

Digitalizace českých firem: většina si vystačí sama, ale chybí kvalifikovaní odborníci i lepší podpora státu

Praha, 4. 12. 2024 – Využívání digitálních technologií mezi českými malými a středními podniky (MSP) narůstá, avšak s rozdílnou intenzitou a prioritami. Nový průzkum agentury IPSOS pro Asociaci malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) ukazuje, že zatímco oblasti jako účetnictví nebo fakturace jsou již z velké části digitalizované, oblasti jako e-commerce nebo řízení lidských zdrojů mají v jejich digitalizaci ještě rezervy. Klíčovými překážkami dalšího rozvoje digitalizace jsou nedostatek kvalifikovaných IT odborníků a obavy o bezpečnost dat a pro menší firmy zejména srozumitelnost nabídek. Téměř dvě třetiny podniků hodnotí státní podporu jako nedostatečnou, proto také plánují financovat digitalizaci z vlastních zdrojů. Průzkum byl realizován v rámci hlavního ročního projektu AMSP ČR „Rok nové energie 2024“.

Hlavním cílem výzkumu bylo zmapovat využívání digitálních technologií v malých a středních podnicích, identifikovat jejich plány a cíle v oblasti digitalizace, odhalit vnímané překážky a hrozby a zjistit, jak hodnotí státní podporu v této oblasti.

Průzkum ukázal, že české malé a střední podniky podnikají první kroky k digitalizaci, ale čelí mnoha překážkám, včetně nedostatečné podpory státu. Využití technologií, jako je AI nebo cloudové služby, zůstává často výsadou větších firem, zatímco menší podniky se soustředí na jednodušší a praktická řešení, která mají přímý dopad na jejich každodenní činnost. Často však nerozumí „IT jazyku nabídek“ a nejsou schopni se v nich zorientovat.

Digitalizace účetnictví a fakturace je prioritou. Téměř polovina (49 %) českých MSP již plně digitalizovala procesy spojené s účetnictvím a fakturacemi. Jen 6 % firem tento krok nezvažuje. Naopak oblasti jako řízení lidských zdrojů (HR) a e-commerce zůstávají méně digitalizované, přičemž u malých firem až 46 % z nich neplánuje využití digitálních nástrojů pro HR.

Kyberbezpečnost je u malých a středních podniků na vzestupu. 35 % středně velkých firem již implementovalo digitální technologie pro ochranu dat a dalších 33 % je aktuálně zavádí. U menších firem jsou čísla nižší – kyberbezpečnostní opatření zavedlo 21 % firem, což ukazuje na rozdíl v prioritách i finančních možnostech. *„Zde je situace na trhu práce dlouhodobě stejná - nedostatek IT odborníků. Trend přesouvání této oblasti do úrovně externích služeb je řešením, ale vždy to souvisí s ochotou financování (resp. poměru rizika možných ztrát/ochrany dat, systémů). Nedostatek odborníků je však i ve specializovaných IT firmách, tedy „čekací“ doba bývá dlouhá. Na druhou stranu faktory jako odpor zaměstnanců, málo informací, nejasná strategie, malá podpora managementu apod. – to jsou nástroje zcela v rukou firem, velkou část zvládnou i bez vysoce specializovaných odborníků v IT, se svým „základním“ IT odborem“*, komentuje výsledky průzkumu místopředseda představenstva AMSP ČR **Pavel Vokáč**.

„Nejčastějšími oblastmi, ve kterých firmy zavádí digitální technologie je účetnictví, fakturace a kyberbezpečnost. Toto zjištění potvrzuje skutečnost, kterou vnímáme rovněž jako zásadní při poskytování našich bankovních služeb prostřednictvím internetového či mobilního bankovníctví. Tedy propojení s firemními ERP systémy a využívání nejmodernějších bezpečnostních protokolů či šifrovacích technologií pro zajištění maximální bezpečnosti před stále čtenějšími podvody či kybernetickými útoky“ uvádí k průzkumu **Blanka Svobodová**, která je zodpovědná za korporátní strategii a financování v Komerční bance.

Cloudové technologie nejsou prioritou. Až 45 % podniků vůbec neuvažuje o zavedení cloudových technologií. Jako hlavní důvod firmy uvádějí, že je zatím nepovažují za potřebné (28 %) nebo spoléhají na vlastní servery (15 %). „Firmy stále často spoléhají na vlastní servery nebo cloud nepovažují za potřebný. Opačný trend je možné pozorovat u umělé inteligence, která je nejčastěji využívána pro automatizaci a analýzu dat. Ovšem stejně tak, jako u cloudových technologií se stále firmy obávají vyšších nákladů a nejistých přínosů“, říká **Jan Kodet**, Co-founder PKF APOGEO Systems s.r.o.

Umělá inteligence láká větší firmy, malé váhají: AI již implementuje nebo plánuje zavést 36 % podniků, především pro automatizaci procesů (31 %) a analýzu dat (30 %). Naopak 36 % firem o AI vůbec neuvažuje, především kvůli obavám z nákladů a přínosů.

Financování těchto kroků je převážně z vlastních zdrojů. Až 75 % podniků hodlá digitalizaci financovat výhradně z vlastních zdrojů. Pouze 7 % firem digitalizaci vůbec neplánuje. Ve výrobním sektoru se však téměř 30 % firem spoléhá na dotace, což ukazuje na vyšší finanční náročnost těchto projektů. „Typickou motivací MSP jsou ryze praktické přínosy, a to zejména zvýšení efektivity a produktivity za současně snížených nákladů. Jinak to firmám dává jen malý smysl – návratnost investice je jeden z prvořadých kritérií při jejich rozhodování“, uvádí k výsledkům místopředsedkyně představenstva AMSP ČR **Pavla Břečková**.

Státní podpora? Nedostatečná. Téměř dvě ze tří firem hodnotí státní podporu digitalizace jako nedostatečnou. Malé podniky kritizují především byrokratickou zátěž a složitost komunikace s úřady.

Orientace v nabídkách je pro menší firmy velice složitá a obtížná. Demonstrace úspěšných implementací může u některých firem snížit odpor k novinkám. Klíčová je komunikace „jazykem byznysu“, nikoliv technologií. „S digitalizací jsou spojeny nejen finanční náklady, ale i určitá znalostní úroveň. Ne vždy jsou nabídky dodavatelů srozumitelné. Téměř polovina malých firem se v nabídkách orientuje velmi obtížně nebo vůbec, pro dalších 40 % je to dost složité a moc jim nerozumí. Na základě toho je i pochopitelné, že se malé firmy bojí, resp. jsou velmi opatrné investovat vyšší částky do něčeho, čemu vlastně ani úplně nerozumí. U firem větších, které mají i své IT oddělení, se tento problém ale objevuje také, a to dokonce v celých 25 %. Lze tedy konstatovat, že pro rychlejší digitální transformaci musí dodavatelé digitálních technologií najít řešení, jak potenciálním uživatelům vysvětlit v jednodušší formě jejich řešení“, uvádí člen dozorčí rady AMSP ČR **Evžen Reitschläger**.

„Průzkum podtrhuje současný trend, kdy většina malých a středních podniků vnímá potřebu digitalizace, zároveň jsou zde přetrvávající obavy a překážky, jako například nedostatek IT odborníků či závislost na moderních technologiích a ochrana dat. Digitalizace je však nezbytností, a to nejen z pohledu zvýšení efektivity či snížení nákladů, což si podniky

uvědomují, ale i vzhledem k nedostatku pracovních sil na trhu. Naším cílem je zvyšovat povědomí o přínosech digitalizace podnikatelského sektoru a překonávat bariéry technologické transformace, což jsou i témata roadshow Digitalizace MSP a výsledky průzkumu nám pomohou ještě lépe připravit další ročníky,“ uvedl **René Samek**, ředitel Odboru inovací v agentuře CzechInvest.

Digitální strategie je pro MSP výzvou. Pouze 12 % podniků má jasně definovanou digitální strategii, přičemž větší podniky jsou v této oblasti dál než malé. Zatímco téměř 20 % středně velkých firem již strategii zavedlo, u malých podniků je to pouze 5 %. Nicméně u 41 % menších podniků na strategii pracuje, což naznačuje pozitivní trend.

Zásadní jsou překážky a hrozby. Firmy se potýkají nejen s nedostatkem IT odborníků, který zmínilo 29 % respondentů, ale také s obavami z úniku dat (29 %) a výpadků IT systémů (30 %). Až 28 % podniků se obává měnících se regulací v oblasti digitálních technologií.

Digitalizace přináší firmám zejména zvýšení efektivity a produktivity při současném snižování nákladů. Významným trendem je také nárůst využívání elektronických podpisů – ty dnes patří mezi nejrozšířenější digitální nástroje, přesto je stále nepoužívá každý desátý podnik.

„Digitální podpis se v posledních letech stává standardem i v malých a středních podnicích. Ve Škoda Auto se v rámci strategie paperless zabýváme aktivně i tímto tématem. Pro naše partnery v prodejní a servisní síti implementujeme do našeho DMS (Dealer Management System) tzv. zaručený elektronický podpis, který je nejčastěji používaným řešením podepisování dokumentů ze strany zákazníků,“ potvrzuje **Nicola Koldová**, vedoucí Rozvoje strategie a obchodní sítě ČR ve Škoda Auto.

AMSP ČR 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.
www.amsp.cz



**ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH
PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR**



Partneři projektu Rok nové energie 2024:

Generální partner



Partner



Odborní partneři



Mediální partneři

