

# AMSP ČR INOVACE

Závěrečná zpráva

9/2021



**ČESKÁ  
SPŮRITELNA**

**B2B**

**GAME CHANGERS**



# 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 **zjistit aktuální přístup firem k inovacím s důrazem na digitalizaci, automatizaci a robotizaci.**

# METODIKA



**Metoda  
výzkumu**

**Kombinace telefonického a online dotazování**



**Cílová  
skupina**

**Firmy o velikosti 4-250 zaměstnanců**

Vyznačené rozdíly dosahují statistické významnosti 90 %



**Velikost  
vzorku**

**301 firem, sběr proběhl 25.8. – 8.9.2021**



**Výzkumný  
nástroj**

**Strukturovaný dotazník o délce cca 9 minut**

# SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ

# HLAVNÍ ZÁVĚRY



**3 z 5 malých a středních firem se v současnosti zabývají trendem ESG** (Environmental, Social, Governance).



**Pokud jde o strategii digitalizace/automatizace/robotizace, 19 % malých a středních firem ji má formálně zpracovanou.** V dalších 42 % pak proces digitalizace/automatizace/robotizace probíhá bez formální strategie. Jen 12 % malých a středních firem pak uvádí, že se jich tato oblast vůbec netýká.



Největší bariéry pro úspěšnou digitalizaci/automatizaci/robotizaci firmy jsou **nedostatek kvalifikovaných zaměstnanců (37 %) a nedostatek financí (33 %).**














**Firmám chybí silné pozitivní vzory v oblasti digitalizace/automatizace/robotizace,** které by obdivovaly za jejich přístup k této problematice. Jedinou firmou, kterou takto označilo více než 3 % respondentů, je **Škoda Auto** (12 %).

# VÝSLEDKY V DETAILU

# FIRMY SI POD DIGITALIZACÍ/AUTOMATIZACÍ/ROBOTIZACÍ NEJČASTĚJI PŘEDSTAVÍ NÁHRADU LIDSKÉ PRÁCE.

## Co si firmy představí pod pojmem digitalizace/automatizace/robotizace?

v %		Obrat				
		do 5,99 mil.	6 – 10,99 mil.	11 – 100,99 mil.	101 – 300,99 mil.	301 mil. +
	Náhrada lidské práce  <b>26</b>	17	27	29	37	29
	Elektronické, online procesy  <b>18</b>	21	16	17	13	19
	Usnadnění práce  <b>15</b>	21	19	9	17	14
	Automatizace  <b>14</b>	10	7	16	23	19
	Stroje  <b>13</b>	10	19	14	3	14
	Roboti  <b>10</b>	7	10	10	17	10
	Omezení papírování  <b>10</b>	11	10	7	13	14
	Větší efektivita  <b>10</b>	13	7	7	17	10
	Zapojení počítačů  <b>8</b>	7	9	9	7	10
	Úbytek pracovníků, propouštění  <b>7</b>	7	7	6	7	10
	Zrychlení, úspora času  <b>7</b>	6	7	5	10	10

### Komentář AMSP ČR:

Poměrně správně chápou, že pomocí těchto nástrojů by mělo dojít k omezení těžké, monotónní či rutinní práce. I kvůli roztržitosti vládně-institucionální komunikaci si jen pouhých 10 % firem s digitalizací spojuje VĚTŠÍ EFEKTIVITU. To je přitom klíč k tomu, zda a jak v konkrétní firmě vlastně přistoupit k digitalizaci či k automatizačním technologiím. Stejně jako zrychlení práce /procesů a úspora času. Pokud by změna neměla přinést právě tyto efekty, nemá smysl se do ní pouštět.

Q0. Co si konkrétně představíte pod pojmem digitalizace/automatizace/robotizace ve firmách?  
N=301/72/67/111/30/21, zobrazeny odpovědi dosahující alespoň 5 %

Odpovědi více spojené s digitalizací

Odpovědi více spojené s automatizací/robotizací

# PŘIBLIŽNĚ ČTVRTINA FIREM VYUŽÍVÁ PRO FINANCOVÁNÍ INOVACÍ ÚVĚRY, STEJNÝ PODÍL VYUŽÍVÁ DOTACE.

## Jak firmy financují inovace?

v %

		Obrat				
		do 5,99 mil.	6 – 10,99 mil.	11 – 100,99 mil.	101 – 300,99 mil.	301 mil. +
Vlastní zdroje	76	75	82	71	77	81
Úvěry	28	21	16	31	50	38
Dotace	27	35	22	24	33	14
Investoři	10	8	4	14	3	14
Jiné	2	3	1	2	0	0

### Komentář AMSP ČR:

Potvrzuje se výsledek i předchozích našich průzkumů, a to, že firmy zdaleka nejčastěji – ve více než tři čtvrtinách případů – pro financování inovací preferují vlastní zdroje. Následují úvěry a dotace. Důvodů může být celá řada, ale určitě platí, že konkrétně u inovací se firmy potýkají s těžkou administrativou co se dotací týká, jednak vypsané dotační tituly často neodrážejí firemní realitu a reálný inovační proces, a jednak často docházelo k nejednoznačnému posuzování ze strany různých institucí, zda jde či nejde o inovaci. Tuto investiční nejistotu si zejména menší MSP nemohou dovolit. Současně je zřejmé, že obratově větší firmy jsou výrazně více schopné dosáhnout na bankovní financování inovací, než ty menší.

Q1. Jak ve své firmě financujete inovace (včetně digitalizace/automatizace/robotizace)?

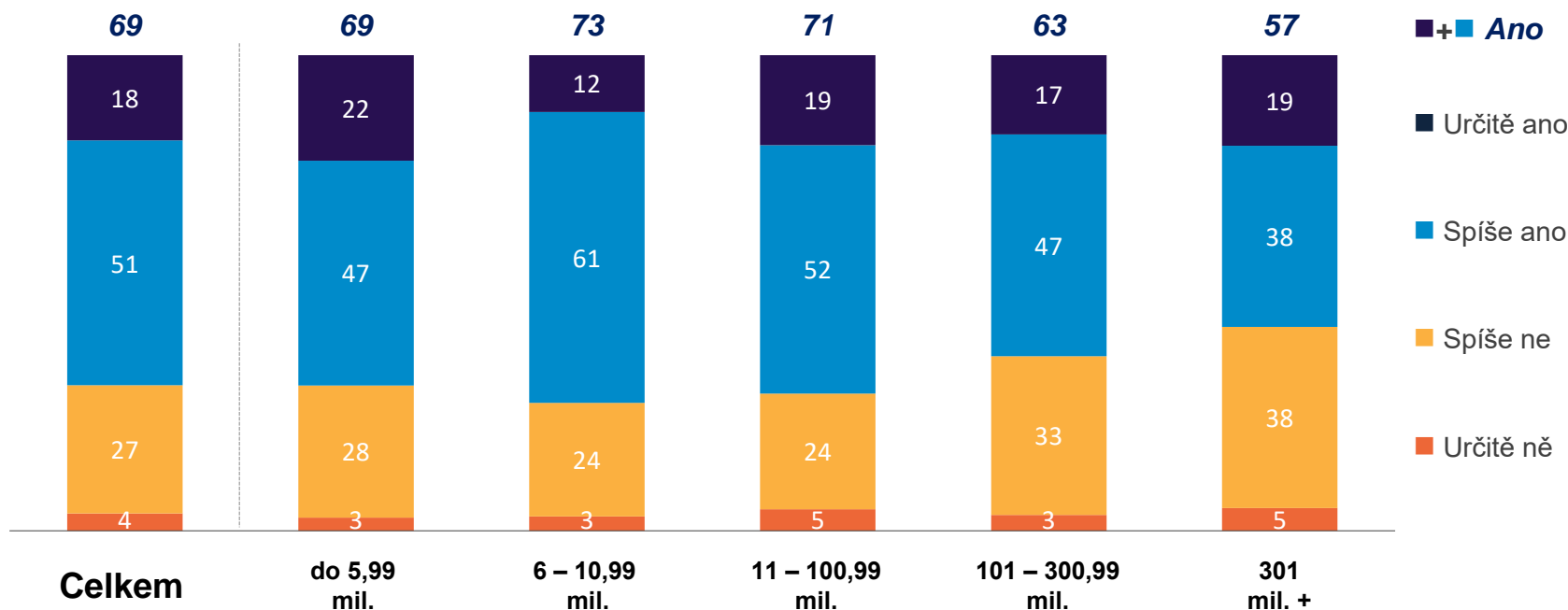
N=301/72/67/111/30/21



# DVĚ TŘETINY FIREM BY UVÍTALY VYTVOŘENÍ NOVÉ BURZY INOVATIVNÍCH FIREM/STARTUPŮ.

## Uvítaly by firmy vytvoření nového kapitálového trhu českých inovativních firem a start-upů?

v %



**Obrat**

Firmy odmítající zájem o tuto službu nejčastěji jako důvod uváděly, že to nepotřebují (42 %), ostatní typicky uváděly, že je to nezaujalo nebo to pro ně není zajímavé.

### Komentář AMSP ČR:

Firmy si uvědomují, že u nás chybí formalizované či dokonce například daňově zvýhodněné investiční financování rozvoje inovačních či začínajících firem. Usnadnilo by to jejich přístup k rozvojovým prostředkům. Taková podpora je v zahraničí poměrně běžná a AMSP ČR dlouhodobě akcentuje potřebu jednoduchého nástroje financování těchto firem. Vzorem budiž například systém britských Business Angels, kteří mají za to, že investují do rozvoje britské ekonomiky, významnější daňové úlevy. To je motivuje k tomu nenechat peníze ležet, ale investovat do zajímavých, inovativních a perspektivních firem, což zase na druhé straně posouvá danou ekonomiku dál.

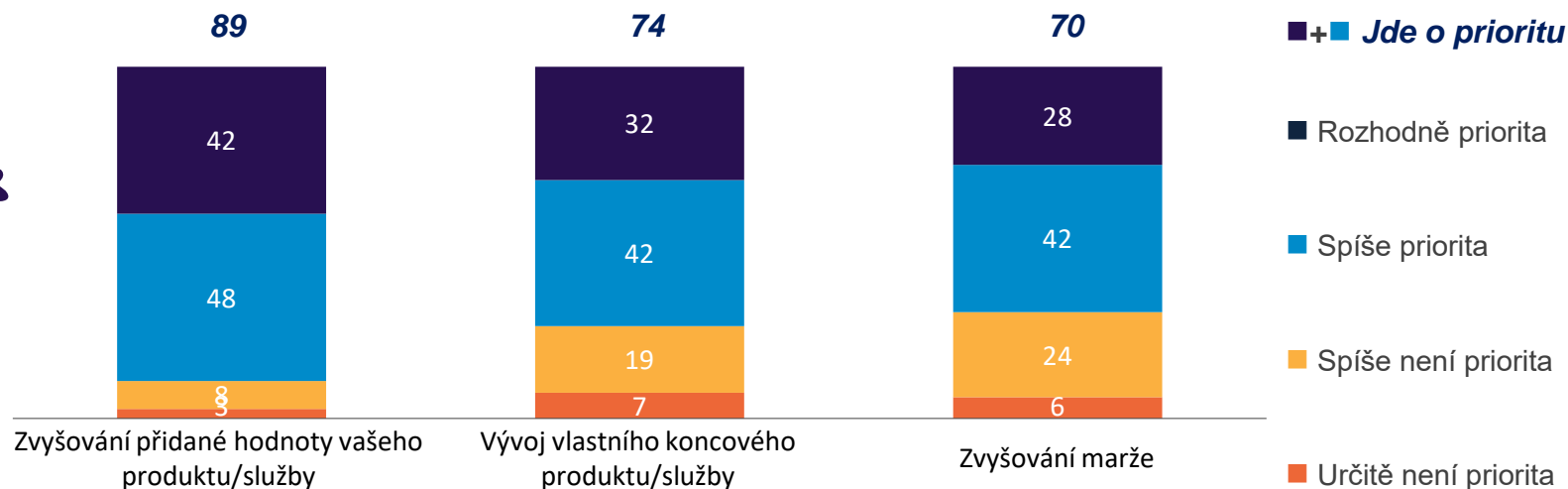
Q2. Uvítali byste vytvoření nového kapitálového trhu (burzy) českých inovativních firem a startupů, kde byste mohli získat od investorů prostředky pro svůj rozvoj?

N=301/72/67/111/30/21

# ZVYŠOVÁNÍ PŘIDANÉ HODNOTY JE V SOUČASNOSTI PRO ČESKÉ FIRMY DŮLEŽITOU PRIORITOU.

## Prioritizace jednotlivých témat

v %



Obroty (mil.)	Zvyšování přidané hodnoty vašeho produktu/služby	Vývoj vlastního koncového produktu/služby	Zvyšování marže
do 5,99 mil.	85	78	61
6 – 10,99 mil.	90	69	75
11 – 100,99 mil.	92	76	72
101 – 300,99 mil.	90	67	73
301 mil. a více	90	76	67

**Prioritizace dle obrátu v %, T2B**

### Komentář AMSP ČR:








V zásadě jde o spojené nádoby: s finálním složitějším produktem jde často ruku v ruce i vyšší přidaná hodnota, která se projevuje i ve vyšší marži, jíž lze za takový produkt účtovat. Zvyšování přidané hodnoty ke stávajícímu produktu je prioritou pro drtivou většinu: 89 % firem. Příkladem může být servis, služba nebo právě posunutí produktu do další fáze (zvýšení komplexity, složitosti, ale i udržitelnosti atp.). Výraznou nutnost posunutí / vyvinutí vlastního koncového produktu si uvědomují zejména subdodavatelské firmy, na nichž je z velké části postavená ekonomika celé naší země.

Q3. Uved'te prosím, nakolik jsou pro vás v současné době následující témata prioritou  
N=301/72/67/111/30/21

# VĚTŠINA DOTAZOVANÝCH FIREM NABÍZÍ KONCOVÉ PRODUKTY/SLUŽBY REGIONÁLNĚ/LOKÁLNĚ V ČR.

## Způsoby nabízení koncového produktu/služby

v %

		Obrat				
		do 5,99 mil.	6 – 10,99 mil.	11 – 100,99 mil.	101 – 300,99 mil.	301 mil. +
Lokálně, ve vybraných regionech ČR	 22	32	22	15	17	24
Lokálně, v rámci ČR	 37	46	37	36	33	14
V rámci EU	 16	10	16	20	20	14
V rámci celé Evropy	 5	0	3	10	0	10
Globálně	 7	4	4	4	17	24
Jiné	 0	0	1	0	0	0
nemáme vlastní koncový produkt	 13	8	15	15	13	14

### Komentář AMSP ČR:

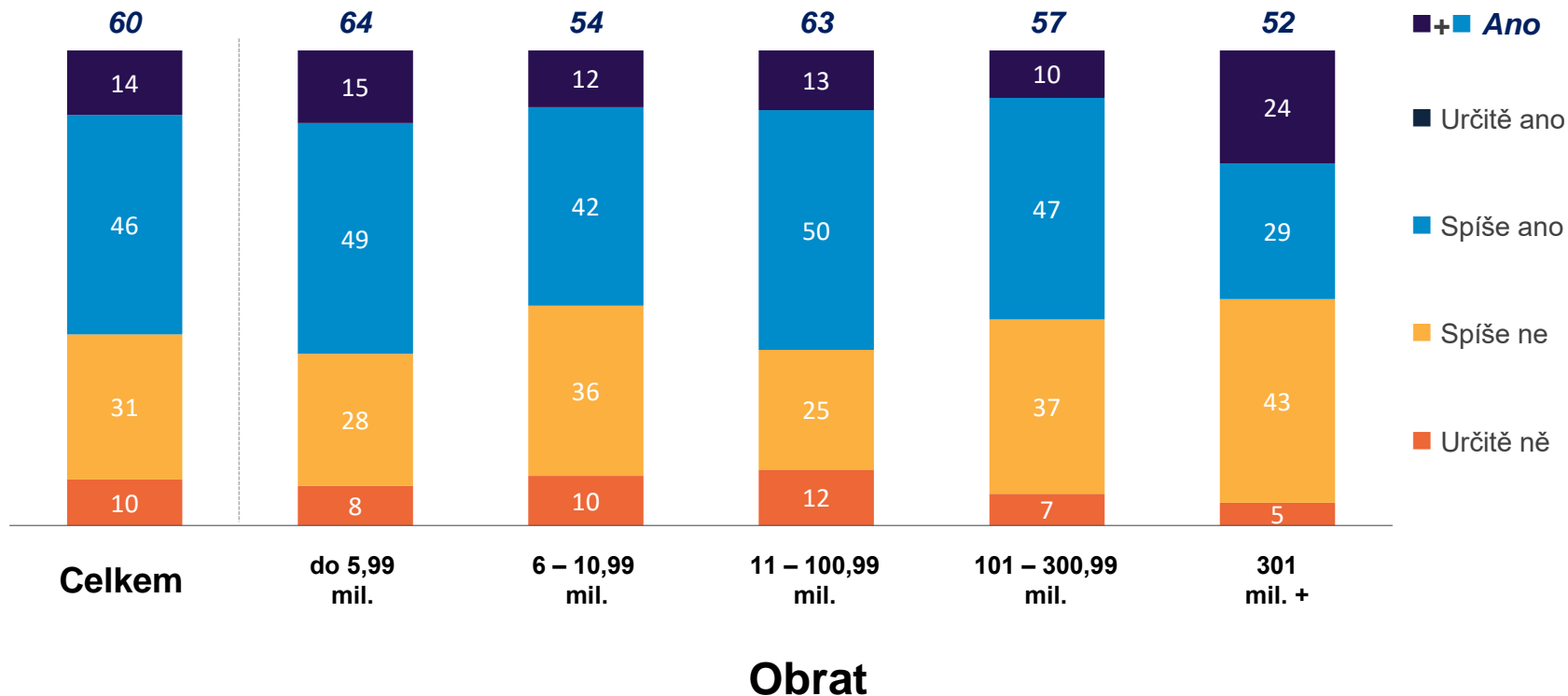
Tento průzkum sice neprokázal přímou a očekávanou vazbu mezi finálním produktem a úspěšností firmy při exportu, ale zato prokázal rozšířenou premisu, že k tomu, aby byla firma schopna prosadit se na zahraničních trzích, jsou k tomu třeba určité kapacity – personální, finanční, organizační. To v průměru výrazně lépe splňují firmy většího rozsahu. Malé firmy se více soustředí na lokální či regionální trh.

Q4. Pokud máte vlastní koncový produkt, jakým způsobem jej nabízíte?

N=301/72/67/111/30/21

# 3 Z 5 FIREM SE ZABÝVAJÍ TRENDEM ESG.

## Zabývá se firma trendem ESG? v %



### Komentář AMSP ČR:

Přestože v MSP není úplně typické nazývat uvedené udržitelné aktivity termínem ESG, přirozeně se těmito tématům z větší části věnují. Je to dáno zejména charakterem tohoto segmentu firem (MSP), které působí často regionálně výrazně, angažují se v okolním veřejném životě, zaměstnávají velkou část lidí z regionu, znají se osobně z pracovních i mimopracovních aktivit, majitel v lokalitě vyrostl, přispívají na volnočasové aktivity, dělají naprosto přirozeně aktivity typu CSR.

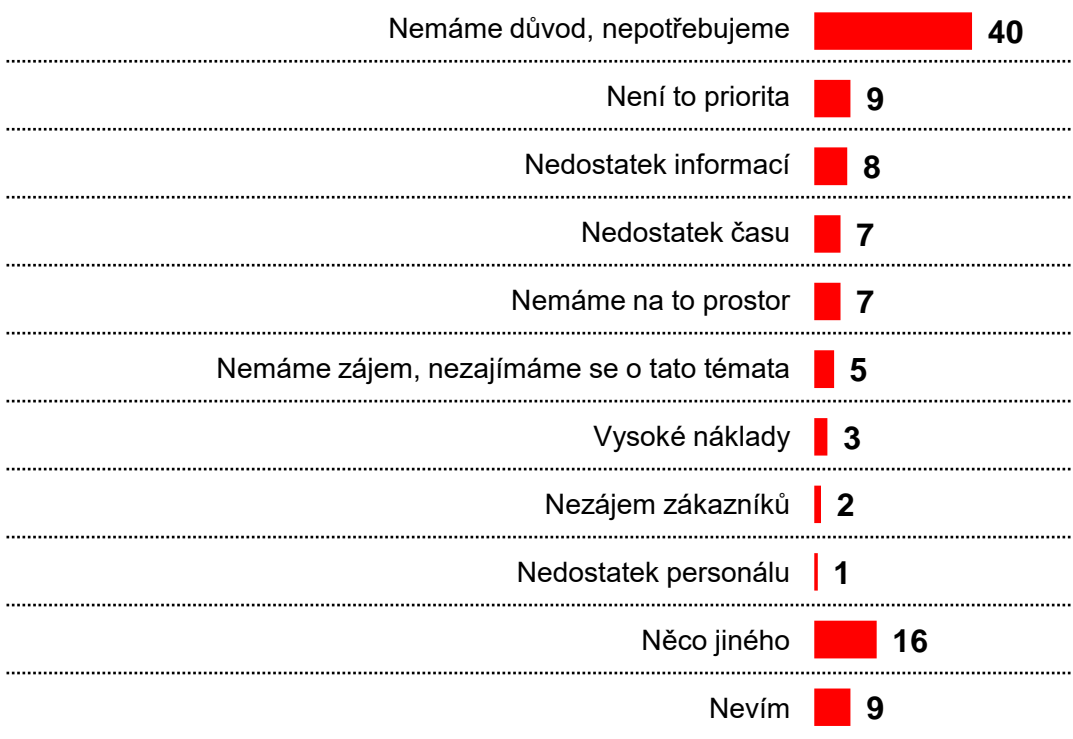
Řada firem má rovněž zavedeny mezinárodní kvalitativní normy typu ISO či TS, které v sobě prvky ESG obsahují.

Zajímavým výstupem z tohoto průzkumu se jeví trend, že čím je firma obrátově větší, tím méně je pro ni trend ESG tématem – v tomto případě by ale byl k podobnému tvrzení nutný větší statistický vzorek.

Q5. Zabýváte se ve firmě trendem ESG (Environmental, Social, Governance) neboli udržitelností podnikání nejen ve smyslu ochrany životního prostředí, ale i v dalších ohledech sociálního dopadu, rovných příležitostí atp.? N=301/72/67/111/30/21

# POKUD SE FIRMY NEZABÝVAJÍ ESG JE TO ČASTO PROTO, ŽE PRO TO NEVNÍMAJÍ ŽÁDNÝ DŮVOD NEBO POTŘEBU.

## Proč se firmy nezabývají ESG? v %, báze firmy nezabývající se ESG



„Nevidíme v tom důležitost. Kolegy motivujeme dle jejich pracovního výkonu, což považujeme za dostatečné.“

„Jako malá firma nejsme pod tlakem okolí a také si myslím, že se tak chováme i bez interních směrnic a procesů.“

„Pokud tato oblast bude pro nás výnosná určitě se jí budeme zabývat, zatím není.“

„Soustředíme se na rozvoj společnosti a získávání nových příležitostí. V dnešní konkurenci nám na řešení podobných trendů nezbyvají zdroje.“

### Komentář AMSP ČR:

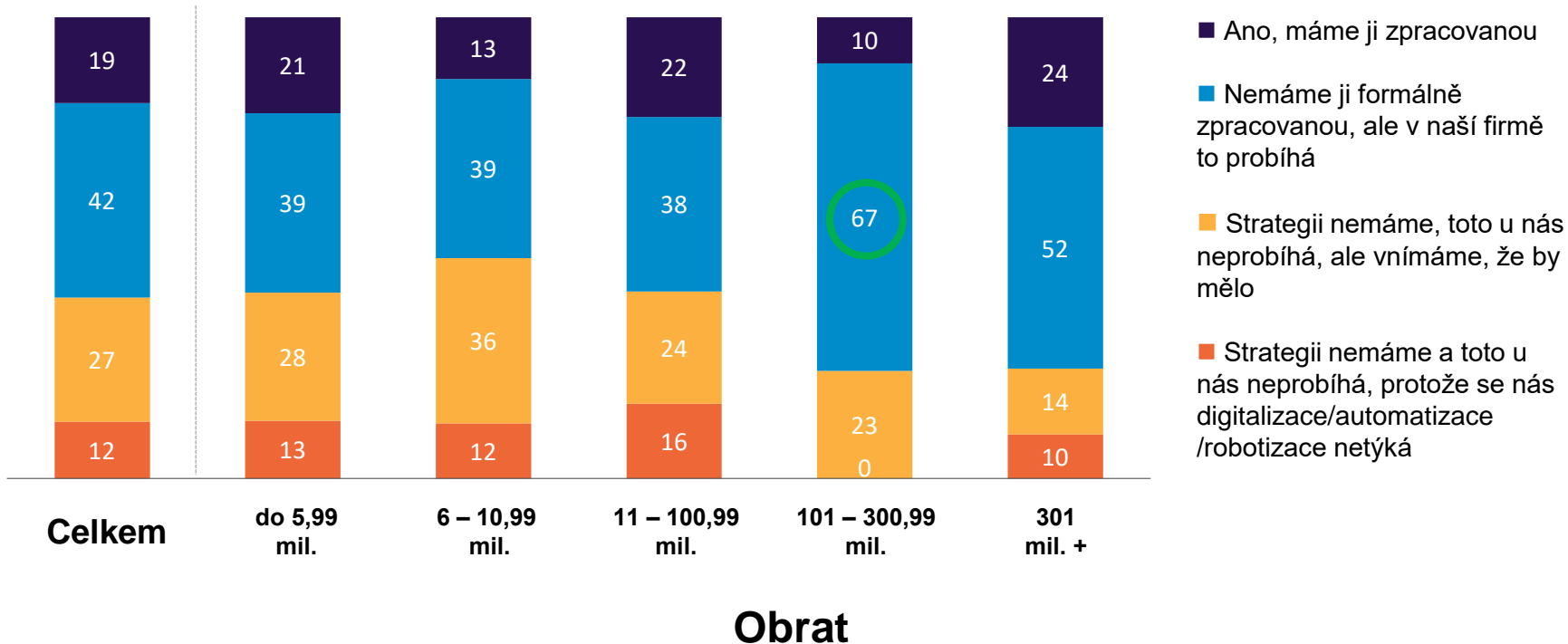
Ze slovních komentářů firem, které uvedly, že se trendem ESG nezabývají, je patrné, že odmítají další formální regulaci či požadavky ve svém podnikání, ale často tyto oblasti řeší přirozeně, aniž by vůbec o existenci trendu zvaného ESG věděly. Samozřejmě vnímají, že se svět kolem vyvíjí, a na nově přicházející výzvy reagují a reflektují je ve svém přístupu k zaměstnancům, k řízení firmy, i k okolí, ať již jde o sociální či environmentální témata. Jenom je tak nenazývají a nemají potřebu ani kapacitu se pít po definicích a globálním směřování.

Q5b. Z jakého důvodu se tímto trendem nezabýváte?  
N=121

# VE FIRMÁCH ČASTO PROBÍHÁ PROCES DIGITALIZACE/AUTOMATIZACE BEZ FORMÁLNĚ ZPRACOVANÉ STRATEGIE.

## Mají firmy zpracovanou strategii pro digitalizaci/automatizaci/robotizaci?

v %



### Komentář AMSP ČR:

Není úplně překvapením, že ve firmách MSP často není formálně zpracovaná dlouhodobá strategie věnující se specificky rozvoji digi/auto/robo-tizace. To ale neznamená, že firmy tyto aktivity neplánují. Naopak, nejde zpravidla o malé investice, a tak se v rozvojových nebo minimálně finančně-investičních plánech tyto oblasti objevují. Pravdou ale je, že v menších firmách nejsou plány či strategie nutně formalizované a jsou často tzv. v hlavě majitele, který firmu posouvá dál.

V některých firmách zase naopak existují plány např. na automatizaci, ale čeká se na vhodné načasování. Tím může být vypsání vhodného dotačního titulu, uzavření vhodného kontraktu / zakázky, která finančně investici pokryje, nebo třeba na „líbivé“ finanční výsledky, aby byla banka ochotnější investici zaúvěrovat za přijatelných podmínek. To jsou některé z faktorů, které někdy v reálu v MSP skutečně hrají roli.

Q6. Máte určenou strategii pro digitalizaci/automatizaci/robotizaci ve vaší firmě?  
N=301/72/67/111/30/21

# NEJČASTĚJŠÍM CÍLEM DIGITALIZACE/AUTOMATIZACE/ROBOTIZACE VE FIRMÁCH JE ZVÝŠENÍ PRODUKTIVITY.

## Cíle v oblasti digitalizace/automatizace/robotizace v příštím roce

v %, báze firmy, ve kterých proces probíhá

		Obrat				
		do 5,99 mil.	6 – 10,99 mil.	11 – 100,99 mil.	101 – 300,99 mil.	301 mil. +
Zvýšit produktivitu	58	53	49	58	61	94
Modernizovat IT ve firmě	48	47	60	41	35	69
Snížit byrokracii ve firmě	48	51	54	41	48	50
Získat nové zákazníky	41	47	43	39	39	31
Zvýšit kvalitu výrobků a služeb	40	44	40	39	39	38
Zlepšit zákaznickou zkušenost	28	33	9	33	35	25
Diverzifikovat příjmy	16	14	11	26	4	6

### Komentář AMSP ČR:

Zvýšení produktivity je logicky očekávaným výstupem investice do – zvláště – automatizace a robotizace. Ve chvíli, kdy už není kde snížit náklady, protože procesy jsou vyladěné, lidé skvěle zaškolení, technologie optimálně nastavená a výrobní vstupy cenově sražené na dosažitelné minimum, logickým krokem je zvýšení produktivity pomocí novějších / rychlejších technologií, zpravidla automatizovaných nebo robotických. Prakticky plošné zvýšení úrovně automatizace a robotizace v MSP alespoň na standard sousedního Rakouska by naší ekonomice výrazně pomohl konkurovat na zahraničních trzích. Velká část firem ale také očekává přínos v oblasti modernizace IT a s tím spojených procesů a administrativy, a stejně tak zvýšení kvality výrobků – zejména patrně v oblasti stability.

Q7. Jakých cílů v oblasti digitalizace/automatizace/robotizace chcete dosáhnout v příštím roce?

N=183/43/35/66/23/16, báze firmy, ve kterých proces probíhá

# NEJVĚTŠÍ PŘEKÁŽKAMI PRO DIGITALIZACI/AUTOMATIZACI/ROBOTIZACI JSOU NEDOSTATEK KVALIFIKOVANÝCH ZAMĚSTNANCŮ/FINANCÍ.

## Největší překážky v rámci digitalizace/automatizace/robotizace

V %, báze všichni kromě firem, kterých se tento proces netýká

	Obrat					
		do 5,99 mil.	6 – 10,99 mil.	11 – 100,99 mil.	101 – 300,99 mil.	301 mil. +
Nedostatek kvalifikovaných zaměstnanců	37	29	39	37	60	26
Nedostatek financí	33	48	32	30	27	11
Nejasná návratnost investice	31	33	32	30	30	26
Nedostupnost potřebných technologií	22	22	29	19	27	11
Odpor zaměstnanců k digitalizaci/automatizaci/robotizaci	21	19	15	22	23	42
Obavy z narušení kybernetické bezpečnosti	21	22	22	20	17	21
Nedostatek nápadů na implementaci	17	11	15	23	13	16
Obavy ze zhoršení zákaznické situace	14	11	10	20	7	16
Neexistence firemní strategie pro tuto oblast	13	14	10	14	7	26
Nezájem zákazníků o nová řešení	11	13	14	10	3	11

### Komentář AMSP ČR:

Zjednodušeně lze říci, že ve smyslu implementace nových technologií, nástrojů a digitalizace je pro velmi malé firmy **hlavní překážkou nedostatek či nedostupnost FINANČÍ**, zatímco větší střední firmy výrazně trápí zejména **NEDOSTATEK kvalifikovaných LIDÍ pro dané operace či technologie**.

Zajímavým momentem je **NEJASNÁ NÁVRATNOST INVESTICE**. Firmy velmi zodpovědně zvažují, zda se jim investice – nejen finanční, ale též časová, procesní, personální – vůbec vyplatí. Zejména v případě digitalizace není odhad reálné investice versus přínosu často jednoznačný a jednoduše vyčíslitelný.

Q8. Na jaké největší překážky ve vaší firmě narážíte v rámci digitalizace/automatizace/robotizace? Vyberte maximálně 3 nejzásadnější překážky. N=264/63/59/93/30/19, báze všichni kromě firem, kterých se tento proces netýká



# NEJČASTĚJŠÍ OBAVA FIREM V OBLASTI DIGITALIZACE/AUTOMATIZACE JE KYBERNETICKÝ ÚTOK NA FIRMU.

## Největší obava v oblasti digitalizace/automatizace/robotizace v %

		Obrat				
		do 5,99 mil.	6 – 10,99 mil.	11 – 100,99 mil.	101 – 300,99 mil.	301 mil. +
Kybernetický útok na firmu	30	28	19	34	27	48
Konkurence bude v této oblasti rychlejší	22	26	24	19	33	5
Vyřazení naší firmy ze stávajících dodavatelských řetězců kvůli nedostatečné digitalizaci/automatizaci/robotizaci	10	8	15	6	13	10
Převratná inovace ze strany našich konkurentů	9	11	9	11	7	0
Převratná inovace u firem mimo bor, která zasáhne naše podnikání	7	10	4	7	7	10
Jiné	1	0	3	0	0	0
Žádné z uvedených	21	17	25	23	13	29

### Komentář AMSP ČR:

Nejčastější obavou firem ve vazbě na digitalizaci je kybernetický útok. Firmy cítí, že by mohly být zvýšením své úrovně digitalizace zranitelnější. Patrně k tomu přispívá i fakt, že veškeré směřování a **podpora státu ve smyslu digitalizace je zaměřená výhradně na CLOUDOVÁ řešení**. Řada firem by se přitom jen nerada vzdávala vlastních serverů apod. I tam pochopitelně existuje riziko, ale je výrazně eliminováno. Firmy si uvědomují, že seriózní **kyber útok na jejich systémy by mohl (na rozdíl od institucí) mít fatální důsledky**, trh a konkurence totiž zahálet nebudou a žádný time-out rozhodně neposkytnou.

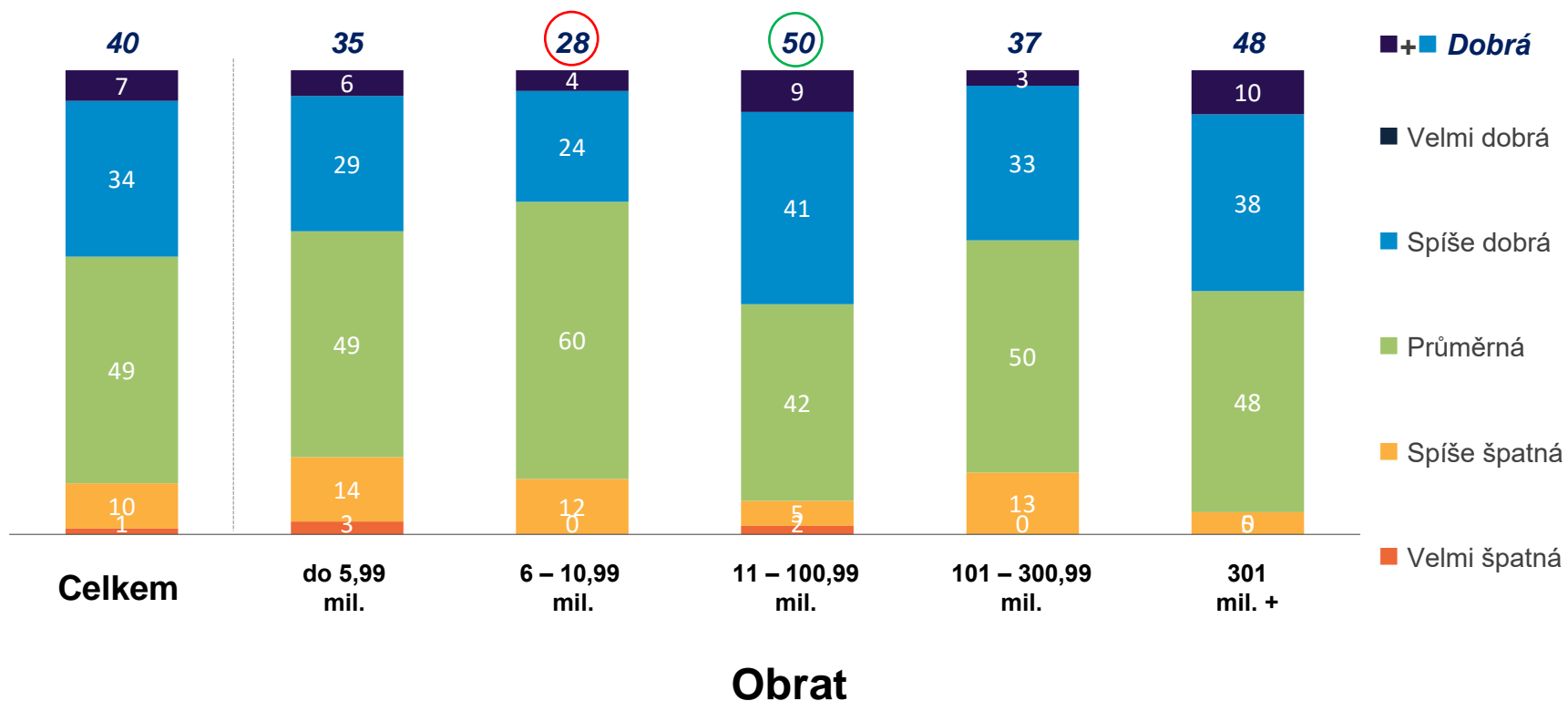
Q9. Jaké vnější hrozby se v oblasti digitalizace/automatizace/robotizace nejvíce obáváte v příštích 12 měsících?

N=301/72/67/111/30/21

# FIRMY VĚTŠINOU HODNOTÍ SVOU VYSPĚLOST V OBLASTI DIGITALIZACE/AUTOMATIZACE/ROBOTIZACE PRŮMĚRNĚ NEBO DOBŘE.

## Hodnocení vlastní vyspělosti v digitalizaci/automatizaci/robotizaci oproti konkurenci

v %



### Komentář AMSP ČR:

Ve srovnání s konkurencí se firmy většinou hodnotily srovnatelně. Samozřejmě jsme nezkoumali, jak vzdálenou konkurenci respondenti mají, ale faktem je, že minimálně ve smyslu automatizace a robotizace české firmy za západními sousedy včetně Rakouska zatím ve většině výrob v průměru pokulhávají.

Q10. Jak hodnotíte vyspělost vaší firmy v oblasti digitalizace/automatizace/robotizace ve vztahu ke konkurenci?  
N=301/72/67/111/30/21

# JAKO NEJČASTĚJŠÍ ZDROJ INFORMACÍ K TÉMATU UVÁDĚJÍ FIRMY JEDNOZNAČNĚ INTERNET.

## Zdroje informací k digitalizaci/automatizaci/robotizaci

V %, báze všichni kromě firem, kterých se tento proces netýká

		Obrat				
		do 5,99 mil.	6 – 10,99 mil.	11 – 100,99 mil.	101 – 300,99 mil.	301 mil. +
Internet	50	51	52	50	43	43
Cizí firmy	13	8	19	12	17	5
Odborníci	8	11	6	5	7	14
Odborná literatura, články, odborné časopisy	6	6	6	6	7	10
Semináře, webináře	5	7	1	3	13	10
Interní systémy, interní zdroje	5	3	4	7	3	5
Všude, kde se dá, různě	5	4	3	5	3	14
Školení, vzdělávání, kurzy	5	4	4	5	0	10
Veletřhy	4	1	3	5	10	10
Kongresy, konference	4	3	6	2	10	0
Poradci, poradenství	3	3	1	2	13	0

### Komentář AMSP ČR:

K tématu firmy nejčastěji hledají informace na internetu, a až s velkým odstupem se inspirují u jiných firem. Nicméně signálem, že sdílení tzv. best-practice má svou hodnotu, to bezesporu je.

Není bez zajímavosti, že inspiraci a informace hledá jen velmi málo firem na veletrzích, které v minulosti naopak sloužily jako jeden z dominantních nástrojů k šíření povědomí o nejnovějších trendech a technologických novinkách. Pravdou je, že v posledních dvou letech veletržní průmysl prakticky padl a adresáti začali logicky kompenzovat jinde a jinak.

Q11. Kde získáváte informace k digitalizaci/automatizaci/robotizaci?  
N=301/72/67/111/30/21

# DVĚ TŘETINY FIREM NEBYLY SCHOPNY JMENOVAT SPOLEČNOST, KTEROU BY VNÍMALY JAKO POZITIVNÍ VZOR V DIGITALIZACI.

## Firma obdivovaná za přístup v digitalizaci/automatizaci/robotizaci

v %



12 %

Google

3 %



3 %

amazon

2 %

alza.cz

2 %

65 % nevedlo žádnou firmu, která by byla pozitivním vzorem v digitalizaci/automatizaci/robotizaci.

### Komentář AMSP ČR:

I kvůli nejasné definici, co je v kterém oboru vlastně „vrcholem digitalizace“, se firmám obtížně hledá piedestal s někým, ke komu vzhlížet a usilovat o přiblížení.

Jen 12 % respondentů si vzpomnělo na medializované automatizované linky a robotizovaná pracoviště Škodovky, ale pochopitelně je u nás poměrně málo firem, které by se tomuto gigantu blížilo, a například se dokázalo ztotožnit.

Na druhé straně je třeba přiznat, že dodavatelé takto významných korporátů mají zpravidla digitalizované procesy, a to na velmi dobré úrovni.

Q12. Jakou firmu obdivujete za její přístup k digitalizaci/automatizaci/robotizaci?

N=301

# FIRMY NEJČASTĚJI Z DANÉ NABÍDKY VYBÍRALY DIGITALIZACI JAKO TÉMA, KTERÉ BY MĚL STÁT ŘEŠIT/PODPOROVAT.

## Která témata by měl řešit/podporovat stát?

v %		Obrat					
		do 5,99 mil.	6 – 10,99 mil.	11 – 100,99 mil.	101 – 300,99 mil.	301 mil. +	
	Digitalizace	44	46	43	41	43	57
	Podpora firem s finálním produktem a vysokou přidanou hodnotou	35	32	40	35	37	29
	Propojování s inovačními centry, výzkumem, testbedy, vysokými školami	31	35	37	29	17	29
	Automatizace, robotizace	29	28	27	27	40	38
	Sdílení zkušeností úspěšných podnikatelů	29	36	25	32	17	19
	Vývoj finálních produktů ve firmách	26	28	15	35	13	29
	ESG (Environmental, Social, Governance) - udržitelnost	25	35	22	18	27	29
	Podpora vzniku nového kapitálového trhu	13	21	10	11	7	10

### Komentář AMSP ČR:

Zajímavým výstupem je, že o podporu digitalizace mají zdaleka největší zájem právě ty největší firmy (nad 300 mil. obratu). Lze ale předpokládat, že minimálně část z nich ono dotazované digi-řešení vidí v **digitálním propojení podnikatelů a státu**, který je zatím podle analýz Světové banky (Doing business) daleko za privátním sektorem, a tím, že státní správa nemá žádný konsolidovaný systém, **zvyšuje úroveň byrokracie v zemi.**

Vzhledem k charakteru zkoumaného vzorku respondentů a **vysoké preference podpory AUTOMATIZACE a ROBOTIZACE** je evidentní, že drtivá většina firem ve zpracovatelském průmyslu by právě o takovou podporu stála. Asi čtvrtina firem – v segmentu firem s obratem do 100 mil. dokonce více než třetina – by uvítala **podporu státu vedoucí k vyvinutí FINÁLNÍHO PRODUKTU**, protože to je prakticky jedna z mála cest, jak se vymanit z okovů subdodavatelské ekonomiky s nižší přidanou hodnotou.









Q13. Které z těchto témat by měl podle Vašeho názoru v České republice stát řešit/podporovat?

N=301/72/67/111/30/21

# DIGITALIZACE JE TAKÉ TÉMA, U KTERÉHO BY FIRMY NEJČASTĚJI UVÍTALY, KDYBY SE MU VĚNOVALA JEJICH BANKA.

## Kterému tématu by se měla věnovat banka firmy?

v %

		Obrat				
		do 5,99 mil.	6 – 10,99 mil.	11 – 100,99 mil.	101 – 300,99 mil.	301 mil. +
Digitalizace	 23	21	18	25	20	33
Podpora firem s finálním produktem a vysokou přidanou hodnotou	 16	18	21	12	17	10
Propojování s inovačními centry, výzkumem, testbedy, vysokými školami	 13	17	19	9	10	5
Sdílení zkušeností úspěšných podnikatelů	 13	10	12	12	23	14
Automatizace, robotizace	 10	7	7	14	10	10
Vývoj finálních produktů ve firmách	 10	11	9	12	7	5
Podpora vzniku nového kapitálového trhu	 9	11	4	8	10	14
ESG (Environmental, Social, Governance) - udržitelnost	 8	6	9	9	3	10

### Komentář AMSP ČR:

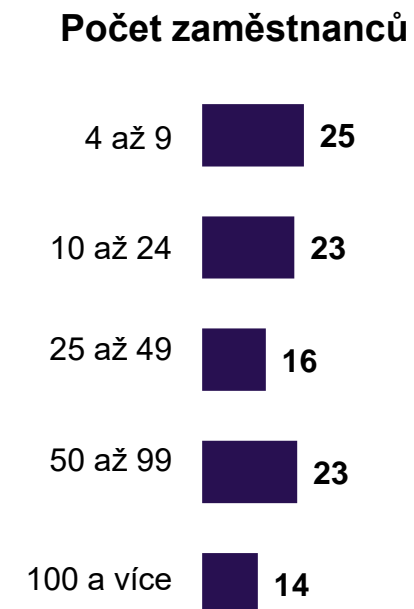
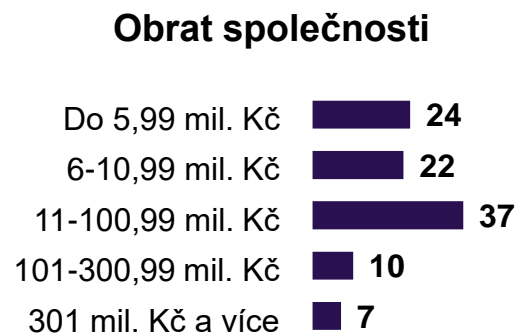
Firmy evidentně u bank oceňují digitální postupy, vzdálený přístup a eliminaci nutnosti osobní přítomnosti v bance. Zajímavé je, že by si firmy přály, aby banky byly místem zprostředkování výměny zkušeností úspěšných podnikatelů. To někdy tzv. komerční centra bank skutečně pro své vybrané klienty v nějaké formě dělají.

Poměrně výrazný rozdíl je v preferenci propojování s výzkumem a vysokými školami: zatímco téměř pětina velmi malých firem by si to přála, firmy s obratem nad 300 mil. by tímto směrem šly jen v 5 %. Důvodem může být již absolvovaná zkušenost s takovou spoluprací v minulosti (u větších subjektů), ale mohou to být rovněž vlastní kapacity pro výzkum či vývoj bez potřeby zapojení externích či akademických subjektů.

Q14. Kterému z uvedených témat byste chtěli, aby se věnovala vaše banka? Vyberte prosím jedno téma, které považujete za nejvhodnější.  
N=301/72/67/111/30/21

# STRUKTURA VZORKU

# STRUKTURA VZORKU



N=301



# KONTAKTY

# KONTAKTY



**JAN POLÁK**

Account Director  
Ipsos Customer Experience

✉ jan.polak@ipsos.com

☎ +420 603 532 920



**JAN HUMHEJ**

Associate Director  
Ipsos Customer Experience

✉ jan.humhej@ipsos.com

☎ +420 602 789 565



**TOMÁŠ MACKŮ**

External Affairs  
Director

✉ tomas.macku@ipsos.com

☎ +420 774 646 799

Na Příkopě 22, Slovanský dům, 110 00, Praha 1

[www.ipsos.cz](http://www.ipsos.cz)

[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)