POKROK V DIGITALIZACI PODNIKŮ

Závěrečná zpráva z výzkumu

09/2022

VÝZKUMNÉ POZADÍ

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 pokrok v digitalizaci mezi českými malými a středními podniky.

METODIKA

Metoda výzkumu

Online dotazování prostřednictvím Ipsos B2B panelu

Cílová skupina

OSVČ a majitelé, jednatelé, ředitelé malých a středních podniků o velikosti 4-250 zaměstnanců

Velikost vzorku

244 podniků, sběr proběhl 24.8. – 16.9

1/3 výroba, 1/3 řemeslo, 1/3 služby
24 % OSVČ, 76 % firmy se zaměstnanci
51 % obrat do 11 mil. Kč, 44 % obrat nad 11 mil. Kč, zbytek obrat neuvedl

Výzkumný nástroj

Strukturovaný dotazník o délce cca 8 minut

Zeleně vyznačené rozdíly jsou statisticky významné na úrovni 90 % oproti celkovým výsledkům

© Ipsos pro AMSP | Pokrok v digitalizaci podniků| 9/2022

SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ

HLAVNÍ ZÁVĚRY - DIGITALIZACE

Jen málo podniků již dovršilo svou digitalizaci. **Průměrný podnik naplnil své cíle v oblasti digitalizace ze 40 %.** České podniky mají tedy nadále vysoký potenciál pro budoucí digitalizaci.

Když se podniky ohlédnou zpětně, **hlavní přínosy digitalizace vidí ve větší rychlosti a zjednodušování.**

Za poslední 3 roky došlo k výraznému rozšíření digitálních nástrojů ve výrobě i ve službách. 28 % firem nyní využívá videohovory, což je nárůst o 15 procentních bodů oproti situaci před 3 lety. O 13 procentních bodů pak vzrostlo využívání systémů online rezervací a objednávek (na dnešních 54 %).

Téměř 70 % podniků plánuje s digitalizací pokračovat. U výrobních firem je to 82 % a ve službách 80 %. Naopak v řemesle plánuje dále digitalizovat jen 43 % podnikatelů.

Pokud podniky plánují nepokračovat v digitalizaci, je to často protože na to nemají finance nebo v tom nespatřují žádný přínos. Část podniků nevnímá digitalizaci jako relevantní pro jejich byznys. Jde ale o výraznou menšinu.

HLAVNÍ ZÁVĚRY – DALŠÍ TÉMATA

Více než 40 % podniků přijímá online platby platební kartou přes platební bránu, 31 % pak přijímá platby od elektronických peněženek přes platební bránu (Apple Pay, Google Pay, atd.). Na druhou stranu jen 2 % přijímají platbu v Bitcoinech.

Nejčastěji využívaným nástrojem Google je Google Firemní profil. Využívá jej 41 % podniků, velký zájem je především mezi výrobními a většími firmami.

Podniky se staví pozitivně k elektronizaci benefitů včetně stravenek. 72 % uvádí, že to přináší administrativní úsporu a 75 % souhlasí, že by stát elektronizaci benefitů měl podporovat.

Téměř třetina plánuje do 2 let zařadit do svého vozového parku elektromobil. Jen minimum podniků už elektromobilem disponuje (2 %).

DETAILNÍ VÝSLEDKY:

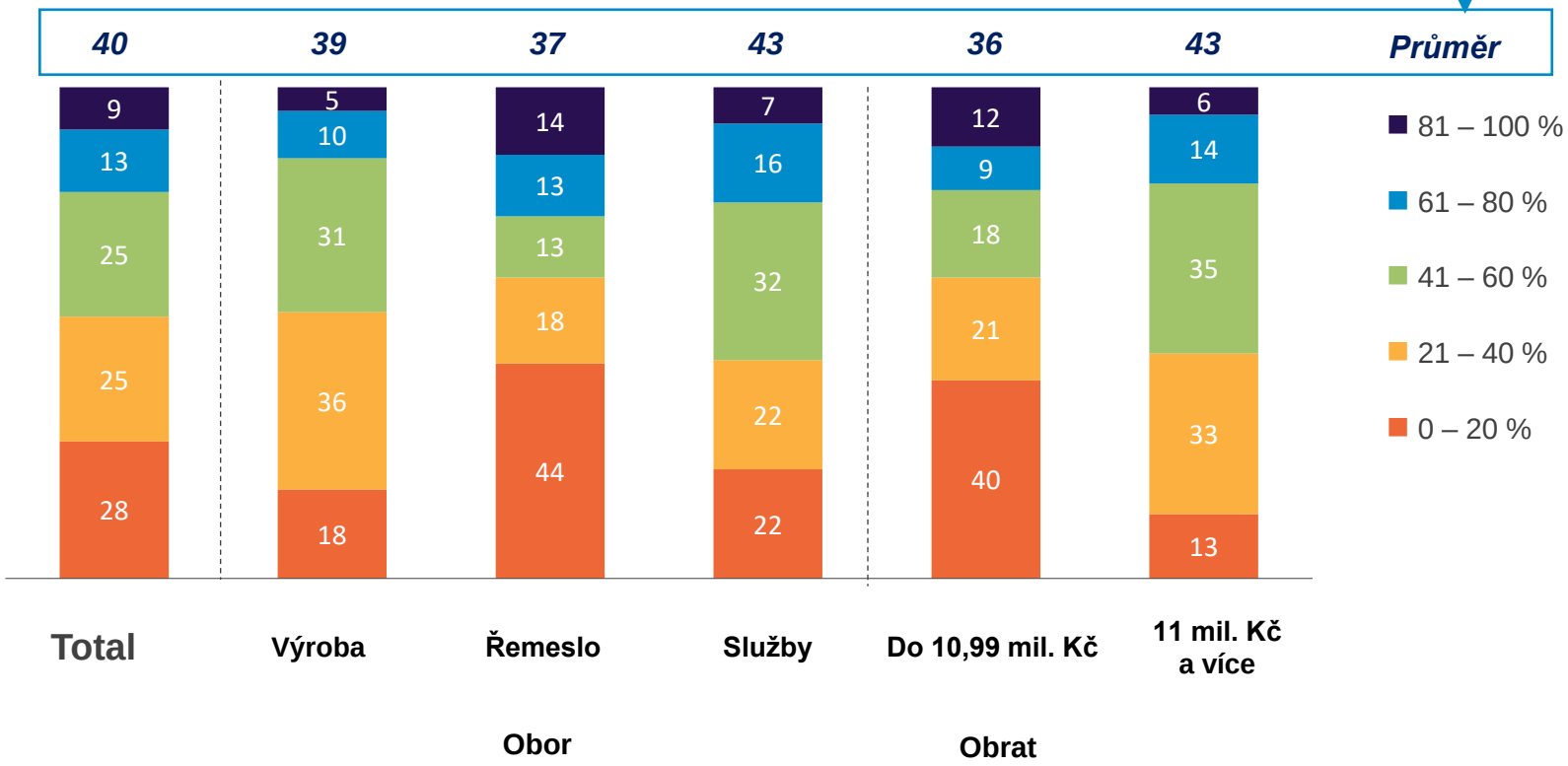
PRŮBĚH DIGITALIZACE

TYPICKÝ MALÝ A STŘEDNÍ PODNIK JE S DIGITALIZACÍ HOTOVÝ ZE 40 %.

Průměrná hodnota toho, jak daleko jsou podniky v procesu digitalizace – tj. průměrný podnik je momentálně s digitalizací hotový ze 40 %. Dopočítáno jako vážený průměr z jednotlivých možností odpovědí.

Jak daleko jsou podniky v procesu digitalizace?

v %



Komentář AMSP ČR:

Vzhledem k vývoji může být pochopitelně proces digitalizace jen těžko reálně ukončen, ale z hlediska digitalizačních CÍLŮ firem lze říci, že více než 1/3 větších firem (v rámci segmentu MSP) se cítí být zhruba v POLOVINĚ své cesty. Nejvíce takových firem najdeme v oblasti VÝROBY a SLUŽEB.

Z průzkumu rovněž vyplývá, že ŘEMESLO je digitálně nejvíce rezistentní, respektive že digitalizační ambice nejsou příliš vysoké. To odpovídá realitě, jakkoli digitalizace proniká i do řemeslných oblastí.

Q4. Jak daleko jste v procesu digitalizace? (vzhledem k úplnému naplnění vašich cílů)
N=244/83/80/81/124/107

KDYŽ SE PODNIKATELÉ OHLÉDNOU ZPĚTNĚ, JAKO NEJVĚTŠÍ DOSAVADNÍ PŘÍNOS DIGITALIZACE VNÍMAJÍ VĚTŠÍ RYCHLOST A ZJEDNODUŠOVÁNÍ.

Jaké přínosy digitalizace přinesla?

v %

		Obor			Obrat	
		Výroba	Řemeslo	Služby	Do 10,99 mil. Kč	11 mil. Kč a více
Větší rychlost	20	22	14	23	14	25
Zjednodušení, zjednodušení procesů	15	14	13	17	13	19
Efektivita, efektivita práce	12	17	5	14	6	20
Přehlednost	10	12	11	7	10	10
Finanční úspora	7	12	3	6	6	9
Více zákazníků	4	2	3	6	3	5
Větší dohled, lepší dohledatelnost věcí	3	4	1	4	2	4
Úspora času	2	1	3	4	4	1
Žádné	18	8	35	10	25	7
Nevím	13	7	21	11	18	8

Q3. Když se ohlédnete zpátky, jaké přínosy přinesla digitalizace do Vašeho podnikání?
N=244/83/80/81/124/107

Komentář AMSP ČR:

Tady se potvrzuje předpoklad z minulého slidu – právě řemesla vidí přínos digitalizace pro svůj obor jako málo podstatný (35%). Jedná se rovněž o mikrofirmy a menší firmy do obratu 11 mil. Kč za rok, které nevnímají digitalizaci jako PRIORITNÍ.

Naopak čtvrtina firem nad 11 mil. obratu vnímá jako přínos zavedené digitalizace VĚTŠÍ RYCHLOST a ZJEDNODUŠENÍ procesů, což by mělo ústit ve vyšší EFEKTIVITU.

Jednoznačným benefitem se pak jeví být často uváděná PŘEHLEDNOST dat a z nich plynoucích informací a též LEPŠÍ KOMUNIKACE SE STÁTEM.

© Ipsos pro AMSP | Pokrok v digitalizaci podniků| 9/2022

JAKÉ PŘÍNOSY DIGITALIZACE PŘINESLA?

Příklady odpovědí:

Urychlení komunikace, zrychlení a provázání systému objednávek s výrobou, zlepšení a zrychlení komunikace se státní správou.

Usnadnění práce mimo firmu, ochrana osobních údajů, zvýšení efektivity práce.

Úspora řídících pracovníků, větší přehled o průběhu výroby.

Lepší správa dokladů, evidence a dohledatelnost.

Úspora času vzhledem k potřebě vyššího obratu. Jednodušší organizační procesy. Přehlednost, efektivita.

Zrychlení administrativních úkonů, přehlednost a datové výstupy se kterými se lze dále efektivně nakládat.

VÍCE NEŽ POLOVINA PODNIKŮ VYUŽÍVÁ ONLINE REZERVACE NEBO OBJEDNÁVKY.

Jaké nástroje aktuálně firmy využívají?

v %

		Nárůst v procentních bodech za poslední 3 roky	Obor			Obrat	
			Výroba	Řemeslo	Služby	Do 10,99 mil. Kč	11 mil. Kč a více
Online rezervace nebo objednávky	54	+13	57	43	63	46	63
Sociální média (sociální sítě, blogy, apod.)	50	+11	48	53	51	48	50
E-shop	40	+10	49	31	40	32	50
Cloudové služby	34	+11	41	16	46	23	49
Videohovory	28	+15	31	20	32	22	36
Online marketing	26	+9	25	15	37	20	36
Software/aplikace pro vzdělávání zaměstnanců	25	+9	27	9	38	16	34
3D tiskárny	14	+8	23	6	14	10	20
Drony	4	+2	5	4	2	4	4

Komentář AMSP ČR:

Co se týká nástrojů digitalizace v podobě ON-LINE rezervací či objednávek, je největší rozvinutost v oblasti SLUŽEB logická, ale ani VÝROBA nezůstává příliš pozadu: objednávky se v posledních letech velmi zautomatizovaly. V těchto nástrojích také vedou spíše větší subjekty (nad 11 mil. obratu).

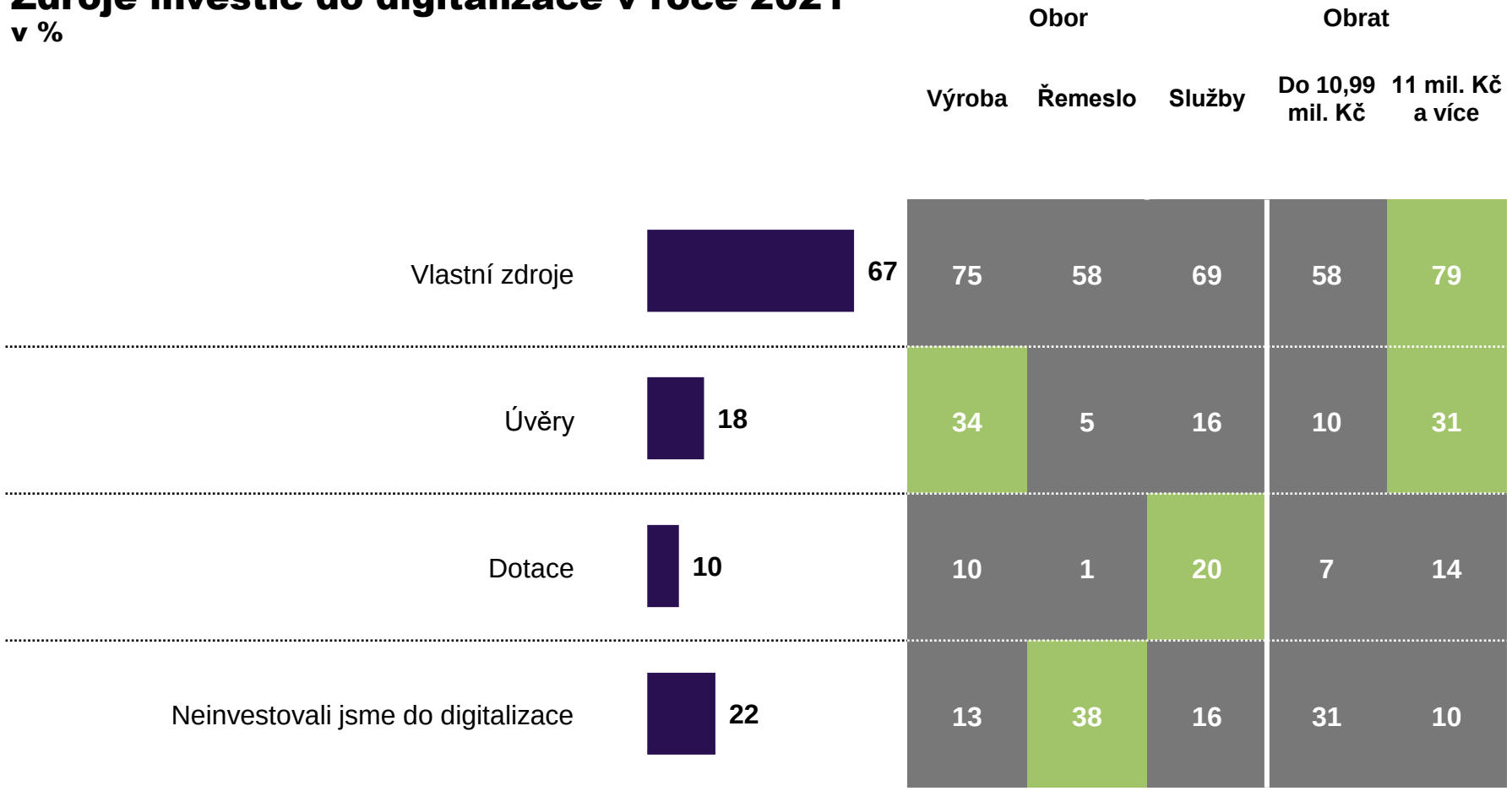
SOCIÁLNÍ MÉDIA a E-SHOP je rovněž značně využíván a je stále na vzestupu.

Za poslední 3 roky největší nárůst zaznamenaly VIDEOHOVORY, k čemuž patrně masivně přispěla covidová pandemie.

Q6a. Jaké z následujících služeb/nástrojů v rámci svého podnikání využíváte? ? Q6b. Jaké z následujících služeb/nástrojů jste v rámci svého podnikání využívali 3 roky zpět?
N=244/83/80/81/124/107

VĚTŠINA PODNIKŮ V ROCE 2021 INVESTOVALA DO DIGITALIZACE, PRIMÁRNĚ PŘITOM VYUŽÍVALY VLASTNÍ ZDROJE.

Zdroje investic do digitalizace v roce 2021
v %



Q1. Jaký byl zdroj financí Vašich investic do digitalizace v roce 2021? (možnost více odpovědí)
N=244/83/80/81/124/107

Komentář AMSP ČR:

Jak vyplyne z příštího slidu, většina firem investovala částku max. do ½ mil. Kč. Jde tedy o sumy, na které ještě není zcela nezbytné hledat externí financování. V praxi také bývá problém s dostupností takového financování.

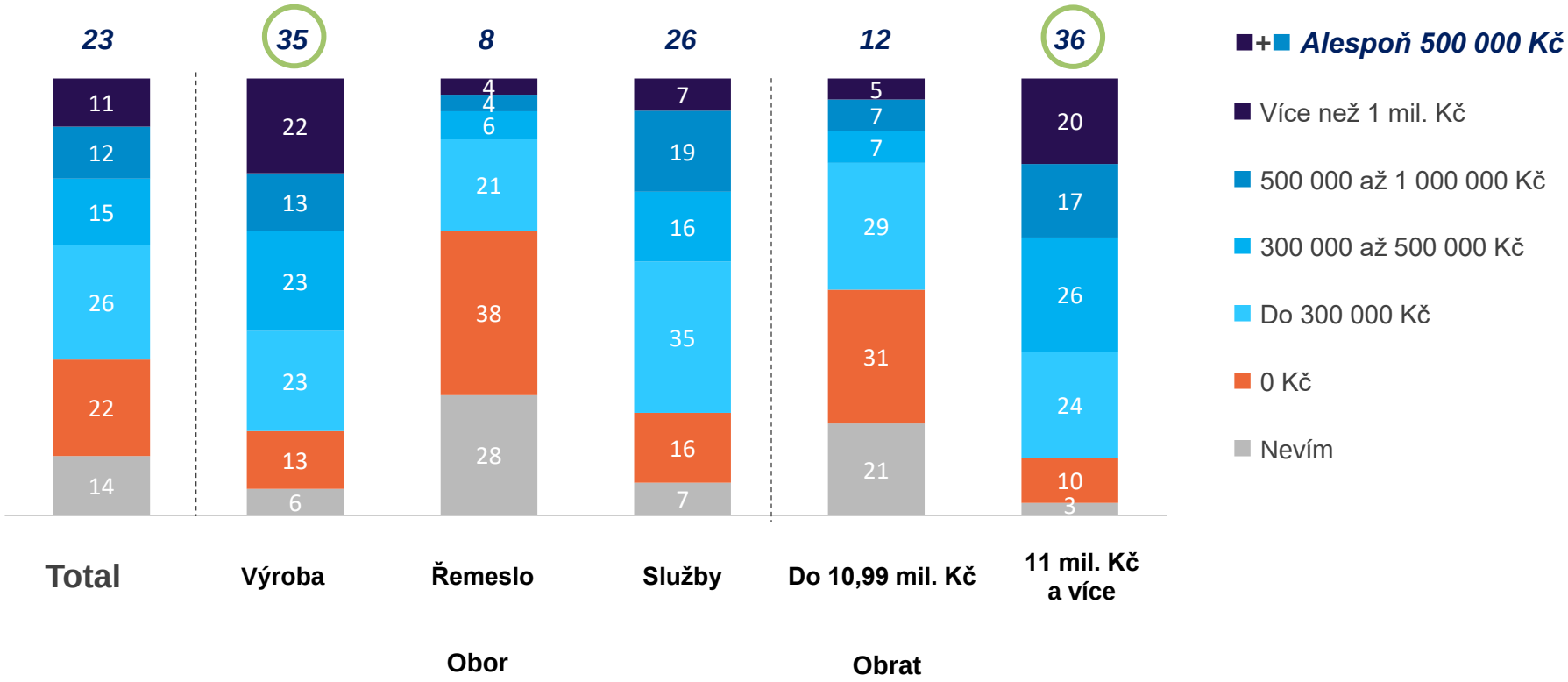
Na druhé straně jde o **typický rys MSP**, které velmi často **investují až poté, co si na investici vydělají.** To podle některých analýz sice může zpomalovat rozvoj firem, ale poskytuje jim to nespornou finanční stabilitu, která se jim zejména v posledních extrémně turbulentních letech osvědčuje.

ÚVĚR byl častější pouze ve výrobních firmách s větším obratem.

DOTACI využilo poměrně malé procento firem. Poukazuje to rovněž na nastavení podmínek dotace na digitalizaci – k nim jsme dlouhodobě oprávněně kritičtí.

DO DIGITALIZACE V ROCE 2021 NEJVÍCE INVESTOVALY VÝROBNÍ FIRMY.

Investice do digitalizace v roce 2021
v %



Q2. V jaké výši se pohybovaly Vaše investice do digitalizace v r. 2021?
N=244/83/80/81/124/107

Komentář AMSP ČR:

Jak jsme již uvedli, k EXTERNÍMU FINANCOVÁNÍ přistoupily nejčastěji VÝROBNÍ FIRMY s vyšším obratem. Jedním z důvodů je také VÝŠE INVESTIC – staly se totiž suverénními leadery v digitalizaci: **Více než 1 mil. Kč investovala téměř čtvrtina průmyslových MSP.**

Nepřekvapivě nejméně investic do digitalizace vykázalo řemeslo.

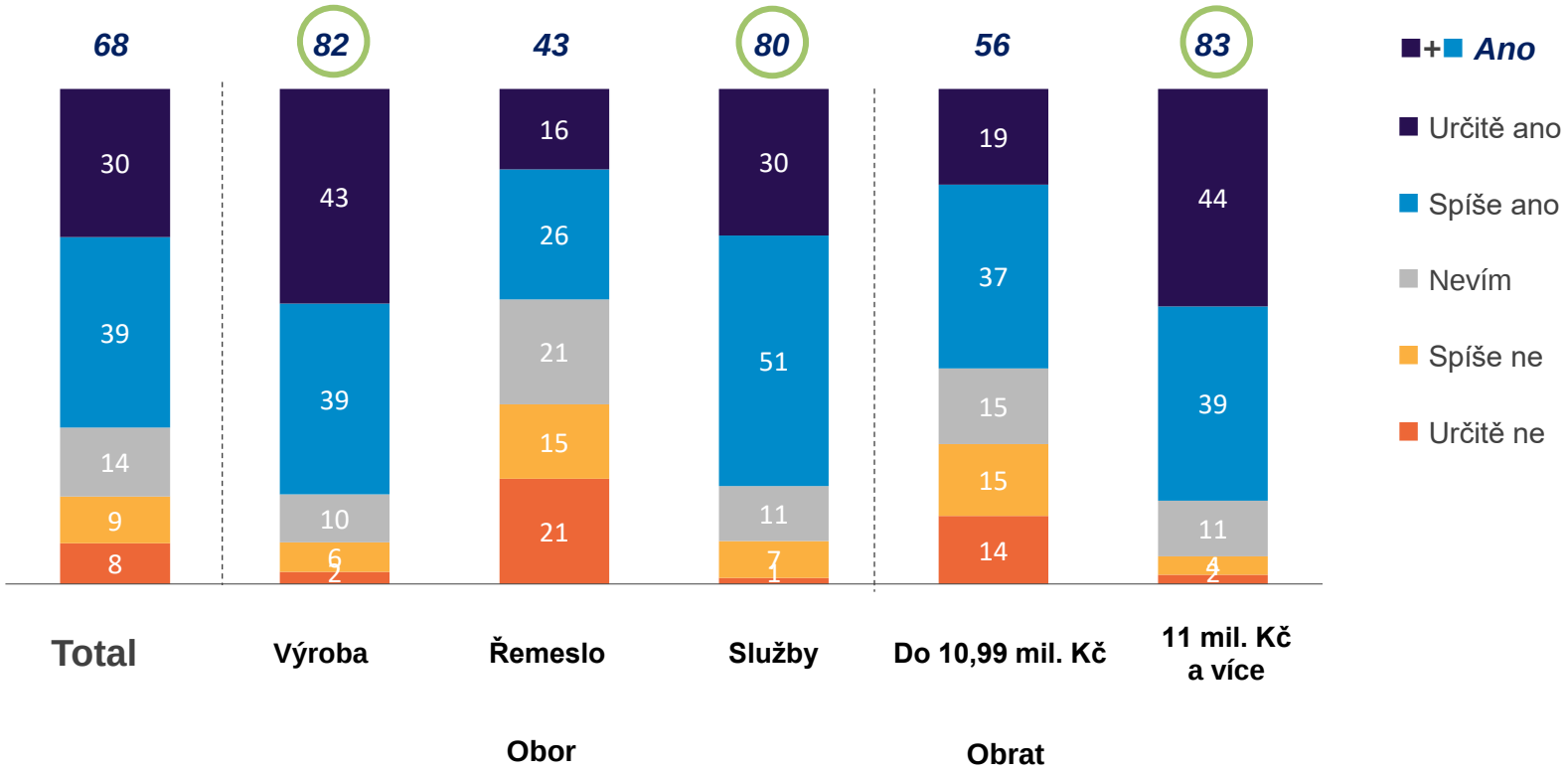
Na druhé straně – **relativně překvapivě málo investoval SLUŽBOVÝ SEKTOR** – důvodů ale může být celá řada, mimo jiné také to, že mohou mít nainvestováno z minulých let, ale též to, že **investice do službové digitalizace jsou zpravidla řádově výrazně finančně méně náročné a méně složité než provazování procesů a dat v průmyslu.**

© Ipsos pro AMSP | Pokrok v digitalizaci podniků| 9/2022

VĚTŠINA PODNIKŮ PLÁNUJE I NADÁLE POKRAČOVAT V DIGITALIZACI, PŘEDEVŠÍM VÝROBA A SLUŽBY.

Plánují podniky do budoucna pokračovat v digitalizaci?

v %



Komentář AMSP ČR:

V průměru téměř ¾ firem plánuje i v následujícím období pokračovat v digitalizaci. Nejvíce patrný je tento trend ve VÝROBĚ a ve SLUŽBÁCH, ale oproti ostatním výstupům průzkumu, v této ambici i ŘEMESLO vykazuje poměrně vysoké skóre – cca 42%.

Nejvíce jasno mají ve zmíněné ambici PRŮMYSLOVÉ / VÝROBNÍ MSP, u nichž jde o existenční nutnost ve smyslu ZVYŠOVÁNÍ PRODUKTIVITY a EFEKTIVITY výroby.

Q5. Plánujete do budoucna pokračovat v digitalizaci?
N=244/83/80/81/124/107

PROČ PODNIKY NEPLÁNUJÍ POKRAČOVAT V DIGITALIZACI?

Příklady odpovědí:

Očekávaný efekt se nedostavil.

Finance, nemáme už moc možností digitalizovat.

Nepotřebuji to ke své práci.

Do malé provozovny se nevyplatí.

Soustředíme se jiným směrem.

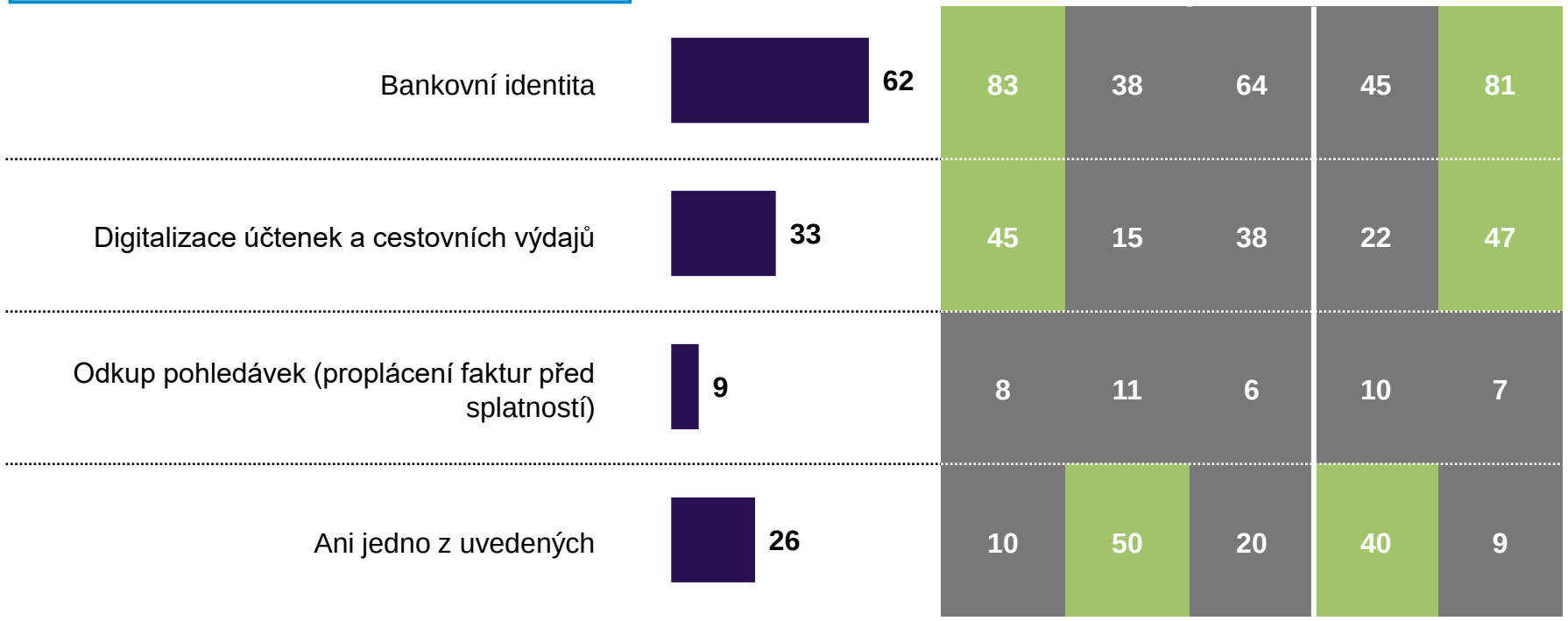
Neshledáváme v tom přínos.

FINANČNÍ NÁSTROJE

33 % PODNIKŮ DIGITALIZUJE ÚČTENKY A CESTOVNÍ VÝDAJE, PŘEDEVŠÍM JDE O VÝROBNÍ A VĚTŠÍ FIRMY.

Využívané finanční aplikace/nástroje
v %

4 % uživatelů bankovní identity tento nástroj již využívají pro ověřování zákazníků, dalších přibližně 29 % o tom uvažuje.



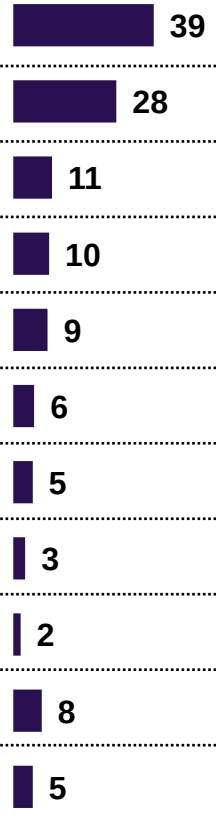
Komentář AMSP ČR:
České firmy již nepoužívají pouze internetové bankovnictví či účetnictví jako jediné digitální nástroje. Čím dál více se české podniky učí využívat bankovní identitu. Nejvíce se rozšiřuje ve výrobním segmentu. Jedním z důvodů je zejména možnost ověření zákazníků.
Dalším zajímavým jevem je digitalizace účtenek a cestovních výdajů. Většinou se jedná o větší firmy působící ve výrobní sféře, které pronikají do digitalizace rychleji než menší firmy.

KB1. Které z následujících finančních aplikací/nástrojů ve svém podnikání využíváte? (mimo internetové bankovnictví či účetní systém), možnost více odpovědí
N=244/83/80/81/124/107

JAKO HLAVNÍ BENEFIT PLATBY KARTOU VNÍMAJÍ PODNIKY JEJÍ RYCHLOST.

Hlavní benefity platby kartou

v %



	Obor			Obrat	
	Výroba	Řemeslo	Služby	Do 10,99 mil. Kč	11 mil. Kč a více
Rychlost	40	33	43	40	39
Není potřeba mít hotovost	37	28	20	26	33
Jednoduchost	8	10	14	11	11
Přehlednost, evidence plateb	8	6	15	6	14
Bezpečnost	10	8	11	9	11
Okamžité platby, okamžitě k dispozici	4	6	7	6	4
Pohodlnost	4	4	9	8	3
Výhodnost, odměny, slevy	4	4	2	3	4
Větší útraty	4	1	1	2	2
Žádné	5	14	5	10	4
Nevím	6	8	2	5	6

KB3. Jaké jsou dle Vás hlavní benefity platby kartou?
N=244/83/80/81/124/107

Komentář AMSP ČR:

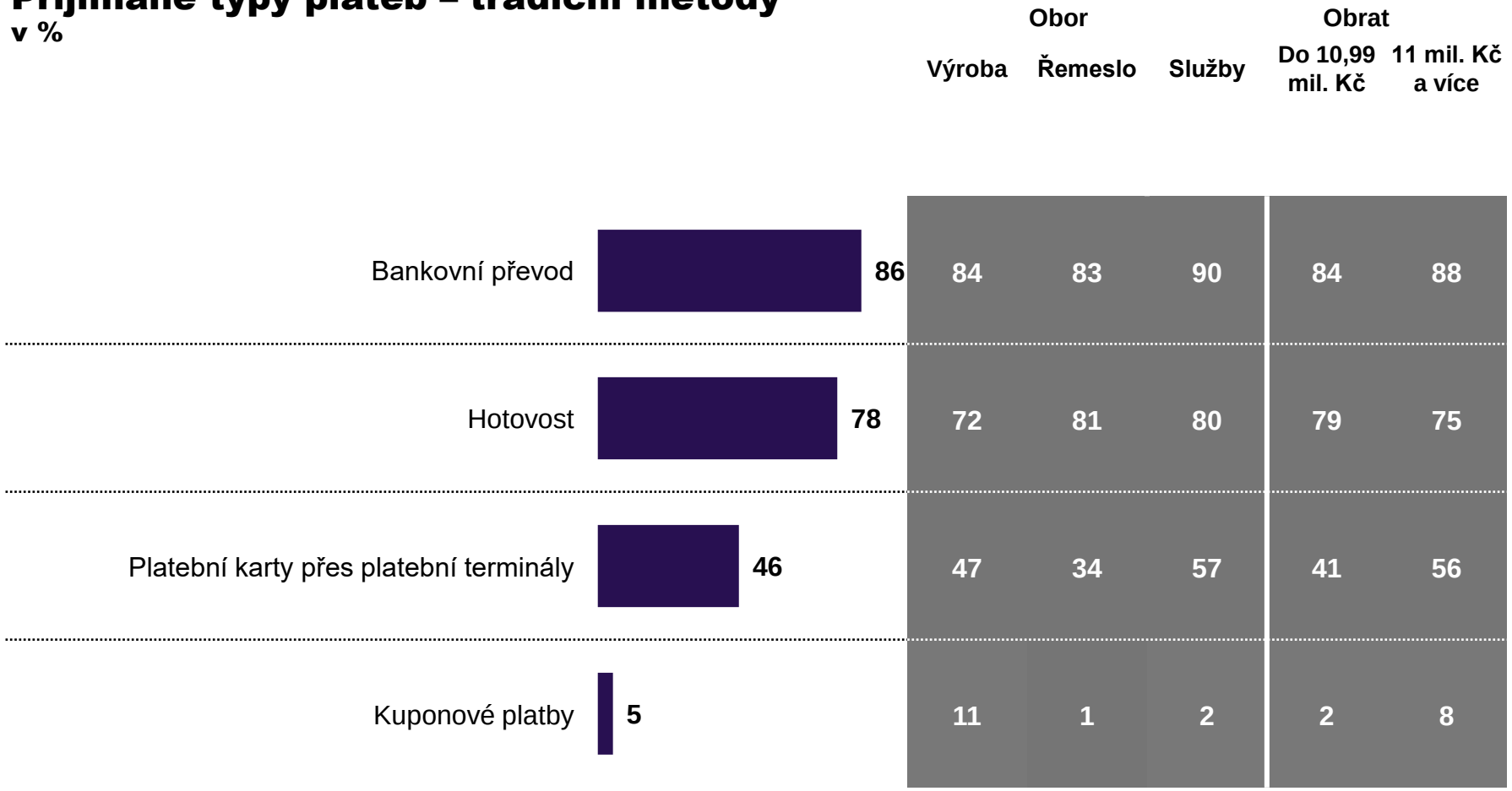
Bez platby kartou si již dnes život nedokážeme takřka představit. Jako hlavní výhody vidí čeští podnikatelé v rychlosti transakcí, jednoduchosti a přehlednosti. Bezhotovostní platby dříve dominovaly zejména ve službách. Dnes se o jejich výhodách čím dál více přesvědčují výrobní podniky. Na platby kartou se velmi rychle adaptoval i segment řemeslníků, a to zejména z důvodu rychlosti a odpadající starosti o hotovost.

Velká většina podniků nemá žádné obchodní partnery, u kterých by jim chyběla možnost platby kartou.

NECELÁ POLOVINA PODNIKŮ PŘIJÍMÁ PLATBY KARTAMI PŘES PLATEBNÍ TERMINÁLY.

Přijímané typy plateb – tradiční metody

v %



Komentář AMSP ČR:

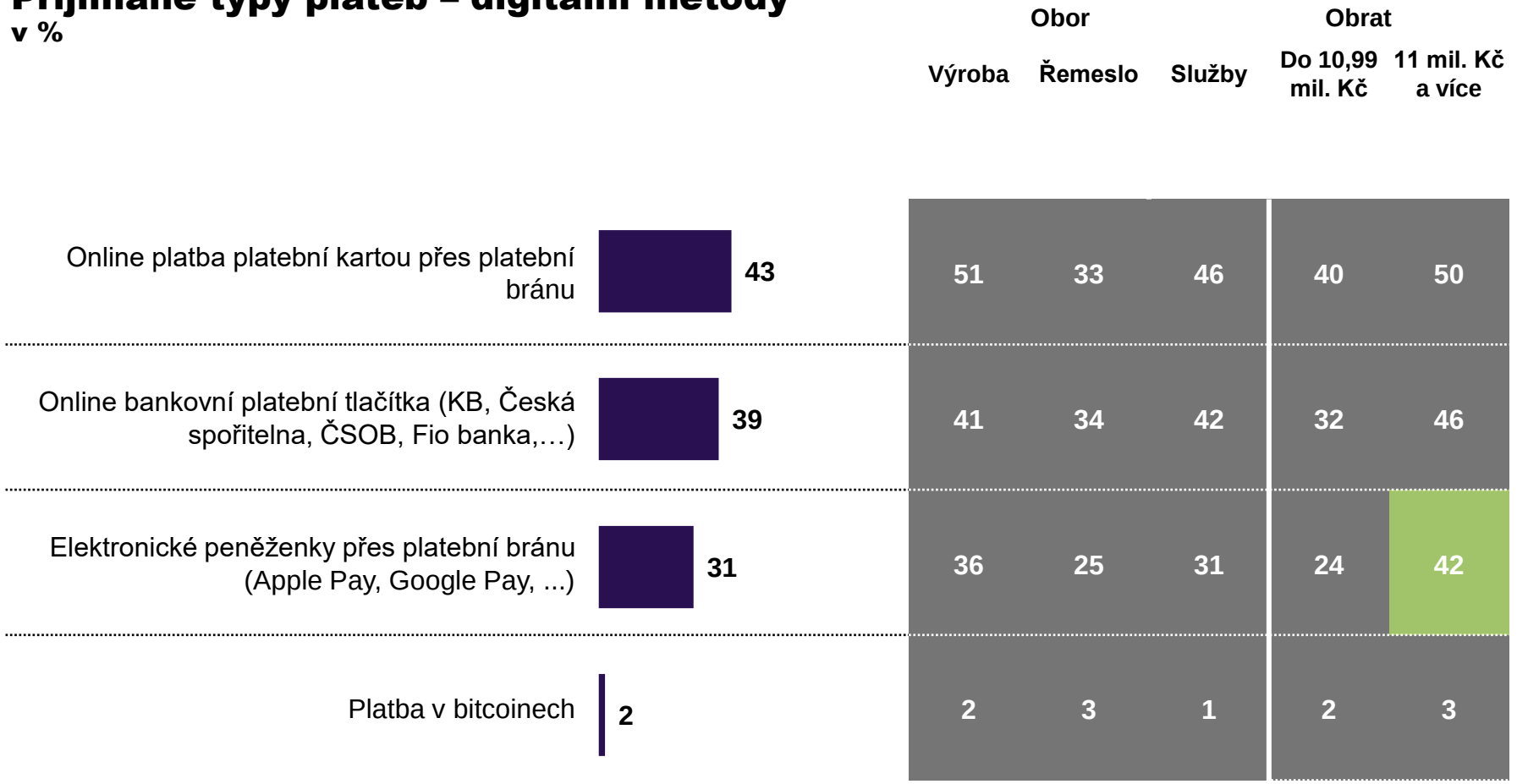
Výsledky průzkumu jasně ukazují, že z pohledu přijímaných plateb stále dominují bankovní převody a hotovostní platby. Platby přes platební terminály ale začínají být na vzestupu a dnes se dá říci, že takřka polovina podniků začíná přijímat platby přes platební terminály. Vzhledem k jednoduchosti a dostupnosti tohoto řešení můžeme předpokládat další nárůst významu plateb přes platební terminály.

KB5. Jaké možnosti přijímání plateb Vaše společnost nabízí?
N=244/83/80/81/124/107

VÍCE NEŽ 40 % PODNIKŮ PŘIJÍMÁ ONLINE PLATBY PLATEBNÍ KARTOU PŘES PLATEBNÍ BRÁNU. JEN 2 % PŘIJÍMAJÍ PLATBU V BITCOINECH.

Přijímané typy plateb – digitální metody

v %



Komentář AMSP ČR:

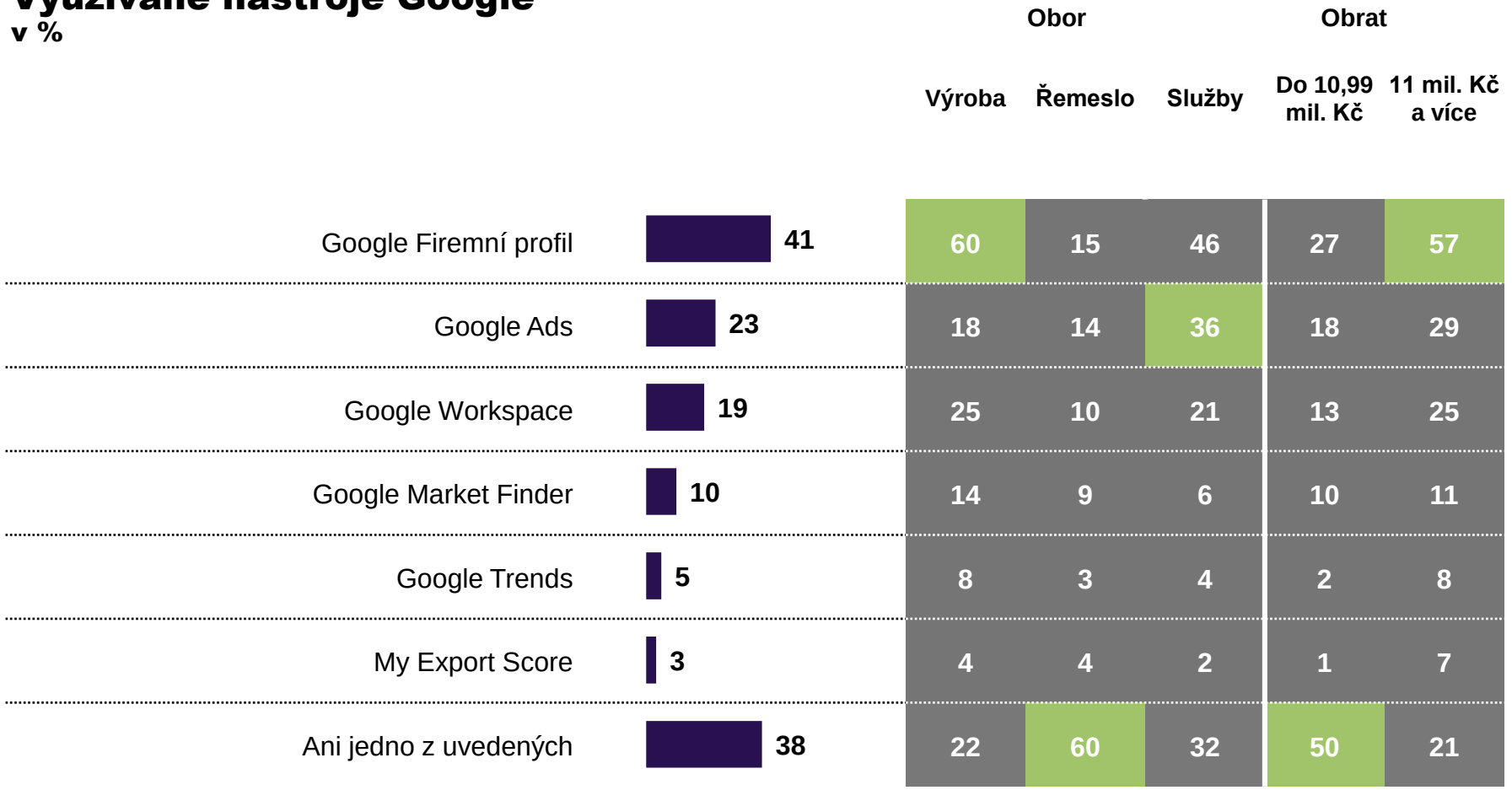
Platby online jsou na vzestupu. Platby kartou a platby skrze platební tlačítka zažily dramatický boom během covidové doby. Dynamicky se rozšiřuje i využívání elektronických peněženek, které máme běžně v mobilním telefonu. Třetina dotázaných podniků již běžně nabízí akceptaci plateb přes tento typ nástroje. Oproti konvenční platební kartě tak začíná díky své jednoduchosti získávat oblibu i u podnikatelů. Oproti tomu tolik diskutovaný bitcoin není zatím nástrojem, který by byl v podnikatelských řadách více využíván.

KB6. Jak probíhá digitalizace platebních metod ve Vaší společnosti - který typ plateb přijímáte?
N=244/83/80/81/124/107

GOOGLE A KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE

4 Z 10 PODNIKŮ VYUŽÍVAJÍ GOOGLE FIREMNÍ PROFIL, DALŠÍMI POMĚRNĚ ČASTO VYUŽÍVANÝMI NÁSTROJI JSOU GOOGLE ADS A GOOGLE WORKSPACE.

Využívané nástroje Google
v %



G1. Jaké nástroje od Google používáte ve vašem businessu?
N=244/83/80/81/124/107

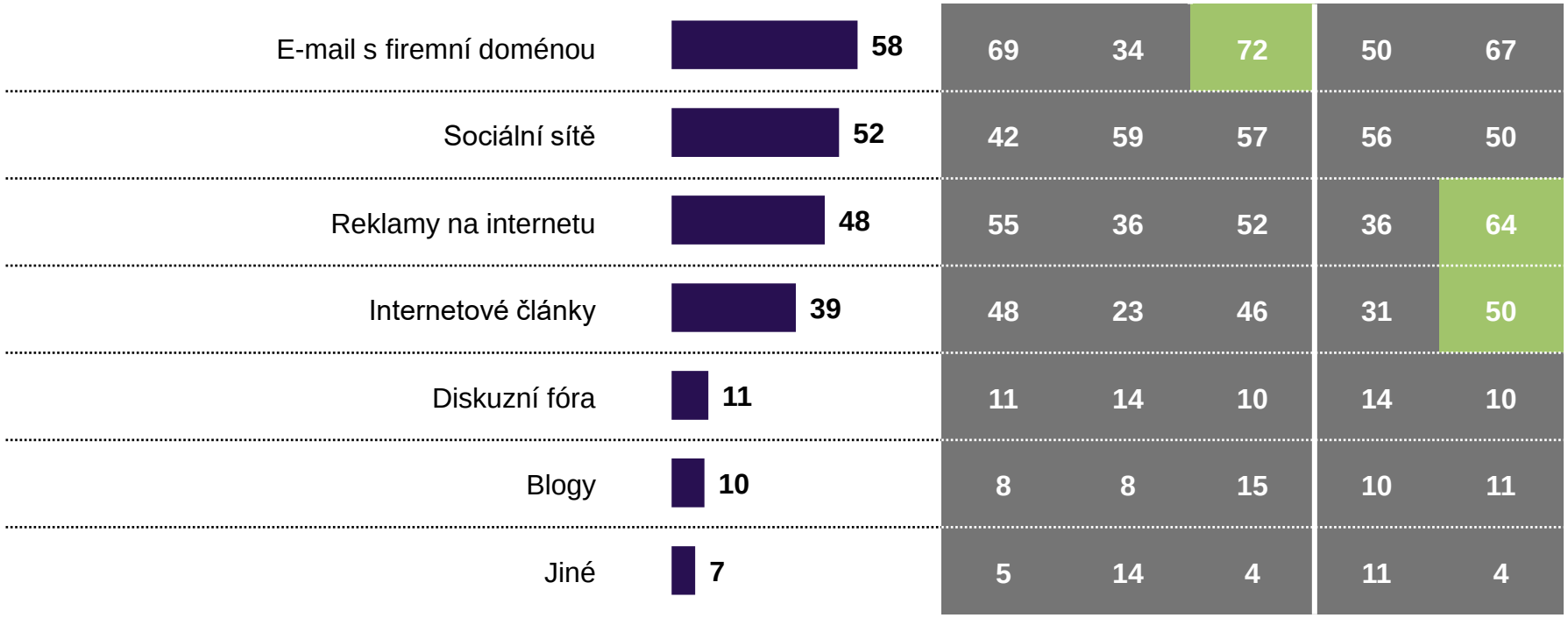
Komentář AMSP ČR:

Co se týká Google nástrojů, suverénně vede využívání FIREMNÍHO PROFILU, který je zdaleka **nejvíce využíván v průmyslových MSP s větším obratem.**

Google Ads zase dominují v sektoru SLUŽEB, přičemž opět se to týká spíše firem s obratem nad 11 mil. Kč ročně.

PŘIBLIŽNĚ POLOVINA PODNIKŮ VYUŽÍVÁ SOCIÁLNÍ SÍTĚ, PODOBNÝ PODÍL PAK PRACUJE S REKLAMAMI NA INTERNETU.

Využívané komunikační kanály
v %



G2. Jaké komunikační kanály využíváte k informování o vašich službách/produktech?
N=244/83/80/81/124/107

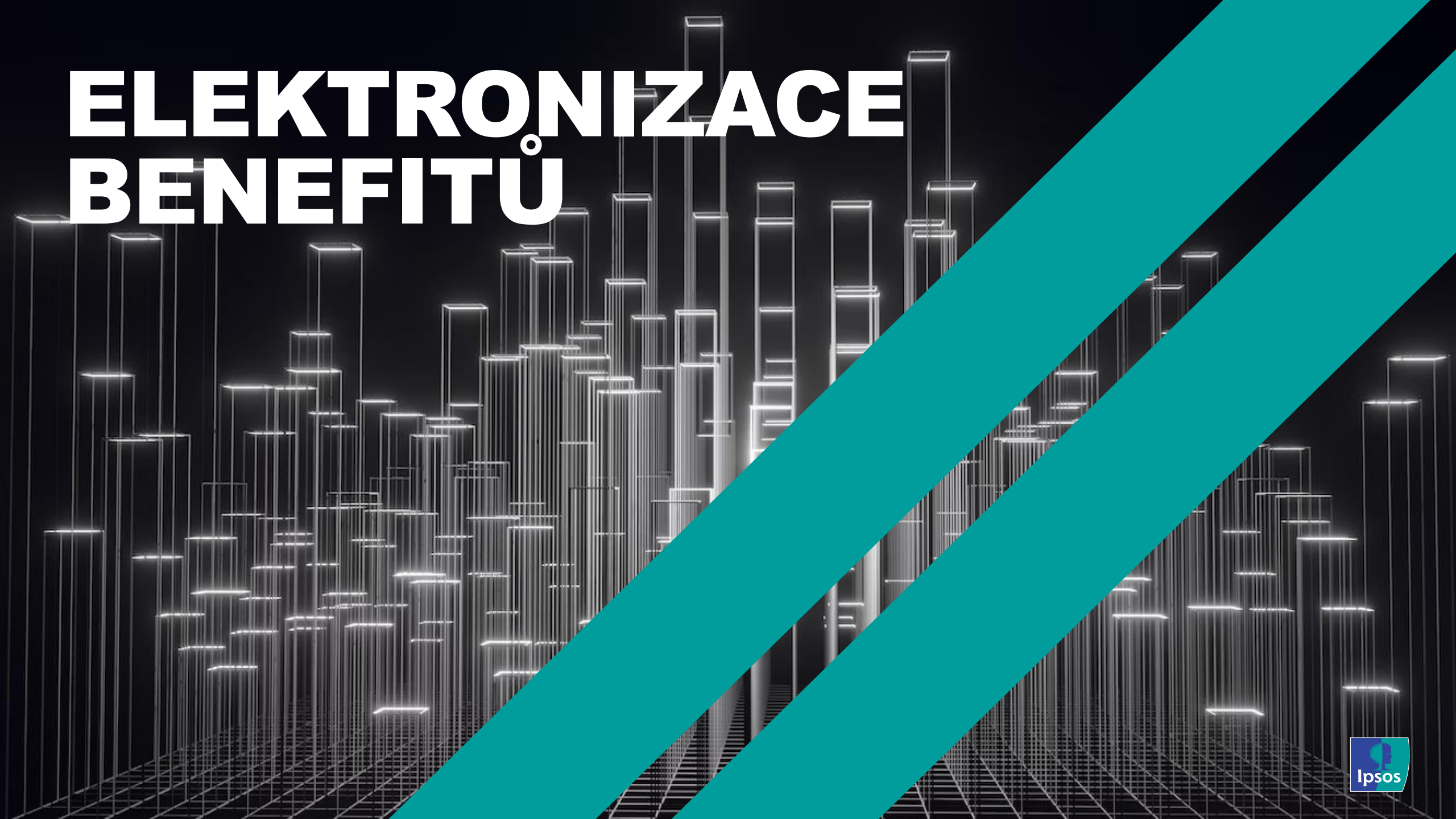
Komentář AMSP ČR:

Dominance E-MAILU s firemní doménou byla očekávána, dokonce možná i více, než ukázal náš průzkum.

Na scéně komunikačních kanálů rovněž jasně zdomácněly SOCIÁLNÍ SÍTĚ, ať již jsou využívány k promo akcím nebo např. k náboru nových zaměstnanců.

Pro někoho může být novinkou, jaký růst zaznamenaly **reklamy na internetu:** ty jsou využívány více než polovinou firem ve výrobě i ve službách. Výrazně více pak tento kanál používají MSP s větším obratem (nad 11 mil.Kč).

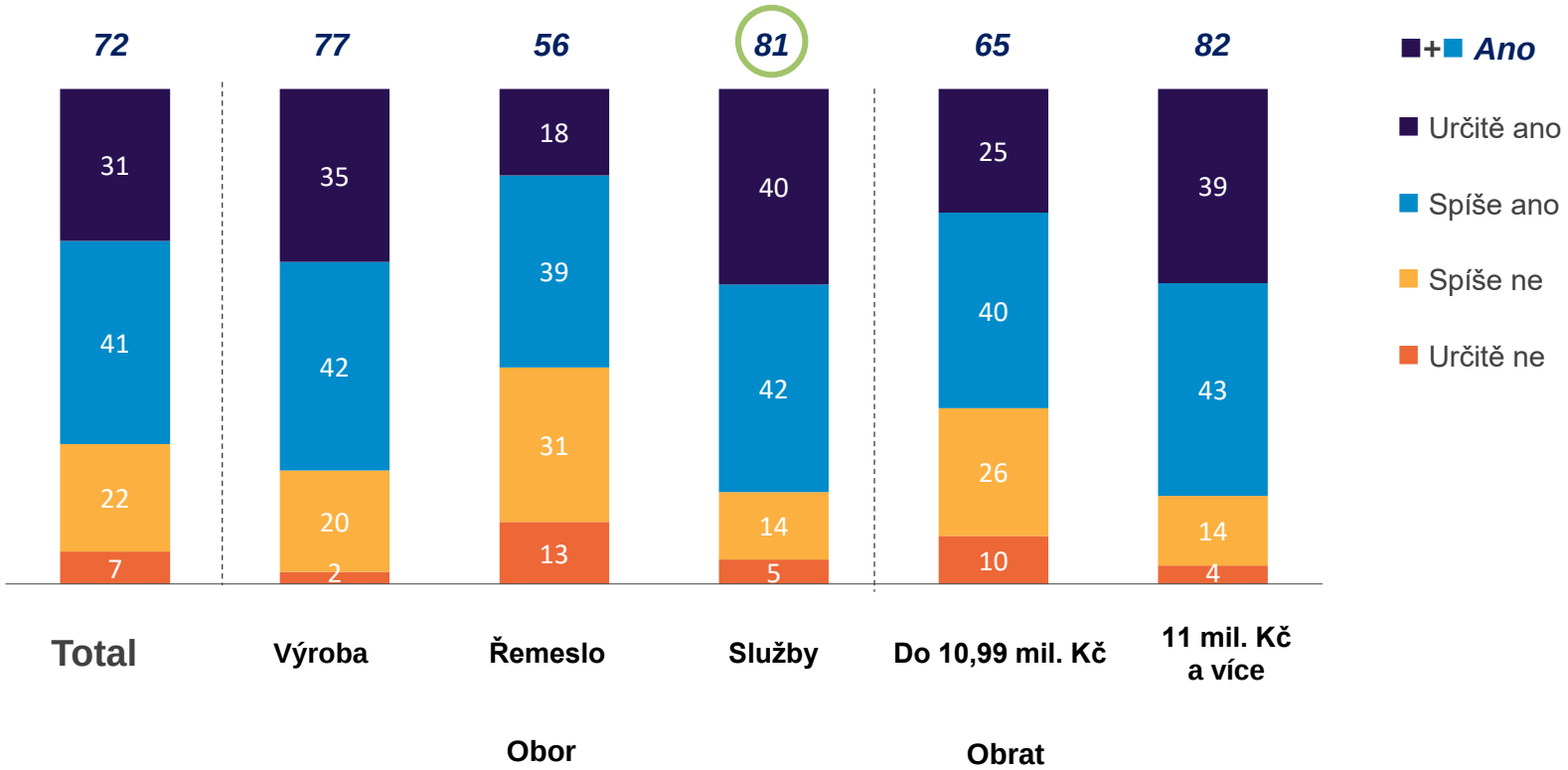
ELEKTRONIZACE BENEFITŮ



TÉMĚŘ TŘI ČTVRTINY PODNIKŮ SE DOMNÍVAJÍ, ŽE ELEKTRONIZACE BENEFITŮ SNIŽUJE ADMINISTRATIVNÍ NÁKLADY.

Přináší podle podniků elektronizace benefitů snížení administrativních nákladů?

v %



Komentář AMSP ČR:

Elektronizace benefitů byla v minulosti spíše „módní“ záležitostí.
Covidové období rozjelo užívání digitálních nástrojů v masovější míře a benefity nejsou výjimkou.
Z průzkumu vyplývá, že v roce 2022 více než 70 % podniků považuje elektronizaci benefitů jako funkční nástroj, který mimo jiné snižuje i administrativu.
V tomto směru se shodují firmy napříč obory.

Partner otázky:

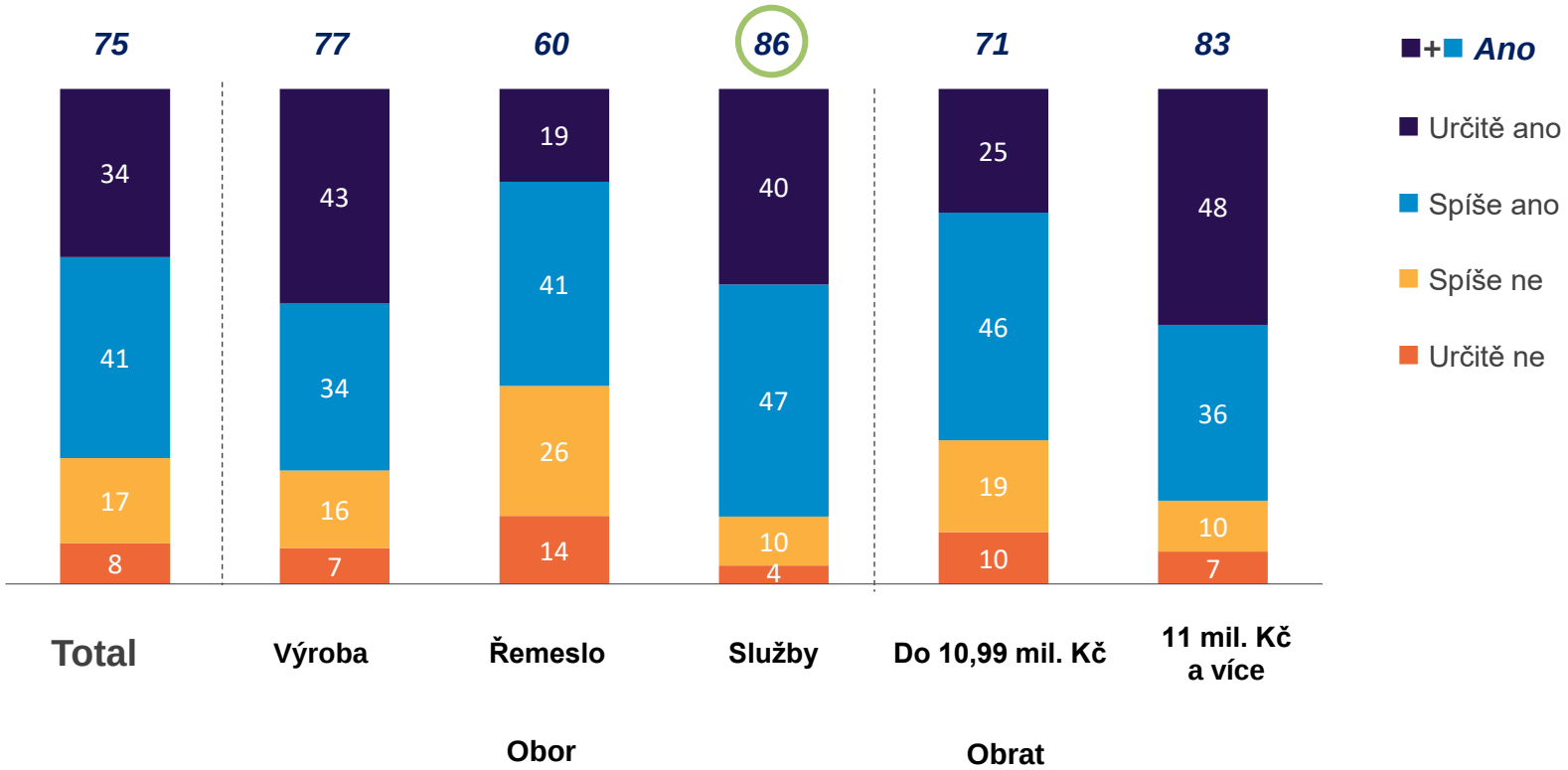
ČESKÉ SDRUŽENÍ PRO MODERNÍ BENEFITY

S1. Domníváte se. že elektronizace zaměstnaneckých benefitů včetně stravenek přináší snížení administrativních nákladů?
N=244/83/80/81/124/107

TŘI ČTVRTINY PODNIKŮ SE DOMNÍVAJÍ, ŽE STÁT BY MĚL PODPOROVAT ELEKTRONIZACI ZAMĚSTNANECKÝCH BENEFITŮ VČETNĚ STRAVENEK.

Měl by stát podporovat elektronizaci zaměstnaneckých benefitů?

v %



Komentář AMSP ČR:

Tři čtvrtiny podniků považuje elektronizaci zaměstnaneckých benefitů za nástroj, který by měl podporovat stát. Tuto myšlenku podporují jak velké, tak menší firmy.

Nejvíc tuto myšlenku prosazuje segment služeb, nejméně pak opět živnostníci.

Partner otázky:

ČESKÉ SDRUŽENÍ PRO MODERNÍ BENEFITY

S2. Domníváte se. že by měl stát podporovat elektronizaci zaměstnaneckých benefitů včetně stravenek?
N=244/83/80/81/124/107

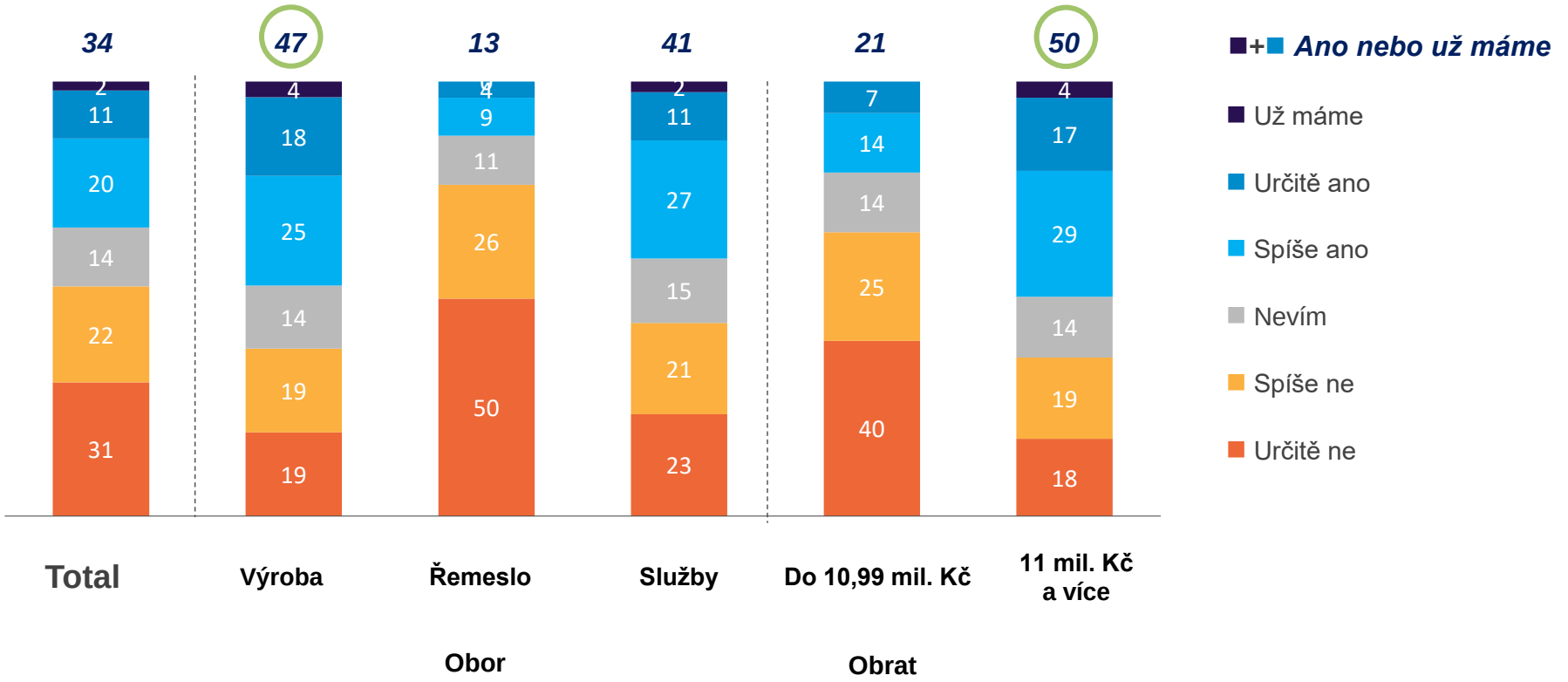
© Ipsos pro AMSP | Pokrok v digitalizaci podniků| 9/2022

VOZOVÝ PARK

TÉMĚŘ TŘETINA PLÁNUJE DO 2 LET ZAŘADIT DO SVÉHO VOZOVÉHO PARKU ELEKTROMOBIL.

Plánuje podnik do 2 let zařadit do vozového parku elektromobil?

v %



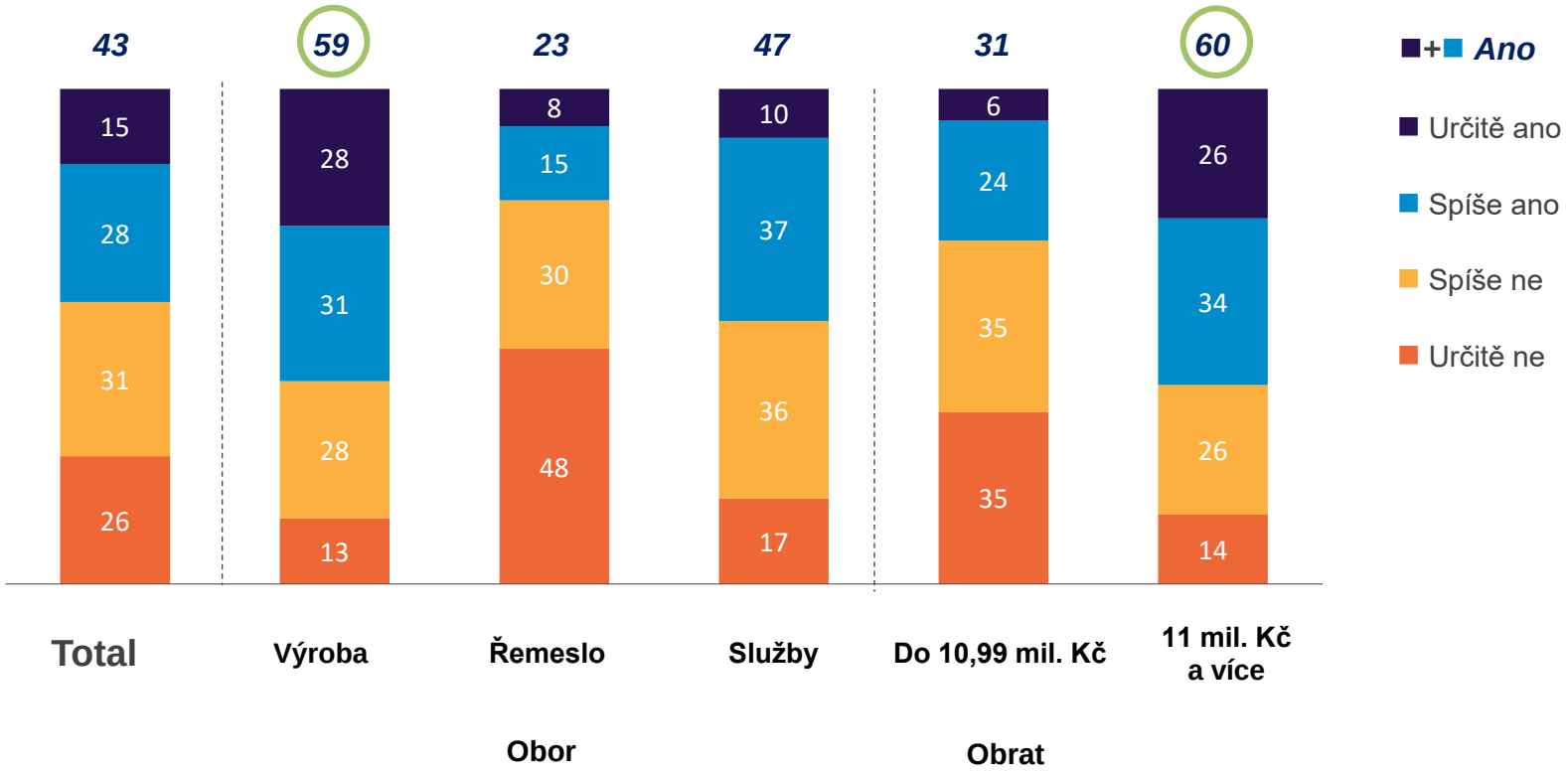
Komentář Škoda Auto:

Dle výsledků je patrná postupná transformace mobility a přerod z konvenčních paliv na elektromobilitu. Lze předpokládat, že podíl prodaných elektromobilů v roce 2025 bude v ČR činit víc jak 20 %.

SA1. Plánuje Vaše firma v horizontu dvou let zařadit do svého vozového parku elektromobil?
N=244/83/80/81/124/107

VÍCE NEŽ 40 % PODNIKŮ MÁ ZÁJEM O KOMPLEXNÍ ŘEŠENÍ ELEKTROMOBILNÍCH SLUŽEB.

Zájem o komplexní řešení elektromobilních služeb
v %



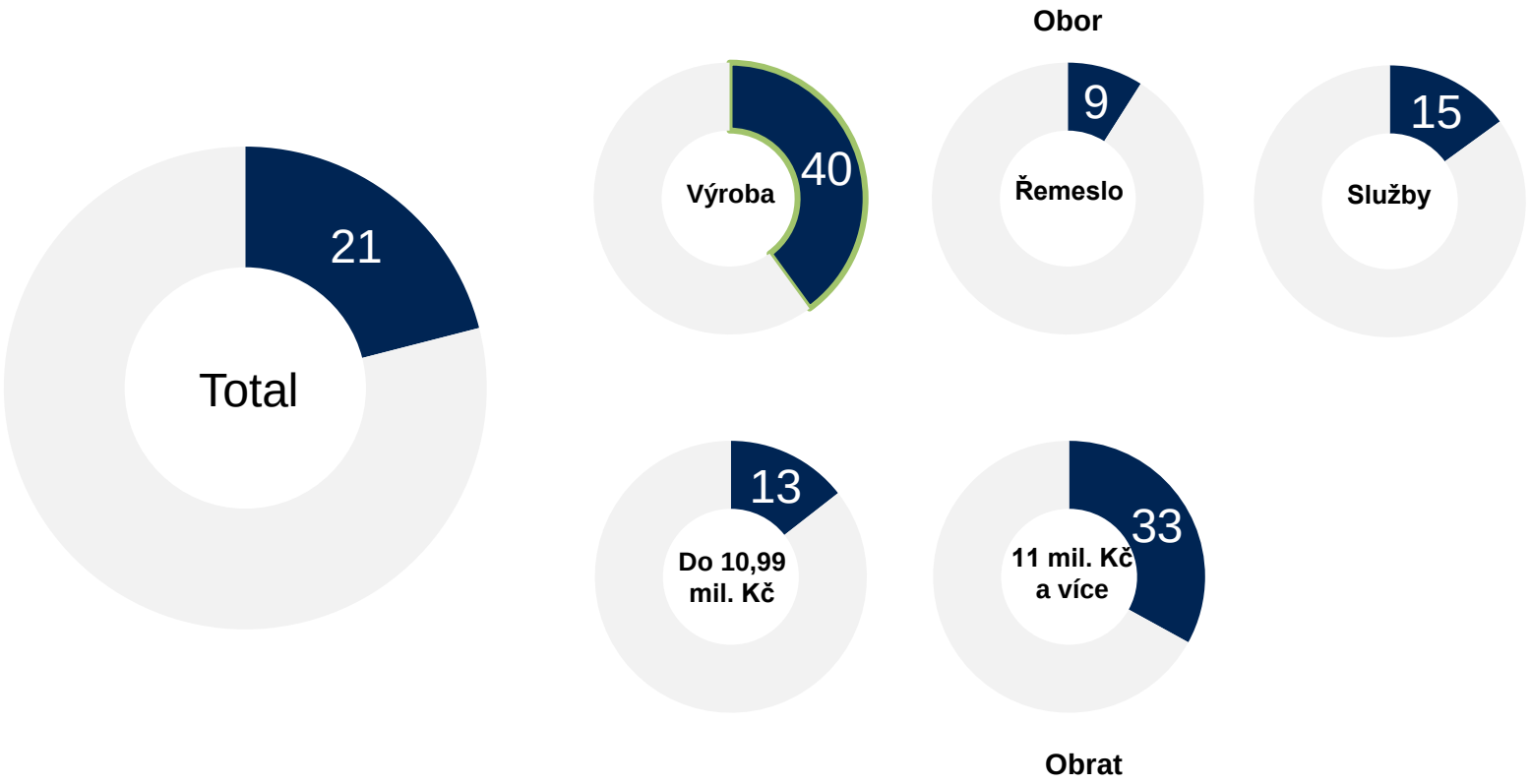
Komentář AMSP ČR:
Zajímavým výsledkem se zdá být rostoucí zájem o kompletní řešení elektromobilních služeb. A to zejména ve výrobním segmentu a ve službách. Oproti tomu řemeslníci o toto řešení moc nestojí.
Tomuto segmentu též dominují větší firmy, které jsou z pohledu zkušenosti s elektromobily o krok dále.

Komentář Škoda Auto:
Nákup elektromobilu jde ruka v ruce s komplexním řešením infrastruktury. Právě správně nastavená infrastruktura je základem k ekonomickému a ekologickému provozu elektrických vozidel.

SA2. Měli byste zájem o komplexní řešení elektromobilních služeb zahrnující jednu dobíjecí kartu / mobilní aplikaci pro více provozovatelů dobíjecích stanic, přístup do eFleet management systému (elektronická správa vozového parku), instalaci dobíjecích stanic, případně bateriového úložiště a solárních panelů?
N=244/83/80/81/124/107

SLUŽBU ŠKODA KLIQ ZNÁ PŘIBLIŽNĚ 1 Z 5 PODNIKŮ, JDE PRIMÁRNĚ O VÝROBNÍ A VĚTŠÍ FIRMY.

Znalost služby Škoda KLIQ (interní sdílení vozidel v rámci podniku)
v %



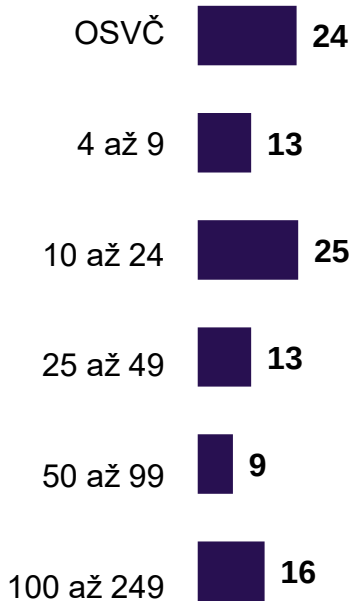
Komentář AMSP ČR:
O speciální službě Škoda KLIQ se zajímají logicky spíše větší společnosti. Zajímavostí je, že se jedná převážně o firmy působící ve výrobním segmentu. Ačkoliv o tom průzkum nehovoří, dá se předpokládat rostoucí zájem o tyto služby.

SA3. Znáte službu ŠKODA KLIQ (interní sdílení vozidel v rámci firmy)?
N=244/83/80/81/124/107

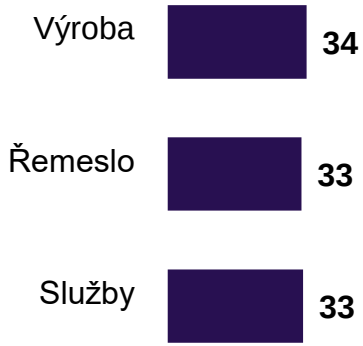
PŘÍLOHA: STRUKTURA VZORKU

STRUKTURA VZORKU

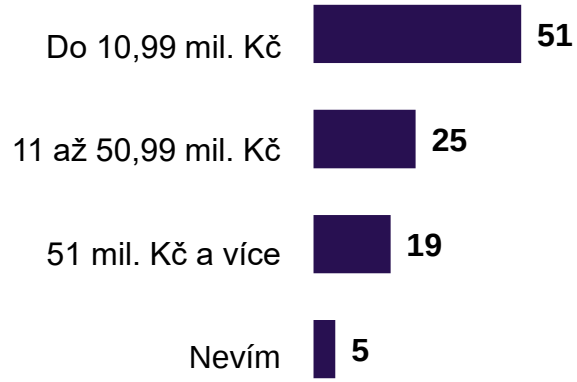
Počet zaměstnanců



Obor



Obrat



N=244

v %