

TRANSFORMACE

ROK TRANSFORMACE PODNIKÁNÍ 2025

Závěrečná zpráva

Únor 2025

Pozadí výzkumu

Asociace malých a středních podniků a živnostníků 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 zmapovat schopnost firem adaptovat se na změny v odvětví, s důrazem na překážky, příležitosti a strategie v oblasti digitalizace, automatizace a udržitelnosti.



Téma výzkumu a metodologie



Téma výzkumu

Výzkum se zaměřil na **schopnost firem reagovat na změny** ve svém odvětví, s důrazem na překážky a příležitosti, které ovlivňují jejich adaptaci.

Dále se výzkum soustředil na oblasti **digitalizace** a **automatizace** jako potenciální investiční oblasti pro zlepšení podnikové výkonnosti.

Rovněž se zabýval **trendy v ESG**, přičemž zkoumal, jak firmy **vnímají** a **implementují tyto tendence** a jakým způsobem se přizpůsobují technologickým a tržním změnám.

Výzkum také analyzoval vnímání a motivaci zaměstnanců k dalšímu vzdělávání a jejich **připravenost na technologické inovace**.



Metodologie

Strukturovaný dotazník o délce 10 minut

- **Cílová skupina:** majitelé, jednatelé nebo ředitelé malých a středních podniků (4-250 zaměstnanců)
- Uvedeny **signifikance na 90% hladině** významnosti



Velikost vzorku

Vzorek o velikosti 152 respondentů

SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ

01

Shrnutí výsledků



Více než **polovina firem** hodlá v příštím roce investovat do **digitalizace** nebo **automatizace**, přičemž největší vnímanou překážkou v rychlejší adaptaci na změny je **nedostatek finančních prostředků**.



Překážkou v digitalizaci a automatizaci mohou být pro firmy vlastní zaměstnanci, kteří mají **obavy z technologických změn** a inovací a jejich **nízká motivace k dalšímu vzdělávání** pro získání potřebné kvalifikace. Přesto více než **polovina tázaných firem hodnotí své zaměstnance** směrem k technologickým a tržním změnám jako **připravené**.



Nedostatečné finanční prostředky jsou překážkou pro firmy, které by chtěly **zvyšovat kvalifikaci svých zaměstnanců**. Přispívá k tomu **složitost administrativních a regulačních procesů**.



Udržitelné a odpovědné podnikání je důležité přibližně pro tři ze čtyř firem. Programy na snížení energetické spotřeby a emisí **zavedla** v rámci ESG trendů **třetina dotázaných firem**.



Růst na tuzemském trhu představuje největší příležitost v následujících 12 měsících zhruba pro pětinu firem. Ty podnikající v **sektoru služeb častěji** vidí potenciál ve využívání **umělé inteligence (AI)**.

VÝSLEDKY V DETAILU

02



Text zobrazený respondentům na začátku dotazníku

Prosím, **pečlivě si přečtete následující text**, který objasňuje, co je v tomto dotazníku myšleno pojmem "**transformace podnikání**".

Transformace podnikání je proces, který využívá digitální technologie a strategické změny k přetváření obchodních modelů, firemních procesů, kultury i zákaznické zkušenosti.

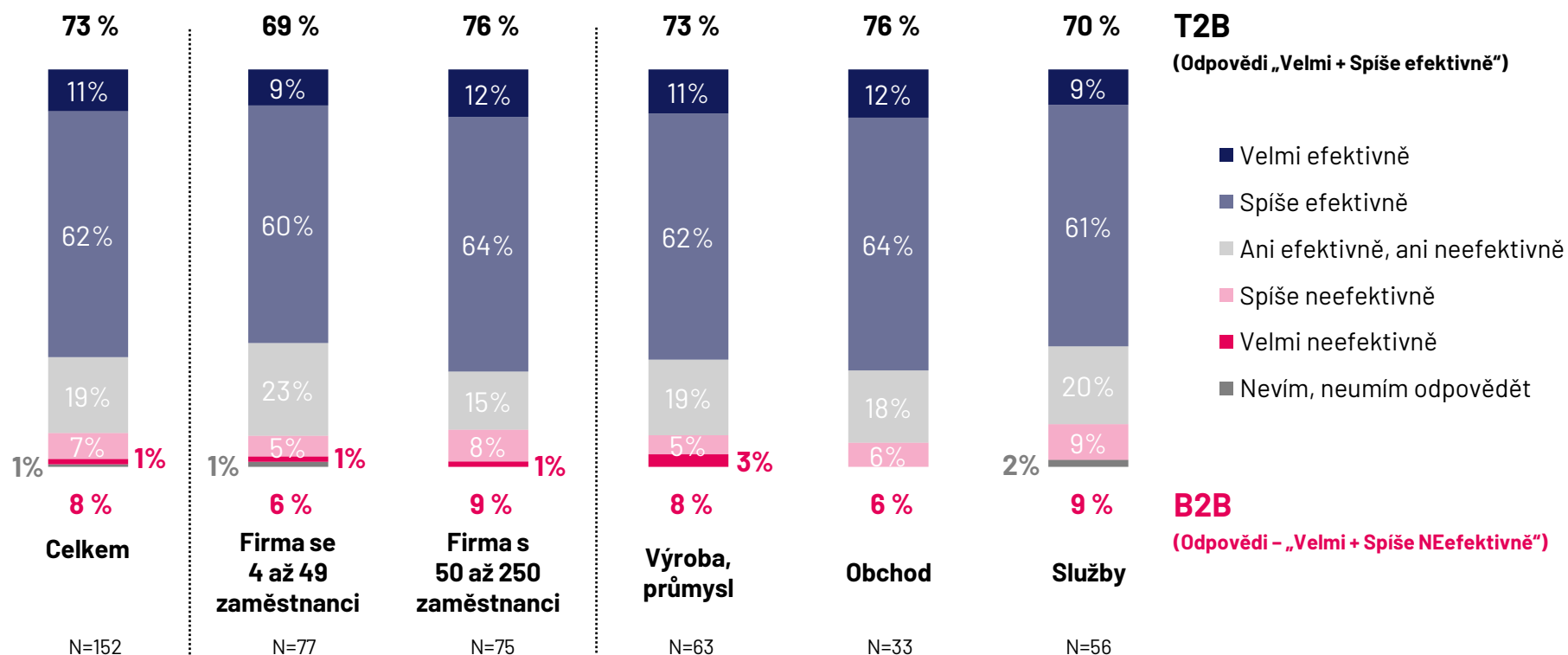
Cílem této transformace je, aby firma mohla lépe reagovat na rychle se měnící tržní podmínky a nové trendy, a tím zvýšit svou efektivitu, konkurenceschopnost a reflektovala inovace.

Tento proces často zahrnuje modernizaci technologií, optimalizaci procesů a změnu přístupu ke spolupráci i službám zákazníkům. Zahrnuje také požadavky podnikatelů na změny podnikatelského prostředí ze strany státu.

Téměř 3 ze 4 podniků hodnotí své reakce na zásadní změny ve svém odvětví jako efektivní.

Komentář AMSP ČR:

Výsledky průzkumu ukazují, že většina malých a středních podniků v Česku vnímá svou **schopnost reagovat** na zásadní změny ve svém odvětví **jako efektivní**. Téměř tři čtvrtiny firem hodnotí svou adaptabilitu pozitivně, přičemž 11 % ji považuje za velmi efektivní. Na druhé straně však téměř **10 % podniků přiznává obtíže s transformací**, což naznačuje, že i přes celkově optimistický pohled existuje prostor pro další zlepšení, například v oblasti strategického řízení změn a inovací.



Q1. Pomocí následující škály prosím označte, jak efektivně je Vaše společnost schopna reagovat na zásadní změny v odvětví.

Statisticky signifikantní

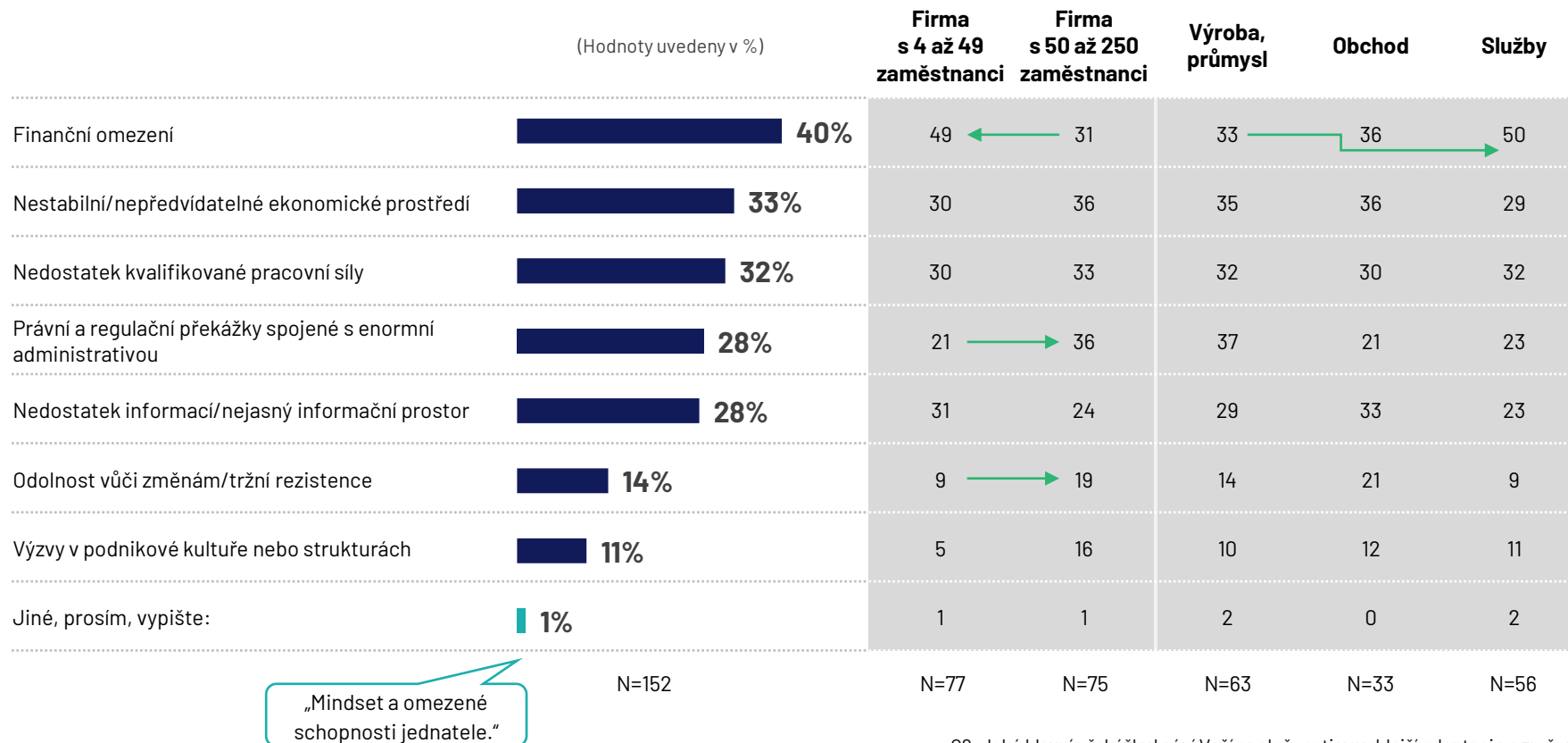
Firmy deklarují, že největší překážkou v rychlejší adaptaci na změny jsou finanční omezení. Pro malé podniky častěji než pro středně velké.

Komentář AMSP ČR:

Tento pohled dává smysl, protože menší podniky obvykle disponují **menšími rezervami, omezeným přístupem k financování a nižšími rozpočty na inovace**. To může znamenat, že si nemohou dovolit investovat do nových technologií, školení zaměstnanců nebo změn v operativních procesech tak rychle jako větší firmy.

Na druhou stranu, malé podniky mohou mít **i výhodu větší flexibility a rychlejšího rozhodování**. Pokud se jim podaří překonat finanční překážky, mohou být v některých situacích dokonce adaptabilnější než větší společnosti se složitější strukturou.

Klíčové je, že tyto **překážky se vzájemně ovlivňují** – například složitá administrativa může zvyšovat náklady, a tím prohlubovat finanční omezení. Řešení tedy nespočívá jen v lepším financování, ale i ve stabilnějším podnikatelském prostředí a dostupnější kvalifikované pracovní síle.



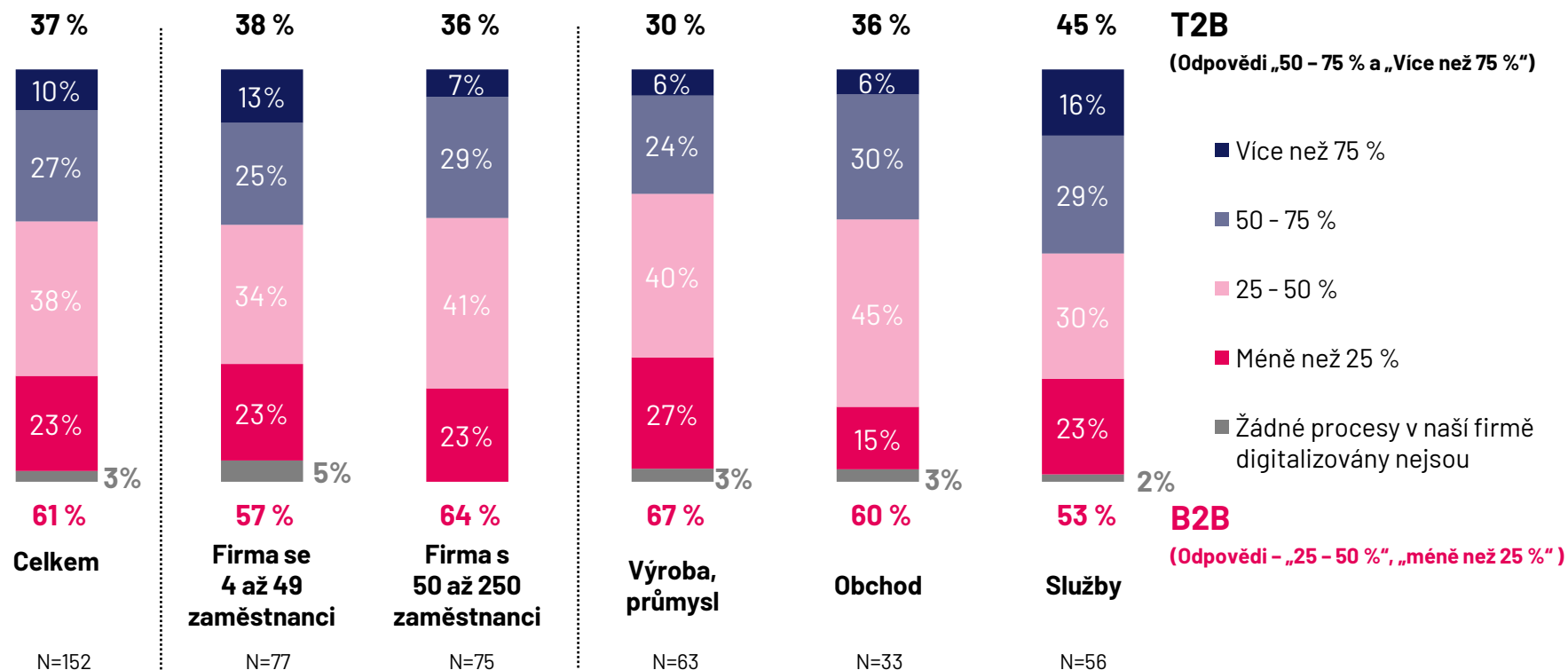
Statisticky signifikantní

Q2. Jaké hlavní překážky brání Vaší společnosti v rychlejší adaptaci na změny?

Téměř 4 z 10 podniků mají digitalizováno více než polovinu svých provozních procesů.

Komentář AMSP ČR:

Výsledky průzkumu ukazují, že digitalizace provozních procesů mezi českými malými a středními podniky **výrazně pokročila**, přičemž téměř 40 % firem již digitalizovalo více než polovinu svých operací. Na druhé straně téměř čtvrtina podniků stále digitalizovala méně než 25 % procesů a 3 % firem dosud žádné procesy neautomatizovaly. To naznačuje, že i když digitalizace postupuje, **existují rozdíly v jejím tempu, pravděpodobně v závislosti na odvětví, velikosti firmy a dostupnosti zdrojů.**



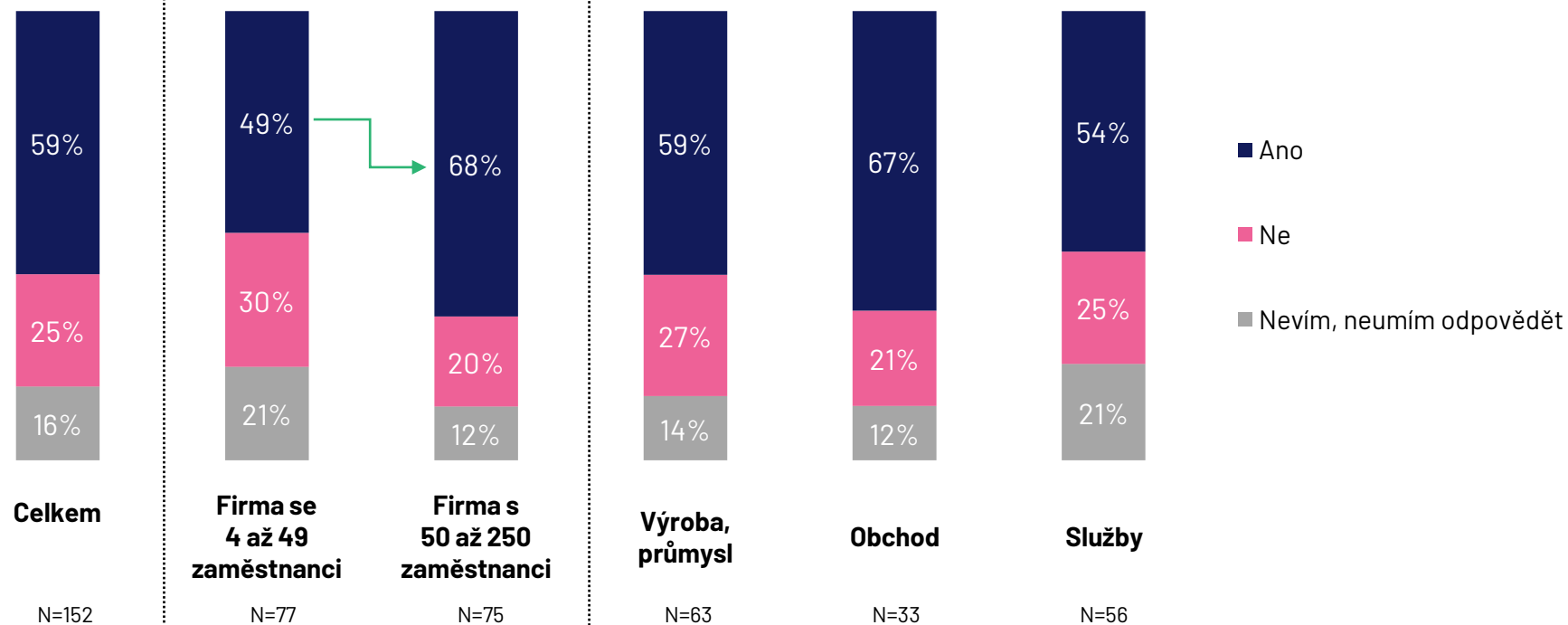
Q3. Jaký procentuální podíl provozních procesů ve Vaší společnosti je digitalizován?

Statisticky signifikantní

Více než polovina dotazovaných firem hodlá v příštím roce investovat do digitalizace nebo automatizace.

Komentář AMSP ČR:

Výraznější **ochotu investovat** projevují **střední firmy** (68 %), zatímco u malých firem je to méně než polovina (49 %), což může souviset s omezenějšími zdroji. **Největší aktivitu v tomto směru vykazuje obchod** (67 %), následovaný výrobou a průmyslem (59 %) a sektorem služeb (54 %). Data naznačují, že firmy si uvědomují význam technologických inovací pro udržení konkurenceschopnosti, avšak jejich přístup se liší podle velikosti a odvětví.



Q4. Plánujete v příštích 12 měsících významné investice do digitalizace nebo automatizace?

Statisticky signifikantní

Podniky považují za klíčovou hlavně automatizaci procesů a robotizaci. Firmy spadající do sektoru služeb častěji zmiňují AI a strojové učení.

Komentář AMSP ČR:

Důraz především na **automatizaci procesů a robotizaci (44 %)** naznačuje snahu o zefektivnění výroby a operativy. **AI a strojové učení (38 %)** jsou častěji preferovány ve službách, což dává smysl – umělá inteligence zde pomáhá s personalizací, analýzou dat či automatizací zákaznické podpory. **Mobilní technologie a aplikace (37 %) a kyberbezpečnost (35 %)** odrážejí rostoucí důležitost mobilní práce i ochrany dat v digitálním světě. Naopak **internet věcí (21 %), big data (16 %) a blockchain (3 %)** zůstávají méně populární. To může souviset s vyššími náklady, složitější implementací nebo nižší okamžitou návratností investic. Celkově je patrné, že **podniky investují do technologií s přímým dopadem na provozní efektivitu**, zatímco pokročilejší technologie, jako blockchain či big data, zatím nejsou prioritní.

(Hodnoty uvedeny v %)

		Firma s 4 až 49 zaměstnanci	Firma s 50 až 250 zaměstnanci	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Automatizace procesů a robotizace	44%	34	51	49	36	43
Umělá inteligence (AI) a strojové učení	38%	47	31	19	32	67
Mobilní technologie a aplikace	37%	34	39	32	41	40
Kyberbezpečnost a ochrana dat	35%	42	29	24	32	50
Cloudové computery a služby	27%	29	25	22	27	33
Virtualizace a simulace (VR/AR)	22%	21	24	22	23	23
Internet věcí (IoT)	21%	18	24	24	32	10
Velká data (Big Data) a analytické nástroje	16%	11	20	14	23	13
Ekosystémy a integrační platformy	9%	11	8	14	5	7
Blockchainové technologie	3%	8	0	5	5	0
	N=89	N=38	N=51	N=37	N=22!	N=30

Q5a. V případě Vaší plánované investice, které technologické oblasti nebo řešení považujete za klíčové pro Váš podnik? (Pouze firmy, co uvedly, že v příštích 12 měsících **plánují** investovat do digitalizace nebo automatizace)

Statisticky signifikantní

Polovina firem z těch, které v následujícím roce neplánují investovat do digitalizace či automatizace, nevidí v této investici přínos.

Komentář AMSP ČR:

Celkově je vidět, že kromě financí hraje klíčovou roli i **informovanost, interní podpora a dostupnost odborníků**. Firmy, které nejsou přesvědčené o přínosech digitalizace, mohou být v nevýhodě vůči konkurenci, která do těchto technologií investuje. Tato data naznačují, že hlavní překážkou investic do digitalizace a automatizace není jen nedostatek financí, ale také **nízké povědomí o přínosech těchto technologií. 53 % firem nevidí přínos**. To může znamenat, že buď nemají dostatek informací o tom, jak digitalizace zlepšuje efektivitu, nebo jejich podnikání zatím není dostatečně závislé na moderních technologiích. **37 % firem se potýká s finančními omezeními** – tyto podniky mají jiné priority a digitalizace pro ně není natolik klíčová, aby do ní alokovaly prostředky. Bez kvalifikovaného personálu je složitější zavádět nové technologie. Pokud firmy nevidí jasný ekonomický dopad digitalizace, pravděpodobně preferují investice s rychlejší návratností.

	(Hodnoty uvedeny v %)	Firma s 4 až 49 zaměstnanci	Firma s 50 až 250 zaměstnanci	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
V současné době nevidíme potřebu nebo přínos takové investice	53%	57	47	47	71	50
Nedostatečné finanční prostředky nebo jiné strategické finanční priority	37%	35	40	29	29	50
Nízká vnímavost nebo podpora digitalizace interně ve společnosti	16%	22	7	12	0	29
Nedostatek technologických znalostí nebo odborných dovedností uvnitř firmy	13%	9	20	18	14	7
Nejasný návrat investice (ROI) daných technologií.	13%	17	7	6	14	21
Chybějící infrastruktura pro podporu digitalizace.	13%	13	13	24	14	0
Obavy z narušení stávajících pracovních procesů.	8%	9	7	12	0	7
Nejistota ohledně výběru správných technologií nebo poskytovatelů služeb.	8%	4	13	6	0	14
Právní a regulační omezení nebo nejistota.	3%	0	7	6	0	0
Nejsme schopni se adekvátně zorientovat ve velkém množství nabídek, mnohdy jsou pro nás nesrozumitelné.	3%	0	7	6	0	0
Jiné, prosím, vypište:	5%	9	0	6	0	7

N=38
„Nepotřebujeme to.“

N=23!
N=15!
N=17!
N=7!
N=14!
„Šéf šetří na nesprávném místě.“

05b. Pokud v následujících 12 měsících neplánujete investovat do digitalizace či automatizace, můžete prosím specifikovat hlavní překážky, které brání vaší společnosti v investování do těchto oblastí? (Pouze firmy, co uvedly, že v příštích 12 měsících **neplánují** investovat do digitalizace nebo automatizace)

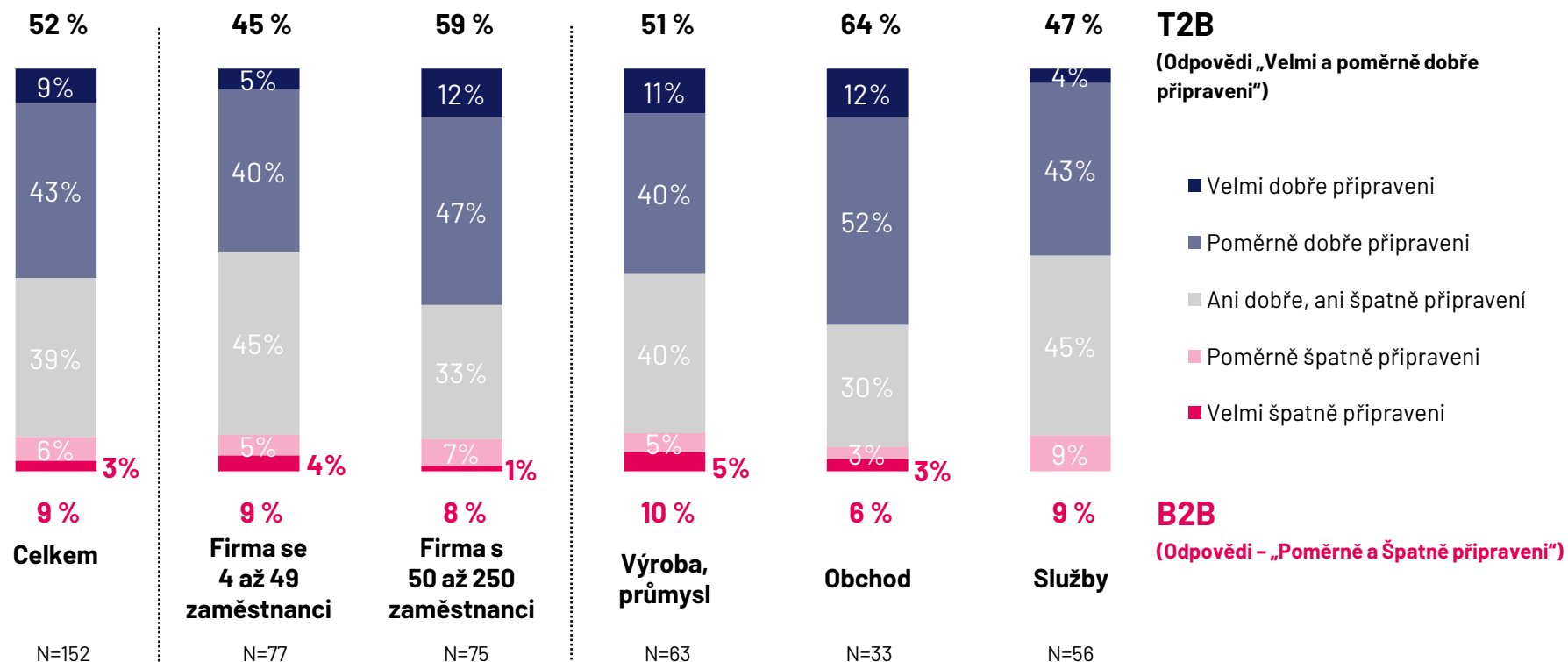
Statisticky signifikantní

Polovina podniků hodnotí své zaměstnance jako připravené čelit tržním a technologickým změnám. Mnoho firem volí neutrální odpověď.

Komentář AMSP ČR:

Průzkum ukazuje, že polovina firem vnímá své zaměstnance jako připravené na tržní a technologické změny, přičemž pouze 9 % je považuje za velmi dobře připravené.

Významný podíl (39 %) volí neutrální odpověď, což naznačuje nejistotu ohledně skutečné úrovně připravenosti. Menší část firem (9 %) hodnotí své týmy jako nepřipravené, což signalizuje možné překážky v adaptaci na nové technologie a tržní podmínky. Výsledky naznačují potřebu dalšího rozvoje dovedností zaměstnanců, například prostřednictvím školení a vzdělávacích programů.



Q6. Na základě následující škály prosím zhodnoťte, jak dobře jsou zaměstnanci Vaší společnosti připraveni čelit technologickým a tržním změnám. Přihlédněte ke znalostem, dovednostem a schopnostem adaptovat se na nové postupy a pracovní průběh.

Statisticky signifikantní

Podniky vidí řadu různých překážek v zajištění dostatečné kvalifikace svých zaměstnanců. Nejčastěji uvádí jejich obavy a nízkou motivaci.

Komentář AMSP ČR:

Celkově tato čísla ukazují, že bez zlepšení motivace, dostupnosti vzdělávání a stability pracovního trhu bude kvalifikační rozvoj zaměstnanců i nadále složitý. Dalším významným faktorem je **nedostatek finančních prostředků na školení (31%)** a **nedostatek personálu a času na vzdělávání (28%)**. Firmy tak často musí volit mezi produktivitou a rozvojem lidí, což není snadná rovnice. Zajímavé je, že **nízká připravenost absolventů škol (23%)** vede k nutnosti dalšího školení, což zvyšuje náklady i časovou náročnost. Spolu s **vysokou fluktuací zaměstnanců (22%)** pak firmy váhají, zda se jim investice do vzdělávání dlouhodobě vyplatí.

„Jednatel nechce investovat do zlepšení dovedností a zvýšení kvalifikace zaměstnanců. Najímá zaměstnance se znalostmi adekvátních technologií, odmítá platit za kurzy prohlubující kvalifikaci a zcela ignoruje potřebu zdokonalovat soft skills.“

(Hodnoty uvedeny v %)

		Firma s 4 až 49 zaměstnanci	Firma s 50 až 250 zaměstnanci	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Obavy zaměstnanců z technologických změn nebo inovací	34%	40	27	29	27	43
Nízká motivace zaměstnanců k dalšímu profesnímu vzdělávání	34%	39	28	33	33	34
Nedostatek finančních prostředků na školení a rozvoj	31%	36	25	21	27	45
Nedostatek personálu a tedy i času pro vzdělávání kvůli pracovním závazkům	28%	26	31	29	33	25
Nedostatek vhodných školicích programů na trhu	23%	21	25	25	21	21
Nízká připravenost nastupujících absolventů škol pro praxi (nutnost a časová náročnost jejich doškolení)	23%	17	29	25	24	20
Vysoká fluktuace zaměstnanců, což omezuje dlouhodobou investici do vzdělávání	22%	17	28	30	21	14
Nedostatečná nabídka kvalifikovaných lektorů a specialistů	15%	16	15	17	12	14
Právní a regulační překážky ztěžující implementaci školicích programů	13%	12	13	14	15	9
Obavy zaměstnanců z technologických změn nebo inovací	1%	40	27	29	27	43
Jiné, prosím, vypište:	5%	1	1	2	0	2
	N=152	N=77	N=75	N=63	N=33	N=56

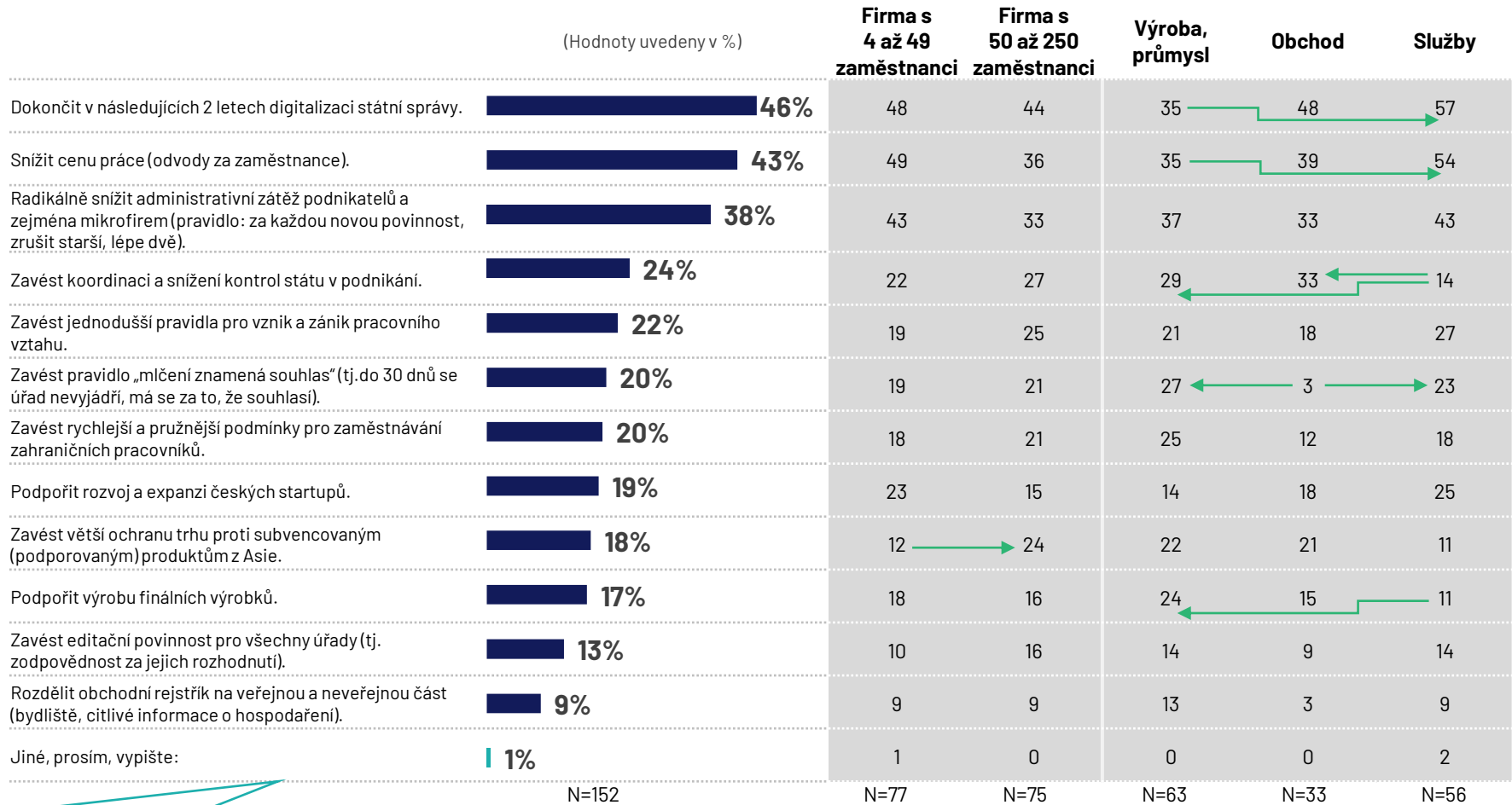
Q7_1. Jaké překážky brání Vaší společnosti v zajištění toho, že zaměstnanci získají potřebné kvalifikace a dovednosti?

Statisticky signifikantní

Firmy deklarují, že pro efektivnější transformaci podnikatelského prostředí pomůže převážně dokončení digitalizace státní správy do 2 let a snížení ceny práce.

Komentář AMSP ČR:

Celkově firmy nepožadují dotace či zásahy do trhu, ale především **snížení regulatorní a finanční zátěže** – což by mohlo vést k větší konkurenceschopnosti a flexibilitě podnikatelského prostředí. Cena práce v Česku je vnímána jako významná konkurenční nevýhoda, zejména pro malé a střední podniky. Pravidlo „za každou novou povinnost zrušit starší (lépe dvě)“ odráží frustraci z neustálého přibývání regulací. **Překvapivě pouze 17 % firem chce podporu výroby finálních výrobků** – to naznačuje, že MSP se více soustředí na zlepšení podmínek podnikání než na podporu určitého segmentu výroby.



„Nepřenášet na zaměstnavatele platbu zaměstnancům za státní svátky a nemoci. Tedy sociální politiku by neměl nést na svých bedrech podnikatel.“

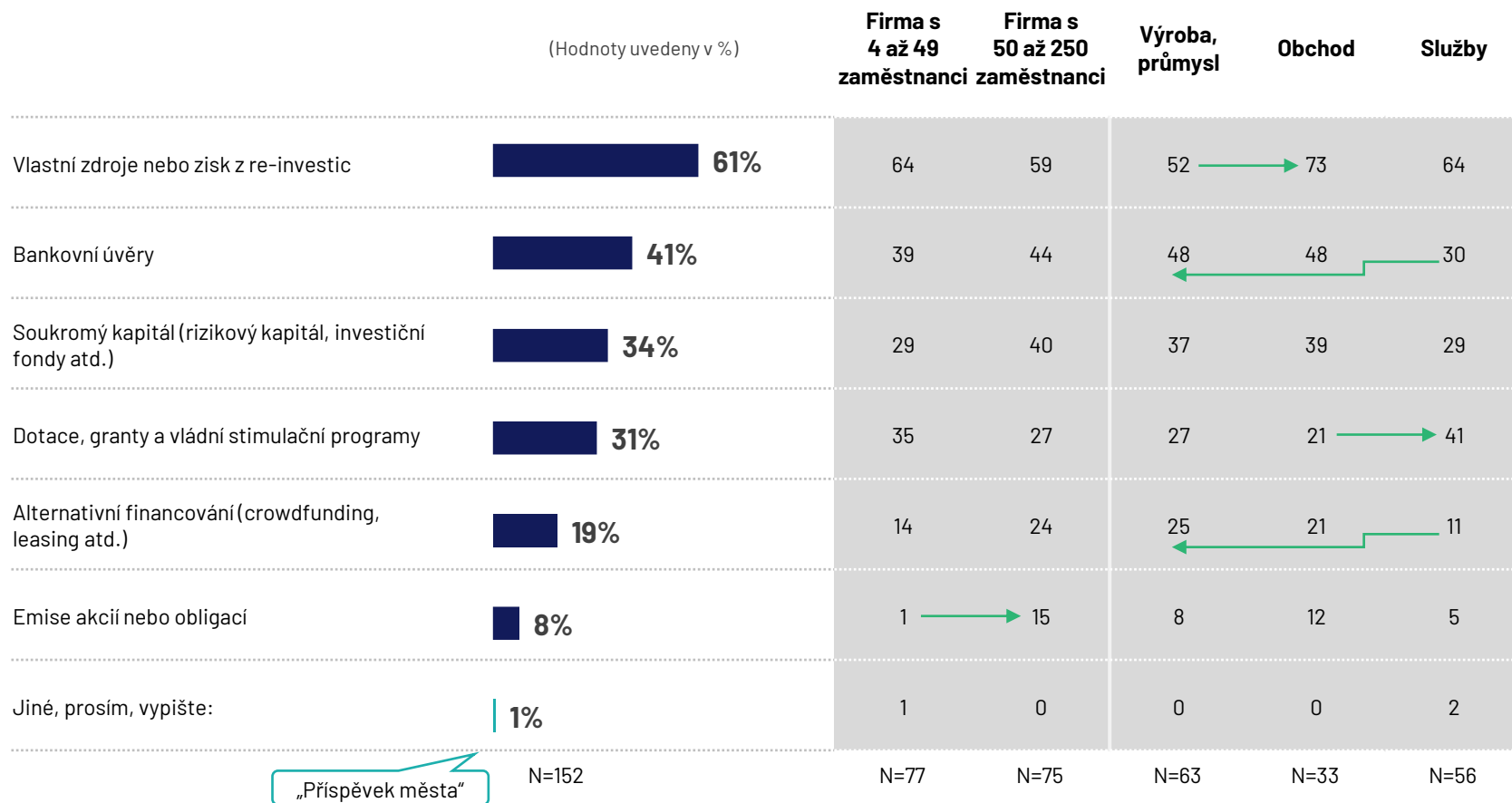
Statisticky signifikantní

Q7_2. Co by měl stát udělat pro rychlejší a efektivnější transformaci podnikatelského prostředí?

Firmy nejčastěji pro svůj rozvoj využívají vlastní zdroje nebo zisky z re-investic. 4 z 10 podniků následně využívají bankovní úvěry.

Komentář AMSP ČR:

Celkově firmy volí spíše **konzervativní přístupy** k financování a raději využívají **vlastní zdroje** než externí kapitál, což ukazuje na snahu o finanční stabilitu a kontrolu nad podnikáním nebo **obezřetný přístup k investicím a možná i nedůvěru k externím zdrojům financování**. Komerční financování je pro firmy běžnou volbou, ale ne vždy první volbou. Možné **překážky mohou být úrokové sazby, přísné podmínky, administrativní náročnost nebo absence požadovaných záruk. Podpora z veřejných zdrojů** (dotace, granty) je důležitá, ale zároveň **nemusí být snadno dostupná pro všechny podniky** (např. kvůli administrativní náročnosti nebo specifickým podmínkám).



Statisticky signifikantní

Q8. Prosím, uveďte, jaké zdroje financování využíváte pro rozvoj vaší společnosti:

Nejvíce by firmám pomohlo zjednodušení administrativy a regulačních procesů. Sektoru služeb by častěji pomohla dostupnost grantů a dotací.

Komentář AMSP ČR:

Tato data potvrzují, že **přeregulované podnikatelské prostředí** je pro firmy jednou z největších překážek. Podnikatelé se cítí přetížení byrokracií a složitými pravidly, což jim brání v rozvoji a inovacích. Sektor služeb často nemá tak snadný přístup k investicím jako výrobní podniky, a proto více spoléhá na veřejnou podporu. Malé a střední podniky stále bojují s přístupem k financování, protože často nemají dostatečný kapitál na ručení za úvěry. Celkově firmy nepožadují jen finanční podporu, ale hlavně **snížení administrativní zátěže a lepší přístup k financím**, což by jim umožnilo rychlejší růst a větší flexibilitu.

(Hodnoty uvedeny v %)

		Firma s 4 až 49 zaměstnanci	Firma s 50 až 250 zaměstnanci	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Zjednodušení administrativních a regulačních procesů	51%	53	48	54	42	52
Flexibilnější úvěrové podmínky nebo lepší úrokové sazby	40%	40	40	44	42	34
Dostupnost státních a regionálních grantů a dotací	38%	44	32	32	27	52
Lepší dostupnost informací o finančních produktech a službách	28%	31	25	29	33	25
Zlepšení finančního poradenství a podpory pro malé a střední podniky	26%	26	25	25	33	21
Nižší požadavky bank ve věci záruk u úvěrů pro MSP	21%	17	25	22	15	23
Větší nabídka alternativních možností financování (např. crowdfunding, leasing)	15%	17	13	22	9	11
Jiné, prosím, vypište:	1%	1	1	2	0	2
		N=77	N=75	N=63	N=33	N=56

„V našem případě nevidím prostor pro zlepšení.“

„Nic“

N=152

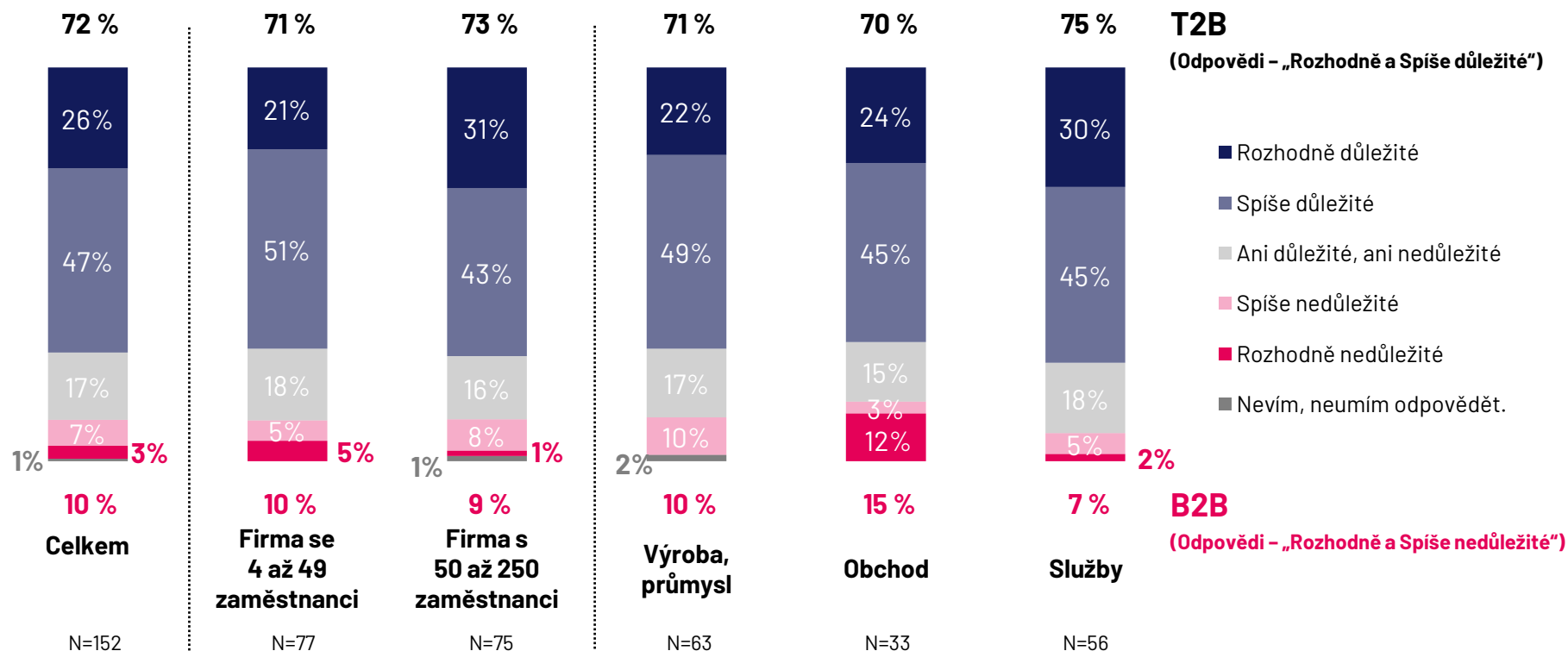
Statisticky signifikantní

Q9. Jaké aspekty by nejvíce usnadnily získávání financí pro rozvoj Vaší společnosti?

Přibližně pro 3 ze 4 firem je důležité podnikat v rámci principů udržitelného a odpovědného podnikání. Pro 1 z 10 je to nedůležité.

Komentář AMSP ČR:

Výsledky ukazují, že udržitelné a odpovědné podnikání je pro většinu firem důležitým tématem – téměř tři čtvrtiny jej považují za relevantní, přičemž **pro 26 % firem je dokonce klíčové**. Na druhé straně **10 % podniků vnímá udržitelnost jako nedůležitou**, což naznačuje, že přístup k tomuto tématu se mezi firmami liší. **Významný podíl firem s neutrálním postojem (17 %)** ukazuje na možné nejasnosti ohledně přínosů nebo implementace udržitelných opatření. Výsledky reflektují **rostoucí trend zohledňování odpovědného podnikání**, ale zároveň ukazují prostor pro další osvětu a podporu firem v této oblasti.



Q10. Označte, jak důležité jsou pro Vaši společnost principy udržitelného a odpovědného podnikání:

Statisticky signifikantní

Téměř třetina oslovených firem v rámci ESG trendů zavedla programy ke snížení energetické spotřeby a emisí.

Komentář AMSP ČR:

Celkově **ESG již není jen záležitostí velkých korporací**, ale začíná se prosazovat i mezi MSP, a to hlavně v oblastech **energetické efektivity, recyklace a dodavatelských řetězců**. Tlak ze strany velkých odběratelů a regulací navíc může tento trend v příštích letech dále posílit. Část firem vnímá udržitelnost nejen jako povinnost, ale i jako příležitost k inovacím. **ESG regulace a tlak velkých firem začínají ovlivňovat i menší podniky**. Pro některé MSP je udržitelnost stále okrajové téma, pravděpodobně kvůli finančním nebo kapacitním omezením.

(Hodnoty uvedeny v %)

		Firma s 4 až 49 zaměstnanci	Firma s 50 až 250 zaměstnanci	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Zavedli jsme programy ke snížení energetické spotřeby a emisí.	30%	26	33	30	24	32
Přijímáme zpětný odběr produktů a podporujeme recyklaci.	28%	27	29	30	24	29
Spolupracujeme s dodavateli a partnery na zlepšení celkové udržitelnosti dodavatelského řetězce.	24%	18	31	27	27	20
Začleňujeme udržitelné postupy do vývoje produktů a provozních procesů.	22%	22	21	22	15	25
Upravujeme marketing a branding pro zdůraznění našich úsilí v udržitelnosti.	21%	22	20	19	33	16
Pomáháme zákazníkům lépe porozumět udržitelnosti a ekologii našich produktů prostřednictvím informačních kampaní.	18%	16	21	16	18	21
Investujeme do výzkumu a vývoje ekologičtějších technologií a materiálů.	16%	12	21	22	9	14
Musíme plnit ESG strategie a reportovat vůči svým korporátním odběratelům.	13%	4	23	22	9	5
Udržitelnost není v současnosti klíčovou součástí naší strategie.	11%	13	8	10	15	9
	N=152	N=77	N=75	N=63	N=33	N=56

Q11. Jaké kroky dělá Vaše společnost k adaptaci na trendy v oblasti udržitelnosti a ekologických produktů?

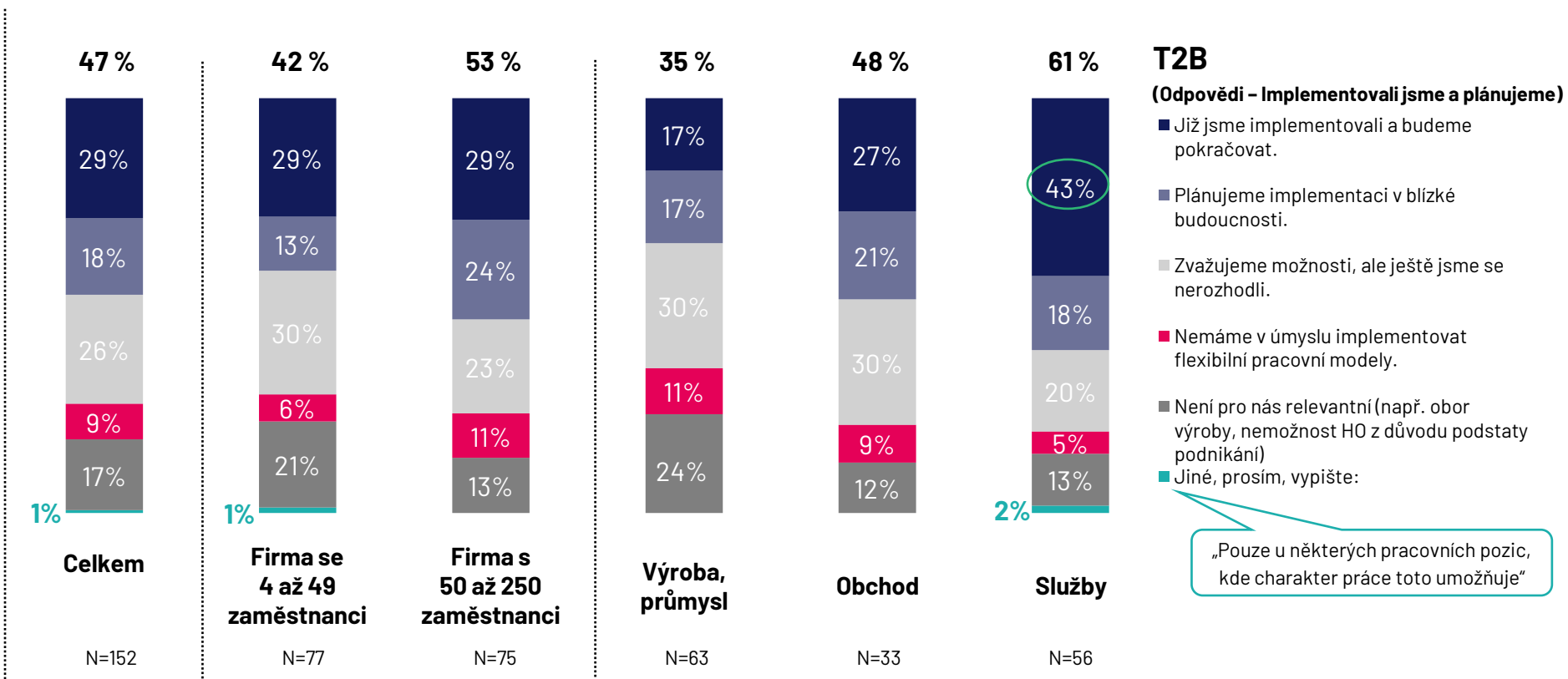
Statisticky signifikantní

Flexibilní pracovní modely jako home office jsou častěji v současnosti implementovány ve službách. Čtvrtina firem možnosti zvažuje.

Komentář AMSP ČR:

Výsledky potvrzují, že i když je flexibilita práce stále **aktuálním tématem**, její implementace závisí na odvětví a provozních možnostech jednotlivých firem.

I tak **každá 10. firma o tom vůbec neuvažuje.**



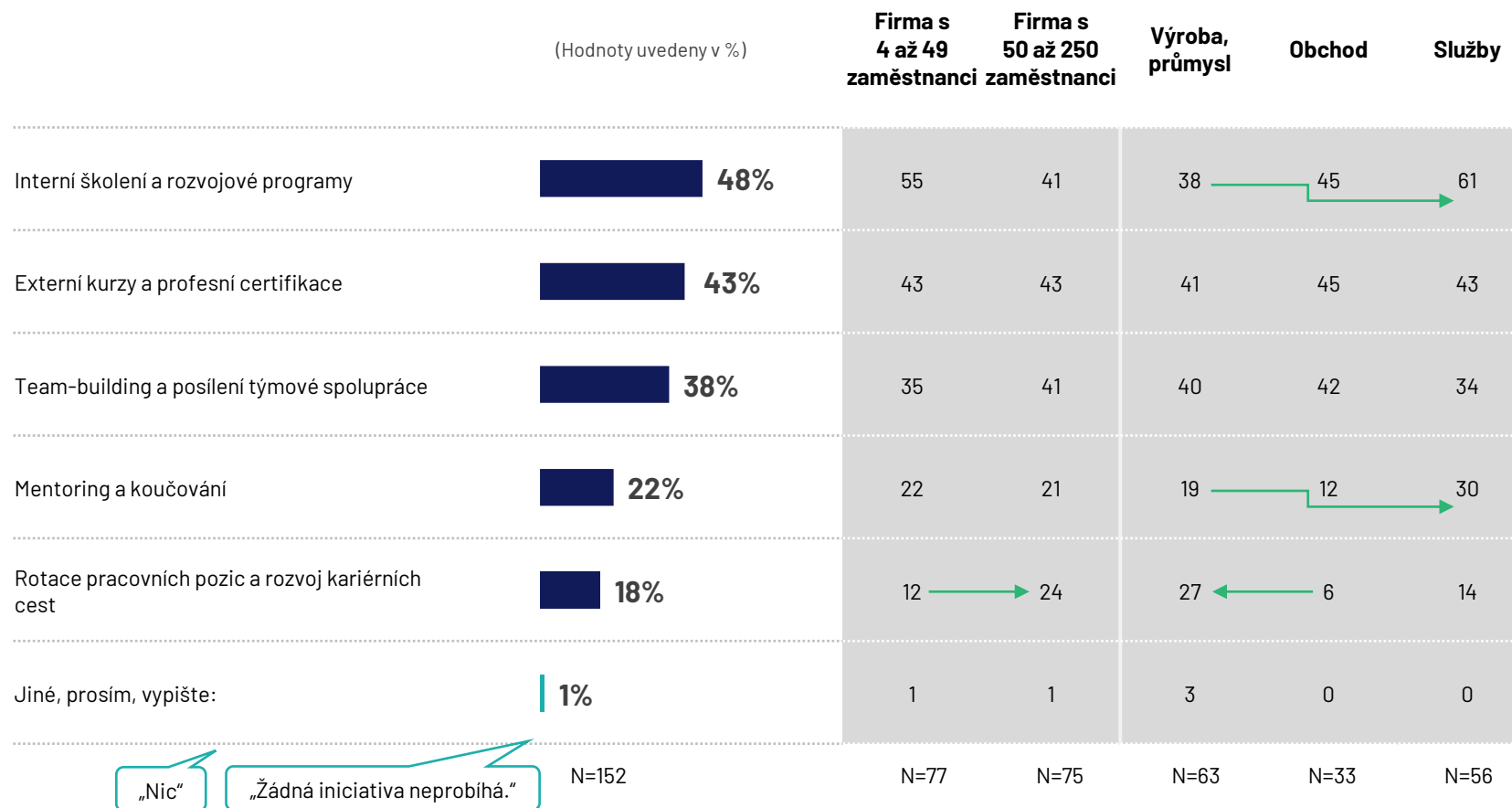
Q12. Jakým způsobem zavádí Vaše firma flexibilní pracovní modely, jako jsou home office nebo jiné hybridní modely pracovního poměru?

Statisticky signifikantní

Ke školení svých zaměstnanců nejčastěji využívají firmy interní vzdělávací a rozvojové programy, častěji ty ze sektoru služeb.

Komentář AMSP ČR:

Možnost volby více odpovědí ukazuje, že firmy často kombinují různé přístupy k rozvoji svých zaměstnanců, což **reflektuje snahu o komplexní vzdělávání a posilování týmové dynamiky.**



Statisticky signifikantní

Q13. Jaké iniciativy podniká Vaše firma k posílení schopností interních týmů prostřednictvím školení a rozvoje?

Přibližně pro pětinu firem je největší příležitostí růst na tuzemském trhu. Ty ze sektoru služeb častěji vidí příležitost ve využívání AI.

Komentář AMSP ČR:

MSP volí strategie podle svého sektoru i možností – zatímco některé se soustředí na **inovace a technologický posun (AI, automatizace)**, jiné se orientují na **tradičnější způsoby růstu (expanze, marže, domácí trh)**. Data ukazují, že růstové strategie MSP jsou **rozmanité a odrážejí specifika jednotlivých sektorů**. Mnoho MSP se stále soustředí primárně na domácí poptávku, což může souviset s menšími kapacitami pro expanzi nebo stabilní zákaznickou základnou v ČR. Některé firmy se zaměřují na ziskovost spíše než na rozšiřování tržního podílu. Pravděpodobně se jedná o podniky, které čelí rostoucím nákladům a hledají cestu k vyšší rentabilitě. Část firem se rovněž nebojí **internacionalizace a hledání nových příležitostí v zahraničí**.

(Hodnoty uvedeny v %)

		Firma s 4 až 49 zaměstnanci	Firma s 50 až 250 zaměstnanci	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Růst na domácím trhu	19%	21	17	22	18	16
Využití umělé inteligence (AI)	14%	17	11	5	9	27
Zvýšení cen a marží	13%	16	9	11	15	13
Automatizace systémů nebo procesů	11%	10	12	13	12	9
Expanze na nové zahraniční trhy	11%	4 → 17	16 ← 12	4	5	2
Vývoj nového výrobku/služby	7%	9	4	6	9	5
Fúze a akvizice	7%	0 → 13	14 ← 0	2	4	5
Růst na stávajícím zahraničním trhu	5%	6	3	5	6	4
Změna firemní kultury, zavádění inovativních způsobů řízení	4%	4	4	3	3	5
Přechod na udržitelnou ekonomiku	2%	3	1	0	6	2
Nové společné podniky nebo strategické aliance	2%	3	1	0	3	4
Žádné, nevidím růstové příležitosti	7%	8	7	5	6	11
	N=152	N=77	N=75	N=63	N=33	N=56

Statisticky signifikantní

Q13a. Co považujete za hlavní příležitost pro růst Vaší společnosti v následujících 12 měsících?

Třetina dotazovaných firem plánuje přidat do svých nabídek nové produkty a služby v reakci na měnící se požadavky trhu.

Komentář AMSP ČR:

Firmy aktivně reagují na změny trhu různými strategiemi. Nejčastěji plánují rozšíření své nabídky o nové produkty a služby (34 %), což naznačuje **snahu o inovace a přizpůsobení se poptávce**. Čtvrtina firem se zaměřuje na optimalizaci procesů pro zvýšení kvality a snížení nákladů, zatímco pětina již změnila nebo plánuje změnit způsob poskytování svých služeb. Zajímavé je také to, že **8 % podniků se rozhodlo oslovit zcela novou skupinu zákazníků**. Tyto výsledky ukazují, že české firmy **jsou aktivní ve své adaptaci** a hledají různé cesty k posílení konkurenceschopnosti.

(Hodnoty uvedeny v %)

		Firma s 4 až 49 zaměstnanci	Firma s 50 až 250 zaměstnanci	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Plánujeme přidat do našeho portfolia nové produkty/služby	34%	30	37	33	33	34
Optimalizovali jsme naše procesy pro zlepšení kvality a snížení nákladů	26%	26	27	30	27	21
Změnili jsme způsob, jakým naše produkty/služby poskytujeme	20%	16	25	17	21	23
Přidali jsme do našeho portfolia nové produkty/služby	20%	17	23	14	24	23
Plánujeme změnit způsob, jakým naše produkty/služby poskytujeme	20%	21	19	13 → 30		21
Revidujeme cenovou strategii, aby lépe odrážela hodnotu našich produktů/služeb	14%	13	15	11	12	18
Zaměřujeme se na šetrnější nebo ekologičtější přístupy ve výrobě	13%	9	17	17	12	9
Plánujeme optimalizovat naše procesy pro zlepšení kvality a snížení nákladů	13%	12	15	21 ← 6		9
Plánujeme se zaměřit na šetrnější nebo ekologičtější přístupy ve výrobě	13%	12	13	13	21	7
Plánujeme cílit na jinou skupinu zákazníků	12%	9	15	11	15	11
Diverzifikujeme zdroje příjmů za účelem snížení rizik	11%	8	13	16	9	5
Cílíme na jinou skupinu zákazníků	8%	10	5	6	6	11
	N=152	N=77	N=75	N=63	N=33	N=56

Q14 (1/2). Jaká úprava nabídky produktů nebo služeb byla učiněna, či se plánuje, ve Vaší společnosti v reakci na měnící se požadavky trhu nebo jako reakce na konkurenční tlak?

Statisticky signifikantní

Na nové trhy vstoupilo, nebo to plánuje, pouze minimum firem. Téměř 1 z 10 pak neučinila, ani neplánuje učinit, žádné změny.

Komentář AMSP ČR:

Většina firem se snaží přizpůsobit měnícím se tržním podmínkám a konkurenčnímu tlaku různými způsoby, avšak **jen malé procento (5 %) se odhodlalo k expanzi na nové trhy**. To naznačuje, že **firmy se spíše soustředí na optimalizaci stávajících procesů nebo úpravu své nabídky** než na geografickou expanzi. Zároveň téměř **10 % firem neučinilo ani neplánuje žádné změny**, což může signalizovat stabilní pozici na trhu, ale také určitou opatrnost nebo nedostatek zdrojů k inovacím.

(Hodnoty uvedeny v %)

		Firma s 4 až 49 zaměstnanci	Firma s 50 až 250 zaměstnanci	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Posilujeme naši online přítomnost a e-commerce možnosti	7%	8	7	6	3	11
Plánujeme revidovat cenovou strategii, aby lépe odražela hodnotu našich produktů/služeb	7%	6	7	6	9	5
Změnili jsme obchodní model	6%	6	5	6	3	7
Plánujeme posílit naši online přítomnost a e-commerce možnosti	5%	6	4	6	6	4
Plánujeme vyvinout zcela nové produktové linie nebo služeb	5%	6	4	3	9	5
Plánujeme změnit obchodní model	5%	5	5	5	6	5
Vyvinuli jsme zcela nové produktové linie nebo služeb	5%	6	3	6	3	4
Plánujeme vstoupit do nových trhů se stávajícími produkty/službami	5%	4	5	5	6	4
Plánujeme diverzifikovat zdroje příjmů za účelem snížení rizik	4%	5	3	5	3	4
Vstoupili jsme do nových trhů nebo geografických oblastí se stávajícími produkty/službami	4%	1	7	2	6	5
Neučinili jsme, ani neplánujeme učinit, žádné změny	8%	13	3	6	9	9
	N=152	N=77	N=75	N=63	N=33	N=56

Q14 (2/2). Jaká úprava nabídky produktů nebo služeb byla učiněna, či se plánuje, ve Vaší společnosti v reakci na měnící se požadavky trhu nebo jako reakce na konkurenční tlak?

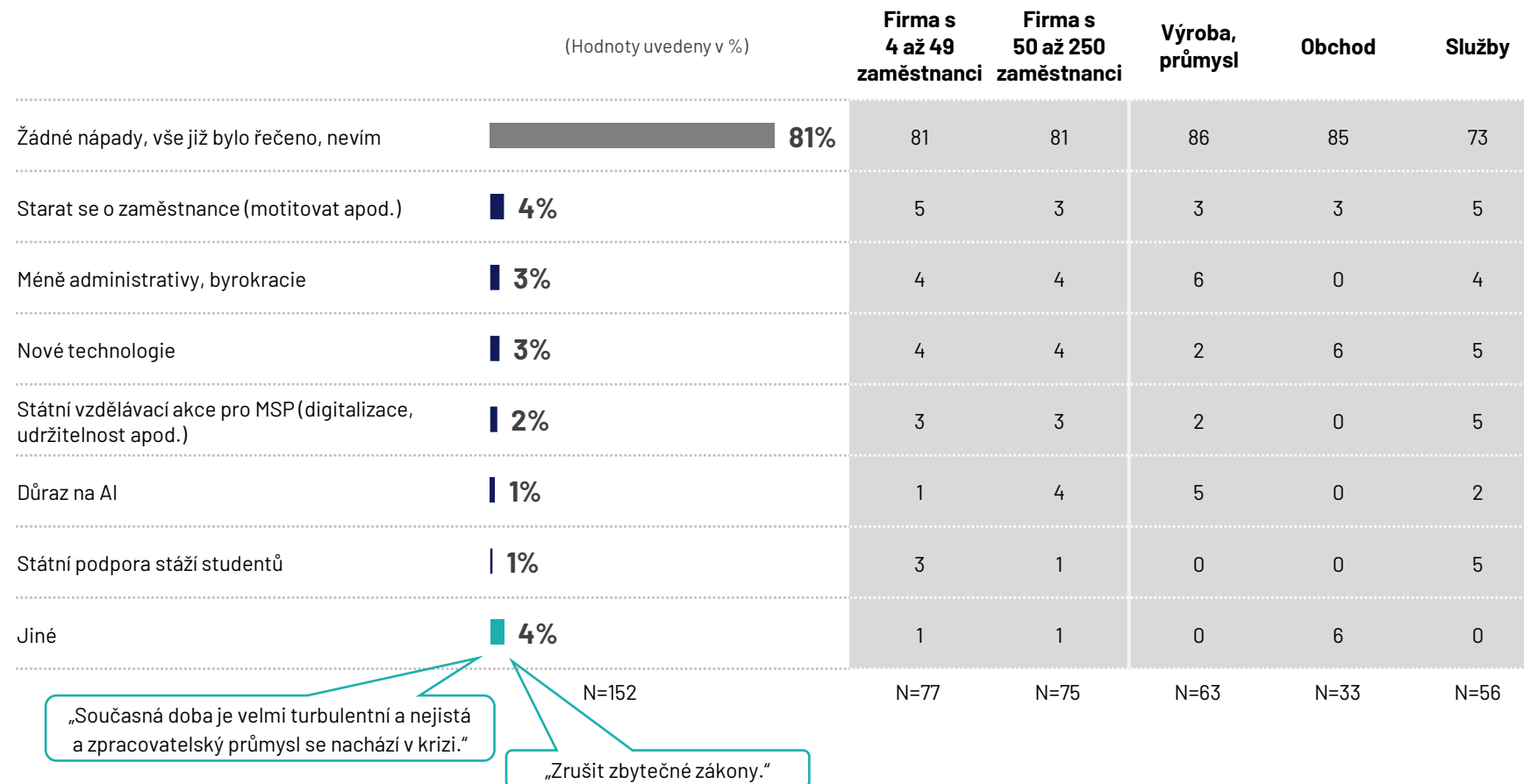
Statisticky signifikantní

8 z 10 firem nenapadá nic, co by chtěly k tomuto tématu dodat. Ostatní zmiňují například starost o zaměstnance nebo méně byrokracie.

Komentář AMSP ČR:

Některé firmy poukazují na nejistotu a krizi ve zpracovatelském průmyslu, zatímco jiné volají po zjednodušení legislativy.

To naznačuje, že kromě digitalizace a **transformace řeší podniky i širší ekonomické a regulační výzvy, které ovlivňují jejich schopnost inovovat a růst.**



Q15. Prosim, máte nějaké nápady ohledně tohoto tématu, které nebyly součástí tohoto dotazníku? Budeme rádi za veškerou zpětnou vazbu či Vaši profesionální zkušenost.

Statisticky signifikantní

Příklady konkrétních nápadů:



„Méně **administrativní** zátěže podnikatelů od státní správy.“



„**Motivace** zaměstnanců, nebát se nových **technologií**.“



„Zvýšit investice do **technologií**.“



„Cílené **vzdělávací akce** pro MSP“



„Dotace a jejich zjednodušení, vysoká **byrokratická** náročnost.“



„Důležití jsou zaměstnanci, jejich **motivace**, odměny a týmová práce.“



„Důraz na **umělou inteligenci**“



„**Stát by měl** prostřednictvím obcí, měst a městských částí **poskytovat** firmám **dotované semináře na různá témata** důležitá v podnikání – zejména digitalice, udržitelnost a nové technologie.“

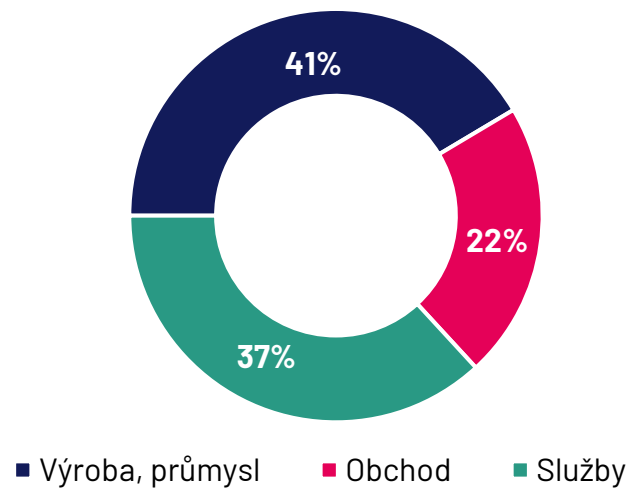
Q15. Prosim, máte nějaké nápady ohledně tohoto tématu, které nebyly součástí tohoto dotazníku? Budeme rádi za veškerou zpětnou vazbu či Vaši profesionální zkušenost
N=152.

STRUKTURA VZORKU

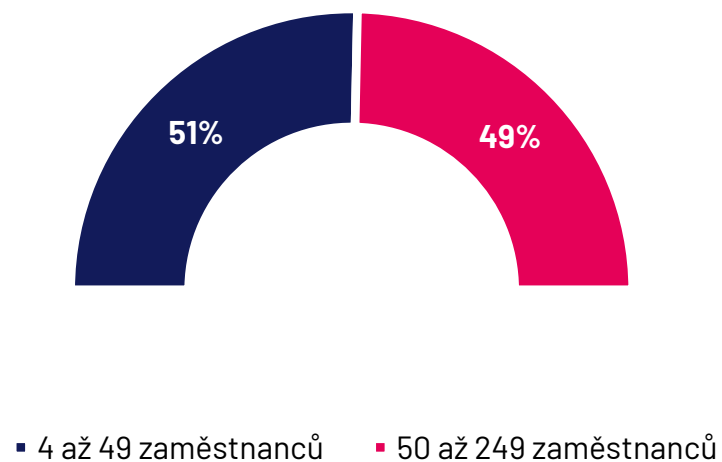
03

Struktura vzorku

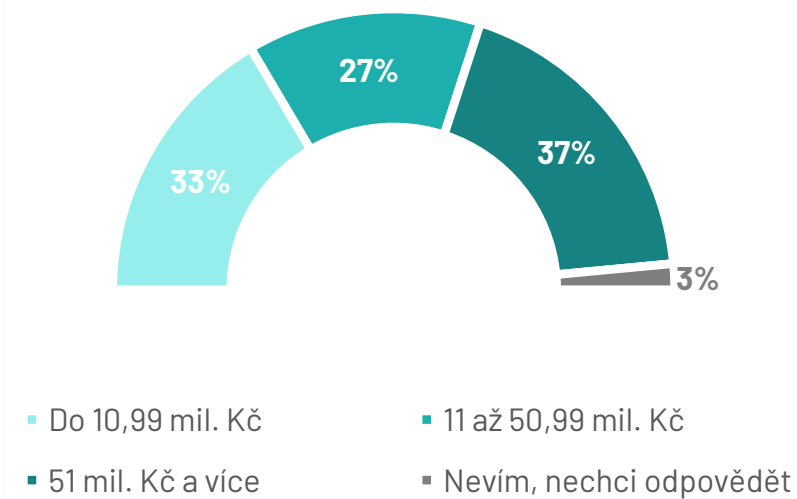
Odvětví



Počet zaměstnanců



Obrat společnosti



PARTNEŘI

04

Partneři projektu Rok transformace podnikání 2025

Generální partner



Partneři



Podporovatelé



Mediální partneři

