



Monitor Transformacji Cyfrowej Biznesu

Edycja 2023



Spis treści



Wstęp

W ubiegłym roku zainicjowaliśmy publikację *Monitor Transformacji Cyfrowej Biznesu* z dużymi nadziejami. Choć pozycja Polski w rankingu gospodarki i społeczeństwa cyfrowego DESI Komisji Europejskiej oraz przygotowany przez KPMG indeks transformacji cyfrowej biznesu nie nastrajały optymistycznie, to tegoroczny ranking okazał się kubłem zimnej wody na nasze rozgrzane głowy.

Polska nie poprawiła swojej pozycji w rankingu DESI i utrzymuje pozycję numer 4 od końca wyprzedzając Rumunię, Bułgarię i Grecję. Natomiast przygotowany przez KPMG indeks transformacji cyfrowej biznesu obniżył się z 4,8 w 2022 r. do 4,4 w 2023 r. Przypomnę, że to wskaźnik w skali od 1 do 10!

Trudno również liczyć na poprawę w kolejnym roku. W ubiegłym roku tylko 21% firm deklarowało zwiększenie wydatków na rzecz transformacji cyfrowej. W tym roku ten odsetek spadł do 14%. Istotnie spadła waga jaką firmy przywiązują do rozwoju technologii cyfrowych w obszarze obsługi klienta, operacji wewnętrznych, sprzedaży i marketingu oraz produkcji. Na tym tle pozytywnie wyróżnia się sektor *life sciences*, który do tych obszarów przykłada prawie dwa razy większą wagę.

Co zastanawiające firmy małe i średnie (zatrudnienie 50-249 osób) w tym roku wypadły lepiej niż firmy duże (zatrudnienie powyżej 250 osób). Mniejsze firmy przykładają większą uwagę do strategii cyfryzacji, lepiej realizują jej potencjał oraz skuteczniej implementują technologie cyfrowe. To bardzo zastanawiające i zadaje kłam często lansowanej tezie, że na transformację cyfrową stać tylko największe firmy. Jak widać mali i średni przedsiębiorcy są w chwili obecnej

bardziej świadomi znaczenia technologii cyfrowych i są gotowi do bardziej zdecydowanych działań mimo niesprzyjającego otoczenia makroekonomicznego i zawirowań geopolitycznych.

W ujęciu branżowym pozytywnie wyróżnia się branża finansowa, sektor TMT (technologia, media i komunikacja) oraz sektor *life sciences*. To jedyne branże, które osiągnęły wyniki powyżej 5 w skali ocen 1 do 10. Natomiast najslabiej wypada branża motoryzacyjna, transport oraz branża dóbr konsumpcyjnych. Za słabszymi wynikami tych trzech branż stoi brak strategii cyfryzacji oraz słabość w obszarze cyberbezpieczeństwa. To niepokojące, bo bez rozsądnej strategii trudno o poprawę w kolejnych edycjach *Monitora*, a nie przywiązywanie odpowiedniej wagi do ryzyk związanych z cyberbezpieczeństwem może prowadzić do dotkliwych strat i zagrożenia kontynuacji działania.

Cyberzagrożenia są realnym wyzwaniem w organizacjach. W publikowanym od 5 lat Barometrze Cyberbezpieczeństwa KPMG obserwujemy, że liczba firm, które doświadczyły incydentów bezpieczeństwa utrzymuje się stale w przedziale 60-70%. To wcale nie oznacza, że pozostałe 30-40% firm nie doświadcza takich incydentów. Według powszechnie znanych wyników badań firmom zajmuje przeciętnie 6-7 miesięcy, aby zorientować się, że są przedmiotem ataku i kolejne 2-3 miesiące, aby podjąć działania neutralizujące incydent. W praktyce oznacza to, że bardzo rozsądnym założeniem jest przyjęcie, że z bardzo dużym prawdopodobieństwem jesteśmy przedmiotem zainteresowania cyberprzestępców, tylko pewnie o tym jeszcze nie wiemy.

Największym wyzwaniem w adresowaniu cyberzagrożeń jest dostępność wyspecjalizowanych kadr, które posiadają szerokie i głębokie kompetencje. Dedykowane działy cyberbezpieczeństwa znacznie łatwiej jest budować w dużych firmach, które zlokalizowane są zazwyczaj w większych miastach i posiadają tzw. masę krytyczną, aby utrzymać wysokiej klasy specjalistów. Małym i średnim firmom jest zdecydowanie bardziej pod górkę, bo nawet jeśli mają wystarczające budżety to szalenie trudno jest ściągnąć i utrzymać wysokiej klasy specjalistów. W tej sytuacji najrozsądniejszym rozwiązaniem wydaje się korzystanie z usług wyspecjalizowanych firm, które usługowo zarządzają obszarem w modelu *Cyber As A Service*. Taka usługa nie tylko jest tańsza niż budowanie własnego działu, ale też pozbawiona wad związanych z rotacją pracowników, bo dostawca zapewnia ciągłość usługi.

Z roku na rok obserwujemy wzrost adopcji rozwiązań chmurowych. Odsetek firm korzystających z rozwiązań chmurowych wzrósł z 63% do 68%. Firmy najczęściej (56%) korzystają z chmury w modelu IaaS, gdzie zewnętrzny dostawca zapewnia infrastrukturę. Równie popularny (55%) jest model SaaS, gdzie dostarczane są usługi aplikacyjne. Ponad 2/3 firm obawia się o bezpieczeństwo informacji przechowywanych w chmurze. Jest to o tyle zastanawiające, że niespełna rok temu wydarzenia za naszą wschodnią granicą dobitnie pokazały, że lokalne serwery są nieporównywalnie mniej bezpieczną formą przechowywania danych niż chmura publiczna. W marcu i kwietniu 2022 r. największy ukraiński bank prywatny dokonał migracji danych z lokalnych serwerów do chmury w niespełna 1,5 miesiąca.

Dynamicznie rośnie znaczenie i popularność sztucznej inteligencji w polskich firmach. Technologie AI są wykorzystywane najczęściej w marketingu (50% firm) oraz produkcji (46%) i planowaniu łańcucha dostaw (42%). Jedynie 23% firm wykorzystuje AI przy zarządzaniu ceną i promocjami. To zastanawiające, bo zwrot z inwestycji w AI w tym ostatnim obszarze jest największy i najszybszy.

Niniejszy raport powstał przy wsparciu globalnego lidera rozwiązań cyfrowych. W imieniu KPMG w Polsce chciałbym serdecznie podziękować partnerowi merytorycznemu raportu, firmie Microsoft. Dziękujemy również wszystkim przedstawicielom firm, którzy zechcieli podzielić się swoimi niezwykle cennymi spostrzeżeniami i doświadczeniami związanymi z digitalizacją.

Zapraszam do ciekawej lektury.



**Dr Grzegorz
W. Cimochoński**

Partner, Szef Działu
Doradztwa Biznesowego,
KPMG w Polsce

Kluczowe wnioski



Większość firm w Polsce zamierza utrzymać na niezmiennym poziomie wydatki (78%) i liczbę pracowników (92%) potrzebnych do realizacji zadań związanych z procesem digitalizacji

Ponad trzy czwarte organizacji (78%)

nie posiada formalnego dokumentu dotyczącego strategii transformacji cyfrowej



50% respondentów

z sektora finansowego potwierdziło wprowadzenie takiego dokumentu



Spośród przedsiębiorstw, które już posiadają formalny dokument strategii cyfryzacji, aż **82%** przyznało, że zostały w nim określone cele i sposoby realizacji transformacji cyfrowej

73% przedsiębiorstw

korzysta z rozwiązań mobilnych, a **23% pozostałych** planuje je wdrożyć w ciągu najbliższego roku

Najczęściej wdrażane w firmach systemy informatyczne to

CRM i ERP

68% ankietowanych firm

deklaruje korzystanie z usług chmurowych



Ponad 2/3 firm

obawia się o bezpieczeństwo informacji przechowywanych w chmurze

Formalne polityki i procedury w zakresie bezpieczeństwa w sieci stworzono i wdrożono **w więcej niż połowie badanych organizacji (60%)**



55% firm

nie posiada systemu monitorowania wykorzystywanego oprogramowania



Cyberataki

są najczęściej wymienianymi zagrożeniami wpływającymi na powodzenie transformacji cyfrowej

29% firm nie przeznaczają wydatków

na transformację cyfrową, a **71%**

nie oddelegowuje pracowników do zadań z nią związanych



Niewiele ponad 1/4 firm

posiada wyodrębniony dział zajmujący się cyberbezpieczeństwem

Połowa firm nie planuje

lub planuje tylko w małym stopniu podnieść wydatki na cyberbezpieczeństwo w najbliższym roku

Gospodarka cyfrowa w liczbach

W ostatnich latach byliśmy świadkami dynamicznego rozwoju cyfryzacji w każdej dziedzinie życia. Przyspieszenie digitalizacji społeczeństwa zostało w dużym stopniu wymuszone przez pandemię i wprowadzane lockdowny, pojawienie się i generalnie akceptację pracy zdalnej. Administracja państwowa i prywatne firmy musiały wyjść naprzeciw oczekiwaniom społeczeństwa, jednocześnie zapewniając swoim pracownikom odpowiednie narzędzia do pracy w nowych warunkach. Nagła konieczność zmian pracy i życia nie przyniosła niestety poprawy pozycji Polski na arenie międzynarodowej w dziedzinie cyfryzacji. Rankingi pokazują, że nadal w przeważającej liczbie kategorii, Polska plasuje się poniżej średniej unijnej. Można jednak znaleźć kilka pozytywnych akcentów, na przykład sytuację w sektorze bankowym. Szereg powszechnie dostępnych rozwiązań płatniczych powoduje, że Polska jest jednym z najlepiej rozwiniętych krajów Europy pod względem transakcji bezgotówkowych. Wciąż to jednak za mało i wiele jest do nadrobienia przez firmy i organy administracji państwowej.

Stan ucyfrowienia polskiej gospodarki

Komisja Europejska publikuje coroczny ranking indeksu gospodarki i społeczeństwa cyfrowego DESI, który podsumowuje szereg czynników dotyczących digitalizacji w krajach UE. Zestawienie obejmuje 33 wskaźniki, które są zgrupowane w cztery większe kategorie: kapitał ludzki, łączność, integracja technologii cyfrowej oraz cyfrowe usługi publiczne. Większość wskaźników wyliczonych dla Polski nie napawa optymizmem, plasując nasz kraj poniżej średniej unijnej, zwykle na końcu zestawienia. Niska pozycja Polski w dużym stopniu wynika ze słabo rozwiniętej integracji technologii cyfrowej, która zapewnia najmniej punktów do końcowego rezultatu. Kategorią, w której Polska radzi sobie najlepiej

są cyfrowe usługi publiczne. Ostatnie lata to również ciągłe zwiększanie liczby użytkowników szerokopasmowego Internetu. Pod względem liczby gospodarstw domowych, które mogą korzystać z łącza o prędkości co najmniej 100 Mb/s, Polska przewyższa średnią unijną. Warto także odnotować rozwój sieci 5G w kraju. W tej podkategorii, porównując z rokiem poprzednim, odnotowano aż trzykrotną poprawę wyniku. Niezmiennie natomiast od lat, Polska utrzymuje się w czołówce rankingu w zakresie polityki otwartych danych.

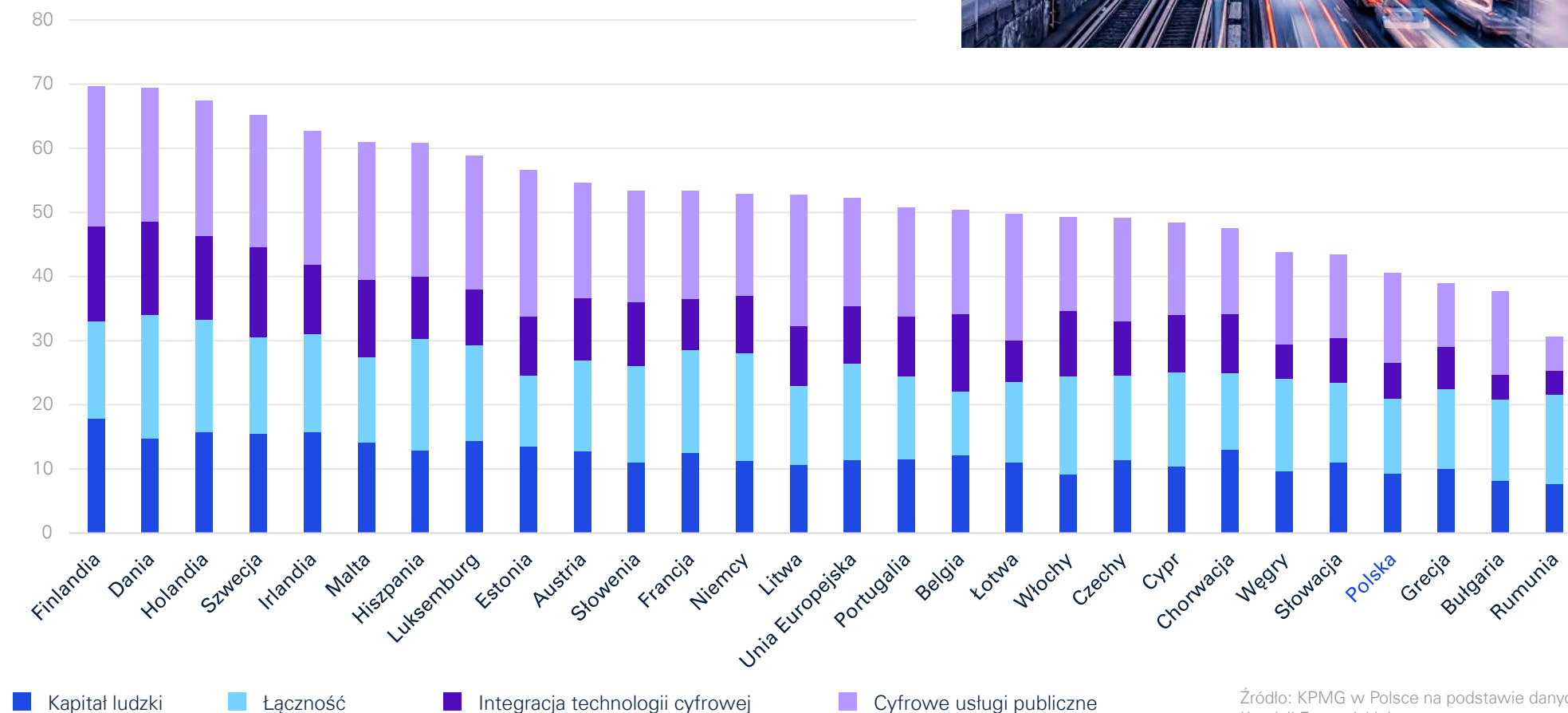


Polska na tle innych krajów

Rok 2022 po raz kolejny przyniósł Polsce 24. miejsce w rankingu DESI. Niżej uplasowały się tylko Grecja, Bułgaria i Rumunia. Od początku istnienia tego zestawienia nasz kraj zajmuje jedno z ostatnich miejsc i nigdy nie udało się poprawić tej pozycji.

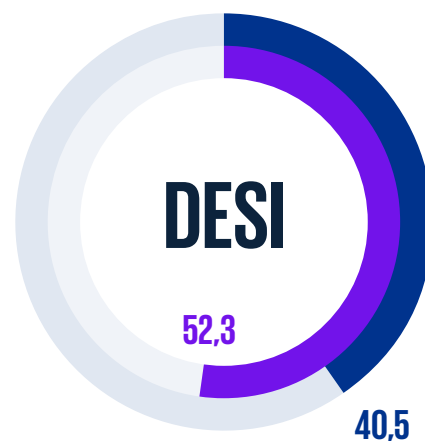
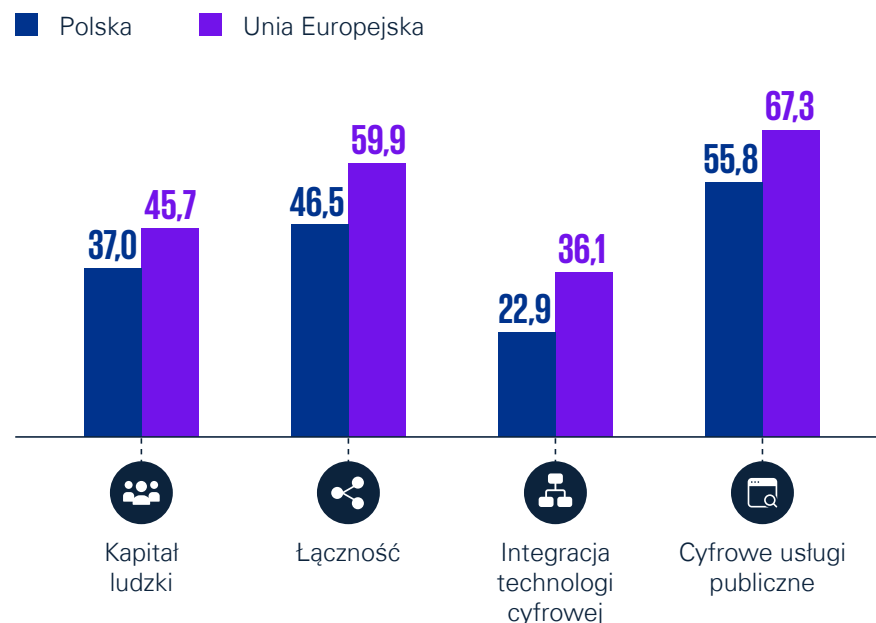


Indeks gospodarki cyfrowej i społeczeństwa cyfrowego (DESI) 2022



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Komisji Europejskiej.

Wyniki kategorii DESI 2022 dla Polski i średnia dla krajów UE



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Komisji Europejskiej.

Poziom cyfryzacji w Polsce stale podnosi się, niemniej nie w tak szybkim tempie jak ma to miejsce na świecie. To powoduje, że Polska wciąż odnotowuje straty w stosunku do innych gospodarek wysoko rozwiniętych. Osiągnięty w tym roku wynik 40,5 pkt przy 52,3 pkt UE stanowi niespełna 77% średniej unijnej. Dokładniejsza analiza poszczególnych wskaźników pozwala wnioskować, że Polska najlepiej radzi sobie w kategoriach cyfrowych usług publicznych i kapitału ludzkiego, osiągając odpowiednio 83% i 81% średniej unijnej. Dużo gorzej wypada natomiast w kategoriach łączności i integracji technologii cyfrowej (odpowiednio 78% i 63% średniej UE). Warto zauważyć, że od 2020 roku to łączność jest najprężniej rozwijającą się kategorią w całej Unii Europejskiej (jej znaczenie wzrosło o 71%), także w Polsce (wzrost o 43%).

Dziedziną, w której Polska wypada obiecująco na tle innych krajów jest cyberbezpieczeństwo. Zgodnie z najnowszym rankingiem narodowego indeksu cyberbezpieczeństwa (NCSI) Polska została sklasyfikowana na 11. miejscu na świecie pod względem gotowości do zapobiegania

cyberzagrożeniom i zarządzania incydentami cybernetycznymi. MIT Technology Review publikuje z kolei ranking The Cyber Defense Index, który określa poziom cyberbezpieczeństwa dwudziestu największych gospodarek świata. W edycji 2022/2023 Polska znalazła się w tym zestawieniu na 6. miejscu i została doceniona za współpracę z Ukrainą na rzecz obrony przed rosyjskimi cyberatakami.

Jak wynika z przytoczonych danych przed Polską stoją duże wyzwania w zakresie digitalizacji. Potrzebę dalszego rozwoju w tym kierunku dostrzegają też rządzący. Transformacja cyfrowa jest jednym z najważniejszych zagadnień zaakceptowanych w dokumentach strategicznych Komisji Europejskiej, będących wytyczną dla Krajowego Planu Odbudowy. Na ten cel zostanie przeznaczony 21,3% budżetu programu. Kolejne środki, około dwóch miliardów euro, spłyną też ze stworzonego na najbliższe lata programu „Fundusze Europejskie na Rozwój Cyfrowy 2021-2027”.

Podejście do transformacji cyfrowej



Wiele już napisano o tym, jak kluczowa jest transformacja cyfrowa przedsiębiorstw, często przy tym powołując się na historie firm, które padły ofiarą błyskawicznie rozwijającej się technologii zagarniającej coraz to większe obszary funkcjonowania nie tylko biznesu, ale i całego społeczeństwa. O wiele mniej uwagi poświęca się jednak na analizę tego, w jaki sposób firmy, również te funkcjonujące w tradycyjnych branżach pozornie niezwiązanych z technologiami, dzięki efektywnej strategii transformacji cyfrowej zyskały nowe źródła przewagi konkurencyjnej, rozwinęły się i zwiększyły przychody czy też wykreowały nowe zestawy korzyści oferowanych pracownikom (*employee value proposition*).

Ostatni rok pokazał, że ciągła zmiana w biznesie, głównie wywołana dynamicznie rozwijającymi się technologiami, ale też bezustannym mierzeniem się z nieznanymi dotąd trudnościami i wyzwaniem, jest czymś co można przewrotnie uznać za *status quo*. Odpowiednio przeprowadzoną transformację cyfrową firmy mogą wykorzystywać przy zwiększaniu skali prowadzonej działalności, jej dywersyfikacji czy wynajdowaniu możliwości zmniejszenia wciąż rosnących kosztów operacyjnych. Wskazane byłoby, aby taka transformacja nie odbywała się w formie pogoni za konkurencją, ale bycia liderem digitalizacji i ustanawiania trendów w zakresie innowacyjnego podejścia do prowadzenia biznesu. Jednak to, czy transformacja cyfrowa będzie realizowana z powodzeniem, zależy od kilku istotnych

elementów. Firmy KPMG i Microsoft zdecydowały się wziąć pod uwagę te czynniki i sprawdzić, jak wygląda transformacja cyfrowa biznesu w Polsce. W celu kompleksowego ujęcia problemu na potrzeby badania stworzony został wskaźnik odzwierciedlający nastawienie i gotowość firm działających w Polsce do procesu cyfryzacji.

Pierwsza edycja *Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu* została zrealizowana na początku 2022 roku i rozpoczęła coroczny cykl badania polskich firm w czterech obszarach: strategii cyfryzacji, implementacji technologii, cyberbezpieczeństwa i ryzyka oraz potencjału do transformacji. Skumulowane wyniki odzwierciedlają ogólny obraz dojrzałości i nastawienia do transformacji cyfrowej krajowych przedsiębiorstw. W zeszłym wydaniu *Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu* eksperci KPMG podkreślili swoje obawy związane z podejściem organizacji funkcjonujących w Polsce do tematu cyfryzacji. Obecna edycja, która powstała w oparciu o wyniki badania przeprowadzonego rok później, nie napawa optymizmem. Polskie firmy nie wykorzystywały tego czasu na zmianę podejścia w temacie transformacji cyfrowej czy rozwoju digitalizacji. Pozostaje wierzyć, że 2023 rok będzie pod tym względem inny, a raport KPMG zainspiruje krajowe przedsiębiorstwa do działań w zakresie tak istotnej transformacji, jaką jest cyfryzacja.

Strategia cyfryzacji

Z badania KPMG przeprowadzonego w lutym 2023 roku wynika, że firmy obecne na rynku w Polsce mają przed sobą jeszcze wiele wyzwań w obszarze strategii cyfryzacji. Wskaźnik tegorocznego *Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu* w Polsce w zakresie strategii digitalizacji wyniósł 3,5 pkt na 10 możliwych do uzyskania. Przed rokiem było to 3,8 pkt, co z jednej strony wskazuje na pogorszenie sytuacji i daje podstawę do stawiania wielu pytań, ale z drugiej pozostawia ogromny potencjał do pracy. Nadal ponad trzy czwarte firm nie posiada formalnego dokumentu dotyczącego transformacji cyfrowej i niewiele przedsiębiorstw planuje jego stworzenie. Trudna sytuacja gospodarcza powoduje również większą stagnację w kwestii wydatków i zatrudniania nowych pracowników, niż było to obserwowane przed rokiem.



3,5 / 10 pkt



Widoczny regres

Udana transformacja cyfrowa musi opierać się na właściwie dobranej i przemyślanej strategii cyfryzacji, która to z kolei, polega na dokonywaniu właściwych wyborów inwestycyjnych w celu maksymalizacji przewagi konkurencyjnej, wzrostu zysku i wartości firmy, a następnie na skutecznym i konsekwentnym jej wdrażaniu.

Niestety wśród polskich firm badanych przez KPMG w ramach *Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu* zmalał odsetek respondentów deklarujących zwiększenie wydatków wiązanych z realizacją strategii cyfryzacji. W zeszłym roku taki wzrost zapowiadało 21% firm, w tym roku jest to tylko 14% respondentów, wśród których tylko 5% badanych planuje realizację tego zamierzenia w dużym lub bardzo dużym stopniu. Ponad trzy czwarte (78%) planuje

utrzymać poziom obecnych wydatków w tym obszarze. Prawdopodobnie może to wynikać ze spowolnienia gospodarczego, które dotyka wszystkie sektory, a w wyniku którego osoby na stanowiskach kierowniczych w firmach nie decydują się inwestować w obszary niebezpośrednio związane z działalnością organizacji.

Jeszcze większą stagnację można zaobserwować w obszarze zatrudnienia

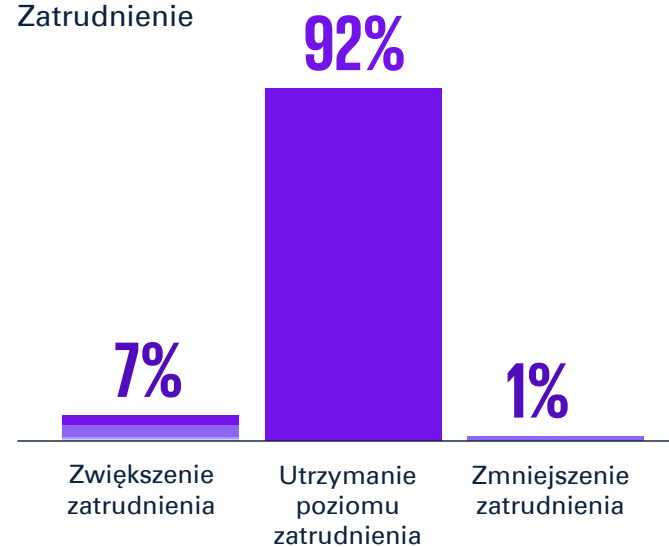
związanego z realizacją procesu digitalizacji. Aż 92% firm biorących udział w badaniu KPMG zamierza utrzymać na niezmiennym poziomie obecne zatrudnienie pracowników oddelegowanych do realizacji transformacji w ciągu najbliższego roku. Pociężające jest, że analogicznie do zeszłej edycji, w tegorocznym badaniu tylko 1% firm planuje zmniejszyć zatrudnienie w tym zakresie.

Plany firm związane z wydatkami i zatrudnieniem pracowników na rzecz realizacji transformacji cyfrowej w ciągu następnych 12 miesięcy względem obecnego poziomu

Wydatki

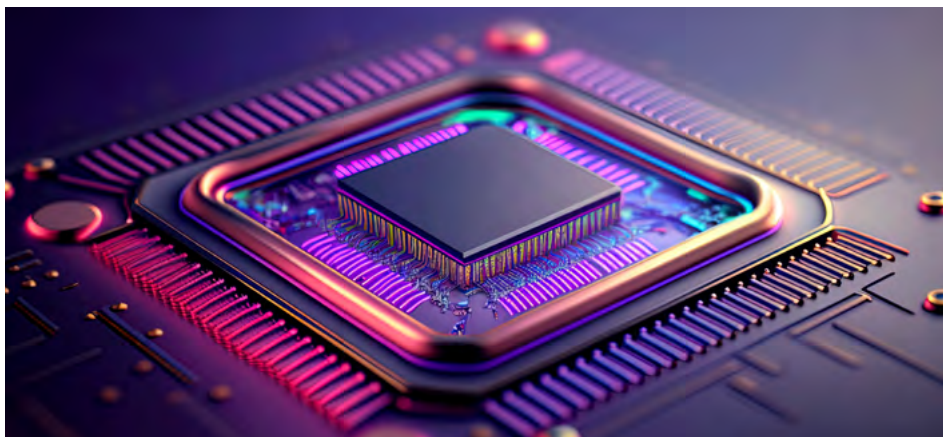


Zatrudnienie



■ W bardzo dużym stopniu ■ W dużym stopniu ■ W umiarkowanym stopniu ■ W małym stopniu ■ W bardzo małym stopniu

Tylko 14% polskich firm planuje w ciągu najbliższego roku zwiększyć wydatki przeznaczone na realizację transformacji cyfrowej



Strategia cyfrowa – pole do działania na polskim rynku

Dynamicznie dokonujące się zmiany technologiczne, które skokowo wzmacniają się wyzwaniami ostatnich lat sprawiają, że przedsiębiorstwa, które chcą pozostać na rynku powinny mieć zaplanowane kilka scenariuszy rozwoju cyfryzacji, które pomogłyby w wytyczeniu takiej strategii w ujęciu długofalowym.

Jednym z problemów związanych z obszarem strategii cyfrowej jest to, że nie posiada ona ujednoliconej definicji i często nie jest rozumiana tak samo przez różne podmioty, które często nie posiadają wiedzy na temat jej znaczenia, etapów czy składników. Faktem jest, że każda firma posiada

odmienne potrzeby, jednak pewne elementy z całą pewnością są wspólne dla każdej takiej strategii niezależnie od charakteru organizacji, dla której jest ona przygotowana. Każda strategia, w celu sprawnego zaimplementowania jej w organizacji potrzebuje odpowiedniego *entourage*. Jednym z kluczowych jego elementów jest sporządzenie dokumentu, w którym zawarte są najważniejsze cele i założenia takiej strategii oraz sposoby i procesy potrzebne do ich osiągnięcia. Niestety, wydaje się, że firmy w Polsce nie dostrzegają wagi, jaką jest posiadanie formalnego dokumentu dotyczącego strategii transformacji cyfrowej. Pozostaje pytanie o to, na jak długo takie podejście będzie się sprawdzać, i kiedy skończy się ono znaczącymi negatywnymi konsekwencjami dla poszczególnych organizacji.



Grupa Polsat Plus działa na szybko rozwijających się rynkach mediów i telekomunikacji. W swojej działalności wykorzystujemy nowe technologie i innowacje. Z najnowocześniejszych rozwiązań i usług cyfrowych mogą także korzystać nasi klienci B2C i B2B. Sieć Plus jest liderem technologii 5G, nasze treści multimedialne dzięki rozwojowi naszych platform TV i portali internetowych można oglądać na dowolnym urządzeniu, w dowolnym miejscu, a Netia oferuje zaawansowane chmurowe rozwiązania ICT i z zakresu cyberbezpieczeństwa. Transformacja cyfrowa, automatyzacja i robotyzacja procesów to integralny element naszej rzeczywistości. Ogromnym sprawdzianem dla naszej organizacji pod tym względem była pandemia, kiedy w ciągu jednego dnia zapadła decyzja o oddelegowaniu kilku tysięcy naszych pracowników do pracy zdalnej. Zdaliśmy ten test wzorcowo, co wynikało w dużym stopniu z tego, że digitalizacja jest u nas procesem ciągłym. Co więcej, bez żadnych zakłóceń obsłużyliśmy zwiększony ruch kilku milionów naszych klientów w ramach naszej sieci telekomunikacyjnej. Dzisiaj transformacja cyfrowa to nie kwestia mody czy wyboru, ale konieczność decydująca o efektywności, wydajności i dalszym rozwoju organizacji. Nasza Grupa świadczy ponad 20 milionów usług płatnej telewizji, telefonicznych i dostępu do Internetu, więc dla zapewnienia jak najlepszej jakości usług i procesów obsługi klienta wspieramy się wieloma cyfrowymi rozwiązaniami. Korzystamy z usług w chmurze, mamy zdigitalizowane procesy pracownicze, biznesowe czy księgowość, wykorzystujemy roboty w procesach obsługi klienta. W 2021 r. do naszych punktów sprzedaży wprowadziliśmy we współpracy z firmą Asseco rozwiązanie *paperless* – możliwość zawarcia umowy z cyfrowym podpisem. Usługa ta to przede wszystkim szybkość i wygoda obsługi klientów oraz oszczędność ich czasu. To także korzyści związane z ochroną środowiska, a rozwiązanie jest całkowicie bezpieczne z punktu widzenia ochrony danych osobowych. Cyfrowe procesy istotnie wspierają rozwój naszej organizacji, która w ostatnich latach dynamicznie rosła zarówno organicznie, jak i dzięki akwizycjom. Digitalizacja to zatem odpowiedź na wyzwania niezwykle szybko zmieniającego się świata i potrzeby naszych klientów.



Katarzyna Ostap-Tomann

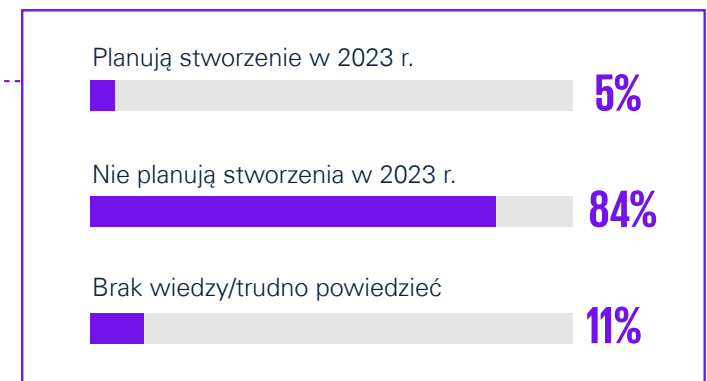
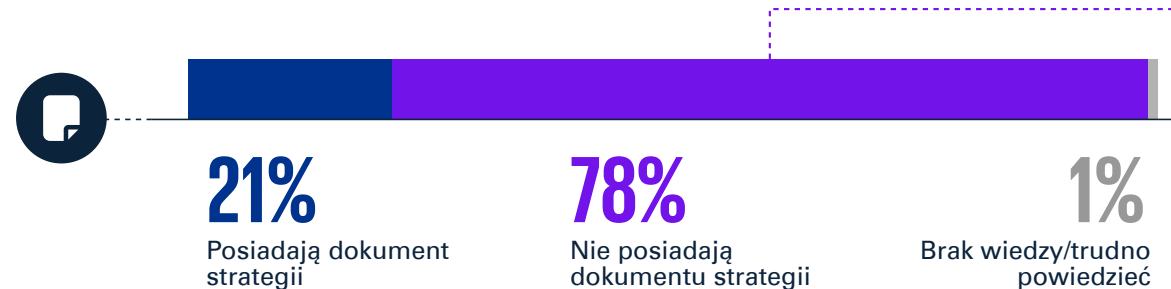
Członek Zarządu ds. Finansowych Cyfrowego Polsatu i Wiceprezes ds. Finansowych Polkomtelu, Grupa Polsat Plus

21 % respondentów deklarujących posiadanie formalnego dokumentu dotyczącego transformacji cyfrowej to w znakomitej większości duże firmy, zatrudniające ponad 250 pracowników (w zeszłorocznej edycji najliczniejszą grupą z odpowiedzią „tak” na to pytanie były podmioty średniej wielkości, zatrudniające między 50 a 249 pracowników). Analizując wyniki pod względem tego, z której branży najczęściej było odpowiedzi twierdzących wyłania się wnioszek, że 50% respondentów

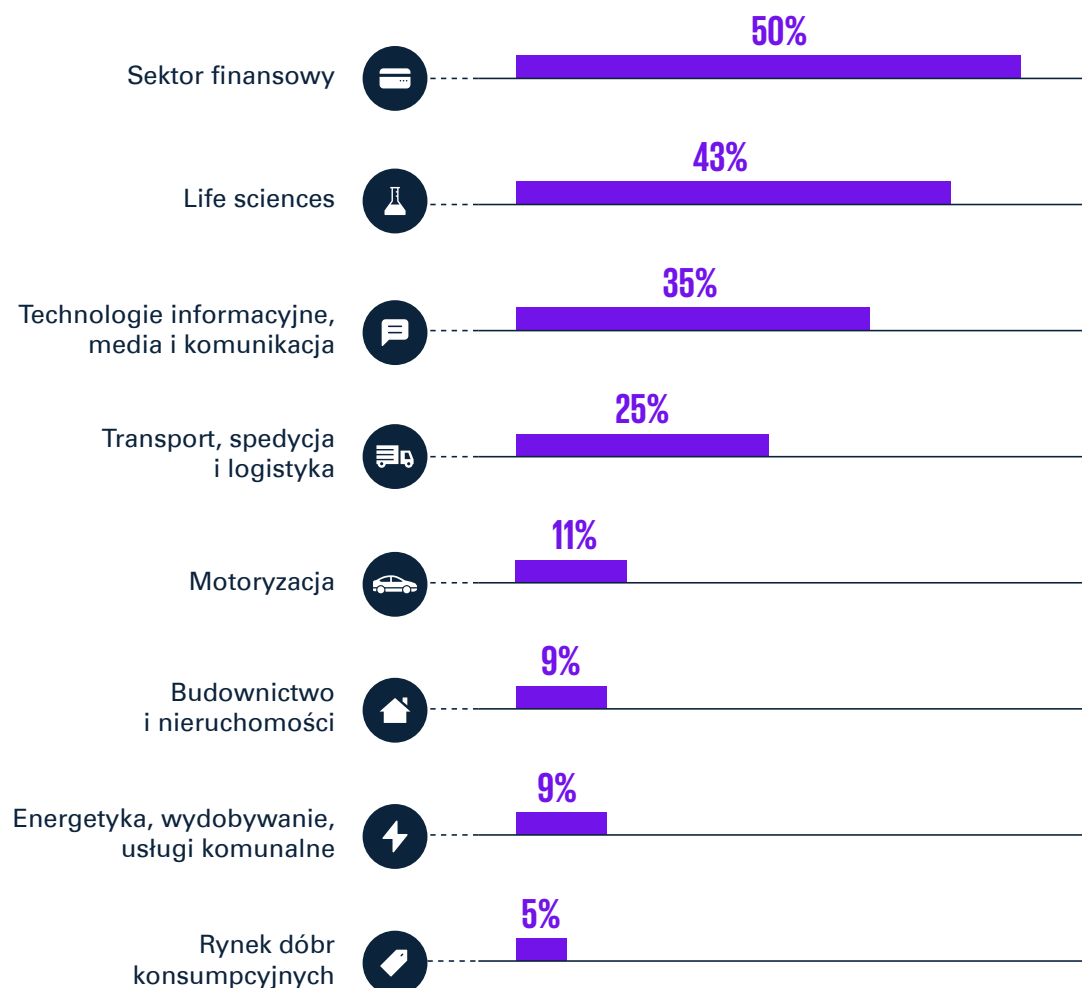
z sektora finansowego potwierdziło posiadanie takiego dokumentu. Najmniej firm deklarujących funkcjonowanie w ich strukturach sformalizowanej strategii cyfrowej działa w ramach branży dóbr konsumpcyjnych (5% twierdzących odpowiedzi), co jest wynikiem mocno szokującym, zważając na to, jak jest to branża bliska terminom takim jak *customer experience*.

Aż 78% firm biorących udział w tegorocznej edycji Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu przyznało, że nie posiada takiego dokumentu, a tylko 5% z nich planuje taką strategię stworzyć w ciągu najbliższego roku

Istnienie w firmach formalnego dokumentu dotyczącego transformacji cyfrowej



Istnienie w firmach formalnego dokumentu dotyczącego transformacji cyfrowej wg sektorów



” Firmy stojąc przed decyzją o strategii transformacji cyfrowej bardzo często traktują ją wybiórczo i fragmentarycznie. Oznacza to, że przykładowo analizując swoją drogę do chmury, nie biorą pod uwagę wszystkich elementów, które mają znaczenie przy wyborze strategii chmurowej, a wyłącznie koncentrują się na sposobie funkcjonowania jednego elementu (np. systemu ERP). Nie patrzą na aspekty związane z integracją z innymi systemami, porównaniem kosztów funkcjonowania rozwiązania, czy kierunkami rozwoju systemu przez producenta. Powoduje to podejmowanie decyzji nieoptymalnych, które w przyszłości mogą spowodować zwiększenie kosztów oraz ograniczyć dalsze możliwości rozwoju systemów.

Tradycyjne podejście do wdrożeń już się nie sprawdza, gdyż dziś konieczne jest przeprowadzenie gruntownej analizy przedwdrożeniowej w celu określenia strategii transformacji, a nie ograniczenie się wyłącznie do analizy funkcjonalnej. W tym kontekście ważna jest też odpowiedź na pytanie, czy zależy nam na przeprowadzeniu wdrożenia, czy też transformacji biznesowej, która wymaga odmiennego podejścia i koncentracji na perspektywie biznesowej, a nie wyłącznie technicznej. Decydując się na przeprowadzenie transformacji podmiot wyraża zgodę na przegląd swojego biznesu z perspektywy dostępnych technologii, co ma prowadzić do wykorzystania rozwiązań, które najlepiej zapewnią realizację strategii organizacji. W tym kontekście konieczne jest rozumienie jak działają nowoczesne rozwiązania technologiczne i próba najlepszego wykorzystania standardu w służbie biznesu. Wymaga to także odmiennego podejścia do realizacji wdrożeń, poprzez zastosowanie elementów metodyk zwinnych w celu szybszego zapewnienia pierwszych efektów transformacji.

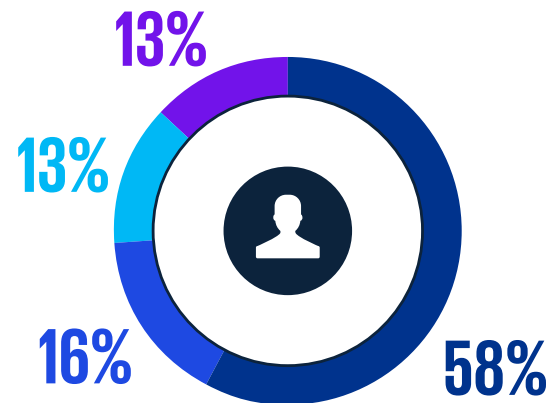


Bartosz Zawisza
Partner Associate,
Dział Doradztwa Biznesowego,
Doradztwo IT, KPMG w Polsce

Strategiczne myślenie daje do myślenia

Jednak tylko w 63% firm taka strategia została zakomunikowana pracownikom. W zeszłym roku było o 20% więcej firm, które zadeklarowały, że personel zatrudniony w ich organizacji został poinformowany o założeniach strategii transformacji cyfrowej. W ponad połowie spośród takich firm to dział IT bądź sam CIO jest odpowiedzialny za koordynację takiej strategii.

Osoba lub dział odpowiedzialny za transformację cyfrową



- IT/CIO
- Prezes zarządu/CEO
- Odpowiedzialność jest rozproszona
- Brak przypisanej odpowiedzialności w tym zakresie



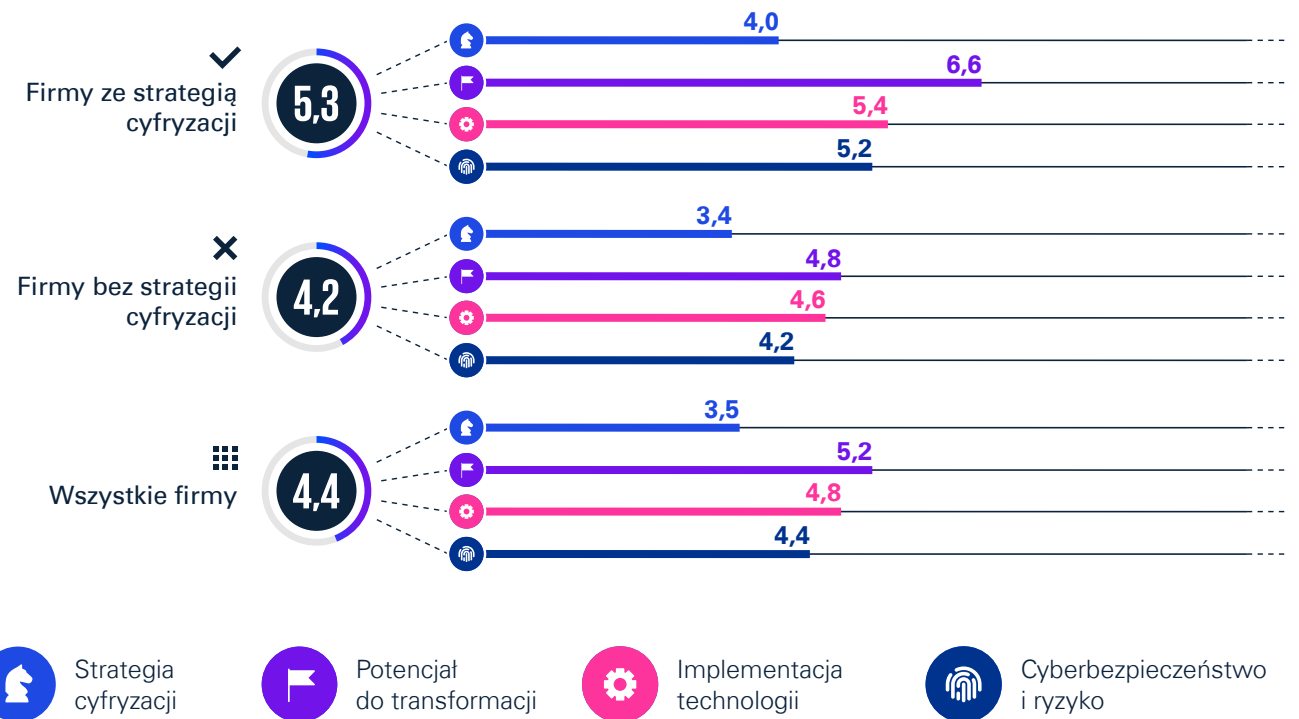
82% firm posiadających formalny dokument dotyczących strategii transformacji cyfrowej przyznaje, że w ramach tej strategii zostały określone konkretne cele i sposoby jej realizacji



Podobnie jak w zeszłym roku, przedsiębiorstwa posiadające strategię cyfryzacji uzyskały wyższy wynik skumulowanego wskaźnika monitora niż organizacje niedysponujące takim dokumentem. Śmiało można stwierdzić, że w każdym obszarze badanym w ramach *Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu* firmy ze strategią cyfryzacji wypadają znacznie lepiej niż te, które nie stworzyły takiego formalnego dokumentu.

Niestety, jest to w porównaniu z zeszłym rokiem znacznie gorszy rezultat. W zakresie związanym z nastawieniem i planami inwestycyjnymi uzyskały one 4 pkt (w 2022 roku było to 5,1), czyli o 0,6 więcej niż firmy bez takiej strategii.

Wskaźnik Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu wg faktu posiadania strategii cyfryzacji

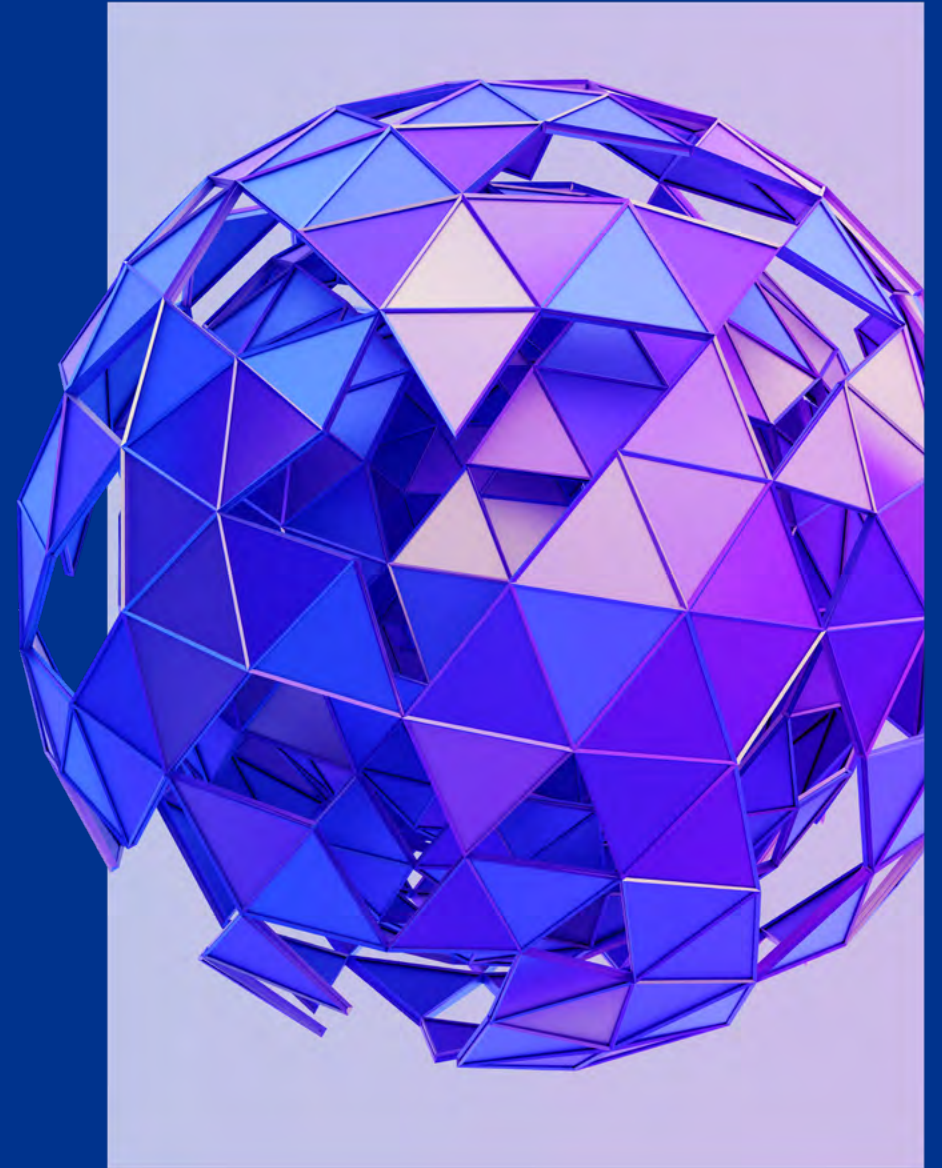


Implementacja technologii

W procesie transformacji cyfrowej liczą się konkretne działania wykorzystujące nowe narzędzia. W polskich przedsiębiorstwach, na podstawie wyników tegorocznego badania, technologie można podzielić na topowe i niedoceniane – nie ma nic pośrodku. Rozwiązania mobilne i komputerowe wspomagające procesy decyzyjne podbijają rynek, natomiast metawersum i *blockchain* pozostają wśród ewidentnie pomijanych. Duże nadzieje firmy pokładają w usługach chmurowych, jednak bezpieczeństwo przechowywanych danych, mimo stosowanych systemów zabezpieczeń, wciąż budzi niepokój. Warto podkreślić, że polskie przedsiębiorstwa na pierwszym miejscu stawiają klienta – potwierdza to fakt, że najczęściej używanym systemem informatycznym okazał się CRM, którego zadaniem jest zarządzać relacjami z klientem. Poziom wdrożenia tego systemu w polskich firmach, podobnie jak prawie wszystkich pozostałych, wzrósł w porównaniu do poprzedniej edycji badania.



4,8 / 10 pkt



Wszystko albo nic

Stworzenie strategii cyfryzacji jest pierwszym krokiem w kierunku rozwoju technologicznego firm, a co za tym idzie również ich rozwoju biznesowego. Transformacja, aby była skuteczna i dająca przewagę konkurencyjną, wymaga jednak podejmowania konkretnych działań opartych na dostępnych na rynku narzędziach. Badanie wskazuje na poziom oraz plany wdrożenia jedenastu wybranych technologii w wybranych przedsiębiorstwach. Okazuje się, że polskie firmy w swojej codziennej pracy najczęściej sięgają po rozwiązania mobilne – wdrożono je już w 73% ankietowanych przedsiębiorstw, a spośród firm, które z takich narzędzi jeszcze nie

korzystają 23% respondentów deklaruje, że wprowadzą je w ciągu najbliższych 12 miesięcy. Drugą najpopularniejszą technologią jest wspomagany komputerowo proces decyzyjny, używany w 70% firm. Warto jednak podkreślić, że jest to narzędzie ze zdecydowanie największym potencjałem – aż 35% ankietowanych przyznaje, że ich firma planuje wdrożyć je w ciągu następnego roku. Do topowych na polskim rynku technologii można zaliczyć również rozwiązania oparte na automatyzacji i robotyzacji (wdrożone w 58% firm i planowane w 14% pozostałych) oraz komunikację między maszynami (wdrożone w 39% firm i planowane w 17% pozostałych).



KOMENTARZ KPMG



Z roku na rok obserwujemy coraz większą adopcję cyfrowych technologii, a chmura stała się codziennością dla większości przedsiębiorstw. Zwraca uwagę fakt, że stosunkowo nowe technologie jak blockchain czy Metaverse, które są obecne w mediach wciąż nie są na szerszą skalę wykorzystywane w firmach (odpowiednio 11% i 7% adopcji w organizacjach).

Bardzo ciekawy będzie rok przyszły jeśli chodzi o wykorzystanie sztucznej inteligencji w tym w szczególności ChatGPT. Wszyscy słyszymy o tym, jaka ma to być rewolucja w działaniach przedsiębiorstw, która powinna wpłynąć na prawie każdy aspekt ich funkcjonowania – zobaczymy czy ta technologia znacząco wpłynie na nie najwyższe wyniki AI w tym roku (15%) czy też Big Data (18%).

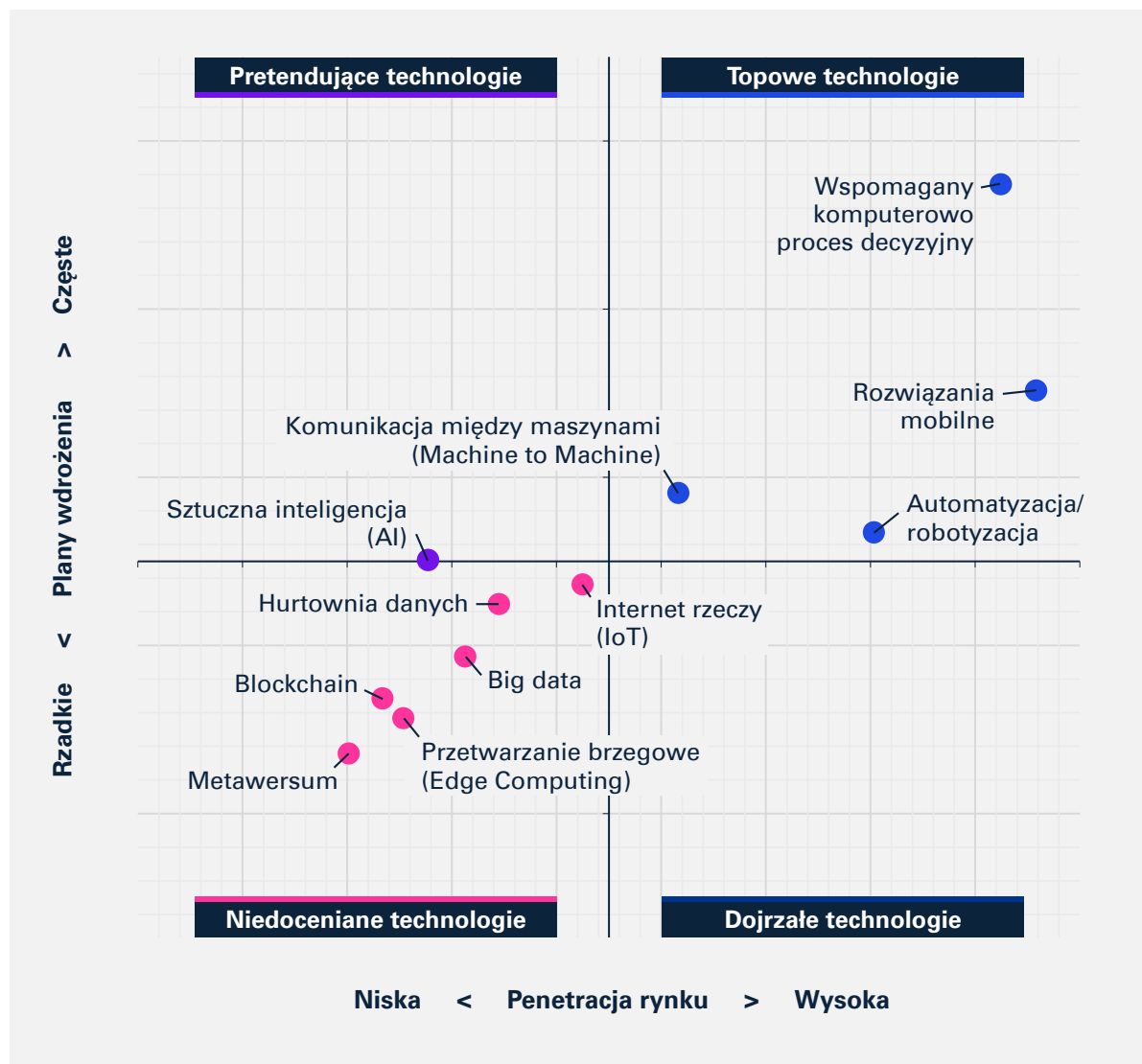
Na drugim biegunie obserwujemy mocną pozycję technologii mobilnych z wynikiem 73% - wynik ten nie powinien dziwić patrząc na mnogość aplikacji w naszych telefonach, z których korzystamy na co dzień w komunikacji z bankami czy też sklepami internetowymi. Walka o pracownika mocno przyczynia się do coraz mocniejszej pozycji narzędzi automatyzujących procesy biznesowe. Robotyzacja praktycznie dominuje procesy w sektorze finansowym (79% adopcji), który charakteryzuje się ogromną powtarzalnością czynności. Powoli zdobywa również popularność w sektorach, gdzie zastąpienie pracy ludzkiej nie jest jeszcze takie proste i wymaga też przyzwolenia na autonomiczne pojazdy (budownictwo oraz transport na poziomie 45%).



Radosław Kowalski

Partner, Dział Doradztwa Biznesowego, Data Intelligence Solutions, KPMG w Polsce

Matryca wdrożeń technologii w przedsiębiorstwach działających w Polsce



Trudna sytuacja ekonomiczna oddziałuje na planowane w firmach budżety. Kryzys gospodarczy z pewnością zweryfikował priorytety w wielu przedsiębiorstwach i mógł spowodować, że firmy mocno ograniczyły plany wdrażania nowych narzędzi w 2023 roku. Jedynie sztuczna inteligencja (AI) może pretendować do stania się za jakiś czas dojrzałą, wykorzystywaną powszechnie technologią – obecnie korzysta z niej 15% firm, a plany jej wdrożenia zadeklarowało 13% pozostałych przedsiębiorstw. Metawersum, przetwarzanie brzegowe czy *blockchain* to technologie stosunkowo nowe i nieznanne jeszcze przedsiębiorcom. Ich działanie i wpływ na rozwój konkurencyjności na rynku nie są jeszcze dobrze rozumiane przez biznes i z pewnością takie rozpoznanie wymaga czasu. W lutym 2023 roku najrzadziej wykorzystywaną w firmach respondentów technologią był metawersum, który wdrożono w 7% przedsiębiorstw, a jedynie 1% pozostałych firm zadeklarował plany wprowadzenia tego narzędzia w ciągu kolejnych 12 miesięcy. Przetwarzanie brzegowe i *blockchain* wdrożono odpowiednio w 13% i 11% badanych przedsiębiorstw, a wśród pozostałych firm 3% i 5% planuje zacząć ich używać w ciągu najbliższego roku.

Zdecydowanymi liderami w wykorzystywaniu rozwiązań mobilnych pozostają firmy z sektora ICT – aż dziewięć na dziesięć przedsiębiorstw w tej branży korzysta na co dzień z aplikacji na smartfony i tablety. Wspomagany komputerowo proces decyzyjny jest domeną sektora transportowego (84% firm korzysta z tego typu technologii). Sektor finansowy jest zaś niedościgniony pod względem automatyzacji i robotyzacji procesów oraz komunikacji między maszynami. Co ciekawe aż 22% firm z tej gałęzi gospodarki deklaruje używanie najrzadziej wykorzystywanej technologii, czyli metawersum.

Odsetek firm z wdrożonymi technologiami cyfrowymi według sektorów

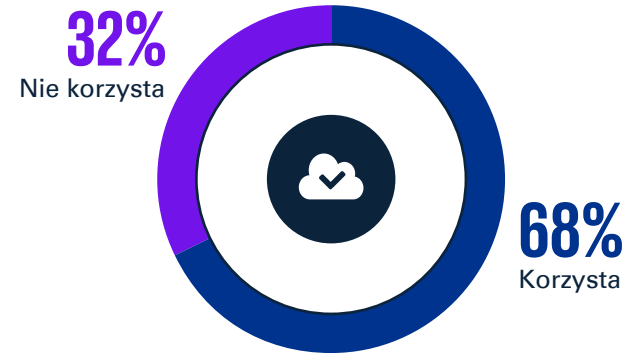
	Gospodarka ogółem	Sektor finansowy	Energetyka, wydobywanie, usługi komunalne	Budownictwo i nieruchomości	Rynek dóbr konsumpcyjnych	Life sciences	Motoryzacja	Technologie informacyjne, media i komunikacja	Transport, spedycja i logistyka
Rozwiązania mobilne	73%	85%	82%	68%	59%	57%	67%	90%	74%
Wspomagany komputerowo proces decyzyjny (DSS)	70%	79%	68%	73%	45%	57%	67%	75%	84%
Automatyzacja/robotyzacja	58%	79%	68%	45%	59%	71%	61%	65%	45%
Komunikacja między maszynami (M2M)	39%	63%	45%	15%	18%	57%	50%	45%	33%
Internet rzeczy (IoT)	30%	53%	32%	27%	10%	21%	35%	45%	21%
Hurtownie danych	22%	39%	5%	18%	32%	21%	0%	40%	16%
Big data	18%	17%	14%	18%	18%	15%	0%	35%	21%
Sztuczna inteligencja (AI)	15%	17%	14%	14%	5%	21%	19%	25%	10%
Przetwarzanie brzegowe (EC)	13%	11%	19%	5%	10%	0%	6%	16%	17%
Blockchain	11%	5%	11%	5%	10%	14%	6%	21%	5%
Metaverse	7%	22%	6%	0%	0%	7%	0%	11%	5%

Polskie firmy z głową w chmurach

Według wyników ubiegłorocznego badania technologią przodującą w polskich firmach były rozwiązania chmurowe – ich wykorzystywanie deklarowało wówczas 63% respondentów. W najnowszej edycji raportu postanowiliśmy dokładniej przyjrzeć się tej technologii. Okazało się to dobrą decyzją, ponieważ odsetek firm korzystających z usług chmurowych wzrósł o 5 p.p. do 68%. Najczęściej do wykorzystywania chmury przyznają się firmy z branży motoryzacyjnej (88%) i sektora ICT (85%). Najpowszechniej wykorzystywanym w przedsiębiorstwach modelem usług jest IaaS (*Infrastructure as a Service*), w którym zewnętrzny dostawca zapewnia jedynie infrastrukturę. Korzystanie z IaaS deklaruje 56% respondentów z firm, które wdrożyły rozwiązania chmurowe. Nieznacznie mniej, bo 55% ankietowanych przyznaje, że korzysta z modelu SaaS (*Software as a Service*), w którym oprócz infrastruktury dostarczany jest komplet aplikacji i platform, a 50% firm wykorzystuje też chmurę prywatną z własną mocą obliczeniową w lokalnej infrastrukturze. Najmniej respondentów wskazało wśród usług chmurowych model PaaS (*Platform as a Service*), czyli platformę i infrastrukturę do tworzenia własnych aplikacji.

68% ankietowanych deklaruje korzystanie z usług chmurowych.

Odsetek firm z wdrożonymi usługami chmurowymi



Wdrożone modele usług chmurowych



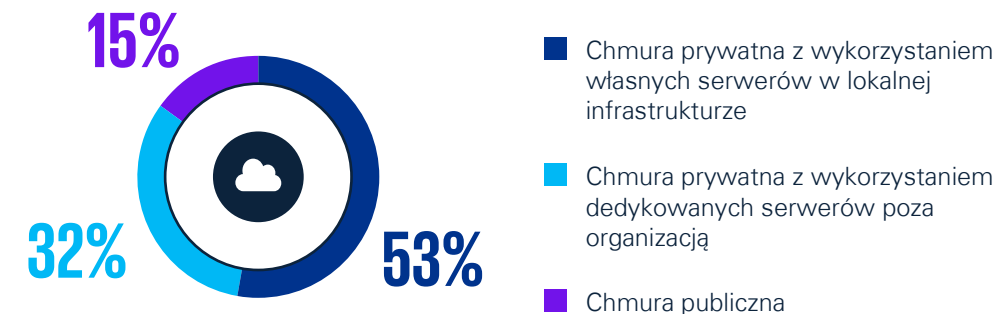
Rozwiązania chmurowe rozwijają się w zawrotnym tempie i z pewnością w kolejnych latach będą tylko zyskiwać na znaczeniu. Wygoda, z jaką wiąże się ich używanie zachęca firmy do wdrażania tego typu rozwiązań. Łatwość dostępu do danych niezależnie od czasu i miejsca pozwala na dynamiczny rozwój biznesu i zwiększanie konkurencyjności na rynku. Cieszy fakt, że zauważają to również menedżerowie w polskich firmach i odsetek przedsiębiorstw, które wdrożyły takie usługi urosł w stosunku do poprzedniego roku. Respondenci zostali również zapytani o plany ich firm związane z przetwarzaniem danych w chmurze w ciągu najbliższych trzech lat. Aż 85% osób odpowiadających za transformację cyfrową w swoich firmach jako model dominujący wskazało chmurę prywatną. Spośród nich 53% ankietowanych będzie stawiać na wykorzystanie własnych serwerów w lokalnej infrastrukturze, a 32% chce korzystać z serwerów zewnętrznych. 15% respondentów deklaruje, że w przeważającej mierze w ciągu kolejnych 3 lat będą przetwarzali dane w chmurze publicznej.

Przechowywanie danych w chmurze wciąż jest niestety często kojarzone z większym niebezpieczeństwem niż magazynowanie ich na lokalnych serwerach. Tylko 6% ankietowanych nie widzi żadnych zagrożeń związanych z wykorzystywaniem usług chmurowych. Najczęściej wskazywanym przez

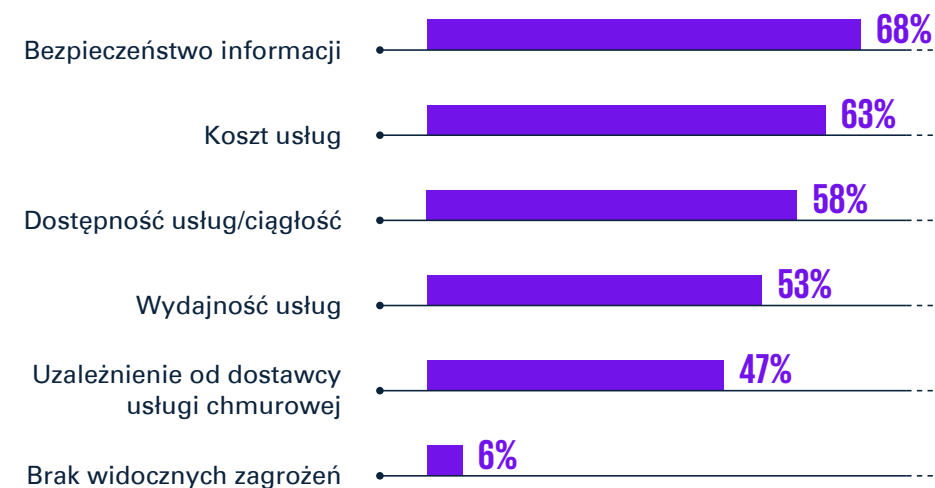
przedstawicieli biznesu zagrożeniem jest obawa o bezpieczeństwo informacji – wyraża ją ponad dwie trzecie respondentów. Okazuje się również, że rozwiązania chmurowe wciąż pozostają dla polskich firm zbyt drogie – na koszt usług narzeka aż 63% firm. Niechlubne podium zagrożeń zamyka natomiast obawa o dostępność i ciągłość usług, którą wskazało 58% ankietowanych osób. Choć jak widać, polskim przedsiębiorcom wyraźnie brakuje zaufania do chmury obliczeniowej, to warto pamiętać, że dostawcy tego typu usług są świadomi zagrożeń, jakie niesie ze sobą ich wykorzystywanie. Dlatego oferują pełną gamę zabezpieczeń, które chronią dane przed niepożądanymi wyciekami czy atakami z zewnątrz. Scentralizowane bezpieczeństwo danych i łatwa kontrola mogą w wielu przypadkach okazać się dużo bardziej skutecznym zabezpieczeniem niż przechowywanie danych offline.

Ponad 2/3 firm obawia się o bezpieczeństwo informacji przechowywanych w chmurze

Plany dotyczące modelu przetwarzania danych z wykorzystaniem usług chmurowych w perspektywie najbliższych 3 lat



Zagrożenia związane z wykorzystaniem usług chmurowych przy transformacji cyfrowej





Biznes jest świadomy roli, jaką cyfryzacja pełni w zapewnieniu rozwoju, stabilności i konkurencyjności organizacji.

Potwierdzeniem mogą być ostatnie lata, kiedy to właśnie w technologii dostrzeżono szansę na sprostanie piętrzącym się wyzwaniom. Jednak teraz, w czasie trwającego spowolnienia gospodarczego i niepewnych warunków rynkowych, firmom trudniej jest podejmować decyzję o dalszych inwestycjach w cyfrowe rozwiązania. Widoczne jest to również w raporcie KPMG, zgodnie z którym ponad trzy czwarte organizacji nie posiada formalnego dokumentu dotyczącego strategii transformacji cyfrowej, a tylko 5 proc. respondentów deklaruje jego opracowanie w ciągu najbliższych 12 miesięcy. Co więcej, 29 proc. firm w ogóle nie przeznaczają wydatków na transformację cyfrową, podczas gdy w ubiegłym roku taką deklarację złożyło jedynie 11 proc. respondentów. Oznacza to, że firmy ograniczają swoje inwestycje z zakresu cyfryzacji.

Co ciekawe, w tym samym czasie wzrosło wykorzystanie usług chmurowych w przedsiębiorstwach do poziomu 68 proc. (z 63 proc. w 2022 roku). To pocieszająca statystyka, gdyż właśnie chmura jest dzisiaj silnikiem napędowym rozwoju biznesu i wzrostu gospodarczego, a także jednym z gwarantów bezpieczeństwa, który pomaga firmom utrzymać efektywność finansową w czasach dekonunktury. Właśnie dlatego Microsoft, aby umożliwić firmom w Polsce cyfryzację realizowaną w oparciu o technologie, postanowił włączyć nasz kraj do największej zaufanej globalnej infrastruktury chmurowej Microsoft Azure. Przyniesie to szczególne korzyści dla przedsiębiorstw z branż regulowanych, takich jak energetyka, finanse oraz sektor publiczny, które dzięki zlokalizowaniu centrów danych na terenie naszego kraju będą mogły spełnić surowe wymagania dotyczące miejsca przetwarzania danych.



Tomasz Dreslerski

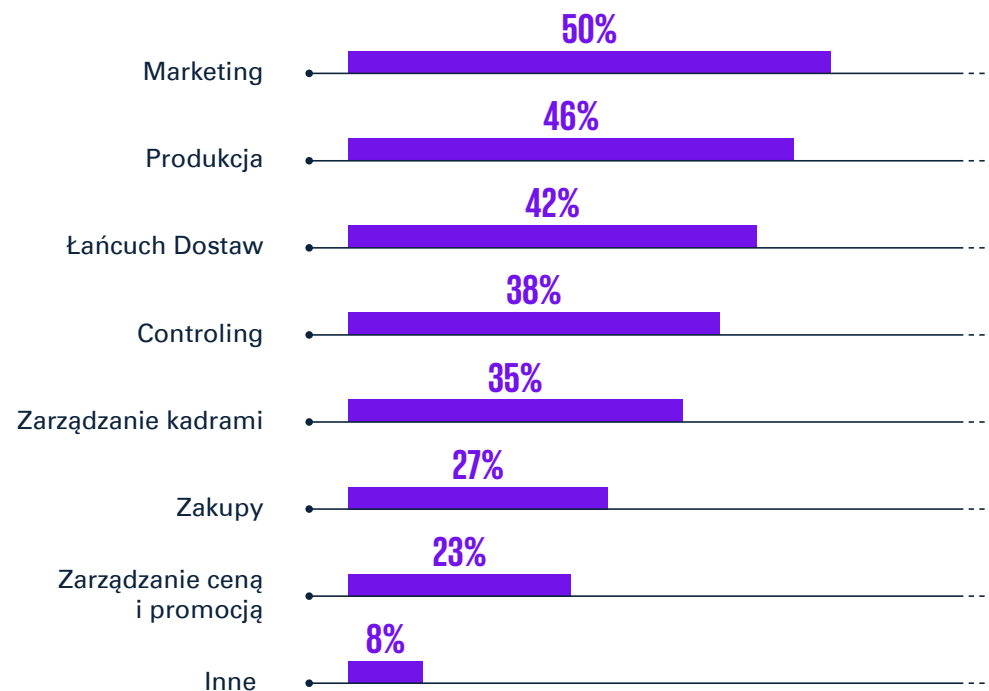
Enterprise Commercial Lead,
Microsoft w Polsce

Niepopularna, ale efektywna

Jak wynika z przedstawionej wcześniej matrycy wdrożeń, to sztuczna inteligencja jako jedyna w tegorocznym zestawieniu może pretendować do stania się w najbliższych miesiącach popularną i powszechnie używaną technologią. W związku z dynamicznym rozwojem w ostatnich miesiącach narzędzi opartych na sztucznej inteligencji zapytaliśmy

ankietowanych, którzy w swoich firmach wdrożyli już AI, do jakich celów jest ona wykorzystywana. Najczęściej, bo aż w 50% organizacji, technologia ta wspomaga działania marketingowe. Co ciekawe, aż 46% przedsiębiorstw deklaruje, że używa sztucznej inteligencji w obszarze produkcji, a 42% korzysta z niej także w bardzo problematycznym w ostatnich latach procesie kontrolowania łańcucha dostaw. Narzędzia oparte na AI najczęściej wykorzystywane są – co nie zaskakuje – w sektorze ICT.

Obszary, w których wykorzystywana jest sztuczna inteligencja



Inwestowanie w sztuczną inteligencję przynosi przedsiębiorstwom korzyści zarówno finansowe, jak i ekologiczne. AI pomaga w zwiększeniu wydajności pracy i poprawie jakości produktów lub usług. Poprzez automatyzację procesów biznesowych i analizę danych, firmy osiągają lepsze wyniki finansowe i zwiększają swoją konkurencyjność. Dodatkowo, sztuczna inteligencja pomaga przedsiębiorstwom w osiągnięciu celów zrównoważonego rozwoju, poprzez redukcję zużycia energii i materiałów, zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych oraz poprawę efektywności wykorzystania zasobów naturalnych.

Niestety polski rynek znajduje się zdecydowanie poniżej poziomu globalnego w zakresie wykorzystania sztucznej inteligencji. Jedynie 15% ankietowanych organizacji potwierdziło inwestycje w AI, podczas gdy średnia globalna wypada w okolicach 35-37%, co pokazuje skalę jeszcze niewykorzystanego potencjału. Nie jesteśmy natomiast odosobnieni w braku mierzenia korzyści uzyskanych dzięki AI. 62% organizacji potwierdziło brak pomiaru efektywności wdrożonych rozwiązań (vs 68% średnia globalna). Jest to obecnie największe światowe wyzwanie w adopcji AI.

Wypracowanie mechanizmu oceny efektywności biznesowej, przez pryzmat twardych metryk, jest kluczowe, aby zagwarantować sukces wykorzystania algorytmów w biznesie. Dodatkowo pozwala na eliminację pomysłów z góry skazanych na porażkę.

Obecnie wiodącymi obszarami biznesowymi w adopcji AI są marketing i produkcja. Niemniej jednak w najbliższych latach możemy się spodziewać znacznego przyspieszenia adopcji w obszarze obsługi klienta oraz pracownika. Wiąże się to z ogromną popularyzacją wielozadaniowych modeli językowych (np. Chat GPT). Ich wszechstronność oraz łatwość użytkowania otwiera nowe możliwości, które do niedawna wiązały się z dużymi wyzwaniami po stronie jakości i trudności wdrożenia.



Łukasz Dylewski

Dyrektor, Data Science
& AI Leader, KPMG w Polsce

KOMENTARZ FIRMY

” Dzięki AI liderzy podejmują bardziej świadome decyzje i automatyzują pracochłonne procesy, wyzwalając potencjał pracowników. Wyniki badania ukazują jednak, że obecnie poziom adopcji sztucznej inteligencji w Polsce jest niski. Inwestycje w tym zakresie podejmują tylko najbardziej innowacyjne firmy.

Inwestycje w AI, przynoszą krótkoterminowe korzyści finansowe: wzrost przychodów, czy zwiększenie produktywności. Ponadto w długim okresie przekładają się na wzrost wartości, poprzez większą elastyczność organizacyjną, wzrost innowacyjności czy synergię z innymi rozwiązaniami cyfrowymi. Badanie pokazuje, że 38% firm, które używają AI mierzy efektywność jej wykorzystania i osiągają one oczekiwane rezultaty.

Niski poziom adopcji AI w przedsiębiorstwach może wynikać z różnych przyczyn. Wiele firm może nie być świadomych możliwości, jakie oferuje ta technologia. Wyższy poziom wykorzystania sztucznej inteligencji

w obszarach takich jak marketing, produkcja i logistyka wynika z wieloletniej standaryzacji rozwiązań opartych o AI przy prognozowaniu, segmentacji czy optymalizacji. Kolejne bariery to obawy o wysokie koszty wdrożenia oraz o ryzyko niepowodzenia pojedynczych projektów. Ponadto firmy muszą najpierw zbudować zbiory dobrej jakości danych, a także osiągnąć minimalny poziom transformacji cyfrowej. Management może obawiać się również braku doświadczenia i kompetencji w prowadzeniu, wdrożeniu i utrzymaniu rozwiązań AI.

Ostatni rok przyniósł wzrost zainteresowania AI dzięki popularności rozwiązań opartych na dużych modelach językowych (np. ChatGPT). Świadomość liderów organizacji z Polski dotycząca korzystania ze sztucznej inteligencji w codziennych procesach biznesowych zwiększa się w wyniku publicznej debaty na ten temat. Taki trend powinien przyczynić się do wzrostu poziomu adopcji AI i utrzymania konkurencyjności polskich przedsiębiorstw na globalnym rynku.

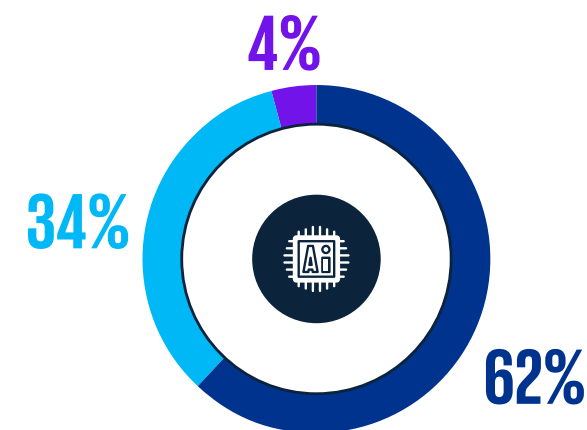


Karim Sylla

Dyrektor Analityki i Data Science, Grupa Żabka

Trudno jest określić przydatność poszczególnych technologii w rozwoju biznesu, jeśli firma nie posiada konkretnych wskaźników określających efektywność prowadzonych usprawnień. Dlatego niepokoić może fakt, że aż 62% przedsiębiorstw wykorzystujących sztuczną inteligencję nie mierzy efektywności jej wdrożenia. Pokrzepiający jest jednak fakt, że spośród organizacji, które takie wskaźniki posiadają wszystkie deklarują, że prowadzone działania są skuteczne.

Miara efektywności wdrożonej sztucznej inteligencji



- Nie mierzymy
- Mierzymy – dotychczasowe oceniamy na umiarkowanie skuteczne
- Mierzymy – dotychczasowe oceniamy na wysoce skuteczne

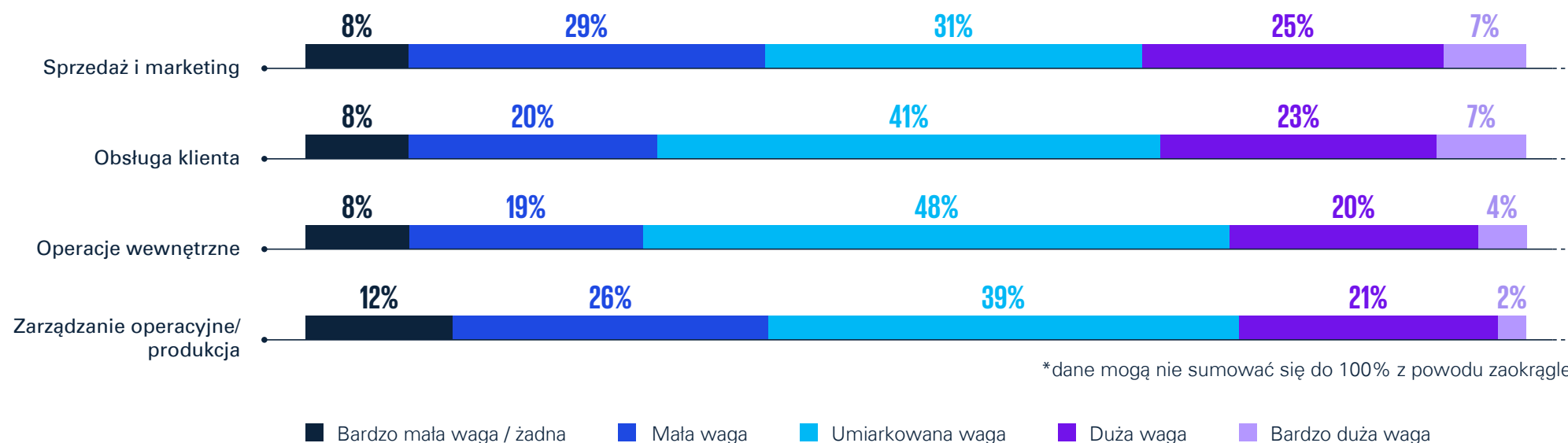
Klient na pierwszym miejscu

Oprócz znaczenia tego, jakie technologie są wykorzystywane w firmach, ważne jest również, w jakich obszarach wspomagają one transformację cyfrową. Na potrzeby raportu wydzieliśmy cztery grupy procesów, które występują we wszystkich przedsiębiorstwach, bez znaczenia, z jakiego sektora wywodzi się firma.

Największy odsetek firm (32%) wskazuje, że w ciągu najbliższych miesięcy będzie przykładać dużą lub bardzo dużą wagę do technologicznego rozwoju sprzedaży i marketingu. W porównaniu z poprzednią edycją badania odnotowano spadek o 8 p.p. Digitalizacja obszaru obsługi klienta będzie w takim stopniu istotna dla 30% ankietowanych (spadek o 16 p.p.), operacji wewnętrznych dla 24% (spadek o 16 p.p.), a zarządzania operacyjnego (w tym produkcji) dla 23% (spadek o 12 p.p.).



Waga, jaką przykładać będą firmy do rozwoju technologii cyfrowych w poszczególnych obszarach w ciągu następnych 12 miesięcy





Transformacja cyfrowa w obszarze obsługi klienta oraz sprzedaży i marketingu będzie w ciągu kolejnego roku szczególnie ważna dla sektora finansowego i *life sciences*. Aż 50% firm z tych branż deklaruje, że będzie przykładać dużą lub bardzo dużą wagę do cyfryzacji procesów związanych z obsługą klienta, z kolei

odpowiednio 45% i 43% firm będzie stawiać na sprzedaż i marketing. Firmy z sektora *life sciences* przodują też pod względem planów digitalizacji obszaru operacji wewnętrznych (46%) i zarządzania operacyjnego (43%) zostawiając inne sektory wyraźnie w tyle. W zestawieniu zdecydowanie najslabiej wypada

sektor TSL. Jeszcze rok temu w trzech z czterech omawianych obszarów jego wynik zdecydowanie przewyższał średnią dla całej gospodarki. W najnowszej edycji, w każdej kategorii mniej niż jedna piąta firm zadeklarowała przykładanie dużej lub bardzo dużej wagi do digitalizacji. Branża transportowa przeżywa teraz

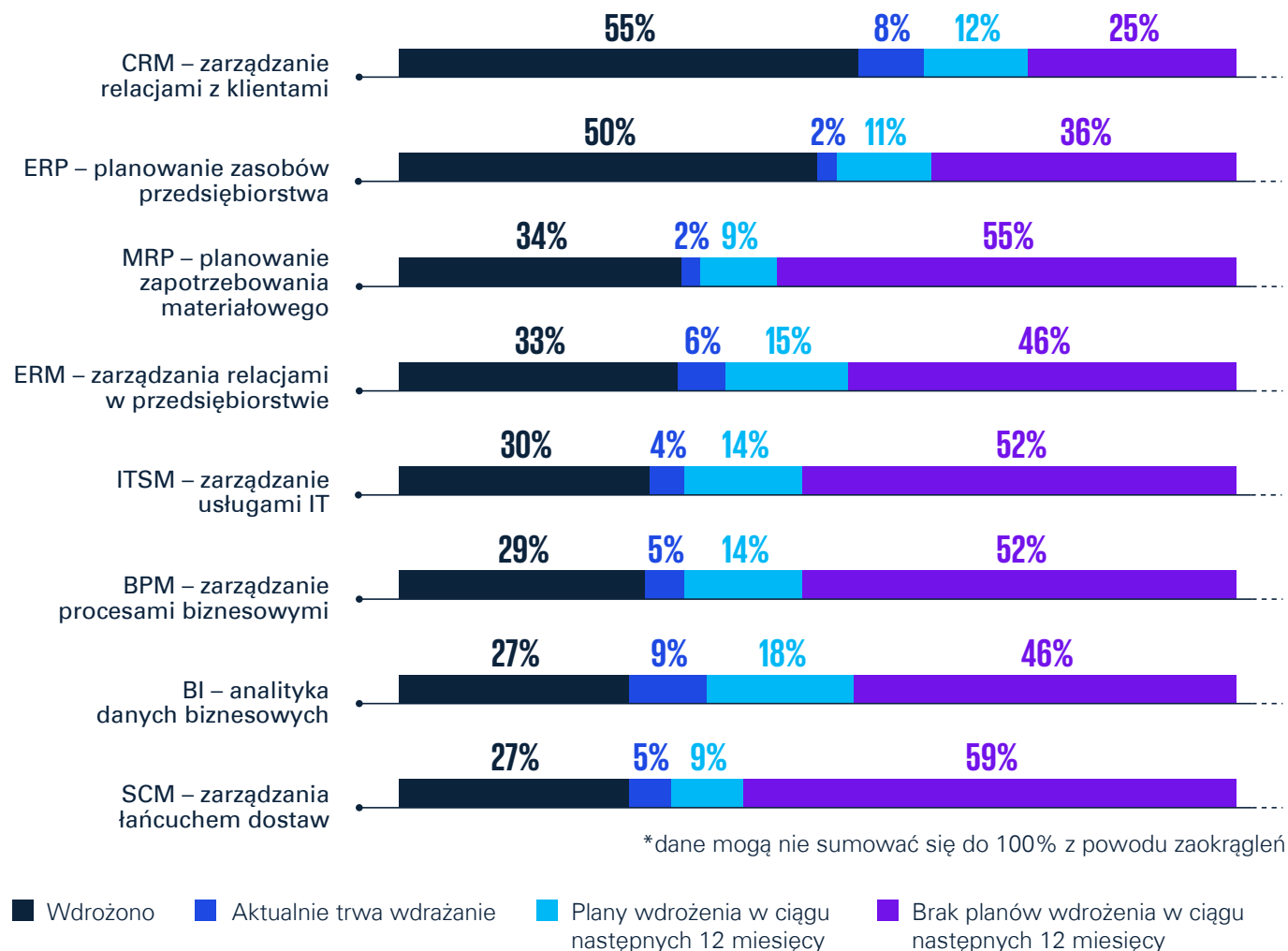
bardzo trudny okres. Braki kadrowe i niestabilność cen paliw wpływają na kondycję wielu firm i prawdopodobnie powodują, że inwestowanie w transformację cyfrową musi zostać odsunięte w czasie.

Odsetek firm planujących dużą lub bardzo dużą wagę przykładać do rozwoju technologii cyfrowych w poszczególnych obszarach

	Gospodarka ogółem	Sektor finansowy	Energetyka, wydobywanie, usługi komunalne	Budownictwo i nieruchomości	Rynek dóbr konsumpcyjnych	Life sciences	Motoryzacja	Technologie informacyjne, media i komunikacja	Transport, spedycja i logistyka
 Sprzedaż i marketing	32%	45%	18%	36%	32%	43%	39%	35%	20%
 Obsługa klienta	30%	50%	32%	27%	23%	50%	17%	20%	11%
 Operacje wewnętrzne	24%	25%	32%	14%	18%	46%	11%	30%	16%
 Zarządzanie operacyjne / produkcja	23%	11%	23%	23%	33%	43%	22%	20%	11%

Przedstawiciele biznesu zostali również zapytani o wykorzystanie w ich firmach ośmiu wybranych systemów informatycznych. Liderem w najnowszej edycji badania okazał się system CRM do zarządzania relacjami z klientami. Aż 55% firm korzysta z tego systemu – jest to poprawa o 14 p.p. w porównaniu do poprzedniego roku. W kolejnych 8% firm CRM jest aktualnie wdrażany, a 12% respondentów deklaruje, że proces wdrożenia zostanie przeprowadzony w ciągu najbliższego roku. Na drugim miejscu uplasował się ubiegłoroczny zwycięzca – system ERP do planowania zasobów przedsiębiorstwa. Został on wskazany jako wdrożony w 50% ankietowanych organizacji, co jest wynikiem lepszym o 4 p.p. w stosunku do zeszłorocznej edycji. Trzecim najchętniej wybieranym systemem w polskich przedsiębiorstwach jest MRP, służący do planowania zapotrzebowania materiałowego. Wdrożyło go już 34% firm, o 13 p.p. więcej niż przed rokiem. Uzyskane wyniki na pewno mogą napawać optymizmem – wzrósł odsetek firm wykorzystujących siedem z ośmiu omawianych systemów. Jedynym, który odnotował pogorszenie wyniku jest system do analityki danych biznesowych BI – liczba firm używających go spadła z 46% do 27%, jednak w 9% trwa aktualnie proces wdrażania, a w 18% przedsiębiorstw jego przeprowadzenie jest planowane w ciągu 12 kolejnych miesięcy.

Stan wdrożeń poszczególnych rodzajów systemów w przedsiębiorstwach działających w Polsce



Najczęściej wdrożone w firmach systemy informatyczne to CRM i ERP

Wykorzystywane systemy są oczywiście w dużej mierze zależne od rodzaju działalności, a co za tym idzie od sektora, w którym działa firma. Po raz kolejny

trzeba docenić sektor *life sciences*, który jest liderem w wykorzystywaniu aż pięciu z ośmiu systemów: CRM, ERP, MRP, BPM oraz SCM. Trzy pozostałe systemy

– ERM, ITSM i BI są z kolei najczęściej wdrożone w firmach z branży finansowej. Pozytywnym zaskoczeniem jest też fakt, że w tegorocznym badaniu nie ma już

branży, która nie korzystałaby w ogóle z któregoś z systemów – w zeszłym roku odnotowano kilka takich przypadków.

Odsetek firm z aktualnie wdrożonymi rodzajami systemów informatycznych

	Gospodarka ogółem	Sektor finansowy	Energetyka, wydobywanie, usługi komunalne	Budownictwo i nieruchomości	Rynek dóbr konsumpcyjnych	Life sciences	Motoryzacja	Technologie informacyjne, media i komunikacja	Transport, spedycja i logistyka
CRM - zarządzanie relacjami z klientami	55%	65%	50%	55%	52%	75%	44%	55%	60%
ERP - planowanie zasobów przedsiębiorstwa	50%	45%	55%	57%	43%	64%	61%	55%	44%
MRP - planowanie zapotrzebowania materiałowego	34%	11%	24%	33%	32%	77%	53%	20%	30%
ERM - zarządzania relacjami w przedsiębiorstwie	33%	55%	36%	10%	32%	43%	35%	50%	26%
ITSM - zarządzanie usługami IT	30%	70%	23%	14%	10%	31%	20%	35%	44%
BPM - zarządzanie procesami biznesowymi	29%	32%	27%	18%	29%	62%	21%	42%	21%
BI - analityka danych biznesowych	27%	55%	14%	35%	10%	23%	19%	35%	17%
SCM - zarządzania łańcuchem dostaw	27%	6%	14%	40%	18%	50%	50%	20%	25%

Cyberbezpieczeństwo i ryzyko

Ryzyko związane z bezpieczeństwem w sieci rośnie wraz z postępującą digitalizacją procesów całej organizacji. Wprowadzanie nowoczesnych technologii i innowacji wymaga dodatkowej ochrony, na którą nie wszystkie firmy są w jednakowym stopniu przygotowane. Obawa o bezpieczeństwo transakcji realizowanych w oparciu o cyfrowe usługi może być zminimalizowana, gdy wdrożymy odpowiednio zabezpieczające narzędzia i zaangażujemy wszystkich pracowników, tym samym zwiększając świadomość zagrożeń.

W próbie badawczej, formalne polityki i procedury w zakresie bezpieczeństwa w sieci stworzono i wdrożono w więcej niż połowie organizacji (60%), jednak w porównaniu z zeszłorocznym badaniem odsetek ten nieznacznie spadł. Ponadto, tylko w niewiele ponad 1/4 firmach został wyodrębniony specjalny, dedykowany dział zajmujący się cyberbezpieczeństwem. Ponad połowa przedstawicieli firm jest przekonana o skuteczności zabezpieczeń w swojej organizacji, w wyniku czego zmniejszyła się liczba przedsięwzięć, które planują zwiększyć swoje wydatki na bezpieczeństwo w sieci. Badanie pokazuje również, że znajomość procedur reagowania na incydenty przez pracowników jest obecnie niższa niż w zeszłym roku.



4,4 / 10 pkt



Zarządzanie w cyfrowych realiach

Cyberzagrożenia są realnym wyzwaniem w organizacjach, istotnym zatem jest sposób radzenia sobie z nimi. Wprowadzenie zabezpieczeń i procedur służących wykrywaniu i przywracaniu ciągłości działania systemów jest kluczowe i praktykowane przez większość organizacji. W Polsce 60% firm posiada sformalizowane polityki w zakresie cyberbezpieczeństwa takie jak monitorowanie, podnoszenie świadomości oraz testy podatności.

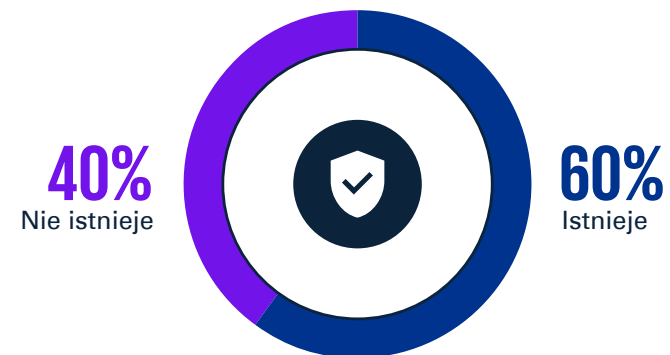
Posiadanie specjalnego, dedykowanego działu lub zespołu do spraw cyberbezpieczeństwa deklaruje tylko jedna na cztery firmy. Odsetek ten jest większy w średnich i dużych firmach (powyżej 50 pracowników) i w takich

branżach jak *life sciences* (57%) czy sektor finansowy (50%). Najstabilniej na tle innych wypada branża budowlana i rynek dóbr konsumpcyjnych, gdzie tylko jedna na dziesięć firm posiada wyodrębnioną komórkę w strukturze firmy do walki z cyberprzestępczością.

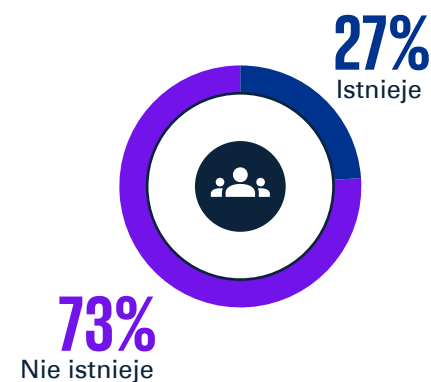
Bardzo ważny jest również system monitorowania bezpieczeństwa wykorzystywanego oprogramowania, z którego korzysta firma. Niezabezpieczona infrastruktura po stronie dostawców może powodować niekontrolowany wyciek danych. Niestety w ostatnim roku zmniejszył się odsetek firm posiadających systemy kontrolujące tego typu zagrożenia w swoim łańcuchu dostaw (40%). Kiedy jednak analizujemy firmy z sektora finansowego oraz sektora technologii informacyjnych, mediów i komunikacji to odsetek ten znacząco wzrasta do odpowiednio 70% i 60%.

60% badanych firm posiada sformalizowane procedury dotyczące cyberbezpieczeństwa

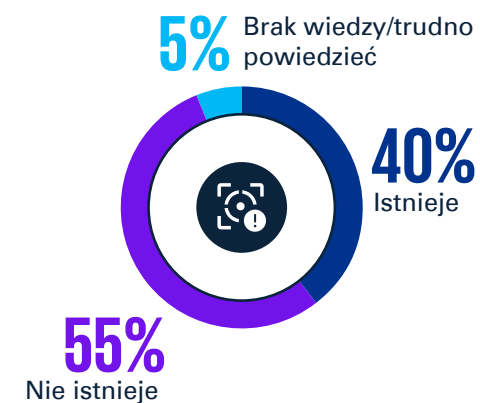
Sformalizowane zarządzanie cyberbezpieczeństwem w firmie (stworzono i wdrożono polityki oraz procedury w tym zakresie)



Istnienie dedykowanego działu lub zespołu ds. cyberbezpieczeństwa w firmie



Istnienie systemu monitorowania cyberzagrożeń w łańcuchu dostaw wykorzystywanego oprogramowania





” W obliczu trwającej obecnie cyberwojny polskie firmy muszą przygotować się na wzrost skali i złożoności cyberataków. Wysoko wyspecjalizowane i świetnie zorganizowane grupy cyberprzestępców wspierane przez obce państwa dysponują zaawansowanymi technikami, pozwalającymi na szybkie przełamywanie podstawowych zabezpieczeń. Wobec takich zagrożeń, jak ataki na łańcuch dostaw, polskie firmy powinny nie tylko chronić swoją infrastrukturę, ale również wdrażać skuteczne rozwiązania pozwalające na monitorowanie i kontrolę bezpieczeństwa infrastruktury partnerów biznesowych i dostawców. Zarządzanie cyberbezpieczeństwem w tak złożonym ekosystemie jest dużym wyzwaniem. Dlatego firmy nie powinny dziś stawiać sobie pytania „czy”, ale „kiedy” staną się ofiarą cyberataku.

Z tego powodu projektując systemy bezpieczeństwa, polskie firmy nie powinny poprzestawać wyłącznie na zabezpieczeniach prewencyjnych. Aby właściwie przygotować się na wczesną identyfikację i odparcie nieuchronnych cyberataków, konieczne są dziś również inwestycje w procesy monitorowania bezpieczeństwa i reakcji na cyberatak. Działania te utrudnia brak możliwości pozyskania i utrzymania specjalistów w zakresie cyberbezpieczeństwa, których brakuje na całym świecie. Przy upowszechnionej pracy zdalnej, polscy eksperci jeszcze łatwiej znajdują pracę w Europie Zachodniej. Z tego względu nasze lokalne firmy, coraz częściej decydują się na outsourcing procesów bezpieczeństwa.

**Michał Kurek**

Partner, Dział Doradztwa Biznesowego, Szef Zespołu Cyberbezpieczeństwa w KPMG w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej

Przekonanie o ochronie przed cyberzagrożeniami nie zmieniło się znacząco od zeszłego roku. 44% firm uważa, że w dużym stopniu są przygotowane na ataki w cyberprzestrzeni. Kolejne 13% jest przekonanych o jeszcze większej skuteczności zabezpieczeń w swoich organizacjach. Tylko 1% badanych firm w bardzo małym stopniu lub wcale nie odczuwa ochrony przed zagrożeniami cyfrowymi, a 12% i 30% odpowiednio w stopniu małym i umiarkowanym. Porównując poszczególne sektory, firmy z branży *life sciences* w największym stopniu odczuwają bezpieczeństwo związane z zabezpieczeniami przed

cyberatakami. Aż 79% odpowiedziało, że w dużym lub bardzo dużym stopniu są pewni takiej ochrony. Bardzo dobrze wypada również sektor finansowy (75%) i technologie informacyjne (70%). Natomiast aż 37% firm sektora rynku dóbr konsumpcyjnych jest przekonanych, że ich firmy w małym stopniu lub wcale nie są chronione.

Ryzyko przy podejmowaniu decyzji strategicznych i operacyjnych jest znaczące, gdy mówimy o technologiach cyfrowych. Nie wszystkie firmy biorą je jednak pod uwagę w swoich działaniach. W porównaniu z zeszłym rokiem oceny ryzyka są mniej

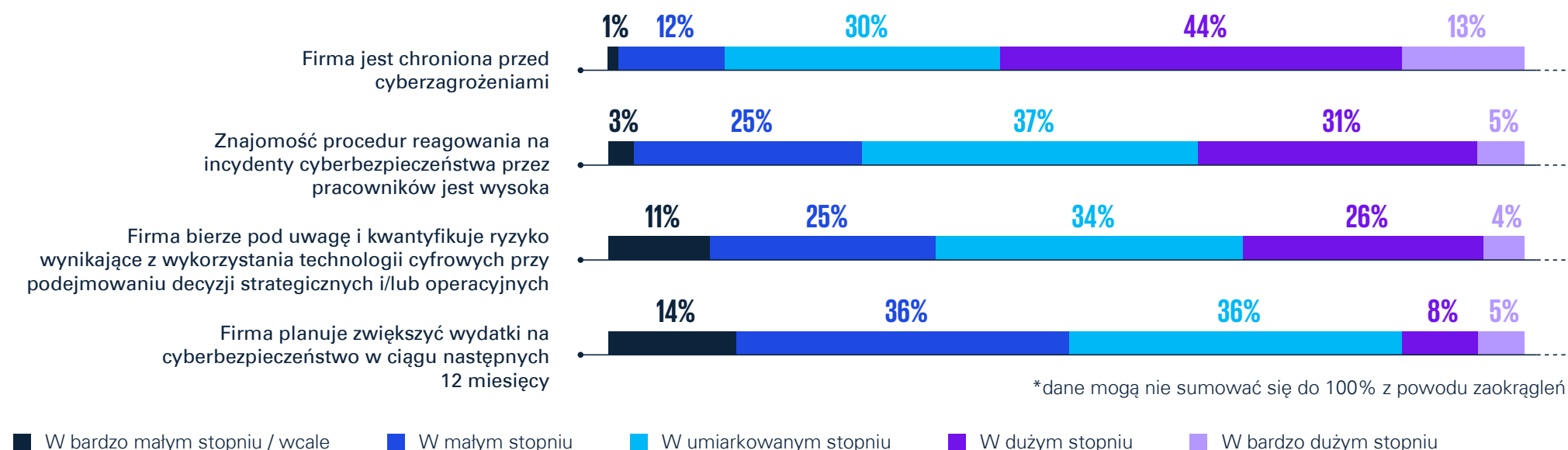
optymistyczne. Ponad jedna trzecia firm (36%) uważa, że w bardzo małym stopniu lub wcale kierownictwo nie kwantyfikuje omawianych zagrożeń. Ponadto spadła znajomość procedur reagowania na incydenty cyberbezpieczeństwa wśród pracowników.

Firmy raczej nie planują podnosić wydatków na cyberbezpieczeństwo w najbliższym roku. Aż połowa ankietowanych była zdania, że nie zamierza zwiększyć swojego budżetu na ten cel, a jeśli tak to tylko w małym stopniu. Od zeszłego roku jest to o 8 p.p. więcej. Tylko 13% odpowiedziało twierdząco, co i tak stanowi 2 p.p.

mniej niż rok temu. Odsetek ten rośnie w sektorach ICT i energetyce, a maleje na rynku dóbr konsumpcyjnych i w sektorze TSL.

44% przedstawicieli firm uważa w dużym stopniu, że ich firmy są chronione przed cyberzagrożeniami

Ocena istotności zagrożeń dla powodzenia transformacji cyfrowej firm w okresie następnych 12 miesięcy



KOMENTARZ FIRMY



Postępująca transformacja cyfrowa przebiega na tle wielu wydarzeń o przełomowym znaczeniu, które wyrzuciły do góry nogami nasze myślenie o bezpieczeństwie. Ostatni rok obnażył nam prawdę o tym, jak skomplikowany jest dziś łańcuch dostaw i jak silne są zależności między pozornie niezwiązanymi ze sobą sektorami. Uczy nas to nowego myślenia o ciągłości działania, gdzie przerwanie jednej nitki może przynieść nieznane, kaskadowe konsekwencje, a ich wspólnym mianownikiem jest nasze zagrożone bezpieczeństwo.

Tylko technologia cyfrowa pozwala zrozumieć te współzależności i wzmocnić odporność, by być przygotowanym na najgorsze. Pod warunkiem, że mówimy o niezawodnej, odpornej technologii chmurowej, uwzględnionej na każdym etapie zmiany we wszystkich obszarach działalności firmy. Obrazuje to dokładnie strategia zerowego zaufania — jedna z koronnych zasad współczesnego bezpieczeństwa, która mówi, że dziś najistotniejsza nie jest kwestia zamknięcia drzwi do organizacji przed intruzami, tylko uniemożliwienie im wykonywania szkodliwych ruchów, gdy są już w środku.

Przed polskim biznesem jest jeszcze ogrom pracy. Choć większość organizacji stosuje polityki i procedury bezpieczeństwa, jedynie co czwarta ma dział specjalistów, zajmujących się nimi na co dzień. Może to wskazywać na wciąż niewystarczającą świadomość skali zagrożeń. Podobnie zresztą jak to, że przeszło połowa firm nie monitoruje wykorzystywanego oprogramowania czy deklaruje brak planowanych wydatków na cyberbezpieczeństwo. W dobie ciągłych ataków cyfrowych to niemal przepis na katastrofę.

Potrzebujemy całkiem nowego podejścia do bezpieczeństwa, ponieważ zmienił się modus operandi atakujących, którzy często są sponsorowani przez wrogie państwa i szkoleni do wyrafinowanych działań mających na celu szpiegowanie i płądrowanie zasobów firm miesiącami. Mamy do czynienia z zagrożeniami na skalę której nigdy wcześniej nie było i stale musimy do nich dostosowywać nasze modele obrony.



Krzysztof Malesa

Dyrektor ds. strategii bezpieczeństwa,
Microsoft w Polsce

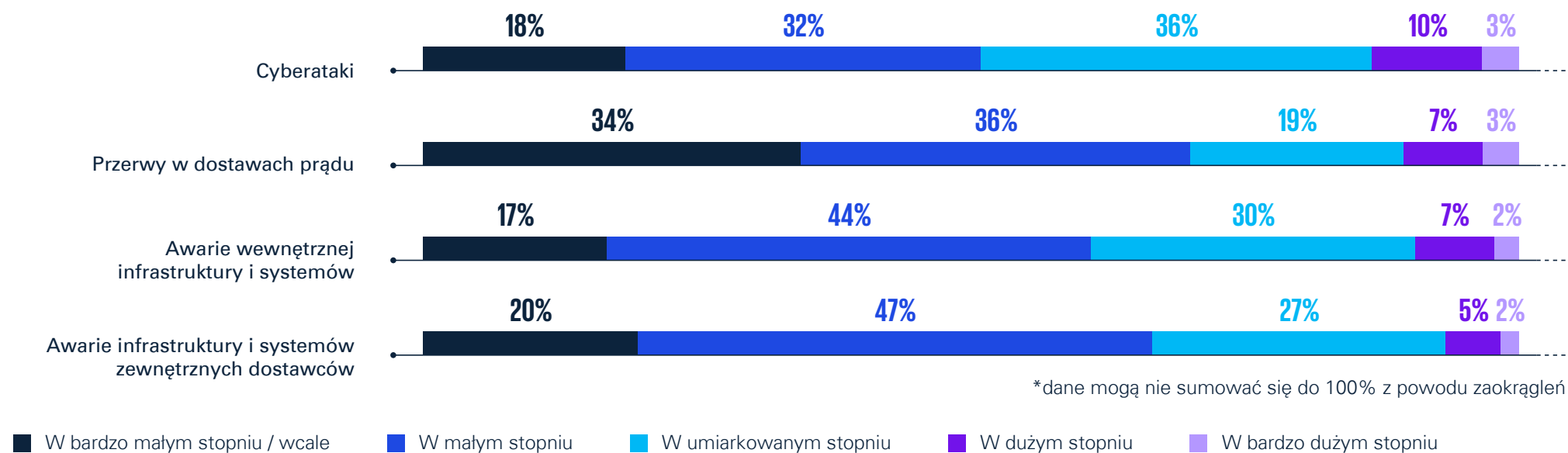
Cyfryzacja – co ją hamuje

W zależności od branży i wielkości przedsiębiorstwa, bardzo różnie postrzegane są obecne zagrożenia, które mogą wpływać na powodzenie transformacji digitalowej. Cyberataki były wymieniane jako te, które w dużym lub bardzo dużym stopniu wpływają na tę przemianę. Wzrost o 3 p.p. r/r do 13% nie jest duży, jednak da się wyczuć większą niepewność

wywołaną obecną sytuacją za naszą wschodnią granicą. Przerwy w dostawach prądu stały się mniej lub wcale nieistotne w kontekście innych zagrożeń dla branż takich jak *life sciences*, motoryzacja czy finanse, jednakże dla energetyki czy rynku dóbr konsumpcyjnych pozostaną nadal znaczące. Pozostałe zagrożenia takie jak awarie wewnętrznej lub zewnętrznej infrastruktury i systemów w mniejszym stopniu, jednak również straciły przez ostatni rok na istotności.



Ocena istotności zagrożeń dla powodzenia transformacji cyfrowej firm w okresie następnych 12 miesięcy



Potencjał do transformacji

Polskie firmy zmniejszyły zasoby pieniężne i ludzkie przeznaczone na cyfryzację. 29% przedsiębiorstw nie inwestuje w transformację cyfrową, a aż 71% organizacji nie oddelegowuje pracowników głównie do zadań związanych z tym obszarem rozwoju. Jak błędne jest to podejście, pokazują wyniki *Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu* – wyższe noty we wszystkich czterech ocenianych kategoriach zdobyły firmy, które w digitalizację inwestują relatywnie duży odsetek swoich przychodów oraz czas znacznej części kadr. Mniejsze zasoby powodują też, że polskie firmy nie poszukują nowych rozwiązań tak aktywnie, jak deklarowały to jeszcze przed rokiem, a pracodawcy wyrażają obawę o gotowość swoich pracowników do transformacji cyfrowej i jakość prowadzonych szkoleń.

 **5,2 / 10 pkt**



Zasoby podstawa cyfryzacji

Gdy transformacja cyfrowa pozostaje jeszcze dla wielu polskich firm niezgłębionym tematem, warto zastanowić się jak rozwinąć drzemiący w nich potencjał. Oczywistym wydaje się fakt, że zmiany nie nastąpią bez odpowiednich nakładów finansowych. Jednak jak wynika z przeprowadzonego badania, aż 29% firm nie przeznaczają żadnych środków na transformację cyfrową. Jest to o tyle niepokojące, że w porównaniu z poprzednią edycją raportu odsetek takich firm wzrósł o 18 p.p. Ponad połowa respondentów (57%) deklaruje, że wydatki związane z transformacją cyfrową pochłaniają maksymalnie 5% rocznych przychodów, natomiast jedynie średnio co dziesiąta ankietaowana firma może pochwalić się, że przeznaczają na ten cel więcej środków.

Po raz kolejny okazuje się też, jak ważne jest posiadanie formalnego dokumentu dotyczącego strategii transformacji – spośród firm, które taki dokument stworzyły, aż 89% przedsiębiorstw regularnie przeznaczają pewną część przychodu na działania związane z ucyfrowieniem, zatem odsetek ten jest o 18 p.p. wyższy niż dla ogółu badanych firm. Najwięcej przedsiębiorstw, które przeznaczają część swoich przychodów na transformację cyfrową należy do sektora technologii informacyjnych, mediów i komunikacji – aż 88% respondentów z tej gałęzi gospodarki deklaruje inwestowanie w cyfryzację, jednak jedynie w 31% są to inwestycje wyższe niż 6% przychodów. Ciekawy przypadek stanowi zaś sektor transportu, spedycji i logistyki. Przedstawiciele 83% firm z tej branży zadeklarowali, że inwestują w ucyfrowienie, ale żadna z firm nie przeznaczają na ten cel więcej niż 5% przychodów.



KOMENTARZ FIRMY



Na przestrzeni ostatnich lat obserwujemy ciągłe zmiany w otoczeniu infrastruktury polskich firm i przedsiębiorstw, oraz uznaniu przez właścicieli konieczności inwestowania środków finansowych i organizacyjnych w szeroko rozumianą transformację cyfrową, jednak niezbyt często przekłada się to wprost na widoczną i znaczącą poprawę zakresu cyberbezpieczeństwa. Wzrost kosztów pracy, mylne przeświadczenie o stabilizacji zagrożeń bez identyfikowania potrzeb ciągłego doskonalenia zabezpieczeń, a także brak dostatecznej podaży specjalistów cybersecurity na rynku powoduje, że utrzymywanie własnych zespołów bezpieczeństwa IT wymaga wiele wysiłku i zaangażowania ze strony pracodawcy. Dodatkowo, niezależnie od branży, to potrzeby biznesowe wymuszają i napędzają ciągłe zmiany w funkcjonalnościach wykorzystywanych produktów, a utrzymanie ich bezpieczeństwa na właściwym, możliwie maksymalnym poziomie wymusza m.in. ich migrację do nowych, wspieranych przez producentów technologii.

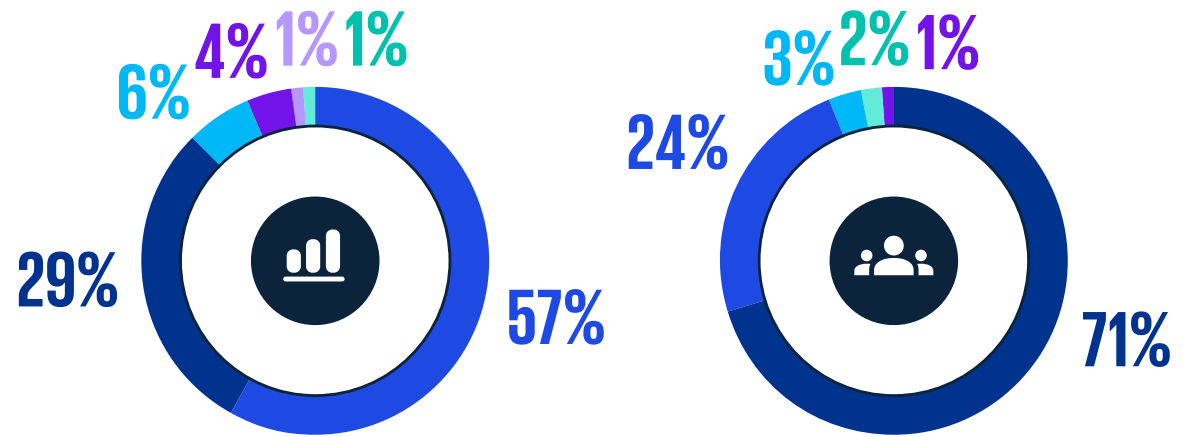


Adam Piotrowski

Dyrektor Naczelny COPI,
KGHM Polska Miedź S.A.

Poza nakładami pieniężnymi, dużą rolę w transformacji cyfrowej odgrywają zasoby kadrowe. Bez odpowiednio wyszkolonego personelu zmiana w funkcjonowaniu firmy wydaje się być trudna do wprowadzenia. Okazuje się jednak, że w aż 71% ankietowanych przedsiębiorstw nie oddelegowuje ani jednego pracownika do realizacji zadań związanych z transformacją cyfrową. Odsetek takich firm w porównaniu z ubiegłorocznym badaniem wzrósł o 17 p.p. Jedna czwarta respondentów deklaruje, że zadania w tym obszarze wypełnia poniżej 5% spośród wszystkich zatrudnionych, a firmy które dysponują wyższym odsetkiem pracowników dedykowanych do przeprowadzania transformacji cyfrowej stanowią jedynie 6% ankietowanych. Ponownie, podobnie jak w przypadku nakładów finansowych, sektorem, który przoduje w zatrudnianiu osób, których zadania dotyczą procesów cyfryzacji jest sektor ICT. 47% firm z tej branży deleguje część pracowników głównie do transformacji cyfrowej, a 21% firm wyznacza do takich celów ponad 6% wszystkich zatrudnionych.

Obecny odsetek pracowników i wydatków na rzecz transformacji cyfrowej w firmach



Wydatki na transformację cyfrową (odsetek przychodów)

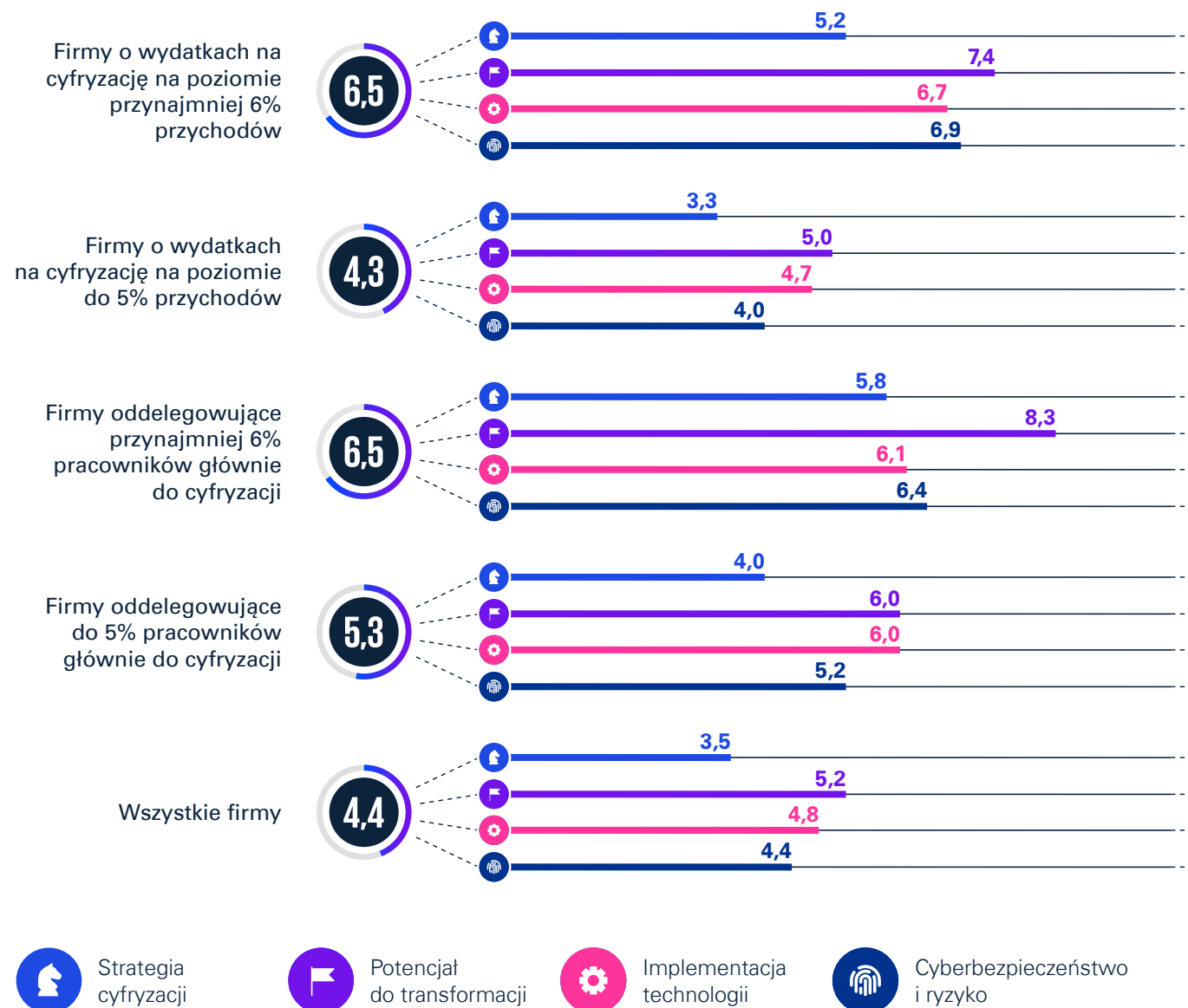
Pracownicy oddelegowani głównie do zadań zw. z transformacją cyfrową (odsetek pracowników)

■ Żaden/brak ■ Do 5% ■ 6-10% ■ 11-15% ■ 16-20% ■ Powyżej 20%

* dane mogą nie sumować się do 100% z powodu zaokrągleń

29% firm nie przeznaczają wydatków na transformację cyfrową, a 71% nie oddelegowuje pracowników do zadań z nią związanych

Wskaźnik Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu wg aktualnego poziomu zasobów na rzecz transformacji cyfrowej



Wyraźne różnice pomiędzy firmami, które przeznaczają na transformację cyfrową do 5% przychodów, a tymi, które inwestują więcej niż 6% przychodów oraz pomiędzy przedsiębiorstwami, które oddelegowują do 5% pracowników głównie do cyfryzacji, a tymi, które takich pracowników mają powyżej 6%, są widoczne w wynikach *Monitora*. Firmy, które inwestują mniejszy odsetek kapitału w ten obszar działalności otrzymały notę 4,3, zaś te, które przeznaczają na transformację więcej środków mogą pochwalić się wskaźnikiem głównym na poziomie 6,5. Wart odnotowania jest fakt, że nota drugiej z opisywanych grup wzrosła w porównaniu do roku poprzedniego, kiedy to wyniosła 5,8. Przedsiębiorstwa, które zatrudniają mniej pracowników bezpośrednio związanych z procesem cyfryzacji otrzymały w tegorocznej edycji badania wynik 5,3, natomiast te, u których odsetek takich pracowników jest istotny odnotowały wzrost do poziomu 6,5. Firmy, które oddelegowują do zadań związanych z transformacją cyfrową powyżej 6% wszystkich pracowników mogą szczycić się szczególnie wysoką notą (8,3) w kategorii potencjału do transformacji. Nie sposób nie odnotować, że to właśnie w tej kategorii wszystkie z opisywanych grup osiągnęły najwyższe wyniki. Warto zatem podążać w kierunku transformacji, bo jak wskazują wyniki badania, w firmach tkwi potencjał.



Obawa przed transformacją jej największym hamulcem

Aby transformacja cyfrowa przebiegała sprawnie i była dla pracowników wsparciem, a nie utrudnieniem ich codziennej pracy, muszą oni być do tego procesu dobrze przygotowani. Nadal wiele osób woli to, co zna i w czym czuje się pewnie, nawet jeśli zadania, które codziennie wykonują są żmudne i mogłyby zostać w łatwy sposób zautomatyzowane. Obawa przed nauką nowych technologii dotyka wielu pracowników i z pewnością jest czymś, co może hamować postęp cyfryzacji. Wśród osób odpowiadających w firmach za rozwój technologii, tylko 28% ankietowanych jest w dużym lub bardzo dużym stopniu przekonanych o gotowości pracowników na zmiany związane z transformacją cyfrową. Odsetek ten spadł o 3 p.p. w porównaniu z ubiegłorocznym badaniem. Umiarkowaną gotowość pracowników deklaruje 46% respondentów. Niepokoić może fakt, że aż 26% badanych przełożonych uważa, że ich podwładni nie są przygotowani na zmiany lub są na nie gotowi w bardzo małym albo małym stopniu. W poprzednim roku odsetek takich odpowiedzi wyniósł 16%.

KOMENTARZ KPMG

” Wykorzystanie narzędzi cyfrowych do analizy i porównywania wyników w zakresie ESG staje się kluczowym aspektem budowania zrównoważonego modelu biznesowego firmy. Oczekiwania rynkowe coraz bardziej odchodzą od przekazów marketingowych w stronę realnej, mierzalnej zmiany, będącej odpowiedzią na coraz bardziej niepokojące dane o wpływie (najczęściej negatywnym) człowieka na środowisko. Olbrzymią rolę odgrywają tu wymogi legislacyjne Unii Europejskiej w zakresie raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju przez przedsiębiorstwa, w których – jak np. w dyrektywie CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) – znajdziemy wprost zapisane wymogi cyfrowego raportowania, umożliwiającego analizę maszynową ich treści. Na przykład w wymaganiach raportowych firm tzw. ESRSach już teraz obowiązkowe staje się nie tylko raportowanie swojego śladu węglowego w zakresie 1, 2 i 3, ale także pokazanie swoich celów redukcyjnych i strategii ich osiągnięcia. W tym zakresie niezbędne wydaje się posiadanie narzędzia cyfrowego, które nie tylko pomoże zebrać dane w organizacji, ale także dokona

stosownych obliczeń, a następnie, na ich bazie, przygotuje scenariusze redukcyjne i pomoże wybrać ten najbardziej optymalny, w zdefiniowanych przez nas kryteriach. Dzięki takiemu narzędziu możemy na bieżąco śledzić wartości emisji, ale także postęp w realizacji zakładanych celów.

Wykorzystaniu narzędzi cyfrowych w obrębie raportowania ESG sprzyjać będą kolejne raporty i benchmarki, realizowane przez dedykowane temu zagadnieniu organizacje i think-tanki. Pozyskiwanie i analizę danych stymuluje również rozwój inicjatyw, takich jak CDP (dawny Carbon Disclosure Project) czy SBTi (Science Based Targets Initiative), wspierających firmy na drodze do neutralności klimatycznej i sprawdzających zgodność ich celów redukcyjnych z naukowym konsensusem klimatycznym, a także różnego rodzaju rankingi Sustainability. Wszędzie tam gdzie potrzebne są dane, na podstawie których oceniana jest nasza organizacja, dane na podstawie których podejmowane są decyzje inwestycyjne, niezbędne wydaje się posiadanie narzędzia, które te wiarygodne dane nam dostarczy.



Justyna Wysocka-Golec

Dyrektor, Dział Doradztwa Biznesowego, Zespół ds. zmian klimatycznych, energii i dekarbonizacji, KPMG w Polsce

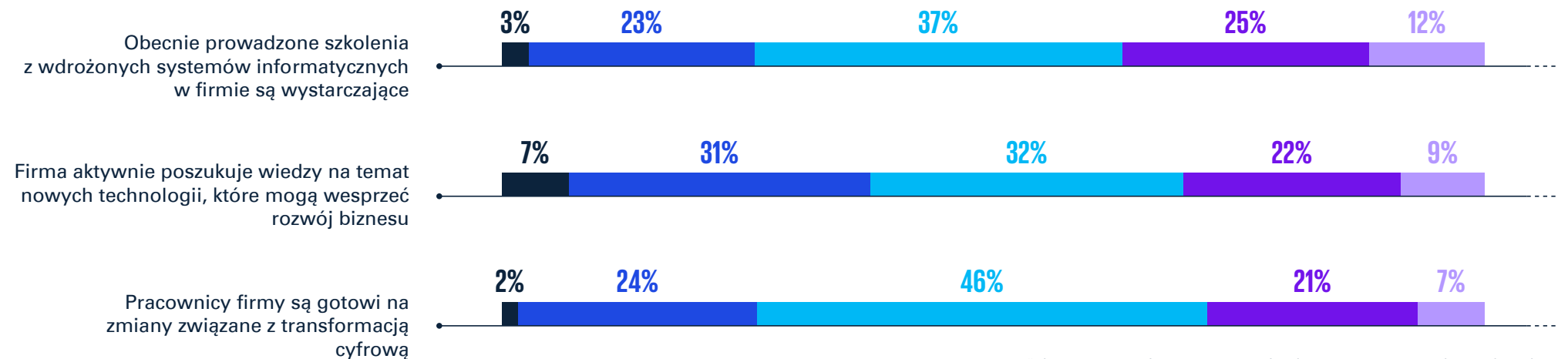
Dwojaki wniosek można wyciągnąć z odpowiedzi na pytania o poziom prowadzonych w firmach szkoleń. Z jednej strony odnotowano przyrost liczby respondentów w dużym lub bardzo dużym stopniu przekonanych o skuteczności prowadzonych kursów (z 30% w 2022 roku do 37% w 2023 roku), z drugiej strony wzrósł też odsetek osób, uważających dotychczasowe

szkolenia za nieskuteczne albo skuteczne w bardzo małym i małym stopniu (z 20% w 2022 roku do 26% w 2023 roku). O ich skuteczności w umiarkowanym stopniu przekonanych jest 37% respondentów. Brak lub mała skuteczność prowadzonych szkoleń z pewnością są czynnikiem, który dodatkowo może zniechęcać pracowników do nowych technologii i wpływać na ich niską gotowość

do transformacji cyfrowej. Niechęć pracowników do zmian może z kolei powodować, że firma, w obawie o ich reakcje, nie chce aktywnie poszukiwać nowych rozwiązań, które mogłyby wesprzeć rozwój biznesu. Aż 38% respondentów przyznaje, że w ich przedsiębiorstwach takie poszukiwanie wiedzy nie jest prowadzone lub występuje w bardzo małym lub małym

stopniu. W porównaniu z poprzednim rokiem takich odpowiedzi jest ponad dwukrotnie więcej. O aktywnym poszukiwaniu w stopniu umiarkowanym przekonanych jest 32% ankietowanych, natomiast 31% respondentów odpowiedziało, że takie działania są prowadzone w stopniu dużym i bardzo dużym (o 5 p.p. mniej r/r).

Stopień, w jakim przedstawiciele firm zgadzają się ze stwierdzeniami dotyczącymi potencjału do transformacji



*dane mogą nie sumować się do 100% z powodu zaokrągleń

■ W bardzo małym stopniu / wcale ■ W małym stopniu ■ W umiarkowanym stopniu ■ W dużym stopniu ■ W bardzo dużym stopniu



Nikt nie ma wątpliwości, że cyfryzacja jest kluczowym elementem zapewnienia odporności polskich przedsiębiorstw, a w efekcie całej gospodarki. To właśnie digitalizacja procesów i tworzenie nowych modeli działania opartych na chmurze sprawiły, że firmy utrzymały swoje pozycje konkurencyjne i tworzyły nowe strumienie przychodów. Niepokojące jest, że ponad trzy czwarte organizacji uczestniczących w badaniu nie posiada formalnego dokumentu dotyczącego strategii transformacji cyfrowej, a jedynie 5 proc. planuje ich stworzenie w kolejnym roku.

Firmy już dzisiaj dostrzegają, że chmura przyspiesza proces cyfryzacji, zapewniając bezpieczeństwo, co jest szczególnie ważne przy rosnącej liczbie cyberzagrożeń. W tym kontekście coraz ważniejsza jest rola partnerów wspierających firmy i administrację publiczną w procesie wdrożenia innowacji i skutecznego wykorzystania technologii chmurowych. Doradztwo i wiedza na temat zarządzania procesem implementacji rozwiązań stanowi swoistą polisę ubezpieczeniową gwarantującą powodzenie projektów cyfryzacji.

Kompetencje i wiedza naszych partnerów technologicznych buduje wartość dla organizacji i gospodarek na całym świecie. Globalnie

współpracujemy z 400 000 partnerów w ponad 225 krajach i regionach. W Polsce mamy już prawie 7,5 tysiąca firm, których wysoko wykwalifikowani eksperci zdobyli zaufanie polskich i międzynarodowych organizacji na drodze transformacji cyfrowej. Ich praca i zaangażowanie mają kluczowy wpływ na rozwój Polskiej Doliny Cyfrowej. Niezależnie od tego, czy chodzi o proste aplikacje, złożone systemy, czy różnorodne usługi, nasi partnerzy mają dostęp do nieograniczonych możliwości dzięki chmurze, która umożliwia tworzenie innowacji, skalowanie i różnicowanie typów rozwiązań, które dostarczają swoim klientom, aby mogli odnieść sukces i stać się bardziej konkurencyjnymi na rynku. To niezwykle odpowiedzialne zadanie, szczególnie dzisiaj, kiedy globalnie mierzymy się z kwestiami dotyczącymi bezpieczeństwa. W tym wszystkim zaufana technologia oraz jej umiejętne wdrożenie z użyciem odpowiednich narzędzi wymagają właśnie takich szerokich cyfrowych kompetencji.

Wraz z utworzeniem nowego regionu przetwarzania danych Azure Poland Central, polscy integratorzy systemów IT, twórcy oprogramowania i wiele innych firm IT są w stanie przełamać kolejne bariery związane z upowszechnieniem chmury. Dotyczy to zwłaszcza organizacji z sektorów regulowanych, takich jak

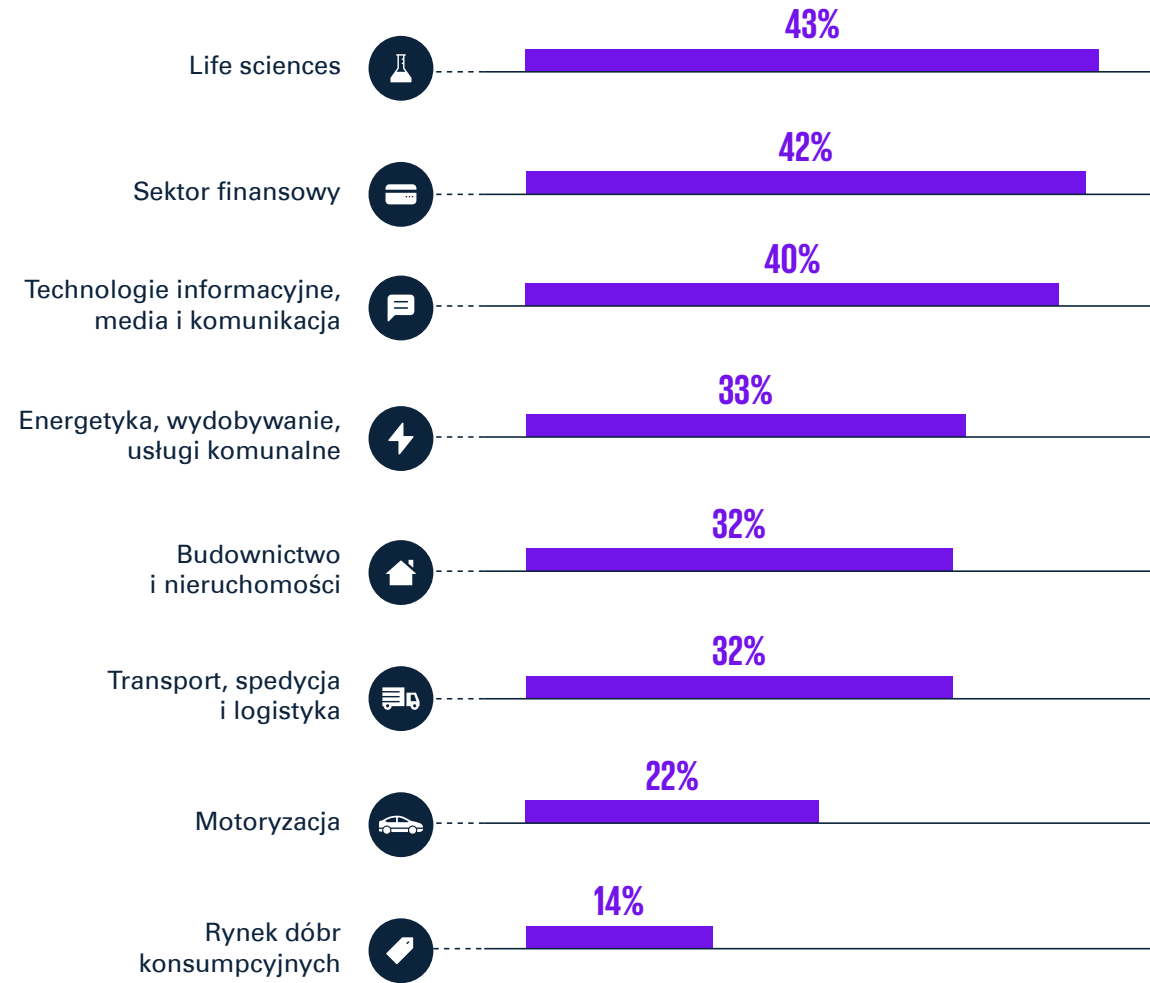
energetyka, bankowość, ubezpieczenia czy administracja publiczna, które definiują szczególne oczekiwania związane z bezpieczeństwem danych i lokalizacją na terenie Polski. Region Microsoft pozwala spełnić te wymagania. Gwarantuje wysoką dostępność (high availability), minimalizuje opóźnienia (latency), zwiększa skalowalność i oferuje najnowsze osiągnięcia w rozwoju infrastruktury chmurowej. Region przetwarzania danych zlokalizowany w Polsce tworzy również tarczę ochronną nad kluczowymi zasobami danych kluczowych organizacji dla funkcjonowania gospodarki.



Piotr Grzywacz

Dyrektor kanału partnerskiego,
Microsoft w Polsce

Sektory z największym odsetek firm przyznających w dużym lub bardzo dużym stopniu, że aktywnie poszukują nowych technologii, które mogą wesprzeć rozwój biznesu



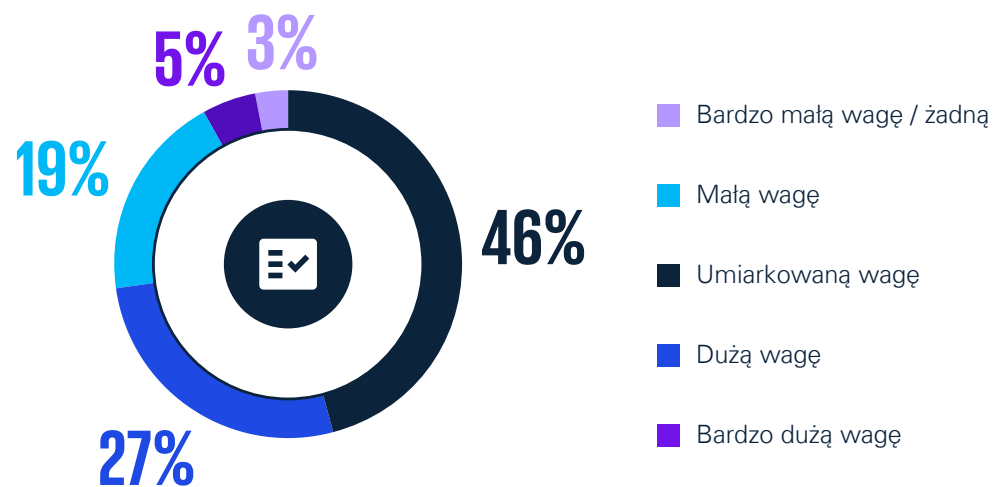
Potwierdzenie obniżenia potrzeby poszukiwania nowych technologii widać też w poszczególnych sektorach. W większości gałęzi gospodarki odnotowano nieco niższy odsetek firm poszukujących takich rozwiązań w dużym lub bardzo dużym stopniu niż w poprzedniej edycji raportu. Liderem z wynikiem 43% jest sektor *life sciences* (wzrost o 4 p.p.), na drugim miejscu uplasował się sektor finansowy w którym 40% firm deklaruje ciągłą chęć rozwijania biznesu poprzez nowe technologie (spadek o 8 p.p.). Najgorzej w tej klasyfikacji wypadł sektor dóbr konsumpcyjnych z wynikiem 14% (o 9 p.p. mniej niż rok temu).



Obawa o gotowość pracowników do transformacji cyfrowej i skuteczność prowadzonych szkoleń prowadzi do pytania o efektywny sposób na podnoszenie kwalifikacji zatrudnionych osób. Z pewnością ważne jest, aby w kolejnych miesiącach i latach z większym zaangażowaniem podejść do szkoleń z wdrożonych już technologii. W tegorocznej edycji badania 46% respondentów deklaruje, że ich firmy będą przykładać umiarkowaną wagę do kursów i poprawy kompetencji cyfrowych w ciągu następnego roku.

Okolo 22% przedstawicieli biznesu przyznaje, że takie działania będą mieć dla nich bardzo małą lub małą wagę, z kolei jedna trzecia firm deklaruje, że szkolenia będą dla nich istotne lub nawet bardzo istotne. Sektorem, który będzie wykazywał największe zaangażowanie w szkolenia w ciągu najbliższych 12 miesięcy będzie sektor finansowy. Aż 65% ankietowanych z tej branży przyznaje, że będą przykładać dużą lub bardzo dużą wagę do podnoszenia kompetencji cyfrowych.

Waga, jaką przykładać będą firmy do szkoleń z wdrożonych systemów i kompetencji cyfrowych w ciągu następnych 12 miesięcy



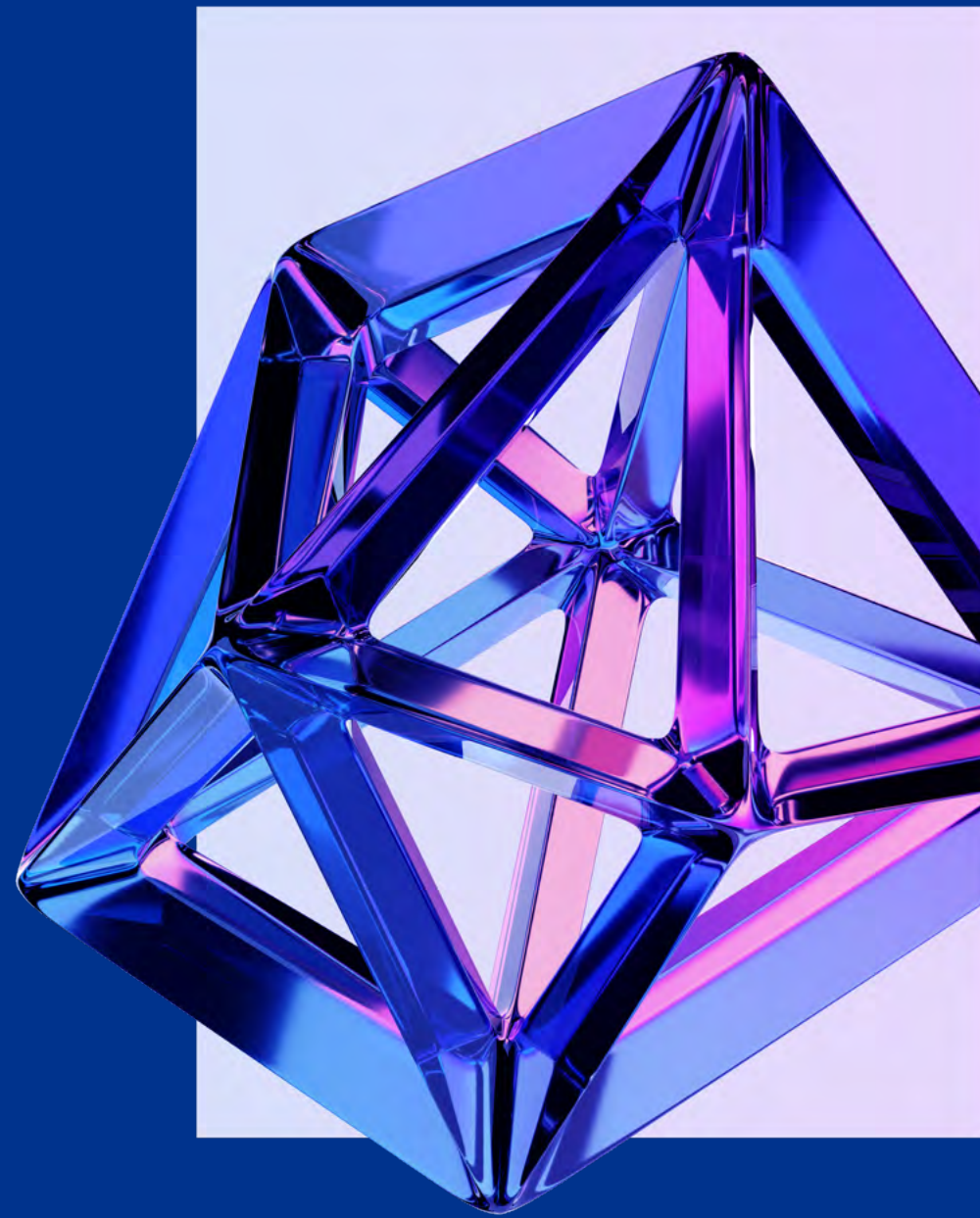
W obecnej sytuacji firmy powszechnie stają przed wyzwaniem dotyczącym zaspokojenia dynamicznie zmieniających się potrzeby użytkowników, którym są zarówno ich klienci (Customer Experience), jak i ich pracownicy (Employee Experience). Odpowiedzią na to jest wdrażanie elementów transformacji cyfrowej wiążącej się m.in. z dostarczaniem cyfrowych aplikacji i usług. Nabierającym istotnie na znaczeniu trendem stają się technologie low code jako kluczowy czynnik, umożliwiający transformację cyfrową. Trzy najważniejsze komponenty wykorzystywane w tym procesie to: LCAP – Low-Code Application Platforms, BPA – Business Process Automation i RPA – Robotic Process Automation.

Ich szybka adopcja poza oczywistymi korzyściami (zwiększenie efektywności czy redukcja kosztów), wiąże się także z wysoką wydajnością, skalowalnością i użytecznością rozwiązań, skróceniem tzw. time-to-market ich wytworzenia oraz jeszcze krótszymi cyklami ich aktualizacji. Najpopularniejsze zastosowania rozwiązań LCAP, BPA i RPA to m.in. wytwarzanie mniej złożonych aplikacji dla obsługi różnych potrzeb biznesowych, cyfryzacja procesów biznesowych i automatyzacja. Nasze obserwacje wskazują, że organizacje szczególnie chętnie wykorzystują te rozwiązania w obszarach obsługi klientów, obsługi pracowników czy wszelkich innych procesach usług wewnętrznych oraz obsługi zgłoszeń.



Jan Karasek
Partner, Dział Doradztwa Biznesowego, Management Consulting, Strategy & Operations, KPMG w Polsce

Wskaźniki Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu



Transformacja cyfrowa jest wypadkową czterech obszarów, bez których proces przemiany byłby niemożliwy: strategii cyfryzacji, implementacji technologii, cyberbezpieczeństwa i ryzyka oraz potencjału do transformacji. Najłatwiej zobrazować to na przykładzie samochodu, który potrzebuje czterech kół, żeby bezpiecznie jechać. Wszystkie z nich są równie ważne, a jazda bez któregośkolwiek z nich jest niewykonalna.

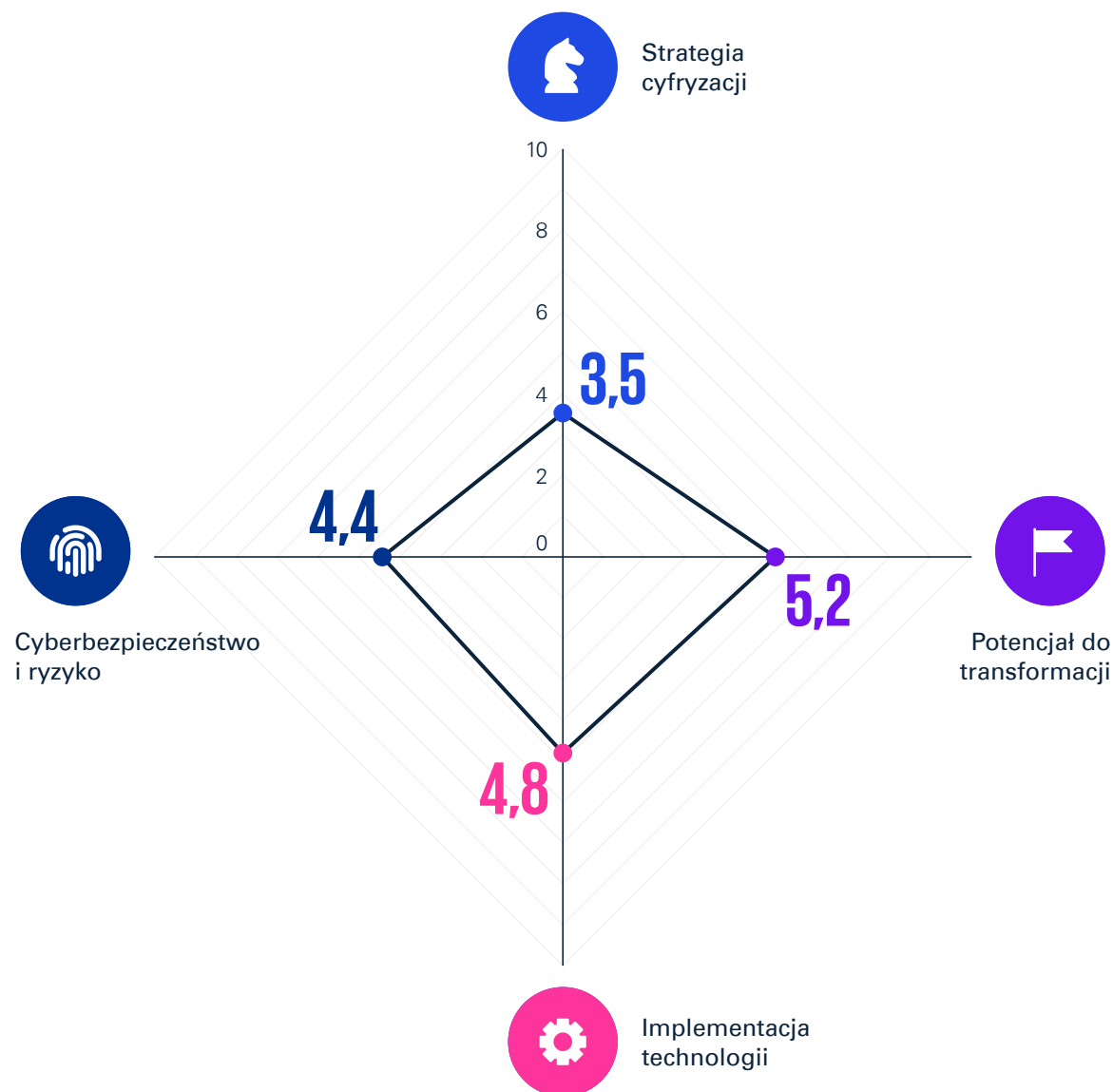
Jak pokazuje tegoroczne badanie *Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu*, wszystkie analizowane obszary wymagają poprawy w mniejszym lub większym stopniu. Najtrudniejsza do wdrożenia i najbardziej złożona okazała się strategia cyfryzacji, która w naszym badaniu wypadła najsłabiej. Obawa przed czymś nowym i nieznanym potrafi być hamulcem do rozwoju. Paradoksalnie w małych i średnich firmach, w których wydawać by się mogło, że zasoby

finansowe są mniejsze, wypada ona lepiej niż w dużych. Implementacja technologii uzyskała więcej punktów niż obszar strategii, jednak obecny kryzys gospodarczy oraz idące za nim cięcia kosztów, odsunęły inwestycje w nowe narzędzia do ucyfrowienia na dalszy plan. Optymizmem napawają rozwiązania chmurowe oraz mobilne, których wykorzystanie od zeszłego roku wzrosło. Najwyższą notę uzyskał obszar potencjału do transformacji, którego fundament stanowią kapitał i ludzie. Rośnie on wprost proporcjonalnie do nakładów finansowych na rzecz digitalizacji. Ostatnim elementem niezbędnym do pomyślnego przebiegu procesu transformacji, będącym spoiwem wszystkich obszarów, jest cyberbezpieczeństwo. Razem tworzą one poziom digitalizacji danego przedsiębiorstwa.

Wskaźnik Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu w Polsce (2023 r.)



Wyniki firm w poszczególnych kategoriach Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu w Polsce (2023 r.)



Strategia nieadekwatna do potencjału

Wyniki poszczególnych sekcji składają się na całościową ocenę określaną mianem wskaźnika głównego *Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu*. W tegorocznym badaniu w lutym wyniósł on 4,4 na maksymalnie 10 pkt. Wynik ten odzwierciedla obecną sytuację i wskazuje znaczną przestrzeń na poprawę. Patrząc na wszechobecną digitalizację, jedynym skutecznym narzędziem na pełne oczekiwania i wyzwania otoczenia konkurencyjne, jest budowanie strategii cyfrowej, wykorzystując już potencjał.

Zarządzanie strategią cyfryzacji pozostaje po raz kolejny najslabiej ocenionym obszarem badania. Wynik 3,5 okazał się o 0,3 pkt niższy niż rok temu. Mniej firm niż w ubiegłorocznym badaniu deklaruje, że będzie zwiększać inwestycje i zatrudnienie w dziedzinie transformacji cyfrowej – stąd regres. W ciężkim ekonomicznym okresie, firmy zdają się przykładać mniejszą wagę do cyfryzacji skupiając się na krytycznych dla ich działalności czynnikach. Ocena potencjału do transformacji przedsiębiorstw również zmalała o 0,3 pkt – badane firmy osiągnęły wynik 5,2. Jest to jedyny obszar, w którym wskaźnik przekroczył połowę skali. Respondenci wyrażają obawę co do gotowości pracowników na nadchodzącą transformację cyfrową. Brak przekonania o efektywności prowadzonych szkoleń i mniejsza niż rok temu potrzeba poszukiwania nowych możliwości technologicznych jest nierozdzielnie związana z mniejszymi nakładami finansowymi. Kierownictwo firm deklaruje jednak, że będzie przywiązywać, jeśli nie dużą, to chociaż umiarkowaną wagę do rozwijania kompetencji cyfrowych personelu. Obszar implementacji technologii wykazał największy spadek ze wszystkich sekcji z 5,3 w 2022

roku do 4,8 w tegorocznej edycji. Po raz kolejny zmiana priorytetów w firmach powoduje, że plany rozwoju technologii cyfrowych w poszczególnych obszarach działania przedsiębiorstw zostają odsunięte w czasie. Aby trochę poprawić nastroje warto dodać, że wskaźnik wyznaczany jest jedynie na podstawie wybranych, niezmiennych w ciągu kolejnych edycji pytań z danych

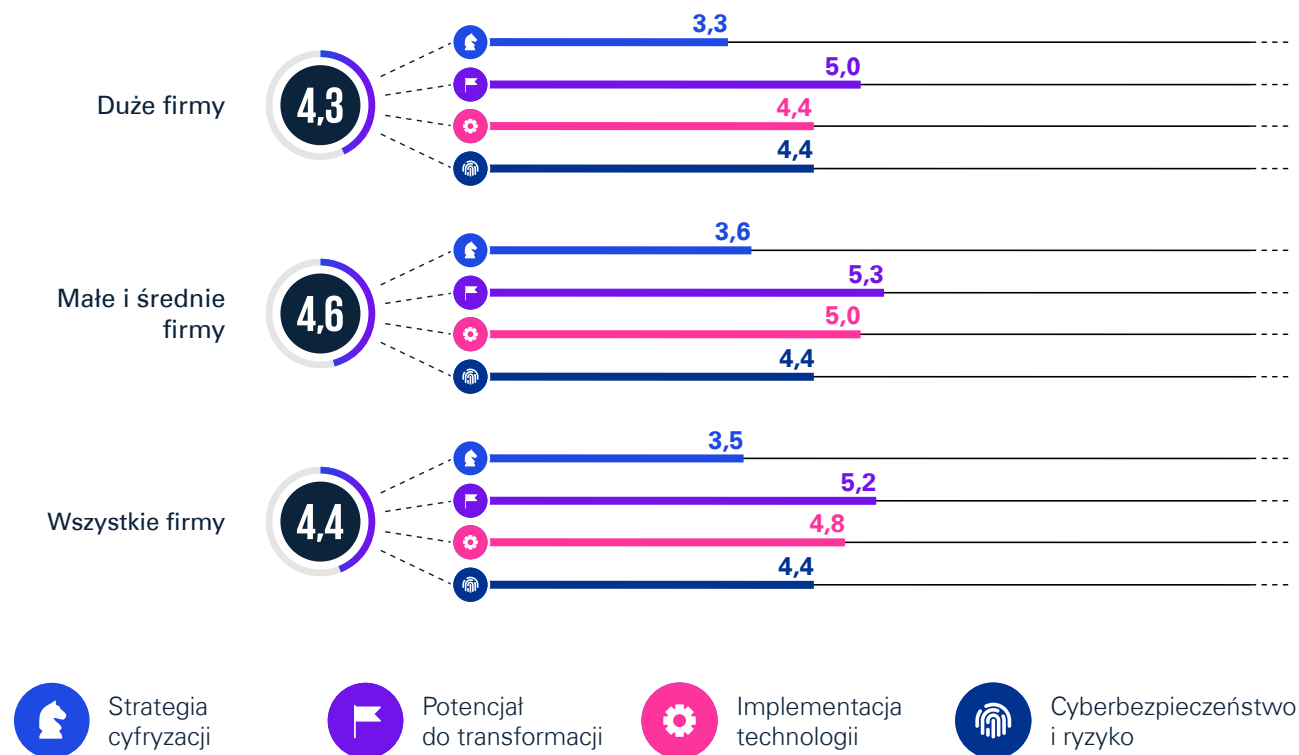
sekcji. Gdyby ocena była zależna też od stanu wdrożenia poszczególnych systemów informatycznych w firmach, z pewnością zobaczylibyśmy poprawę lub przynajmniej utrzymanie poziomu sprzed roku. Ostatnia, lecz nie najmniej ważna składowa *Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu* to cyberbezpieczeństwo i ryzyko, za które polskie firmy otrzymały notę 4,4 – o 0,2 pkt

niższą niż rok temu. Niewiele przedsiębiorstw planuje zwiększać wydatki na tę część transformacji cyfrowej. Oprócz ogólnie zmniejszonych inwestycji może to wynikać też z tego, że większość firm dość wysoko ocenia swoją gotowość do ochrony przed cyberatakami.

Siła nie tkwi w wielkości

Pewnym zaskoczeniem może być fakt, że w tegorocznej edycji badania to małe i średnie przedsiębiorstwa z notą 4,6 wypadły lepiej niż firmy zatrudniające ponad 250 pracowników (ocena 4,3). MŚP znalazły się zatem powyżej średniej zarejestrowanej dla całej gospodarki. Jest to sytuacja odwrotna niż rok wcześniej, kiedy to duże firmy uzyskały wynik 4,9, a małe i średnie 4,7. Firmy zatrudniające do 249 pracowników wypadają dużo korzystniej przede wszystkim w obszarze implementacji technologii – ich wynik jest o 0,6 pkt wyższy niż ich większych konkurentów. Również w obszarze strategii cyfryzacji i potencjału do transformacji MŚP mogą pochwalić się wyższym wynikiem. Jedyną sekcją, w której duże firmy dorównały mniejszym okazało się w tym roku cyberbezpieczeństwo – obie kategorie podmiotów osiągnęły wynik 4,4.

Wskaźnik Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu wg wielkości firm



Sektor life sciences liderem

Za największych wygranych tegorocznego badania można uznać firmy z sektora *life sciences*. Oprócz pomniejszych sukcesów i najwyższych odsetków wdrażanych systemów, ostatecznie to właśnie ta branża może się pochwalić najwyższym wskaźnikiem głównym *Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu* – 5,3. Wynik może cieszyć tym bardziej, że przewyższa średnią dla całej gospodarki aż o 0,9 pkt i jest jedynym (oprócz firm z innych sektorów niż wybrane), który wzrósł rok do roku. Najwyżej firmy z sektora *life sciences* oceniły swój potencjał do transformacji

oraz implementację technologii, w której są też niekwestionowanym liderem w porównaniu do innych branż. Na drugim miejscu pod względem ogólnego wyniku znalazł się sektor finansowy z wynikiem 5,1, który najlepiej radzi sobie w obszarze potencjału do transformacji. Podium zamknął sektor ICT, który otrzymał notę 5,0 i również najwyżej ocenił swój potencjał. Najslabiej w najnowszej edycji wypadły sektory TSL i motoryzacyjny – oba osiągnęły wynik 3,8 z najniższymi notami w dziedzinie strategii cyfryzacji. Szczególnie niepokojąca jest sytuacja w branży transportowo-logistycznej, której wskaźnik spadł w porównaniu do zeszłego roku aż o 1,2 pkt.



KOMENTARZ FIRMY



Wśród najważniejszych wyzwań związanych z cyfryzacją w sektorze life sciences należy wymienić między innymi konieczność zachowania bezpieczeństwa, integralności i poufności danych pacjentów oraz zapewnienia odpowiedniej jakości tych danych, co jest kluczowe dla ich poprawnego wykorzystania, na przykład w procesie leczenia. Ponadto istotnym zagadnieniem jest zapewnienie ciągłej dostępności do danych i systemów informatycznych, które są niezbędne do przeprowadzenia badań naukowych (R&D) oraz zapewnienie zdolności do rozwijania interoperacyjności.

Ważnym elementem w sektorze life sciences jest także rozwój ekosystemu IT umożliwiający przetwarzanie i analizowanie dużych zbiorów danych (Big Data), co przyczynia się do lepszego zrozumienia mechanizmów chorób oraz opracowania bardziej skutecznych i efektywnych metod leczenia. Wraz z rozwojem technologii sztucznej inteligencji (AI) i uczenia maszynowego (Machine Learning) możliwe staje się coraz bardziej zaawansowane przetwarzanie danych i automatyzacja procesów. Już teraz wprowadzamy do naszego życia rozwiązania oparte o AI przewidujące popyt określonej grupy leków, ale także predictive maintenance dla urządzeń je produkujących. Ta komplementarna para jest i może być boosterem w dostępności leków. Ale może także wspierać strategię ESG / Sustainability, która dla producenta leków jest równie istotna.

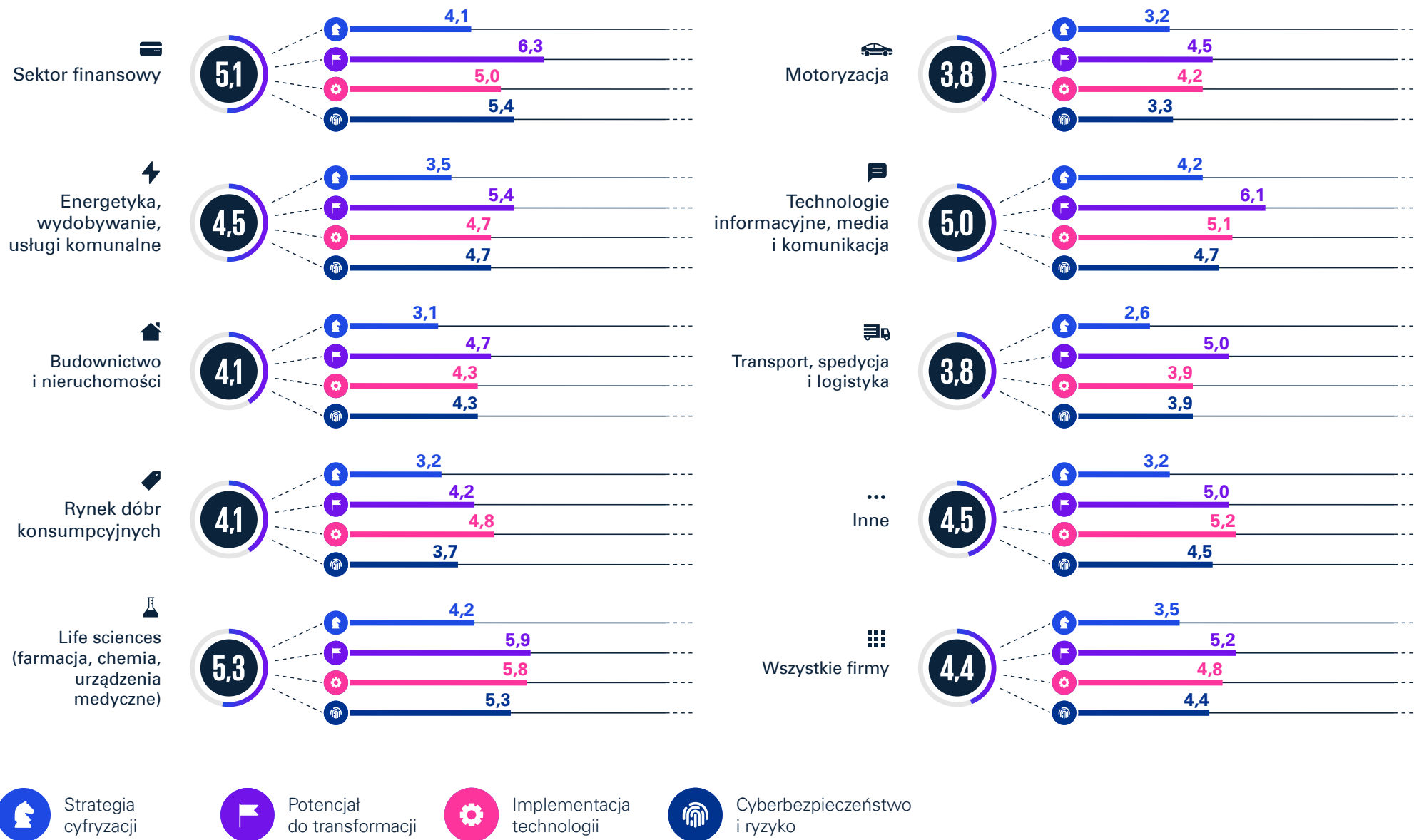
Podsumowując, transformacja cyfrowa stanowi nieodłączną część sektora life sciences i odgrywa kluczową rolę w poprawie jakości opieki zdrowotnej oraz rozwoju nowych metod leczenia. Jednocześnie, aby sprostać coraz większym wyzwaniom stawianym przed sektorem w nadchodzących latach, wymaga ona ciągłego doskonalenia i adopcji rozwiązań IT & Digital.



Robert Pławiak

Chief Digital and Information Officer,
Polpharma

Wskaźnik Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu wg sektorów

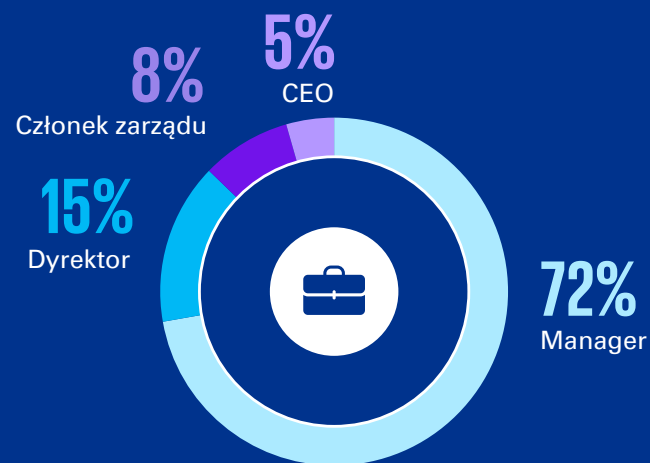


Metryczka

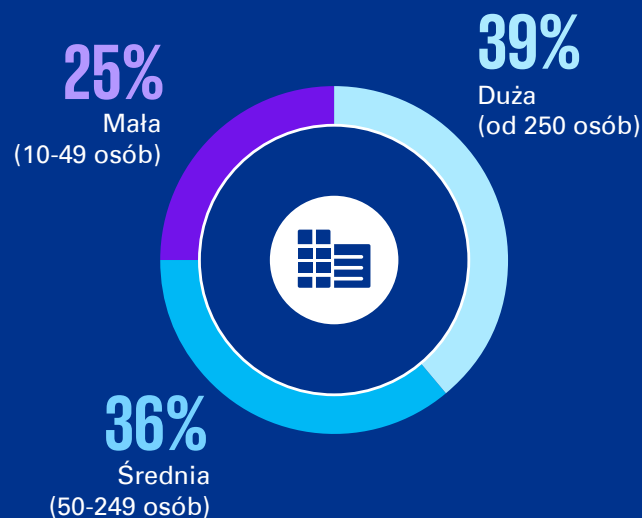
Badanie ankietowe zostało przeprowadzone przez firmę Norstat metodą CATI (ang. *Computer-Assisted Telephone Interviewing*) w lutym 2023 roku. Przebadanych zostało 180 respondentów, którzy w swoich firmach odpowiadają za kwestie związane z cyfryzacją. Grupę stanowili menedżerowie, dyrektorzy, członkowie zarządów oraz prezesi.

Próba badanych firm została dobrana tak, aby w przybliżeniu reprezentowała udział przedsiębiorstw małych, średnich i dużych w krajowej gospodarce, z wyłączeniem podmiotów zatrudniających mniej niż 10 pracowników. Podmioty zostały skategoryzowane wg swojej przeważającej działalności do 9 sektorów: budownictwo i nieruchomości; energetyka, wydobywanie, usługi komunalne; *life sciences* (farmacja, chemia, urządzenia medyczne); motoryzacja; rynek dóbr konsumpcyjnych; sektor finansowy; technologie informacyjne, media i komunikacja; transport, spedycja i logistyka; inne.

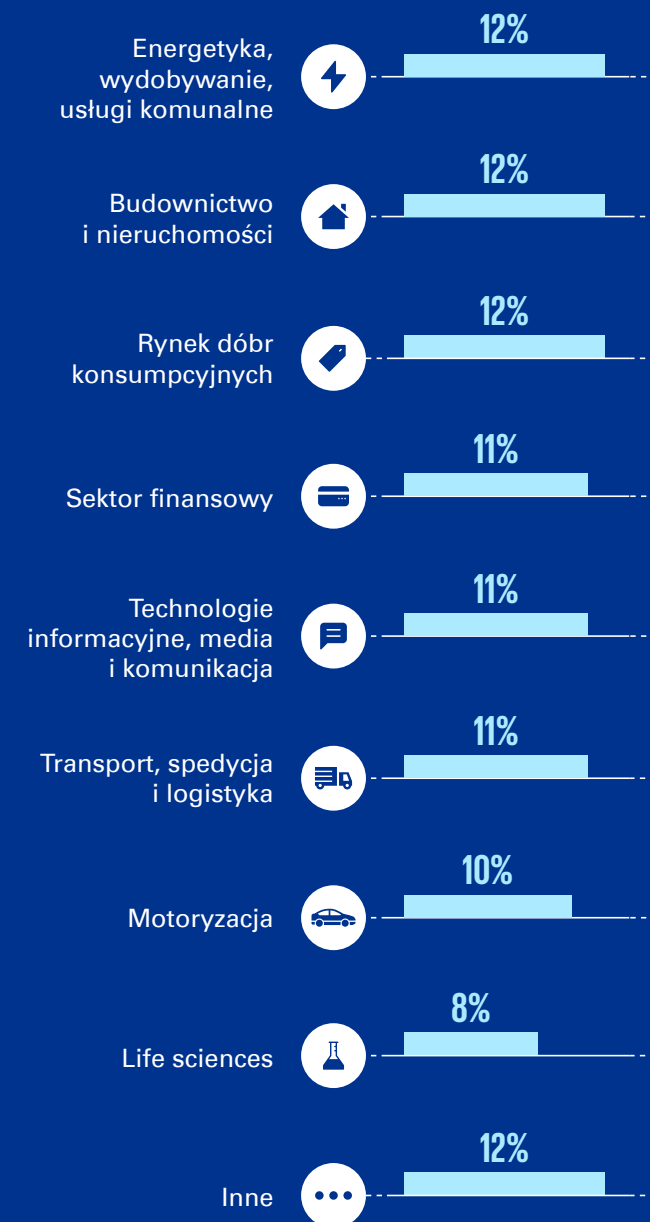
Stanowisko respondenta



Wielkość firmy



Branża



Kontakt

KPMG w Polsce

ul. Inflancka 4A
00-189 Warszawa

T: +48 22 528 11 00

E: kpmg@kpmg.pl

Biura KPMG w Polsce

Warszawa

ul. Inflancka 4A
00-189 Warszawa

T: +48 22 528 11 00

E: kpmg@kpmg.pl

Kraków

ul. Opolska 114
31-323 Kraków

T: +48 12 424 94 00

E: krakow@kpmg.pl

Poznań

ul. Roosevelta 22
60-829 Poznań

T: +48 61 845 46 00

E: poznan@kpmg.pl

Wrocław

ul. Szczytnicka 11
50-382 Wrocław

T: +48 71 370 49 00

E: wroclaw@kpmg.pl

Gdańsk

al. Zwycięstwa 13a
80-219 Gdańsk

T: +48 58 772 95 00

E: gdansk@kpmg.pl

Katowice

ul. Francuska 36
40-028 Katowice

T: +48 32 778 88 00

E: katowice@kpmg.pl

Łódź

ul. Kopcińskiego 62d
90-032 Łódź

T: +48 42 232 77 00

E: lodz@kpmg.pl



[kpmg.pl](https://www.kpmg.pl)

© 2023 KPMG Advisory Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k., polska spółka komandytowa i członek globalnej organizacji KPMG składającej się z niezależnych spółek członkowskich stowarzyszonych z KPMG International Limited, prywatną spółką angielską z odpowiedzialnością ograniczoną do wysokości gwarancji. Wszelkie prawa zastrzeżone.

Nazwa i logo KPMG są znakami towarowymi używanymi na podstawie licencji przez niezależne firmy członkowskie globalnej organizacji KPMG.

Informacje zawarte w niniejszej publikacji mają charakter ogólny i nie odnoszą się do sytuacji konkretnej osoby lub firmy. Pomimo, iż staramy się dostarczać dokładne i aktualne informacje, nie możemy zagwarantować, że takie informacje będą aktualne na dzień ich otrzymania lub że będą nadal aktualne w przyszłości. Nikt nie powinien podejmować decyzji na podstawie takich informacji bez odpowiedniego profesjonalnego doradztwa po dokładnym zbadaniu konkretnej sytuacji.

Document Classification: KPMG Public

