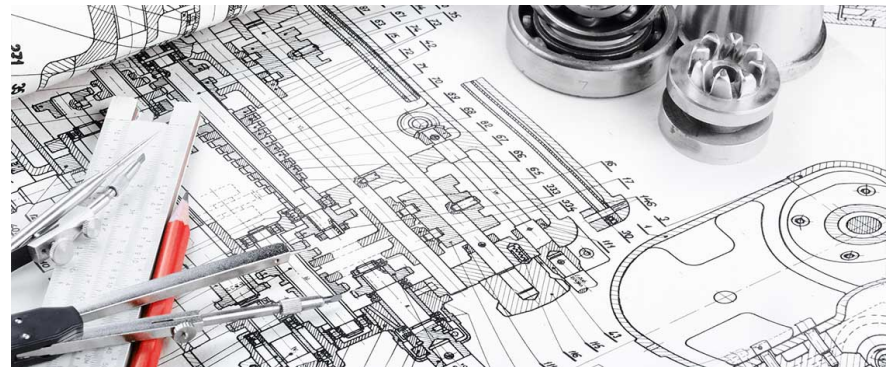
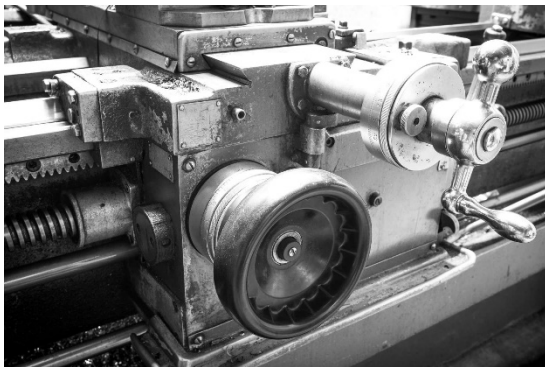
STROJÍRENSKÉ FÓRUM 2017 - ASPEKTY RODINNÝCH FIREM

Brno, 7. září 2017

Malá nebo střední firma – 1990+

VE > 85% NOVĚ ZALOŽENÝCH NEBO PRIVATIZOVANÝCH FIREM

▪ **Zakladatelé ODBORNÍCI V KONKRÉTNÍM OBORU (TECHNICI)**



**Všechno musíme
nějak zvládnout
vlastními silami!**

**PODNIKATELSKÝ MÝTUS aneb
Proč většina malých firem
zkrachuje a co proti tomu
dělat, autor Michael E. Gerber**



Malá nebo střední firma – 1990+

VE > 85% NOVĚ ZALOŽENÝCH NEBO PRIVATIZOVANÝCH FIREM

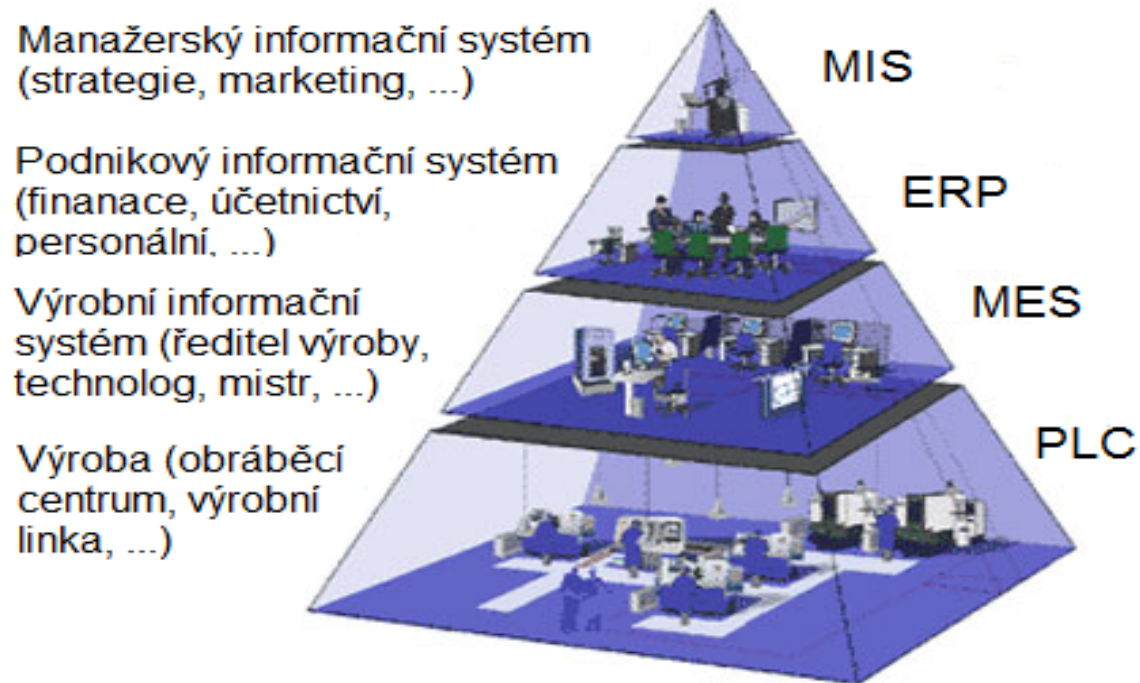
- Účetnictví obvykle v rukou externí OSVČ, příp. zaměstnanec, který se „naučil“ pracovat s jednoduchým účetnickým SW – kumulované, často naprosto nesouvisející pracovní pozice
- Nákup jen toho nejnutenějšího SW vybavení pro vlastní práci, ostatní SW opatřen „jiným způsobem“
- Používání volně šířených verzí SW
- Postupné doplňování SW vybavení podle momentální potřeby a často i momentálních nápadů „nejdravějších“ zaměstnanců – viz stavba „vlaštovčího hnízda“

**I PŘES TO NEBO PŘÁVĚ PROTO CCA 20% TAKOVÝCH FIREM KONČÍ
BĚHEM PRVNÍCH 5 LET**

Malá nebo střední firma – 1990+

VE > 85% NOVĚ ZALOŽENÝCH NEBO PRIVATIZOVANÝCH FIREM

- Ti, kteří přežili časem vytvořili klasický model firemní informatiky odpovídající struktuře firmy:



Digitální transformace firmy

MILENIÁLOVÉ

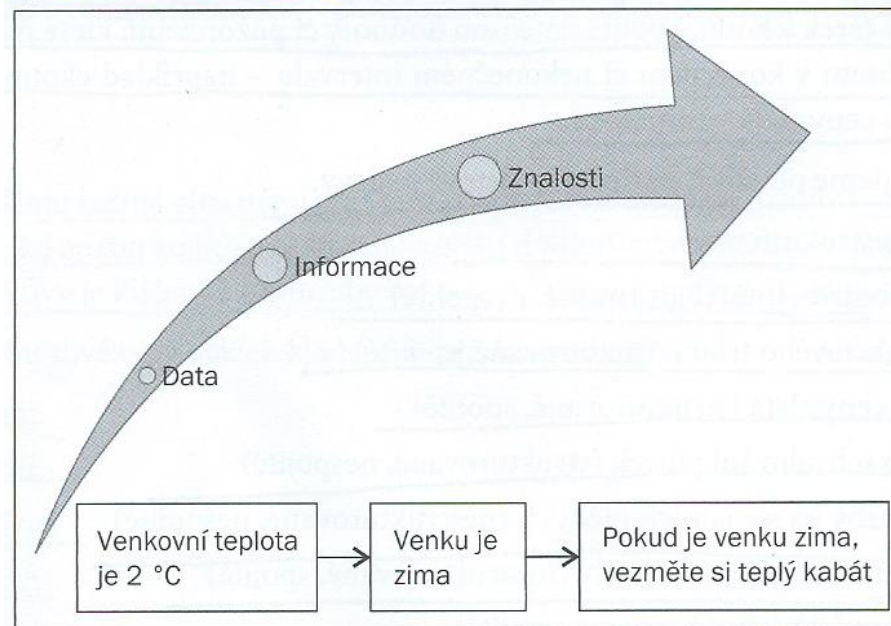
- Generace narozená na prahu „digitální doby“, tedy v 80. a na začátku 90. let minulého století.
- V době zahájení jejich vzdělávání obrovský rozvoj výpočetní techniky a digitální spotřební elektroniky
- Chápání nových technologií jako prostředků nikoliv cílů
- Tato nová generace nechce pracovat stejným způsobem jako generace předchozí – už teď patrná menší „revoluce“ na trhu práce
- Další - patrně větší při nástupu „postmileniálů“ – další změny v chápání potřeb a práce

Digitální transformace firmy

- **Nově vznikající datová kultura ve firmě:**
 - **TVŮRCI DAT** - datové výstupy na základě datových potřeb konzumentů dat
 - **DATOVĚ GRAMOTNÍ KONZUMENTI** - datová gramotnost je schopnost jednotlivce pochopit význam dat pro tvorbu informací
 - **KULTURA PLYNULÉHO PŘENOSU DAT** – on-line přístup datově gramotných konzumentů dat včetně diferencovaného přístupu ve vertikální a horizontální rovině
 - **STANDARDY, NÁSTROJE A PROCESY PRO PRÁCI S DATY** – efektivní komunikace dat mezi tvůrci a konzumenty ve firemní datové architektuře

Digitální transformace firmy

- Důležité je si uvědomit vztah:
 - DATA (holá fakta)
 - INFORMACE (přisuzují datům význam a hodnotu)
 - ZNALOSTI (vznikají učením – porozuměním informací v souvislostech – osobním i strojovým)



Digitální transformace firmy

Vzniká nový **sociotechnologický celek**, v němž každý prvek firemní architektury má svůj digitální základ v kontextu **sjednoceného datového prostoru**.

Kombinace "tvrdých" technologických faktorů, umožňující **práci s digitálními obsahy – daty** zahrnujícími jakékoliv digitalizované obsahy k dalšímu využití a "měkkých" faktorů, tedy **datové kultury** (datově gramotní tvůrci dat a jejich konzumenti, kultura plynulého přenosu dat, standardy, nástroje, procesy)

Digitální transformace firmy

Úkol pro nastupující generaci:

- Inventura **opravdu** všech **SW produktů** ve firmě
- Ohodnocení „**datové otevřenosti**“ jednotlivých používaných SW produktů
- Inventura **datových potřeb konzumentů**
- Inventura **opravdu** kompletního **HW vybavení**
- **Účel pořizovaných a ukládaných dat** i s ohledem na nastupující GDPR a e-Privacy
- Předložení návrhů na stupeň digitální transformace – jak po stránce technologické, tak i sociální

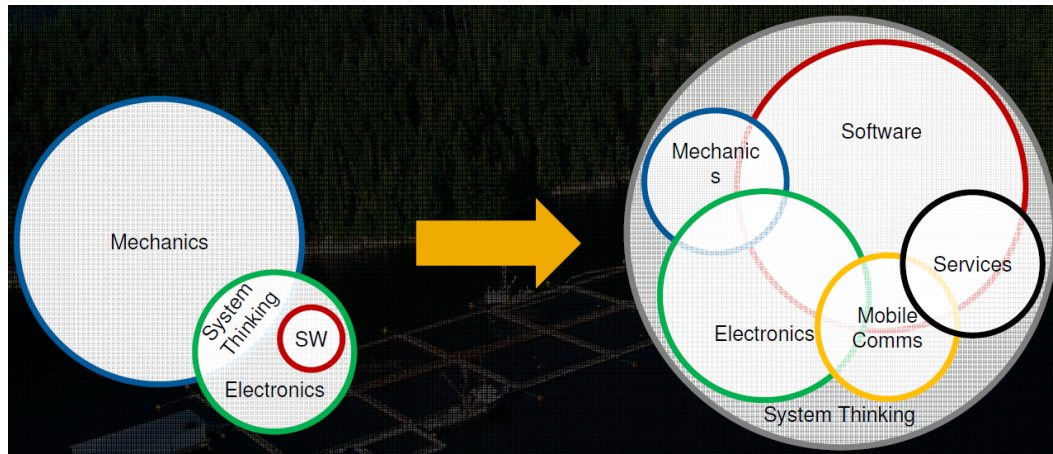
Digitální transformace firmy

Nebojme se zjištění typu:

- **Totální heterogenost informačního prostředí a informačních potřeb jednotlivých konzumentů**
- **Nedostatečná nebo žádná dokumentace stávajícího softwarového vybavení**
- **Nutnost konsolidace a modernizace stávající informační podpory a interního digitálního dluhu ve firmě**
- **Skepse a nechuť učinit první kroky k nové informační případně digitální strategii firmy**

Digitální transformace firmy

PRVNÍ PŘEDPOKLAD = ZMĚNA CHÁPÁNÍ



DRUHÝ PŘEDPOKLAD = ZKUŠENÍ TECHNOLOGOVÉ „prorostlí“ do IT



Děkuji Vám za Vaši pozornost

Jiří Holoubek

jiri.holoubek@elcom.cz