

8. Analýza dat

Podniky provádí analýzu dat s cílem získat informace, souvislosti, zlepšit rozhodování, zvýšit efektivitu, lépe porozumět zákazníkům nebo zvýšit ziskovost. Díky analýze dat mohou také předvídat budoucí události na základě historických dat a získat cenné poznatky pro úspěšné řízení podniku.

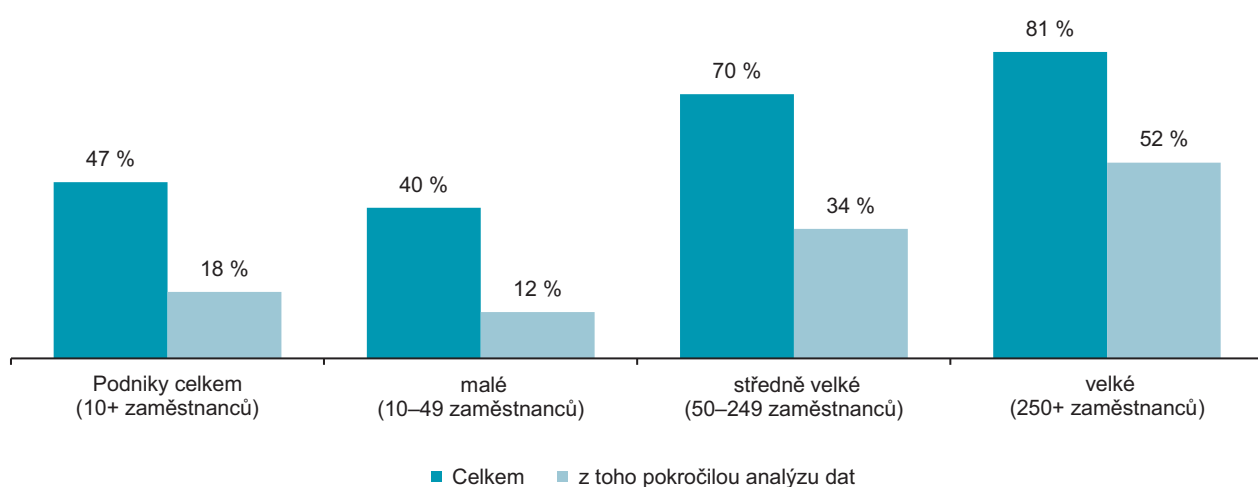
Hlavní zjištění

- Analýzu dat provádělo v Česku v roce 2025 v průměru **47 % firem** s 10 a více zaměstnanci. Velké a střední podniky analyzovaly data výrazně častěji než malé firmy (81 % velkých, 70 % středně velkých a 40 % malých). **Pokročilou analýzu dat**, tedy metody a techniky, které jdou nad rámec základní analýzy dat a umožňují udělat předpověď budoucího vývoje na základě historických dat, případně tzv. informovaná rozhodnutí založená na datech, provádělo v roce 2025 celkem 18 % podniků. Pokročilou analýzu dat prováděla třetina (34 %) středně velkých a více než polovina (52 %) velkých podniků.
- Analýzu dat provádějí **nejčastěji podniky působící v IT a automobilky**. V roce 2025 to bylo v každém z těchto odvětví 72 % podniků. Nejméně často naproti tomu data analyzovaly podniky z odvětví stravování a pohostinství (27 %).
- Analýzu dat mohou v podnicích provádět **vlastní zaměstnanci** (datoví analytici) nebo ji pro firmu vykonávají **externí konzultanti** případně zaměstnanci jiných subjektů, které se na analýzu dat specializují. V roce 2025 bylo v Česku celkem 42 % podniků, v nichž analýzu dat prováděli jejich vlastní zaměstnanci. Pro 12 % tuzemských firem, nejčastěji pro velké podniky (21 %), prováděl analýzu dat externí subjekt.
- V rámci EU provádělo **analýzu dat vlastními zaměstnanci nejvíce podniků v Dánsku**, v roce 2025 jich byla přesně polovina. Na druhém a třetím místě jsou pak podniky v Estonsku a v Litvě, v každé z těchto zemí analyzují data vlastní zaměstnanci ve 49 % podniků. Podniky v Česku se umístily v tomto ukazateli na 6. místě (42 % podniků), průměr EU27 byl za rok 2025 celkem 33 % podniků. Relativně nejméně provádějí analýzu dat vlastní zaměstnanci v podnicích v Rakousku (18 %), v Bulharsku (22 %) nebo Polsku či Maďarsku (23 % podniků v každé zemi).
- I v případě ukazatele **provádění analýzy dat externím subjektem** vévodí ve srovnání evropských zemí podniky v Dánsku. Externí konzultanty pro analýzu dat využila v roce 2025 celkem čtvrtina podniků v Dánsku. Dále pak 24 % podniků v Nizozemsku a 23 % podniků v Belgii či ve Finsku. Tuzemské podniky jsou v tomto ukazateli (12 %) lehce pod evropským průměrem, který v roce 2025 činil 14 % podniků.
- U podniků, které uvedly, že analýzu dat prováděli v roce 2025 jejich vlastní zaměstnanci, bylo dále zjišťováno, z jakých **datových zdrojů podniky analýzu dat prováděly**. Všechny následující ukazatele jsou proto uváděny jako procento z podniků, v nichž analýzu dat prováděli vlastní zaměstnanci.
 - Nejčastěji podniky čerpaly data z **účetnictví nebo z finančních systémů**. Jedná se např. o transakční data zahrnující provedené obchodní nebo finanční operace. Tento zdroj informací využilo v roce 2025 pro analýzu dat 96 % podniků.
 - Pro 62 % podniků s 10 a více zaměstnanci byly vstupními informacemi pro analýzu dat **zákaznické databáze**, tedy např. informace o zákaznících, jejich preferencích, které poskytuje CRM systém.
 - Třetina podniků (34 %) využívala jako zdroj pro analýzu dat **otevřená data státních a veřejných institucí**. Tato data jsou vytvářena veřejnými institucemi a jsou volně dostupná každému. Může jít např. o záznamy nacházející se v obchodním nebo živnostenském rejstříku, údaje o dopravě, bydlení nebo budovách (katastr nemovitostí).
 - Podobný podíl podniků jako otevřená data používal pro analýzu dat **webové stránky nebo internetové vyhledávače** (31 % podniků). Počítačové programy z nich pak získávají obrovské množství dat ve velmi krátkém čase. Např. chování zákazníků či monitorování cen konkurence.
 - Data pocházející ze sociálních médií**, tedy např. reakce uživatelů, jejich komentáře, příspěvky či recenze, poskytují poznatky o chování a náladě spotřebitelů a mají velký význam v marketingové analýze. V roce 2025 používalo pro analýzu dat zdroje ze sociálních médií 27 % podniků.

- Pětina podniků s 10 a více zaměstnanci (20 %), využívala v roce 2025 **lokalizační data nebo data o poloze z přenosných zařízení**, nejčastěji z telefonů nebo navigačních zařízení ve firemních vozidlech a profitovala z toho, že **přijímače GPS** dokáží určit polohu, čas a rychlost kdekoli na Zemi.
- **Data z chytrých zařízení nebo senzorů** instalovaných ve strojích, využívalo v roce 2025 celkem 17 % podniků. **Satelitní data** využívalo ve stejném roce k analýze dat 6 % podniků.
- Z datových zdrojů používaných pro analýzu dat **vévodí i v evropském žebříčku využívání dat z účetních nebo finančních systémů a data o zákaznících**. Tuzemské podniky **oba tyto zdroje dat využívají častěji než v průměru podniky v EU27**. Vysoko nad průměrem EU jsou tuzemské podniky ještě v případě využívání otevřených dat. Ve využívání ostatních datových zdrojů jsou podniky v Česku mírně pod evropským průměrem. Výrazněji zaostáváme v případě dat ze sociálních médií a u využití satelitních dat.

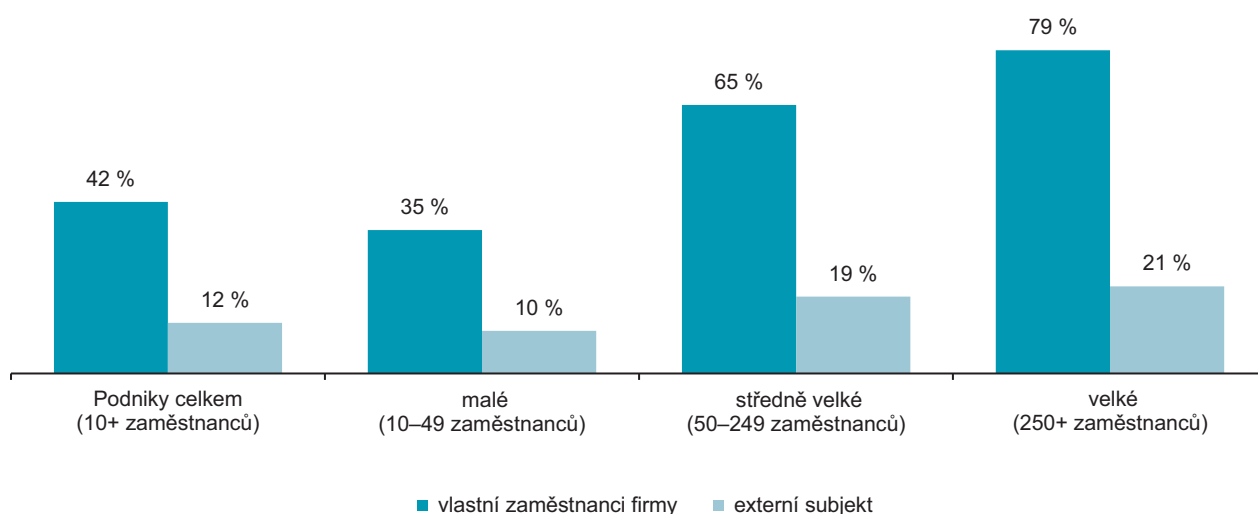
Graf 8.1: Podniky v Česku provádějící analýzu dat v roce 2025

(% z celkového počtu podniků s 10+ zaměstnanci)



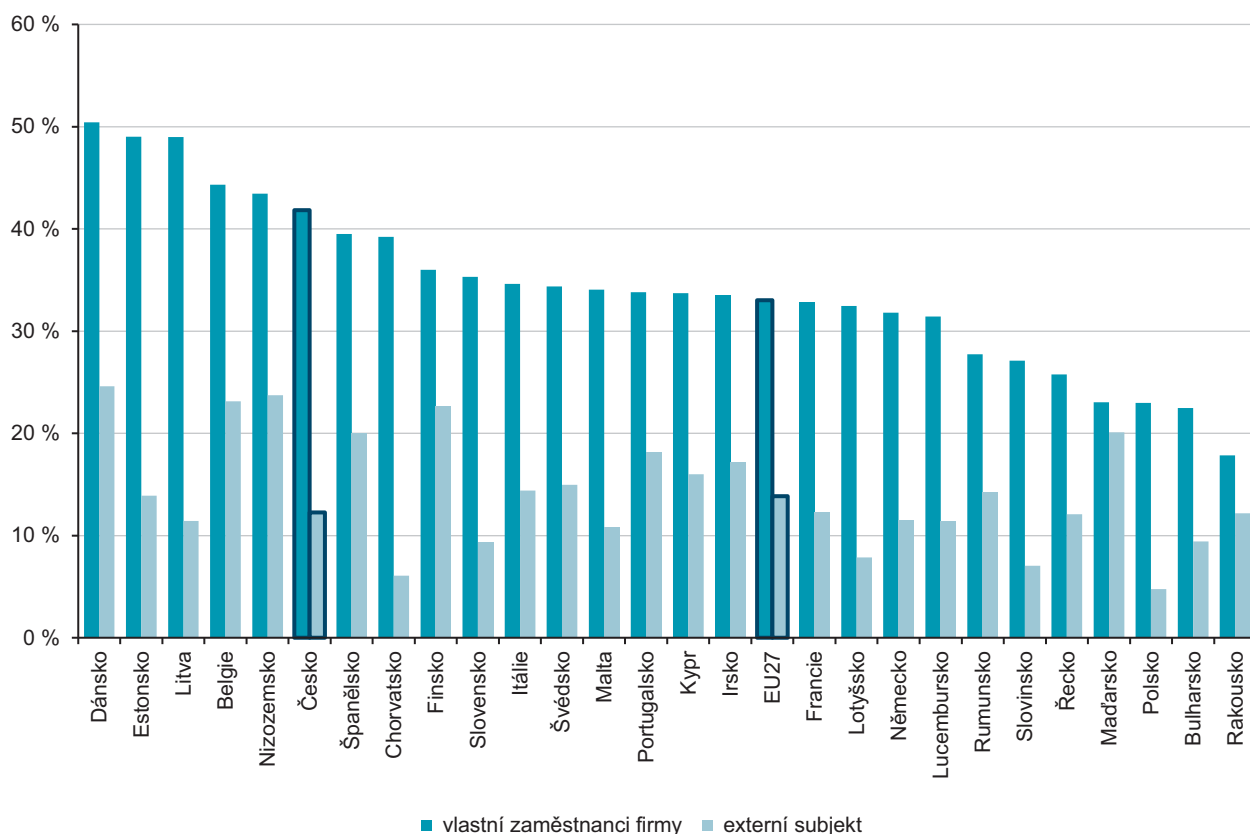
Graf 8.2: Kdo v podnicích v Česku provádí analýzu dat v roce 2025

(% z celkového počtu podniků s 10+ zaměstnanci)



Graf 8.3: Kdo v podnicích v zemích EU27 provádí analýzu dat v roce 2025

(% z celkového počtu podniků s 10+ zaměstnanci v dané zemi)



Graf 8.4: Zdroje dat, ze kterých podniky v Česku a v zemích EU27 provádí analýzu dat v roce 2025

(% z celkového počtu podniků v dané zemi, kde analýzu dat provádějí vlastní zaměstnanci)

