



ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH  
PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR

ČESKÁ  
spořitelna

## Digitalizací se v r. 2023 zabývaly tři čtvrtiny domácích firem. Nesmí ale podceňovat kyberbezpečnost.

**Praha, 9. ledna 2024 – Tři čtvrtiny domácích firem v loňském roce posílily vlastní digitalizaci. Nejčastějším důvodem bylo umožnit zaměstnancům vzdálenou práci z domova (home office). Rychle se zvyšuje i obliba zavádění automatizační technologií a používání digitálních platebních systémů. Například popularita virtuálních platebních karet již překonává klasické plastové karty. Vyplývá to z průzkumu, který pro Asociaci malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) uskutečnila v listopadu 2023 agentura IPSOS na vzorku 300 malých a středních podniků.**

Průzkum mezi manažery a vlastníky společností se zaměřil na aktuální přístup firem k inovacím založeným na digitalizaci, a také na využívání digitálních bankovních nástrojů.

České malé a střední podniky jsou velmi ochotné k zavádění digitalizace, moderních online bankovních postupů a k dalším inovacím. Očekávají od nich snižování nákladů a vyšší schopnost uspokojit zákazníky.

*„Výzkum potvrdil, že hlavním měřítkem pro malé a střední podniky je při posuzování potřeby inovací potenciál snížení nákladů,“* shrnul předseda představenstva AMSP ČR **Josef Jaroš**. Podle něj nejde samozřejmě o nijak šokující zjištění, malí a střední podnikatelé mají tradičně optiku nastavenou právě tímto přímočaře racionálním způsobem. Zajímavé přitom je, že v segmentu zkoumaných podniků nebyl v dané věci nalezen žádný zásadnější rozdíl mezi firmami podle velikosti. *„Asi bychom to mohli brát jako potvrzení, že racionální přístup založený na selském rozumu je v českém podnikatelském prostředí velmi silný. Podnikatelé a firmy jsou připraveni na inovace a změny, ale musí v nich vidět potenciál a logiku pro podnikání. Nedůvěra ve změny bez definovatelných úspor, které jsou založené pouze na předpokladech a doufáních, je skutečně značná,“* dodává k výsledkům průzkumu **Pavla Břečková**, místopředsedkyně představenstva AMSP ČR.

Vedle nejčastěji zmiňovaného snižování nákladů společnosti od změn očekávají lepší schopnost uspokojit přání a potřeby zákazníků a s tím spojený růst obrátu, vyšší efektivitu a produktivitu práce. Výzkum nijak nepotvrdil, že by společnosti byly ke změnám nuceny tlakem okamžitých okolností, jako byl v minulosti COVID nebo nyní energetická krize. Dotázaní pociťují potřebu inovací jako výsledek středně a dlouhodobých procesů a nutnosti posílení vlastní konkurenceschopnosti.

S tím souvisí i další závěr výzkumu, že malé a střední podniky vítají postupující digitalizaci bankovníctví. Například u bankovních karet roste preference virtuálních karet místo tradičních plastových. Mimo jiné šedesát procent firem sdělilo, že v případě stejného poplatku za plastové a virtuální karty by preferovalo virtuální variantu.

Stejně tak se potvrdilo, že více než 8 z 10 firem upřednostňuje on-line podepisování bankovní dokumentace před klasickým podpisem v pobočce banky, a přibližně polovina pak preferuje jednoduchou autorizaci transakcí prostřednictvím scanu prstu či obličeje v mobilním telefonu před použitím USB klíče nebo čipové karty.

Upřednostňování digitálních nástrojů se propisuje také do otázky multibankingu, tedy možnosti ovládat více bankovních produktů od různých bank z jednoho místa – to by preferovaly téměř dvě třetiny dotázaných.

Částečně překvapující je, že téměř polovina firem by upřednostnila „pohodlí“ před „bezpečností“ i v případě autorizování plateb, kdy by po přihlášení do internetového bankovníctví z běžného místa a známého zařízení (např. počítače v kanceláři) platily částky v obvyklé výši bez dodatečné autorizace. Nejvíce překvapujícím zjištěním ale je, že celá polovina oslovených firem by si dokázala představit komunikaci s bankou prostřednictvím AI avatara, ať už formou videohovoru nebo chatu.

*„Přestože jsou poradenské schůzky s „živými“ bankéři pro firmy stále zásadní, je zjevné, že důvěra firem v digitální nástroje rychle roste. Rychlý rozvoj digitalizace jednoznačně podporuje efektivitu firem, je ale nezbytné nezapomínat ani na bezpečnost a nepodceňovat autorizační mechanismy,“* zdůraznil **Tomáš Kamenec**, manažer firemního digitálního bankovníctví v České spořitelně.

<p><b>AMSP ČR</b> sdružuje od roku 2001 na otevřené, nepolitické platformě malé a střední podniky, živnostníky i spolky. Je hlavním reprezentantem nejširšího podnikatelského segmentu v ČR, vedle legislativy, exportu, inovací, vzdělávání a financování MSP se zaměřuje na rodinné firmy, řemeslníky, začínající podnikatele, lokální producenty a pěstitele, malé obchodní a gastro provozovny, podnikatele 55+, ženy v podnikání a podnikatele na venkově. <a href="http://www.amspcz.cz">www.amspcz.cz</a>.</p>
---