

Domácí firmy se vezou na moderní vlně

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 automatizačních technologií a používání digitálních platebních systémů. Například popularita virtuálních platebních karet již překonává klasické plastové karty.

TEXT Redakce **FOTO** Shutterstock

Průzkum agentury IPSOS 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 snížení 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 Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (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 potvr-



dilo, 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 obličejů 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 nepamínat ani na bezpečnost a nepodceňovat autorizační mechanismy,“ zdůraznil Tomáš Kamenec, manažer firemního digitálního bankovníctví v České spořitelně. ✕