

Ako pripraviť kvalitné firemné dáta pre AI: odstráňte duplicity a neaktuálne údaje

21.8.2026 - Michaela Carpenter | Podnikajte.sk

Ak sú vaše firemné dáta neúplné, zastarané alebo rozhádzané na desiatich miestach, ani ten najlepší AI nástroj vám nepomôže. Zistite, ako si upratať firemné dáta ešte skôr, ako začnete investovať do umelej inteligencie.

Prečo AI potrebuje čisté a konzistentné firemné dáta

Mnohé firmy pri zavádzaní AI začínajú výberom nástroja. Pri práci s internými dokumentmi a databázami však výsledok výrazne ovplyvňuje aj **kvalita údajov, z ktorých AI čerpá**. Ak firma ešte len zvažuje možnosti, pomôcť môže aj prehľad AI nástrojov pre podnikateľov.

Ak má zamestnanec pri práci k dispozícii starý cenník, neaktuálny kontakt alebo nesprávnu verziu zmluvy, pravdepodobne urobí chybu. Pri AI platí rovnaký princíp. Rozdiel je v tom, že nástroj môže takúto chybu zopakovať rýchlo a vo väčšom rozsahu.

Aj preto sa pri zavádzaní AI čoraz viac hovorí o kvalite, dostupnosti a správe dát. Gartner predpovedá, že do konca roka 2026 **organizácie opustia 60 % AI projektov, ktoré nemajú podporu v dostatočne pripravených dátach**.

Príprava dát nemusí znamenať veľký technologický projekt ani výmenu systémov. **V menších firmách často stačí začať tým, čo už majú, a postupne odstrániť neaktuálne údaje, duplicity či nejasnosti**. Pomôže vám tento jednoduchý 6-krokový návod.

Krok 1: Zistite, kde vo firme sa dáta nachádzajú a kto ich používa

Najskôr si zmapujte, kde sa nachádzajú dáta, s ktorými firma pracuje. Aj v menšej firme to býva často viac miest, než sa na prvý pohľad zdá. Firemné dáta môžu byť napríklad:

- v Exceli,
- v Google Sheets,
- v účtovnom systéme,
- v CRM,
- v e-mailoch,
- na OneDrive alebo Google Drive,
- v priečinkoch jednotlivých oddelení,
- v poznámkach zamestnancov,
- v mobilných telefónoch.

Samotné rozdelenie dát v rôznych systémoch ešte nemusí signalizovať problém. **Ten vzniká vtedy, keď nie je jasné, ktorá verzia dát či dokumentov je aktuálna a podľa ktorej sa majú zamestnanci riadiť.**

V praxi to môže vyzeráť aj tak, že obchodník pošle zákazníkovi cenník, ktorý má uložený vo svojom počítači. Kolega z marketingu má medzitým novšiu verziu na zdieľanom disku. Konateľ má v e-maile

ešte inú verziu s komentármi. To spôsobuje chaos. Ak sa v údajoch nevedia rýchlo zorientovať ľudia, spoľahlivé výsledky z nich nemožno očakávať ani pri práci s AI.

Praktická otázka, ktorú by ste si mali položiť: **Kde máme údaje, ktoré by AI mala používať, a sú tieto údaje aktuálne?**

Krok 2: Vyčistite duplicitné a nekonzistentné dáta

Mnohé firmy majú všetky potrebné dáta k dispozícii. Výzvou však býva ich kvalita a konzistentnosť. Zákaznícke kontakty, cenníky či faktúry sú často uložené v rôznych systémoch a tabuľkách, pričom nie je vždy jasné, ktorá verzia je správna a aktuálna. **Takéto nepresnosti následne znižujú spoľahlivosť spracovania a výstupov.**

Predstavte si zákazníka Petra Nováka. V databáze zákazníkov je zapísaný ako Peter Novák. V Exceli ako Ing. Peter Novák. V účtovníctve ako P. Novák. Človek si podľa kontextu často domyslí, že ide o tú istú osobu.

Ak záznamy nie sú prepojené spoločným identifikátorom alebo majú nejednotný formát, systém nemusí rozpoznať, že patria tej istej osobe. To môže skresliť reporty, analýzy aj výstupy AI, ktorá z týchto dát čerpá.

Výsledkom môžu byť nepresné reporty, chybné segmentácie zákazníkov alebo odporúčania založené na nesprávnych vstupoch.

Začnite odstránením najčastejších problémov v dátach:

- duplicitné kontakty,
- neplatné e-mailové adresy,
- staré firmy v databáze,
- neaktuálni dodávatelia,
- zastarané cenníky,
- dokumenty bez dátumu alebo verzie,
- nejednotné názvy zákazníkov, produktov či služieb.

Čím kvalitnejšie a konzistentnejšie sú firemné dáta, tým spoľahlivejšie môžu byť aj výstupy AI.

Krok 3: Určite jeden zdroj pravdy

Jedným z dôležitých pravidiel pri práci s dátami je určiť, kde sa nachádza hlavný a záväzný zdroj informácií. Niekedy sa tomu hovorí aj „single source of truth“, teda jeden zdroj pravdy.

V praxi to znamená, že **firma pre každý dôležitý typ údajov určí miesto, ktoré sa považuje za záväzný a aktuálny zdroj.**

Zdroj: Vlastné spracovanie

Typ údajov	Hlavný zdroj
Zákazníci	CRM (klientska databáza)
Faktúry	účtovný systém
Produkty a služby	ERP, e-shop alebo interný katalóg
Cenníky	schválený priečnik na zdieľanom úložisku

Typ údajov

Marketingové materiály SharePoint, OneDrive alebo Google Drive

Interné návody

Hlavný zdroj

firemná znalostná databáza

Ak zamestnanci nevedia, kde majú hľadať správnu informáciu, AI bude mať rovnaký problém. Preto nestačí dáta iba niekde uložiť. **Firma by mala vedieť aj to, kto je za daný typ dát zodpovedný a kto ich môže meniť.**

Napríklad klientska databáza by nemala byť len databázou kontaktov. Mala by byť miestom, kde sú aktuálne informácie o zákazníkoch, obchodných príležitostiach a histórii komunikácie. Ak si obchodníci vedú paralelné tabuľky mimo CRM, **pri analýze obchodných príležitostí môže AI pracovať s neúplnými údajmi.**

Krok 4: Zavedte jednotný systém pomenovania dokumentov

Vela firiem má dokumenty pomenované spôsobom, ktorý je zrozumiteľný iba autorovi. Napríklad:

- Final.docx
- Final2.docx
- Cennik_novy.xlsx
- Cennik_novy_upraveny.xlsx
- Naozaj_posledna_verzia.docx

Takéto názvy komplikujú prácu zamestnancom aj vyhľadávanie správnej verzie dokumentu.

Jednoduché pravidlo je zaradiť do názvu dokumentu aspoň tri prvky, ako napríklad:

- dátum,
- obsah,
- verziu alebo obdobie.

Namiesto „Cennik_final.xlsx“ môže firma používať napríklad názov:

2026-07_Cennik_premium_v3.xlsx, teda použije rok a mesiac vzniku dokumentu, názov dokumentu, jeho špecifikáciu a verziu. Takto štruktúrované názvy pomáhajú pri vyhľadávaní, internom zdieľaní aj pri práci s AI nástrojmi, ktoré majú nad firemnými dokumentmi pripravovať súhrny alebo návrhy.

Krok 5: Nastavte pravidlá pre osobné a citlivé údaje

Nie všetky firemné údaje je vhodné zadávať do akéhokoľvek AI nástroja bez kontroly. Firma by mala vedieť, aké údaje nástroj spracúva, na aký účel a aké interné či právne pravidlá sa na ne vzťahujú.

Zvýšenú pozornosť si vyžadujú napríklad:

- rodné čísla,
- čísla platobných kariet,
- zdravotné údaje,
- prihlasovacie údaje,
- dôverné zmluvy,

- interné finančné informácie,
- obchodné tajomstvá,
- osobné údaje zákazníkov alebo zamestnancov.

Pri spracúvaní osobných údajov treba zároveň rešpektovať pravidlá ochrany osobných údajov a GDPR.

Praktickým riešením je jednoduchá interná AI smernica. Nemusí mať desiatky strán. **V menšej firme môže byť dobrým začiatkom aj stručná interná smernica**, ktorá odpovie na tri otázky:

1. Ktoré údaje môžeme zadávať do AI nástrojov?
2. Ktoré údaje do nich naopak nepatria?
3. Kedy musí výstup AI skontrolovať človek?

Krok 6: Začnite jednou oblasťou, nie celou firmou

Snaha upratať všetky firemné dáta naraz môže projekt zbytočne nafúknuť. Rýchlo sa stane príliš veľkým, neprehľadným a demotivačným.

Lepšie je vybrať si jednu oblasť, kde má poriadok v dátach okamžitý praktický prínos. Môže ísť napríklad o:

- databázu zákazníkov,
- cenníky,
- produktové informácie,
- interné návody,
- zákaznícke otázky a odpovede,
- obchodné reporty,
- podklady pre marketing.

Ak firma začne databázou zákazníkov, nemusí hneď zavádzať dokonalý CRM systém. **Na začiatok stačí odstrániť duplicity, doplniť chýbajúce kontakty a určiť, kto bude údaje pravidelne aktualizovať.**

Pri cenníkoch môže byť cieľom **jedno miesto s aktuálnou verziou a jasné pravidlo, kto ju schvaľuje**. Dôležité je, aby prvý krok priniesol viditeľný úžitok. Potom sa firma ľahšie posunie k ďalšej oblasti.

Príklad z praxe: Ako cestovná agentúra TODAS pripravovala dáta pre automatizáciu

Slovenská cestovná agentúra sa rozhodla automatizovať časť reportingu, párovania platieb a prípravy podkladov pre účtovníctvo. Na prvý pohľad mala k dispozícii všetky potrebné údaje. Rezervácie, kalkulačné listy, faktúry aj úhrady existovali v Exceli a CRM.

Pri analýze sa však ukázalo, že **problém nebol v nedostatku dát, ale v ich konzistentnosti**.

Rovnaká zákazka mala v jednotlivých tabuľkách odlišné označenie. Číslo rezervácie sa na jednom hárku uvádzalo ako „KL“, na inom ako „P. č.“, inde sa pracovalo s číslom faktúry. **Údaje sa preto nedali automaticky spoľahlivo párovať.**

Nejednotnosť sa týkala aj dátumov. Niektoré úhrady boli zapísané ako text bez roka, napríklad „31.8“ alebo „03.10.“, čo komplikovalo ich správne zaradenie do účtovných období a mesačných reportov.

Problémom boli aj rozdielne formáty údajov. V bunkách určených pre sumy sa objavovali poznámky typu „650,68 uhradené“ a stavy zákaziek boli miestami označené iba farbou namiesto textového statusu. **Človek sa v takýchto údajoch dokáže zorientovať podľa kontextu, automatizácia ich však nevie vždy spoľahlivo vyhodnotiť.**

Firma preto prijala niekoľko relatívne jednoduchých pravidiel:

- každá zákazka dostáva **jedno unikátne rezervačné číslo** už pri vytvorení v CRM,
- rovnaký identifikátor sa používa vo všetkých reportoch, kalkulačných listoch a faktúrach,
- dátumy sa zapisujú ako plnohodnotné dátumové polia vo formáte dd.mm.rrrr,
- číselné polia obsahujú iba čísla a poznámky sa presúvajú do samostatných stĺpcov,
- statusy zákaziek sa evidujú ako štandardizované hodnoty v samostatnom poli,
- súčty sa počítajú pomocou vzorcov namiesto manuálneho dopisovania,
- kľúčové stĺpce majú rovnaké názvy a poradie vo všetkých pracovných hárkoch.

Zavedením týchto pravidiel firma získala spoľahlivejšie reporty, rýchlejšie párovanie platieb a nižšie riziko chýb pri finančných výstupoch. **Zároveň si vytvorila lepší dátový základ pre ďalšiu automatizáciu a prípadné využitie AI.**

Tento príklad ukazuje, že príprava dát nemusí znamenať nákup nového systému. V mnohých prípadoch ide skôr o zavedenie jednotných pravidiel, ktoré zabezpečia, že každý údaj má jednoznačný význam bez ohľadu na to, či s ním pracuje človek alebo AI.

Pred využitím AI si overte, či svojim dátam môžete dôverovať

Umelá inteligencia môže firme pomôcť zrýchliť rutinné úlohy, pripraviť prehľady, spracovať podklady alebo zjednodušiť prácu s informáciami. **Nedokáže však sama odstrániť nedostatky v dátach.**

Neaktuálne dokumenty, duplicitné kontakty či nejasné pravidlá sa môžu premietnuť aj do nepresných výstupov AI. **Ak má firma určené záväzné zdroje, jasných vlastníkov dát a pravidiel ich používania, vytvára si spoľahlivejší základ na využitie AI.**

Aj pri ďalších chybách pri zavádzaní AI platí, že samotný nástroj nenahradí dobre nastavené firemné procesy a pravidlá.

Najpraktickejší prvý krok preto nie je nákup nového nástroja. Je to jednoduchá otázka:

Ktoré firemné dáta chceme pri práci s AI využívať a môžeme sa na ne spoľahnúť?

Ak odpoveď nie je jednoznačná, začnite práve tam.

<https://www.podnikajte.sk/technologie/ako-pripravit-kvalitne-firemne-data-pre-ai>