



VYUŽÍVÁNÍ ONLINE TECHNOLOGIÍ PRO PODNIKÁNÍ

Závěrečná zpráva

Září 2018

© 2018 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

AMSP ČR sdružuje na otevřené, nepolitické platformě malé a střední podniky a živnostníky i jejich organizace z celé České republiky. Kromě návrhů legislativy se zabývá také tématy jako je export, inovace, financování či vzdělávání.

Ve spolupráci se svými partnery AMSP ČR průběžně realizuje projekty cílené na aktuální otázky ve své oblasti působení, podporované výzkumy trhu.



Hlavním cílem výzkumu bylo **změřit využití online nástrojů pro propagaci podnikání a využití moderních technologií v podnikání u malých a středních firem do 250 zaměstnanců a u živnostníků.**



Metoda výzkumu

Kombinace CATI a CASI – telefonické + online dotazování firem
13.8-11.9.2018



Cílová skupina

OSVČ a malé + střední firmy (do 250 zaměstnanců)



Velikost vzorku

743 firem/podnikatelů
(z toho 253 nových subjektů do 2 let působnosti, 490 zavedených subjektů, 200 žen podnikatelek, 290 exportních subjektů – jeden subjekt může patřit do více skupin)



Výzkumný nástroj

Strukturovaný dotazník o délce 12 minut

Hlavní závěry



9 z 10 podniků souhlasí, že digitální znalosti/kompetence jsou důležité pro růst firmy. Přitom jen **48 % subjektů se podle svých slov orientuje v problematice digitálních znalostí výborně nebo velmi dobře**. U ostatních je zde **výraznější prostor pro posílení těchto znalostí**.



Nejvyužívanějšími nástroji online propagace mezi podnikateli jsou webové stránky, e-mailing a sociální média. Nejvyužívanějším sociálním médiem je s velkým náskokem **Facebook** (využívá jej 75 % podnikatelských subjektů).



Hlavní bariérou pro větší využívání online podpory podnikání je kromě cen také **nedostatek času**.



Pro 70 % podniků jsou digitální dovednosti důležité v náborovém procesu. Pokud jde o vhodnou formu školení k tématu online dovedností, **55 % subjektů by ocenilo individuální školení**, 25 % pak online kurzy.



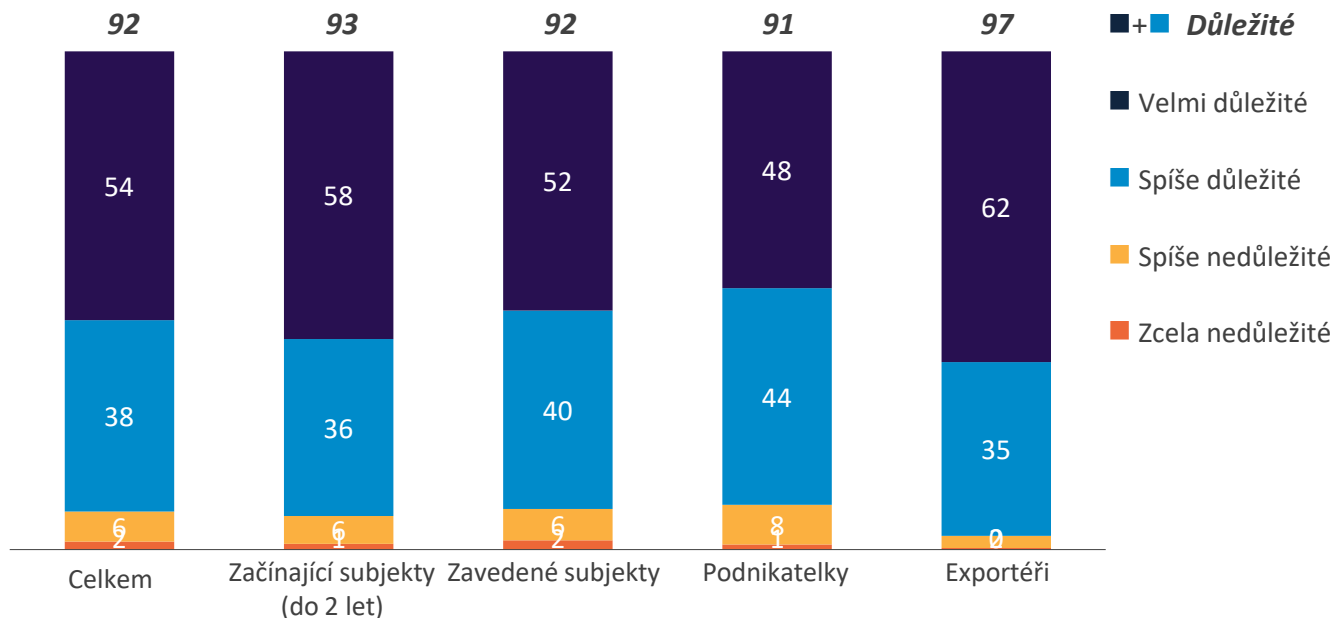
Exportéři a větší firmy využívají online nástroje více než ostatní – jak běžné, tak pokročilejší technologie. Exportéři také působí na více sociálních médiích.



Výsledky v detailu:
Digitální znalosti

Podnikatelé napříč podskupinami se shodují, že digitální znalosti a kompetence jsou zásadní pro růst podniku.

Důležitost digitálních znalostí/kompetencí pro růst podniku v %

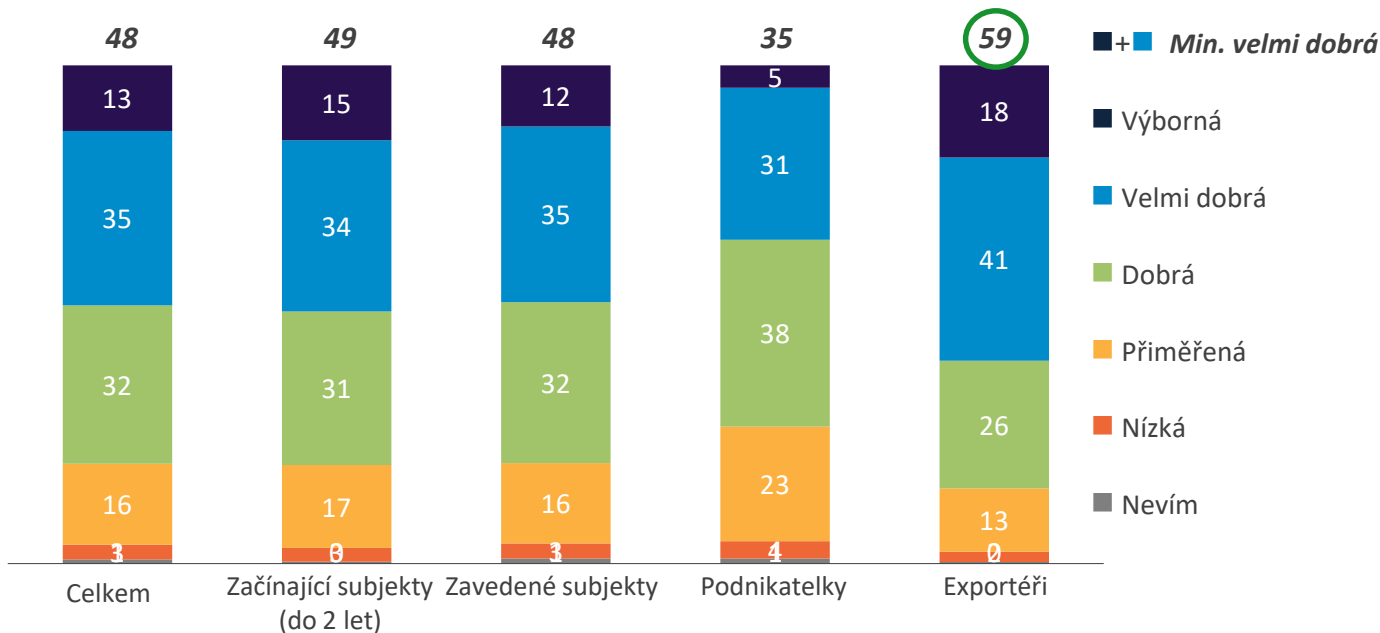


Q1. Jak důležité jsou podle Vás digitální znalosti a kompetence pro růst podniku?

Báze: 743/253/490/200/292

Zhruba polovina podnikatelů hodnotí své digitální znalosti jako velmi dobré nebo lepší. Nejlépe se v problematice orientují exportéři.

Sebehodnocení digitálních znalostí v %

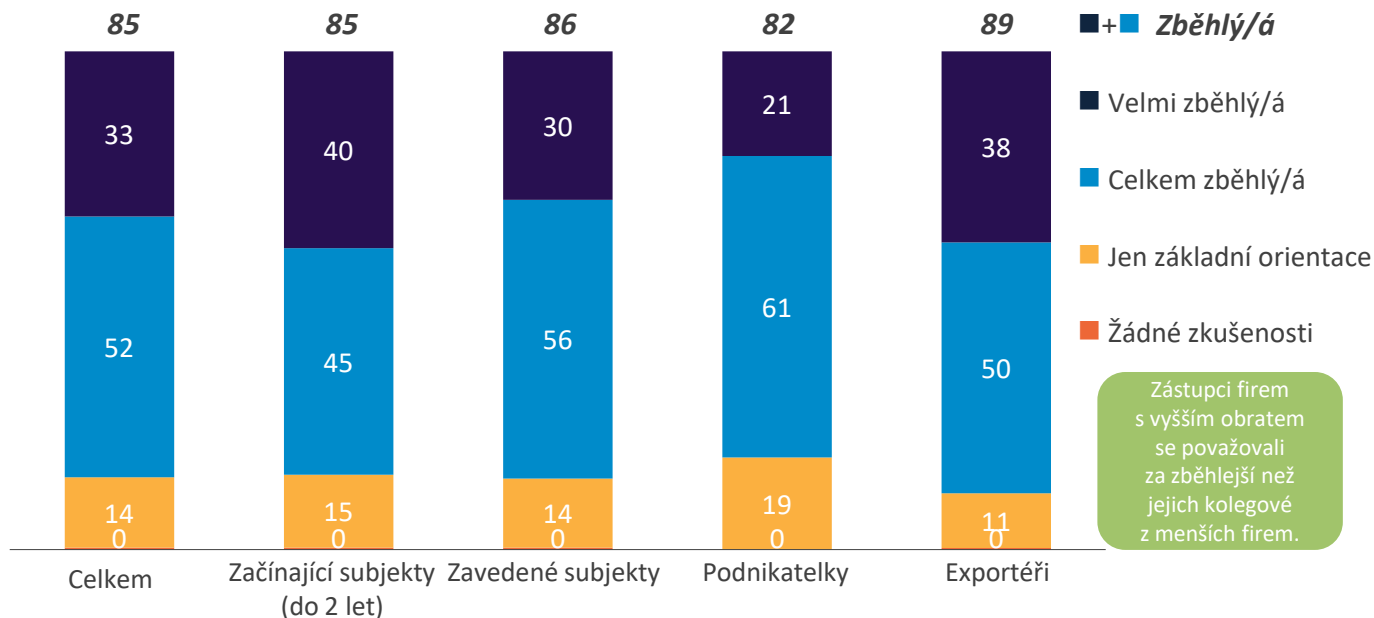


Q2. Jak byste zhodnotil/a úroveň Vašich digitální znalostí?

Báze: 743/253/490/200/292

Většina dotazovaných se považuje za alespoň částečně zběhlé v problematice používání internetových nástrojů pro podnikání.

Osobní zběhllost v používání internetových nástrojů pro podnikání v %

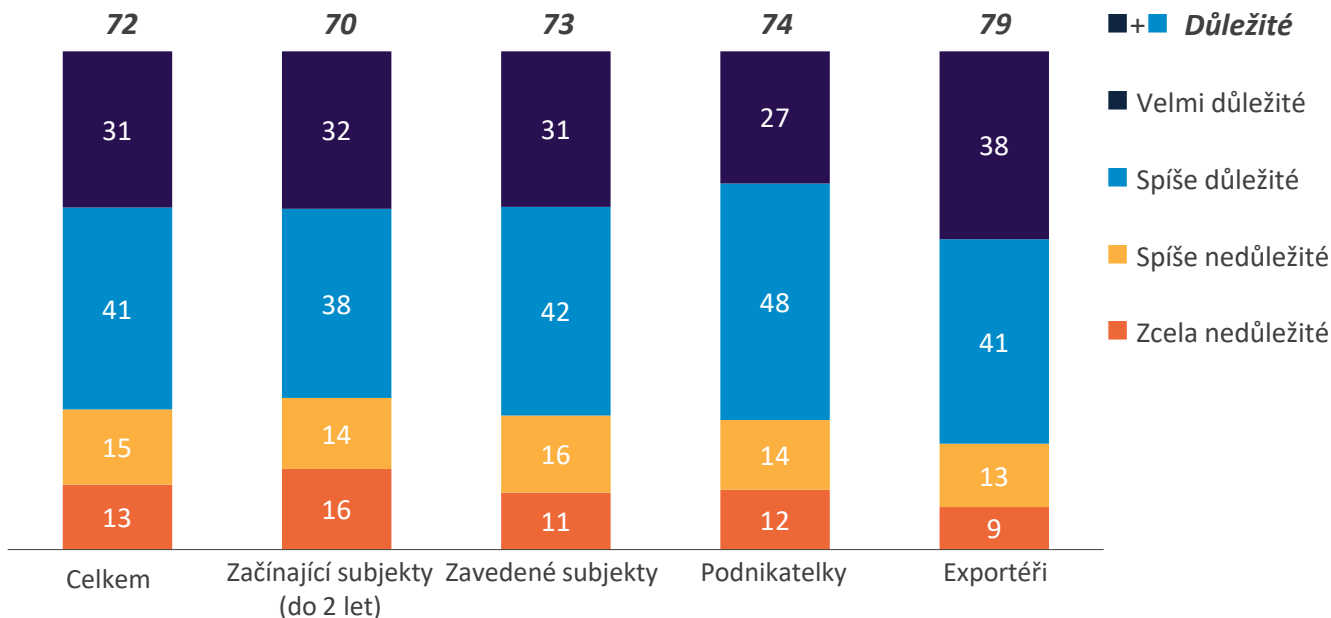


Q3. Jak moc jste vy sám/a zběhlý/á v používání internetových nástrojů pro Vaše podnikání?

Báze: 743/253/490/200/292

Pro 7 z 10 podnikatelských subjektů jsou v přijímacím procesu důležité digitální znalosti.

Důležitost digitálních znalostí v přijímacím procesu v %



Q14. Jak důležité jsou pro Vás digitální znalosti kandidátů v přijímacím procesu?

Báze: 743/253/490/200/292

The background features a complex network of blue lines connecting various icons. These icons include: a speech bubble with a question mark, a key icon, a briefcase, a YouTube logo, a Windows logo, a speech bubble with an 'S', a microphone with signal waves, a Facebook 'f' logo, a camera icon, a smartphone, a Google Plus logo, a crossed-out paperclip, an Android robot, an Apple logo, a calendar icon, a play button, a gear, a person icon, a Windows logo, a play button, and a camera icon. The text 'Využívání online nástrojů' is centered over a dark grey horizontal band.

Využívání online nástrojů

Kromě webových stránek a e-mailů podnikatelé často pro zviditelnění využívají i sociální média. Nejvyšší využití nástrojů je charakteristické pro exportéry.



Využívání nástrojů pro zviditelnění na internetu v %

Nejpopulárnější nástroje jsou stejné, jako v roce 2016.

Celkem	Začínající subjekty (do 2 let)			
	Zavedené subjekty	Podnikatelky	Exportéři	
Webové stránky 85	86	84	72	89
E-mail 81	85	79	66	83
Sociální Média 63	70	59	57	68
Mapy 49	52	47	29	52
Katalogy firem 44	43	45	30	48
Optimalizace ve vyhledávačích 38	45	35	17	49
Reklamní sítě 32	36	30	20	37
E-shop 28	22	31	29	42
Internetové srovnávače 27	25	29	21	37
Affiliate marketing 15	18	14	9	20

Q5. Které z těchto nástrojů používáte pro zviditelnění Vaší firmy na internetu?
Báze: 743/253/490/200/292

9 % uvedlo, že využívá nějaký jiný nástroj, 1 % nevyužívá žádné.
Míra využití celkově roste s velikostí podniku.

Sociální média jsou vnímána jako druhý nejefektivnější nástroj, po webových stránkách. Obzvláště užitečná jsou pro ženy podnikatelky.



Nejefektivnější nástroj pro online podnikání v %

Jako nejefektivnější nástroj označují sociální média často menší subjekty s nižším obratem.

Celkem	Začínající subjekty (do 2 let)	Zavedené subjekty	Podnikatelky	Exportéři
	Webové stránky ■■■■■ 36	37	35	32
Sociální Média ■■■■■ 25	27	24	37	23
E-mail ■■■ 12	13	11	8	12
Optimalizace vyhledávačů ■■ 7	7	7	4	9
Katalogy firem ■ 5	5	4	6	3
Reklamní síť ■ 4	3	5	4	6
E-shop ■ 4	3	4	3	6
Internetové srovnávače ■ 2	1	3	2	4
Mapy ■ 2	2	2	1	1
Affiliate marketing ■ 2	1	2	2	2

2 % uvedla jiný nástroj.

Q12. Který online nástroj pro zviditelnění podnikání považujete za nejefektivnější pro Vaše podnikání?

Báze: 732/249/483/195/290 (z báze vyřazeni, kteří nevyužívají žádný nástroj)

Kromě ceny vnímají firmy jako překážku pro využívání internetových nástrojů také nedostatek času.

Největší překážka pro využívání internetových nástrojů v %

Nic/nevím	31
Ceny	14
Nedostatek času	14
Nedostatek informací	8
Peníze, finance (obecně)	8
Není to potřeba	5
Nedostatek peněz, financí	5
Nedostatek lidí	3
Rychlost, spolehlivost internetu	3
Konkurence	3

Zmiňované překážky byly podobné napříč
cílovými podskupinami.

„Vytížená kapacita. Větší
zviditelnění momentálně
nepotřebujeme, tak další
nástroje nezapojuji.“

Naprostá nepřehlednost
produktů, kdy zástupci si
mohou dělat co chtějí, je
to nekontrolovatelné,
nemáte možnost ověřit,
jestli je to pravda.

„Nechuť používat sociální
sítě.“

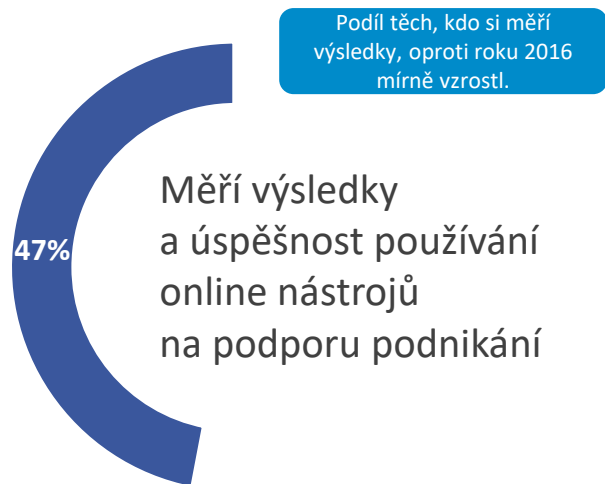
„Cena, neznalost, více
portálu pro inzeráty.“

Zobrazeny spontánní odpovědi dosahující alespoň 2 %.

Ceny a nedostatek času patří mezi dlouhodobé bariéry, což
potvrzuje i výzkum z roku 2016.

Q7. Co je pro Vaši společnost největší překážka v používání internetových nástrojů pro větší zviditelnění firmy než je tomu teď?
Báze: 743

Polovina podnikatelů měří výsledky a úspěšnost používání online nástrojů na podnikání, nejvíce pak exportéři.



Začínající subjekty (do 2 let)	Zavedené subjekty	Podnikatelky	Exportéři
54 %	44 %	38 %	60 %

Proč ano?

Zpětná vazba, zjištění efektivity, zda se to vyplatí	44
Zjištění návštěvnosti stránek	8
Finance, návratnost investic, kolik to vydělalo	8
Pro optimalizaci, zlepšování	8
Abychom měli přehled, více informací	7
Abychom věděli, jak na tom jsme, jak si stojíme	5
Je to nutné, důležité	3

Nezobrazeny odpovědi pod 3 %

Proč ne?

Nepotřebujeme	44
Nedostatek času	14
Neumíme to, nedostatek informací	12
Nezajímám se o to, nenapadlo mě to	5
Nevyužíváme to, neděláme to	5
Nedostatek lidí	3
Nedůvěra ve výsledky	2

Nezobrazeny odpovědi pod 2 %

Q9. Měříte výsledky a úspěšnost používání online nástrojů na podporu podnikání? *Báze: 743/253/490/200/292*

Q10. Proč měříte? Uveďte hlavní důvod. Q10. Proč neměříte? Uveďte hlavní důvod. *Báze: 351/392*

Pro malé subjekty je častěji než pro ostatní bariérou v měření nedostatek informací, jak na to.

Individuální školení je vnímané jako nejatraktivnější forma, následují online kurzy.

Preferovaná forma školení (i pro online dovednosti) v %

	Celkem	Začínající subjekty (do 2 let)	Zavedené subjekty	Podnikatelky	Exportéři
Individuální školení	55	57	54	53	51
Online kurzy	25	26	24	27	26
Konference	12	8	14	15	14
Universitní kurzy	3	3	3	2	3
Jiné	6	6	6	4	5

Z1. Jakou formu školení preferujete (i školení pro online dovednosti)?

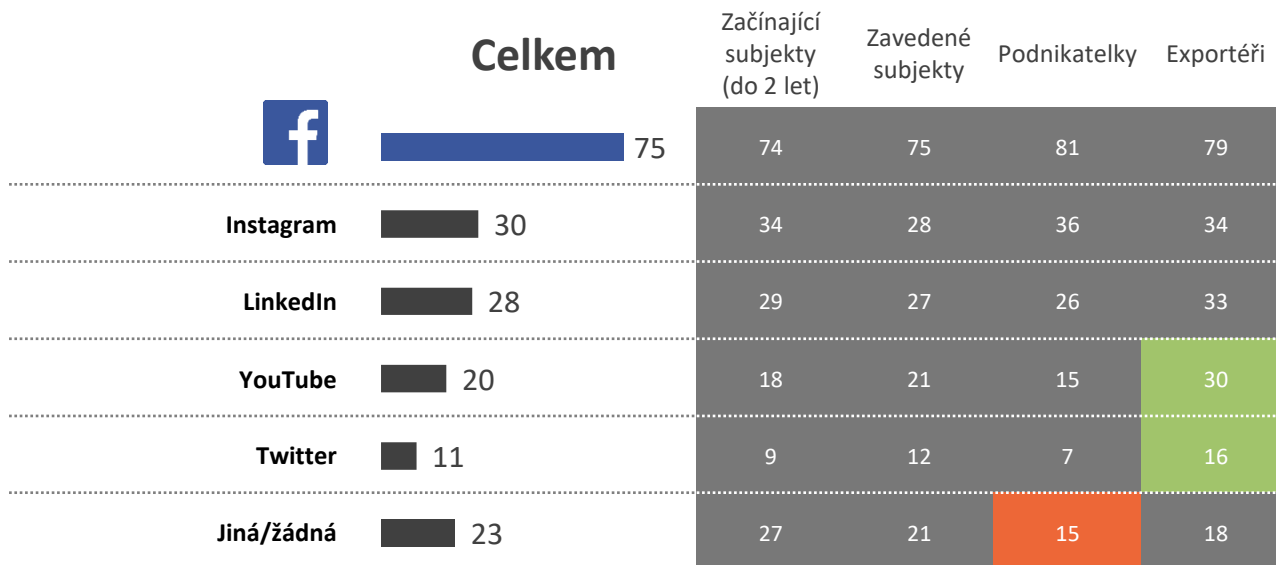
Báze: 743/253/490/200/292

A network diagram composed of blue lines and various technology-related icons. The icons include a question mark, a speech bubble, a key, a briefcase, a YouTube logo, a Windows logo, a microphone, a cloud with an 'S', a Facebook 'f' logo, a calendar, a speaker, a Google+ logo, a crossed-out paperclip, an Android robot, an Apple logo, a smartphone, a calendar, a gear, a play button, a camera, and a person icon. The text 'Detail na Facebook' is centered in a white font on a dark grey background.

Detail na Facebook

3 ze 4 podniků podporují své podnikání prostřednictvím Facebooku. S velkým odstupem následují Instagram a LinkedIn.

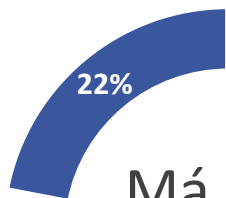
Využití sociálních sítí pro podnikání v %



S1. Jaká sociální média používáte pro své podnikání?

Báze: 743/253/490/200/292

22 % podnikatelů má zaměstnance na správu FB profilu.



Má zaměstnance na správu FB profilu.

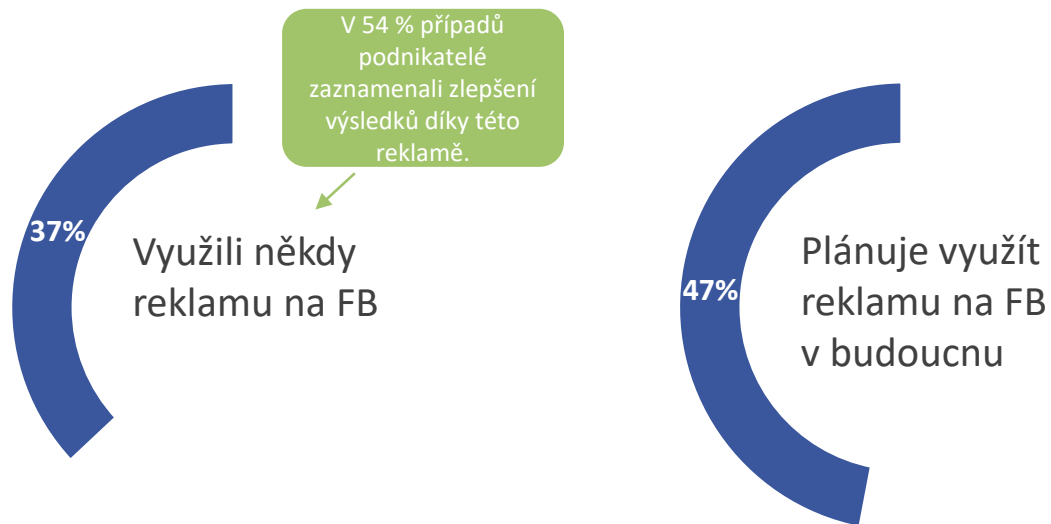
Začínající subjekty (do 2 let)	Zavedené subjekty	Podnikatelky	Exportéři
15 %	30 %	17 %	34 %

Zaměstnance na správu FB profilu mají častěji větší firmy.

Q16. Máte zaměstnance na správu Vašeho facebookového profilu?

Báze: 743/253/490/200/292

Přes třetinu podnikatelů již využila FB reklamu. Přibližně polovina ji plánuje využít v budoucnu.



Začínající subjekty (do 2 let)	Zavedené subjekty	Podnikatelky	Exportéři
40 %	36 %	35 %	45 %

Začínající subjekty (do 2 let)	Zavedené subjekty	Podnikatelky	Exportéři
53 %	44 %	51 %	52 %

S3. Využil/a jste někdy placenou reklamu na Facebooku? S5. Zvažujete její využití v budoucnosti? *Báze: 743/253/490/200/292*

S4. Zaznamenal/a jste díky ní lepší výsledky v podnikání? *Báze: 277 (ti, kdo využili FB reklamy)*

Přibližně 2 ze 3 podnikatelů/firem by doporučili Facebook ostatním majitelům. Ženy podnikatelky jej často využívají k podpoře prodeje.



Vnímání Facebooku v %, souhlas s výroky (Top 2 Box na pětibodové škále)

	Celkem	Začínající subjekty (do 2 let)	Zavedené subjekty	Podnikatelky	Exportéři
Facebook pomáhá propojit lidi v mém okolí	82	83	81	88	81
Facebook obecně pomáhá vytvořit nová pracovní místa v mém okolí	43	41	45	49	43
Doporučil/a bych Facebook ostatním majitelům firem	63	66	61	68	62
Facebook mi pomohl oslovit zákazníky v místech, kde by jinak oslovení bylo složité	49	47	50	65	51
Facebook mi umožňuje prodávat mé produkty, nebo služby	49	47	50	66	50
Facebook mně či mé firmě pomohl rozšířit podnikání	43	40	44	56	45
Používám Facebook pro hledání zaměstnanců pro mou firmu	32	28	33	33	36
Raději posílám své zákazníky na svou facebookovou stránku, než na své webové stránky	20	13	24	30	21

F1. Do jaké míry souhlasíte nebo nesouhlasíte s následujícími tvrzeními?

F2. Prosím, uveďte do jaké míry souhlasíte nebo nesouhlasíte s následujícími tvrzeními.

Báze: 743/253/490/200/292

A network diagram composed of blue lines and various technology-related icons. The icons include a question mark, a speech bubble, a key, a briefcase, a YouTube logo, a Windows logo, a microphone, a Wi-Fi signal, a cloud with an 'S', a Facebook 'f', a calendar, a speaker, a smartphone, a Google Plus 'g+', a crossed-out paperclip, an Android robot, an Apple logo, a calendar, a play button, a gear, a person icon, a Windows logo, a play button, and a camera. The text 'Další témata' is centered in a white font on a dark grey horizontal band.

Další témata

Exportní firmy se hlásí k využívání pokročilých technologiích nejčastěji. Nejpopulárnější z uvedených technologií jsou 3D tisk a využití Big data.

Využívání pokročilých technologií v %

Využití pokročilých technologií je typičtější pro firmy s větším obrátem.

	Celkem	Začínající subjekty (do 2 let)	Zavedené subjekty	Podnikatelky	Exportéři
Žádné z uvedeného	70	74	68	81	56
3D Tisk	12	8	13	10	21
Big data	10	10	9	4	14
Robotika	8	9	8	3	11
Virtuální či rozšířená realita	8	8	8	6	11
Umělá inteligence	8	11	6	2	14
Blockchain	3	2	4	3	6

Plány pro budoucí zavedení technologií (pokud ještě nejsou žádné využívány):

	Celkem	Začínající subjekty (do 2 let)	Zavedené subjekty	Podnikatelky	Exportéři
	22	20	23	23	30

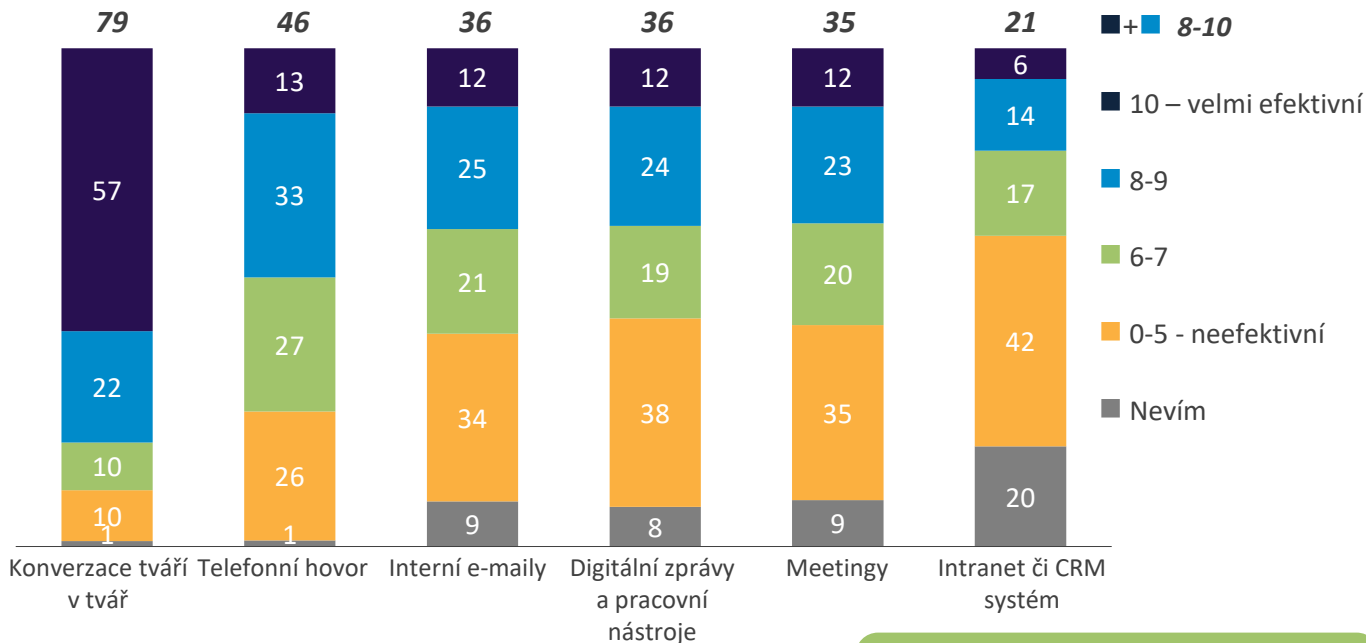
S9. Používáte následující nové technologie, nebo postupy na podporu Vašeho podnikání? *Báze: 743/253/490/200/292*

S10. Zvažujete použití těchto technologií, nebo postupů na podporu Vašeho podnikání (v příštích 2 letech)? *Báze: 521/186/335/162/164*

Digitální zprávy a interní e-maily jsou vnímány na úrovni meetingů, pokud jde o efektivitu komunikace.

Efektivita forem komunikace

v %



S2. Jak efektivní jsou následující formy komunikace ve Vašem podnikání?

Báze: 743

Začínající subjekty obzvláště oceňují konverzaci tváří v tvář. Exportéři více než ostatní považují za efektivní meetingy a intranet/CRM systém.

Online aktivitám se typicky věnuje jednatel firmy, externí spolupracovník, případně marketingový ředitel/specialista na online marketing.

Kdo spravuje online aktivity ve firmě? v %

Stejně jako podle výzkumu z roku 2016, online aktivity spravuje především CEO/Ředitel.

	Celkem	Začínající subjekty (do 2 let)	Zavedené subjekty	Podnikatelky	Exportéři
CEO / Ředitel	39	48	35	28	39
Externí spolupracovník	24	21	25	17	27
Marketingový ředitel / Manager komunikace	12	11	13	8	18
Specialista na Online Marketing / Social Media Manager	12	8	14	10	20
Agentura	6	6	6	6	7
Někdo jiný ve společnosti	14	13	15	17	15
Nikdo	10	8	11	23	4

Q13. Kdo spravuje online aktivity ve Vaší firmě?
Báze: 743/253/490/200/292

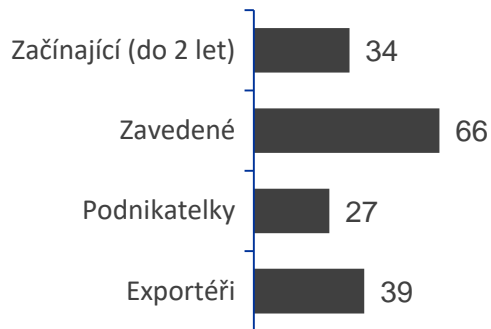
The background features a complex network of blue lines and nodes. Various icons are scattered throughout, including a speech bubble with a question mark, a key, a briefcase, a YouTube logo, a Windows logo, a speech bubble with an 'S', a microphone, a Facebook 'f' logo, a camera, a speaker, a smartphone, an Apple logo, an Android robot, a calendar, a gear, a play button, a camera, and a person icon. The text 'Příloha: struktura vzorku' is centered in a white font on a dark grey horizontal band.

Příloha: struktura vzorku

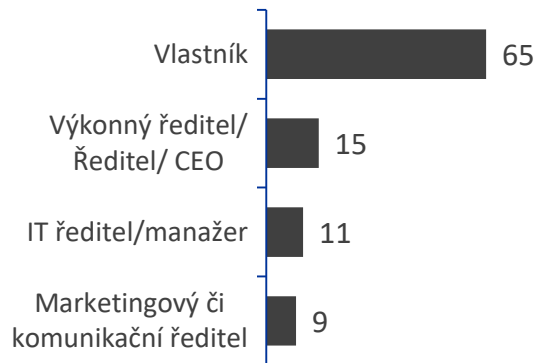
Struktura vzorku



Příslušnost k segmentu



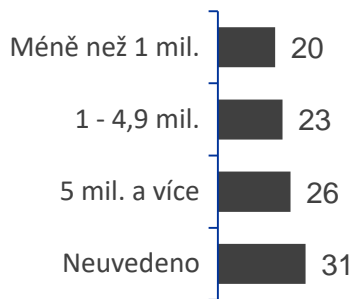
Pozice ve firmě



Kraj



Obrat



Báze: 743