

PŘIPRAVME SE NA BUDOUCNOST

Zpracováno podle firemních podkladů

Roman Dvořák, Klára Anna Dvořáková

Inovační guru, profesor Ján Košťuriak, připravil pro letošní rok cyklus seminářů s experty, které vytvářejí budoucnost pro ty, kteří chtějí být v budoucnu úspěšní. Tento nový koncept vzdělávací a informační platformy chce lidem ukázat změny, které přijdou v oblasti technologií, společnosti, práce, vzdělávání a podnikání.

Vzdělávání | www.mmspektrum.com/190539

Celkem se jedná o čtyři moduly seminářů konaných během celého roku postupně v Bratislavě, Brně, Praze a na závěr v domovské Žilině.

KONFERENCE OČEKÁVEJME NEOČEKÁVANÉ 2019

28. 3. 2019, Bratislava

Exponenciální svět a singularita

- Transformace, trendy a exponenciální změny
- Přelomové technologie
- Transformace společnosti a byznysu
- Jak se připravit na rychlé a neočekávané změny
- Svět nedostatku a soupeření vs. svět hojnosti a spolupráce

6. 6. 2019, Brno

Digitální technologie a jejich následky

- Digitalizace a dematerializace, cloudy a síť
- Big data a umělá inteligence
- Blockchain
- Virtuální, rozšířená a smíšená realita
- Digitální asistenti a dvojčata

12. 9. 2019, Praha

Výroba budoucnosti a exponenciální technologie

- Smart industry
- Aditivní výroba
- Prediktivní údržba
- Kolaborativní roboty

20. 11. 2019, Žilina

Exponenciální organizace – podniky budoucnosti

- Nové formy práce
- Exponenciální organizace
- Leadership a motivace generací Y a Z
- Inovace, agilita, experimentování
- Starý a nový svět pod jednou střechou
- Síťování a spolupráce

Více informací o modulech seminářů na <http://on.ipaslovakia.sk>

MM Průmyslové spektrum přijalo nabídku mediálního partnerství této události, a proto na svých stránkách v průběhu všech 10 vydání průběžně přinášíme rozhovory s osobnostmi k aktuálním tématům a osvětové články ve vazbě na prezentované seminární moduly. Aktuálně představujeme témata brněnského zastavení dne 6. června 2019, které se bude zabývat průlomovými technologiemi, automatizací a digitalizací. Klíčovým přednášejícím bude Filip Dřímalka ze společnosti Digiskills, která se zabývá vzděláváním v oblasti digitální produktivity a inovací. Nabízíme vám rozhovor.

Část 4. Disruptivní technologie blízké budoucnosti

MM: Jak probudit ve firmách inovačního ducha? Máte na to recept?

F. Dřímalka: Inovační duch ve firmách existuje, jenom se mu musí dát prostor a umožnit lidem, aby mohli nápady na inovace dotahovat do konce. Pracujeme s metodikou HOT – Human, Organisation, Technology, která bude vycházet knižně na podzim letošního roku. „H“ znamená human jakožto člověk. Právě člověk musí mít prostor vytvářet inovace, realizovat své nápady a mít vytvořené takové prostředí, které mu nebude bránit dotahovat inovace do konce. Právě sami zaměstnanci ve firmách nejlépe vědí, co je potřeba změnit, co je potřeba zlepšit a s jakými inovacemi přicházet – ať už ve vztahu k interním inovacím, nebo k inovacím zákaznickým. „O“ představuje organizaci podporující inovace. Umožňuje, aby nové inovace byly nejenom vymyšleny, protože nápadů má každá organizace mnoho, ale hlavně aby byly nastaveny procesy a kompetence nutné k jejich dotahování. Mohou to být metody jako design thinking nebo rapid prototyping, umožňující vytvářet inovace s přidanou hodnotou nebo je dostávat na trh či do konkrétních firem. A třetí písmeno v názvu HOT je „T“ jako technologie. Je na firmách, aby investovaly do svého digitálního prostředí a umožňovaly lidem využívat takové technologie, které jsou samy o sobě inovací. Když se bavíme o digitálních inovacích, máme na mysli práci s daty, automatizaci, digitalizaci procesů nebo využívání některých ze stovek záj-

mavých aplikací či online služeb. Celá řada z těchto technologií už dnes existuje a nevyžaduje to, aby si je firmy vymýšlely a vyvíjely samy. Každá organizace by se proto měla snažit vytvořit takové inovační prostředí, které bude zaměstnancům umožňovat inovovat, inovace dotahovat do reálného využití a aby k tomu mohli využívat technologie, které inovace podporují. Tento recept zahrnuje nejen vzdělávání technické, ale také vzdělávání v oblasti kreativity a inovačního leadershipu. Kromě toho se dá realizovat spousta aktivit, jež firmy propojí s technologickými firmami nebo start-upy, které mají zajímavé technologie či inovace připravené k použití. Věřím tomu, že v momentě, kdy někdo realizuje podobné akce ve své firmě, začnou se jeho zaměstnanci více propojovat s inovátory, start-upisty a technologickými nadšenci, a postupem času se stanou inovátory i z nich samotných. Je třeba otevřít se světu „tam venku“ a díky technologické spolupráci začít využívat všechny možnosti a příležitosti, které dnešní svět digitálních inovací nabízí.

MM: Podporuje podle vás naše technické školství u studentů kreativitu a inovační myšlení?

F. Dřímalka: Nedokážu říci, zdali naše technické školství v obecné rovině podporuje u studentů kreativitu a inovační myšlení. Myslím si, že je to vždy o konkrétních profesorech a učitelích. Tento druh myšlení se ale často podporuje v institucích, které fungují paralelně se středními nebo vysokými školami. Mám na mysli různé studentské soutěže, start-upové akcelerátory nebo inkubátory, kam studenti mohou docházet a kreativně se rozvíjet. Myslím si, že právě kreativita, inovační myšlení a další měkké dovednosti spolu se samotným technickým myšlením jsou ideální kombinací. Jediné kombinace těchto dovedností z nás mohou udělat budoucí technologické lídry, tak aby z České republiky do 20 let namísto montovny byla hi-tec výroba s přidanou hodnotou. Jsem přesvědčený, že absolventi technických oborů vedle odborných znalostí potřebují ještě něco navíc, a tím je právě podnikatelské myšlení, nebýt se jít se svojí kůží na trh a zakládat nové, konkurenceschopné firmy a start-upy.

MM: Jak vůbec mohou školy učit inovacím?

F. Dřímalka: Mnoho škol již ve svých předmětech inovace učí. To však nestačí, je zapotřebí více je propojit s praxí, zvat podnikatele do škol na diskuzi, navštěvovat zajímavé technologické nebo výrobní firmy, zapojovat se do různých inovačních soutěží. Těch aktivit se děje čím dál tím více. Z mých zkušeností je to především o pedagogích, jak moc setrvávají u svého standardního modelu učení a jak moc jsou otevřeni novým věcem a zapálení pro ně. Mohl bych jako příklad uvést podnikatelskou soutěž iKid, která je určena i pro žáky základních škol. Tento druh mimoškolních aktivit vyžaduje, aby

jím byl učitel otevřený, chtěl dělat něco navíc a dokázal si zajistit informace, co se děje na trhu. Stejně tak mohou učitelé využít toho, že jsou podnikatelé (zvláště v technologiích a inovacích) velice otevření. Díky tomu je mohou zvát do škol, diskutovat s nimi a sdílet zkušenosti. V podstatě je to otázkou několika e-mailů a můžete přivést svým žákům do třídy technologické legendy nebo ty neúspěšnější české podnikatele. Stačí chtít a být proaktivní.

MM: Z odborných i veřejných médií slyšíme o potřebě digitalizovat a také to, že pokud to firmy neučiní, čeká je temná budoucnost. Jak tyto zvěsti na firemní sféru působí, jaký to přináší efekt?

F. Dřímalka: V médiích slyšíme tyto zprávy v obou rovinách. V jedné rovině firmy slyší, jak musí inovovat, nebo dopadnou jako Nokia či Kodak. V té druhé se ukazují nejznámější příklady firem, které úplně změnil byznysové prostředí, jako například Booking.com nebo Uber. Já osobně si myslím, že ani jedna rovina nevyovídá moc o dnešní realitě. Tyto známé příklady se týkají jen velice malého množství mediálně známých firem. Realita v českých firmách je však jiná. Podívejme se například na skutečnost, že dnes zažíváme nejnižší růst produktivity (TFP) za posledních 120 let. Máme studie, které říkají, že lidé ztrácejí ve firmách až desítky procent času ročně kvůli nedostatečnému využívání technologií. Lidé jsou zavaleni prací, takže nemají ani čas, ani prostor inovovat. Proto, i když lidé z firem o těchto pozitivních, či negativních dopadech slyší, čím dál více, často je to nedonutí ke změně. Zvláště dnes, kdy je naše ekonomická situace více než dobrá a firmám se daří. Druhým faktem je to, že digitalizace je primárně změnový proces, který vyžaduje čas, energii a peníze. A schopnost tuto změnu provést. Čím větší digitální projekt či inovace, tím větší změna. Každá změna ale bolí, proto se některé organizace bojí tuto změnu udělat. Digitalizují dílčí oblasti, ale aby firmy opravdu zavedly digitální pracovní prostředí, aby kompletně automatizovaly svoje procesy nebo aby jen zavedly tzv. bez papírovou kancelář, o které se bavíme už 10 nebo 15 let, do toho se nepouštějí. A je to škoda, když jindy než teď do digitalizace investovat? Myslím si, že digitalizace vyžaduje nadšení, odvahu a chuť věci změnit.



„Podnikatelé, vytvářejte se svých firmách takové inovační prostředí, které umožní zaměstnancům inovace zkoušet v reálných procesech, a poskytněte jim k tomu takové nástroje a kompetence, které inovace podporují,“ vyzývá Filip Dřímalka, který je považován za mezinárodní kapacitu v oblasti digitalizace. Se svým projektem Digiskills pomáhá středním a velkým firmám proniknout do světa digitálních inovací. Filip bude patřit mezi klíčové přednášející na druhém zastavení cyklu konference Očekávejme neočekávané, konaném 6. června v Brně.

Jakmile toto lidé v managementu mají, pak nepotřebují ani žádnou motivaci z venku.

MM: Je struktura tuzemské výroby (dceřiné společnosti nadnárodních koncernů, převís subdodavatelů vyrábějící podle výkresové dokumentace odběratele nad finálními výrobci...) vhodnou platformou pro zavádění inovačních procesů? Nebo je to v režii koncernového vlastníka či diktátu odběratelů s neznalostí konečného spotřebitele?

F. Dřímalka: Inovace se dají zavádět jak ve vnitřním fungování, tak ve vytváření nových produktů a služeb pro zákazníky. Proto je podle mě nepodstatné, zda výrobní či jiná firma zná koncového spotřebitele, nebo ne. Je zřejmé,

že pokud na trhu nabízím zákaznické inovace, tak mohu mít na těchto inovacích větší přidanou hodnotu. Inovovat ale může opravdu každá firma, a i výrobní firmy dnes mají zajímavé inovační nebo zlepšovateľské programy. Češi jsou navíc dobře známí svými inovačními dovednostmi, takže si nemyslím, že by nám v tom struktura výroby bránila. To, kde vnímám problém, je odvaha managementu firem jít mimo oblast toho, co firma dnes dělá. Dívat se na jiné trhy, na jiné firmy, jinou strukturu svých zákazníků nebo na inovace svých výrobků. To, že mnoho firem funguje čistě v roli subdodavatelů, je mentálně omezuje a v momentě, kdy se přesune výroba nebo se změní její charakter (což očekáváme např. s příchodem elektromobility), mohly by se ocitnout v problémech. Právě dnes je podle mě nejlepší doba k tomu, aby se české firmy zamyslely nad tím, jak inovace do svého fungování dostat a jak si vybudovat inovační a digitální kompetence mezi svými zaměstnanci, tak aby byly lépe připraveny na budoucnost. Věřím tomu, že kdybyste se zeptali zaměstnanců jakékoli firmy na to, co by se dalo inovovat, dostali byste určitě spoustu skvělých nápadů. Stačí jenom vytvořit takové prostředí a kompetence, které umožní tyto nápady dotáhnout do konce.

MM: Na co se mohou posluchači těšit v rámci vašeho vystoupení v Brně dne 6. června 2019?

F. Dřímalka: Během svého vystoupení představím zkušenosti z firem, kterým pomáháme v oblasti digitalizace a digitálních inovací. Ukážu, že právě ony tři oblasti – lidé, organizace a technologie – jsou naprosto klíčové pro to, aby se firma připravila na budoucnost. Technologie se totiž rozvíjí natolik rychle, že my jako lidé nebo organizace nejsme schopni se této změně přizpůsobovat. Proto je dobré neustále zvyšovat svoji flexibilitu a agilitu, abychom nezávisle na tom, jaké budou kolem nás technologie za tři, pět či 20 let, byli schopni na ně reagovat, a vytvářet si tím konkurenční výhodu. Ukážu účastníkům konkrétní příklady i kroky, které každá firma může začít dělat už dnes, a tím zvýšit svoji připravenost na svět v budoucnosti.

MM: Děkuje za rozhovor a zveme své čtenáře do Brna na další cyklus konference Očekávejme neočekávané 2019. ■



Napište si o ukázkový výtisk zdarma!

MM publishing, s. r. o., Přípotoční 1519/10A, 101 00 Praha 10, tel.: +420 222 365 329, fax: +420 267 216 440, e-mail: info@mmspektrum.com

MM

PRŮMYSLOVÉ
SPEKTRUM