

ROK AI 2026

Závěrečná zpráva

Únor 2026

© Ipsos pro AMSP | Rok AI 2026 | 02/2026 | Confidential



Realizátor projektu Rok AI 2026:



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

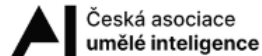


Partneři projektu Rok AI 2026:

HLAVNÍ PARTNEŘI



ODBORNÍ PARTNEŘI



PODPOROVATELÉ



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI



Pozadí výzkumu

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.

Cílem výzkumu bylo zmapovat reálný stav a potřeby českých firem v oblasti umělé inteligence, přičemž důraz byl kladen primárně na nástroje generativní AI pro tvorbu obsahu a analýzu dat. Výsledná zpráva poskytuje ucelený přehled o míře adopce těchto technologií, identifikuje hlavní bariéry jejich zavádění a odhaluje investiční plány podnikatelů a firem do budoucna.



Téma výzkumu a metodologie



Téma výzkumu

Výzkum mapuje aktuální stav a potřeby českých firem v oblasti generativní umělé inteligence. Šetření se primárně zaměřilo na úroveň digitální zralosti podniků a konkrétní míru adopce AI nástrojů, od prvotního testování až po systematickou integraci do firemních procesů.

Detailně je hodnoceno praktické využití v odděleních jako marketing či administrativa, a to včetně nastavení bezpečnostních pravidel a práce s firemními daty.

Závěrečná část analýzy identifikuje hlavní bariéry zavádění, očekávané přínosy a plány firem v oblasti investic a lidských zdrojů pro nadcházející období.



Metodologie

Strukturovaný dotazník o délce do 10 min.

- **Cílová skupina:** majitelé, jednatelé nebo ředitelé mikro, malých a středních podniků (0-250 zaměstnanců).
- Mix segmentů a velikostí podniků
- Všechny zobrazené **signifikance na 90% hladině** významnosti



Velikost vzorku

Vzorek o velikosti 201 respondentů

- **OSVČ** – 51 respondentů
 - V dílčích analýzách zařazeno v rámci mikro podniků
- **Firmy** – 150 respondentů
- **Podle velikosti firmy**
 - Mikro podniky (0 – 10 zaměstnanců) – 61 respondentů
 - Malé podniky (11 – 50 zaměstnanců) – 70 respondentů
 - Střední podniky (51 – 250 zaměstnanců) – 70 respondentů
- **Podle segmentu**
 - Výroba a průmysl - 82 respondentů
 - Obchod - 47 respondentů
 - Služby - 72 respondentů

Výzkum proběhl s využitím Ipsos B2B panelu

SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ

01

Digitalizace jako motor růstu

Většina trhu stagnuje a řeší hlavně rostoucí náklady a byrokracií. Tahouny růstu jsou středně velké a digitalizované podniky, které fungují jako inovační lídři. Zatímco tyto firmy si uvědomují své případné digitální zaostávání, mikro podniky a výrobní firmy často uvízly v neutrální zóně a žijí v iluzi, že se jich nutnost inovací netýká.

Firmy vnímají AI pragmaticky (zrychlení práce, automatizace), ale konkrétní představy jsou stále roztříštěné. Lídry v testování jsou malé a střední firmy – čím větší a digitalizovanější podnik, tím lepší má s AI zkušenost. Naopak pětina mikro podniků a OSVČ téma ignoruje. Brzdí je strach o data, neznalost nebo pocit, že jde jen o módní bublinu.

Trhu vládne ChatGPT. Segment služeb preferuje Gemini, zatímco obchod a velké firmy sází na Copilot (ti, co automatizují, kombinují vše). Zásadním motorem adopce AI je tlak konkurence, který pociťují hlavně rostoucí a digitalizované firmy. Z dat ale plyne jasné varování: živelné používání AI bez pravidel firmám nepomáhá, naopak umocňuje jejich pocit technologického zaostávání.



Jak firmy reálně využívají a řídí AI

Firmy nasazují AI primárně na viditelné výstupy (tvorba obsahu, překlady, vizuální AI ve službách). Trhu dominuje ChatGPT (univerzální pro texty, administrativu i podporu). Google Gemini se profiluje v marketingu, ale u nedigitalizovaných firem jeho využití padá na minimum. Pro hlubší procesy, jako je datová analýza a obchod, firmy volí Microsoft Copilot nebo specializované AI nástroje (zde však malé firmy v analytice výrazně zaostávají). Claude slouží úzké skupině pro vývoj softwaru a administrativu, polovina trhu ho ale vůbec nevyužívá.

Zhruba třetina trhu už k AI přistupuje strategicky. **Tahouny jsou středně velké a digitalizované firmy, které mají vyčleněné rozpočty, spoléhají na vlastní AI ambasadory a přínosy tvrdě měří pomocí KPI.** Na opačném pólu stojí mikro podniky a firmy se živelným přístupem k AI – ty tyto strategické kroky (rozpočty, měření, odpovědné osoby) většinou zcela ignorují a přínosy nijak nevyhodnocují.

Pouze necelá třetina firem (častěji ty střední a inovativní) má jasně nastavená pravidla pro používání AI. Většina mikro podniků mantinely zcela postrádá. Bezpečnost dat řeší většina trhu pouze formálním zákazem či směrnicí (výrazně často v segmentu obchod), nebo ji neřeší vůbec. Skutečné technologické zabezpečení využívá jen naprostá menšina firem.



Přínosy, bariéry a plány v oblasti AI

Firmy od AI nejčastěji očekávají zrychlení administrativy a automatizaci rutiny.

Zatímco podniky s velkým obratem v ní vidí jasnou úsporu nákladů, mikro firmy a OSVČ tyto přínosy očekávají výrazně méně. **V praxi už třetina firem reálně vidí lepší kvalitu výstupů a zhruba čtvrtina hlásí přímou úsporu nákladů.** Stále je tu ale třetina trhu, která zatím žádný efekt nepozoruje.

Největší bariérou při zavádění AI není odpor zaměstnanců ke změnám (ten je relativně nízký a u mikro či rostoucích firem dokonce marginální), ale prostý nedostatek jejich znalostí a dovedností. Firmy se inovacím nebrání, jen neví, jak na ně. I proto více než třetina trhu preferuje při zavádění AI externí podporu, a to primárně od vzdělávacích institucí a státu.

Plány na příštích 12 měsících dělí trh na dvě podobně velké skupiny: zhruba třetina plánuje cílené zavedení AI do procesů, zatímco druhá třetina to nechá čistě na živelné iniciativě zaměstnanců. Podobné rozložení vidíme i v HR plánech na další 3 roky – třetina firem zachová počet zaměstnanců, ale očekává proměnu jejich rolí, zatímco pro další třetinu je dopad AI na personální plány naprostou neznámou.

VÝSLEDKY V DETAILU

02



Text zobrazený respondentům na začátku dotazníku

Vítáme vás u průzkumu Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR v rámci projektu Rok AI 2026. Cílem je zmapovat reálný stav a potřeby českých firem v oblasti umělé inteligence.

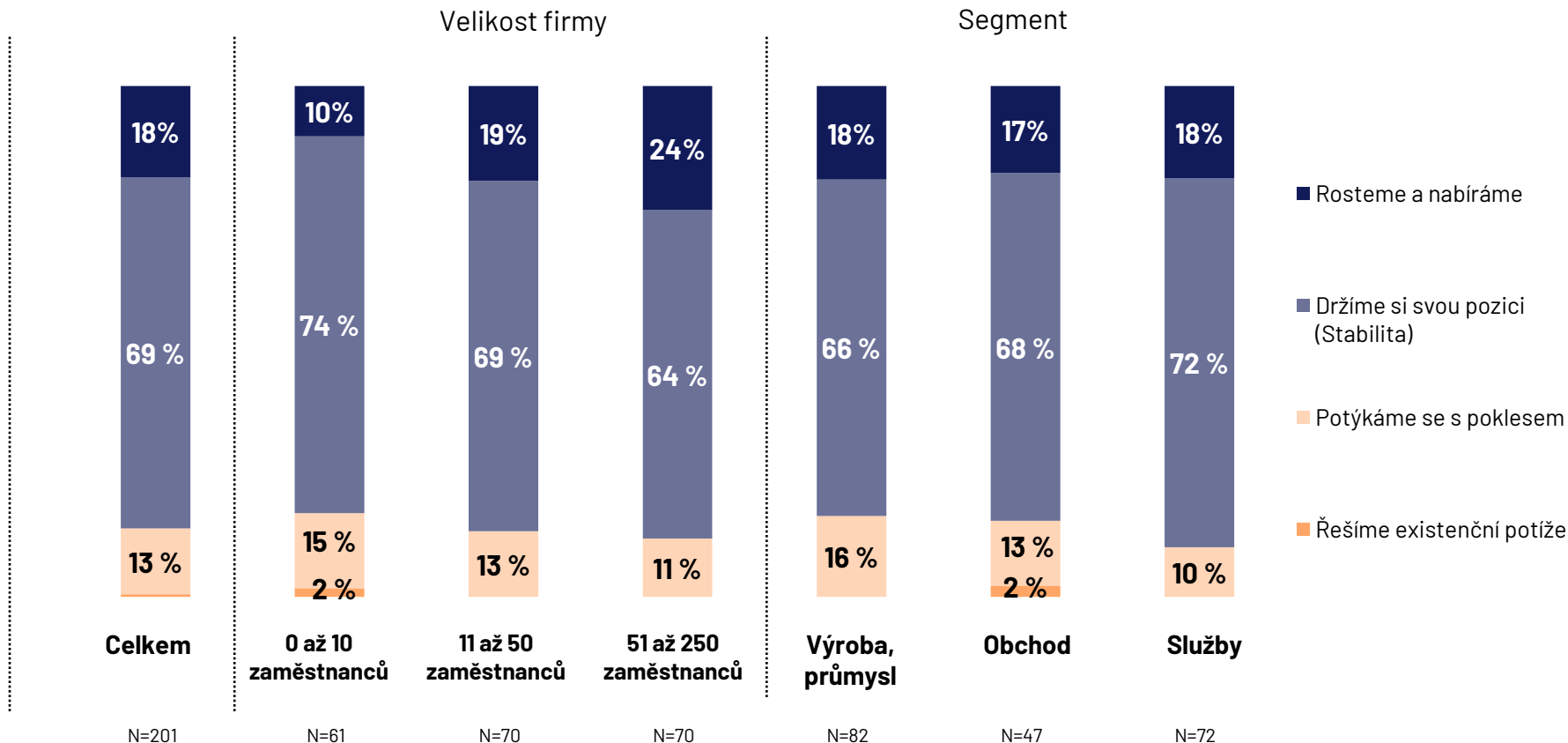
V celém dotazníku se pod pojmem "AI" zaměřujeme primárně na nástroje generativní umělé inteligence. Jedná se o nástroje, které umí na základě zadání tvořit texty, obrázky nebo analyzovat dokumenty.

Většina trhu stagnuje v zóně stability, růst deklaruje jen necelá pětina firem, středně velké firmy rostou a nabírají více. Digitalizované podniky rostou výrazně rychleji než zbytek trhu.

Ekonomická situace firem

Komentář AMSP ČR:

Data potvrzují neúprosný trend: digitální propast se prohlubuje. Zatímco lídři trhu využívají inovace k růstu, pětina mikropodniků a OSVČ téma AI ignoruje a žije v nebezpečné iluzi, že se jich nutnost změn netýká. Tento 'spánek v analogu' může být v době rostoucích nákladů pro nejmenší hráče fatální.



Q_K1. Jak byste popsal aktuální ekonomickou situaci a fázi vaší firmy?

Firmy nejvíce trápí rostoucí náklady a byrokracie. S nedostatkem kvalifikovaných zaměstnanců bojují spíše malé a středné velké firmy, zatímco u mikropodniků je tato bariéra výrazně nižší.

Komentář AMSP ČR:

Tlak na ceny a energie drtí polovinu trhu. Je fascinující, že zatímco byrokracie a administrativa trápí 31 % firem, jen zlomek z nich zatím vidí v AI cestu, jak se tohoto břemene zbavit. Máme tu paradox: firmy se topí v papírech, ale zdráhají se použít záchranný kruh v podobě automatizace.

Současné překážky firem

	(Hodnoty uvedeny v %)	Velikost firmy			Segment		
		0 až 10 zaměstnanců	11 až 50 zaměstnanců	51 až 250 zaměstnanců	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Tlak na ceny a rostoucí náklady (energie, vstupy)	51 %	48	56	50	54	51	49
Nedostatek kvalifikovaných lidí na trhu práce	32 %	20	43	33	37	23	33
Vysoká administrativní zátěž a byrokracie	31 %	25	37	31	26	43	31
Silná konkurence a boj o zákazníky	24 %	21	31	20	23	30	22
Neefektivní interní procesy a zastaralé technologie	18 %	11	14	27	23	19	11
Cash-flow a financování	10 %	11	7	13	13	13	6
Nic zásadního nás nebrzdí	6 %	13	6	1	5	6	8
Jiné, prosím, vypište:	1 %	2	1	1	1	2	1
Nevím (bez odpovědi)	0,5 %	0	0	1	1	0	0



Respondenti uvedli v kategorii „Jiné, vypište“ taktéž změnu trhu, přesun do zahraničí a stavební spoření.

Q_K2. Co vaši firmu aktuálně nejvíce brzdí nebo trápí?

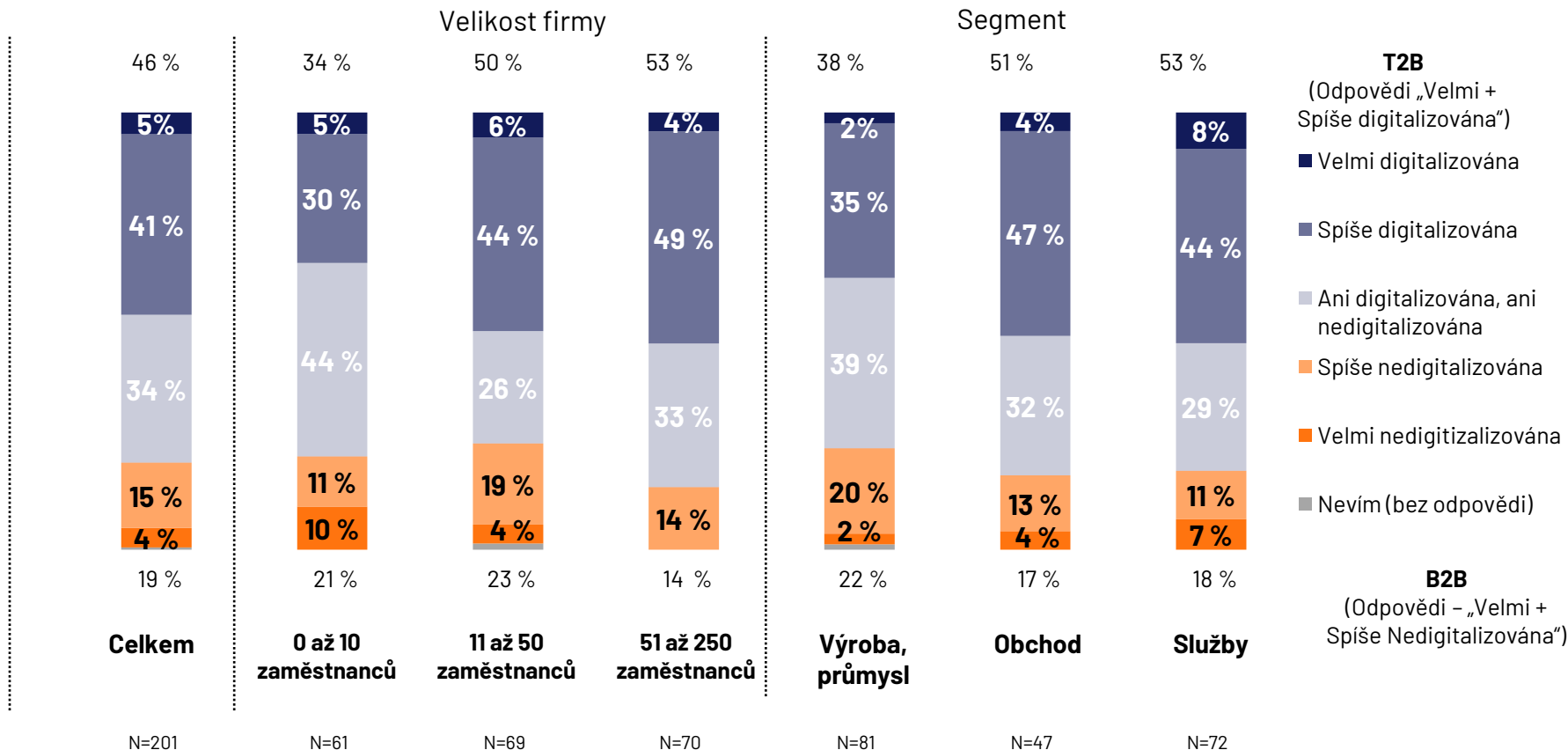


Téměř polovina firem vnímá svou úroveň digitalizace pozitivně. U mikropodniků a u segmentu výroby registrujeme značnou část v neutrální zóně, naopak středně velké firmy fungují jako inovační lídři.

Úroveň digitalizace

Komentář AMSP ČR:

Téměř polovina firem se cítí digitálně zdatná, ale mikropodniky a výroba nebezpečně přešlapují v neutrální zóně. To je varovný signál pro český průmysl. Iluze, že se nás technologická transformace netýká, může být pro malé řemeslné a výrobní firmy v horizontu pár let fatální.



Q_K3. Jak byste ohodnotil úroveň digitalizace vaší firmy (bez ohledu na AI)?

Firmy vnímají AI primárně jako nástroj pro zrychlení práce, pomoci a automatizace. Zároveň se objevuje značný počet jiných kategorií, což ukazuje na neustálenost jasné představy o AI ve firemním prostředí.

Komentář AMSP ČR:

Pojem AI je pro podnikatele stále abstraktní – nejčastěji si vybaví obecné 'zvýšení efektivity'. Chybí nám konkrétní ukázky z praxe.

Pokud si majitel pily nebo majitelka účetní firmy nedokáže pod AI představit nic jiného než 'roboty', těžko budeme hledat cestu k reálnému nasazení.

Spontánní znalost AI

	(Hodnoty uvedeny v %)	Velikost firmy			Segment		
		0 až 10 zaměstnanců	11 až 50 zaměstnanců	51 až 250 zaměstnanců	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Zvýšení efektivity, zjednodušení procesů, práce	27 %	25	29	29	28	19	32
Pomoc	23 %	33	23	14	23	15	28
Chat GPT, Copilot	11 %	8	10	14	5	15	15
Zrychlení	7 %	8	3	11	10	4	7
Automatizace	5 %	7	1	9	7	6	3
AI, robot	5 %	3	4	9	7	4	4
Není pro nás, nevyužijeme, nerelevantní	5 %	7	6	4	5	9	4
Vyhledávání informací	5 %	5	3	9	9	2	4
Jiné	34 %	31	41	29	35	28	36
Nevím (bez odpovědi)	7 %	11	7	6	6	15	6
	N=201	N=61	N=70	N=70	N=82	N=47	N=72



Respondenti uvedli v kategorii „Jiné“ (ve frekvenci 1 až 5 %): Náhrada lidí, úspora času/kapacit, hrozba, pokrok, reklama, nedůvěra, řešení, budoucnost, chytrá technologie, digitalizace, inovace.

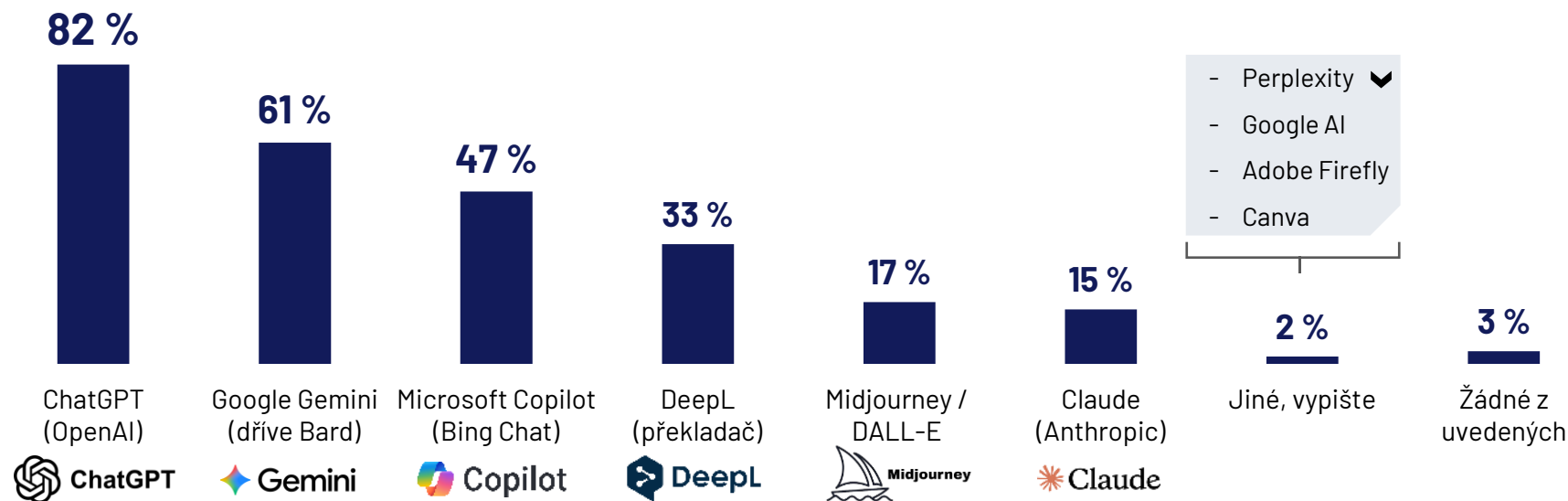
Q1. Když se řekne "umělá inteligence ve firmě", co vás napadne jako první?



Nejznámější je mezi firmami ChatGPT. Následně se objevuje Google Gemini a Microsoft Copilot. Naopak Perplexity zná minimum firem.

Podpořená znalost AI

Komentář AMSP ČR:
ChatGPT jednoznačně vévodí.



Q2. Které z následujících nástrojů generativní AI znáte (alespoň podle jména)? N=201

Služby preferují Google Gemini, firmy ze segmentu obchod a firmy s velkým obrátem volí Microsoft Copilot. Podniky automatizující rutinu pak intenzivně kombinují celou „velkou trojku“ (ChatGPT, Gemini, Copilot).

Komentář AMSP ČR:

ChatGPT se stal synonymem pro AI. Je však rizikem, že firmy ignorují specializované nástroje.

Zatímco služby už objevily Gemini, obchod a větší firmy sází na ekosystém Microsoftu. Klíčem k úspěchu nebude znalost jednoho nástroje, ale schopnost je chytrě kombinovat.

Podpořená znalost AI

	(Hodnoty uvedeny v %)	Velikost firmy			Segment		
		0 až 10 zaměstnanců	11 až 50 zaměstnanců	51 až 250 zaměstnanců	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
ChatGPT (OpenAI)	82 %	80	86	80	76	85	88
Google Gemini (dříve Bard)	61 %	61	53	69	55	53	72
Microsoft Copilot (Bing Chat)	47 %	39	43	59	48	32	57
DeepL (překladač)	33 %	33	34	31	30	32	36
Midjourney / DALL-E (tvorba obrázků)	17 %	13	16	21	13	15	22
Claude (Anthropic)	15 %	18	11	16	15	11	18
Jiné, vypište	2 %	2	1	3	1	0	4
Žádné z uvedených	3 %	2	4	4	5	0	4
	N=201	N=61	N=70	N=70	N=82	N=47	N=72

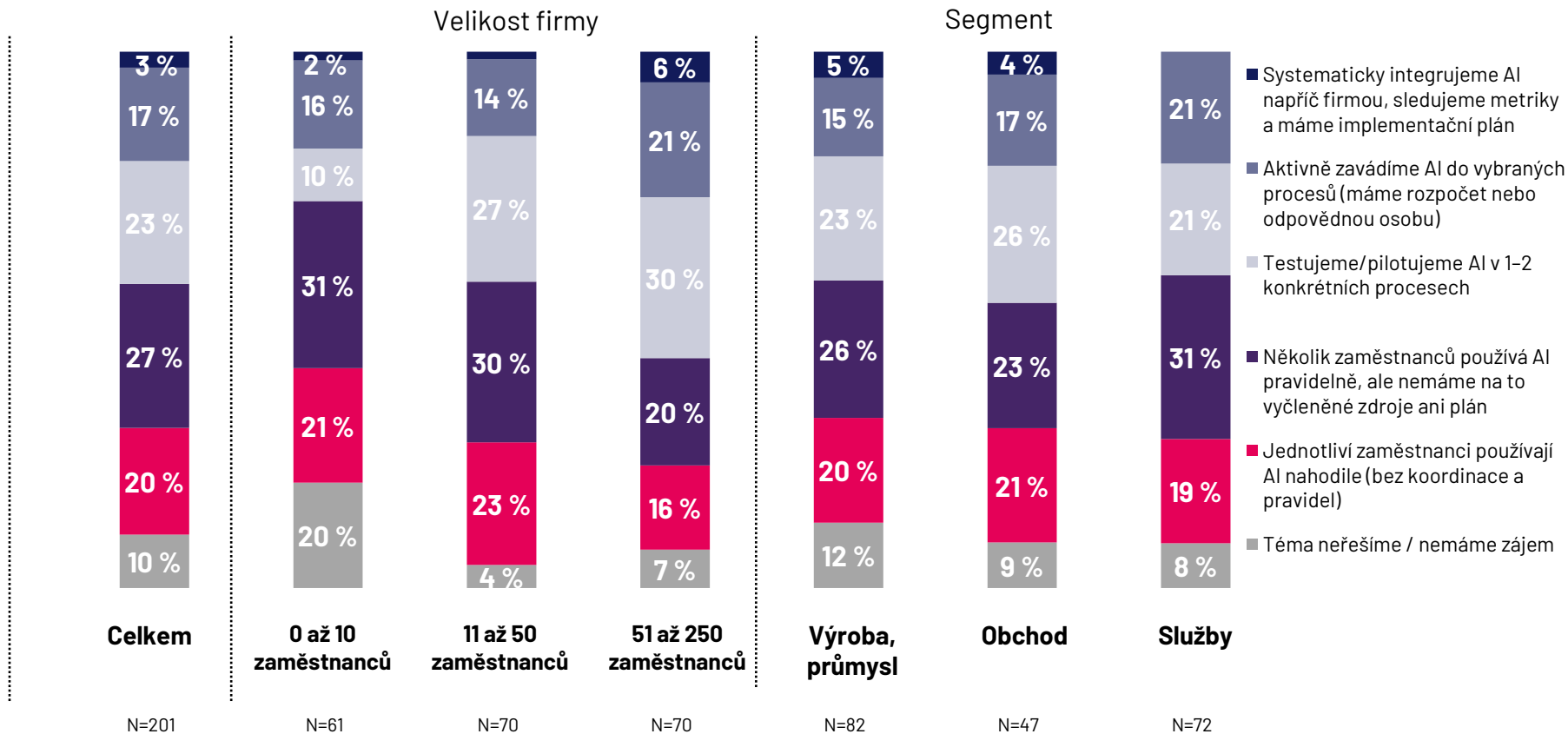
Q2. Které z následujících nástrojů generativní AI znáte (alespoň podle jména)?

Malé a středně velké firmy jsou tahouny testování AI, zároveň pětina mikropodniků AI neřeší a OSVČ zavádí AI výrazně méně.

Komentář AMSP ČR:

Střední firmy jsou v testování dravější, mikropodniky naopak hrozivě pasivní – pětina z nich AI vůbec neřeší. Tím si zadělávají na obrovský technologický dluh. Stát i asociace musí těmto nejmenším hráčům ukázat, že AI není jen pro IT giganty, ale i pro živnostníky.

Připravenost k využívání AI



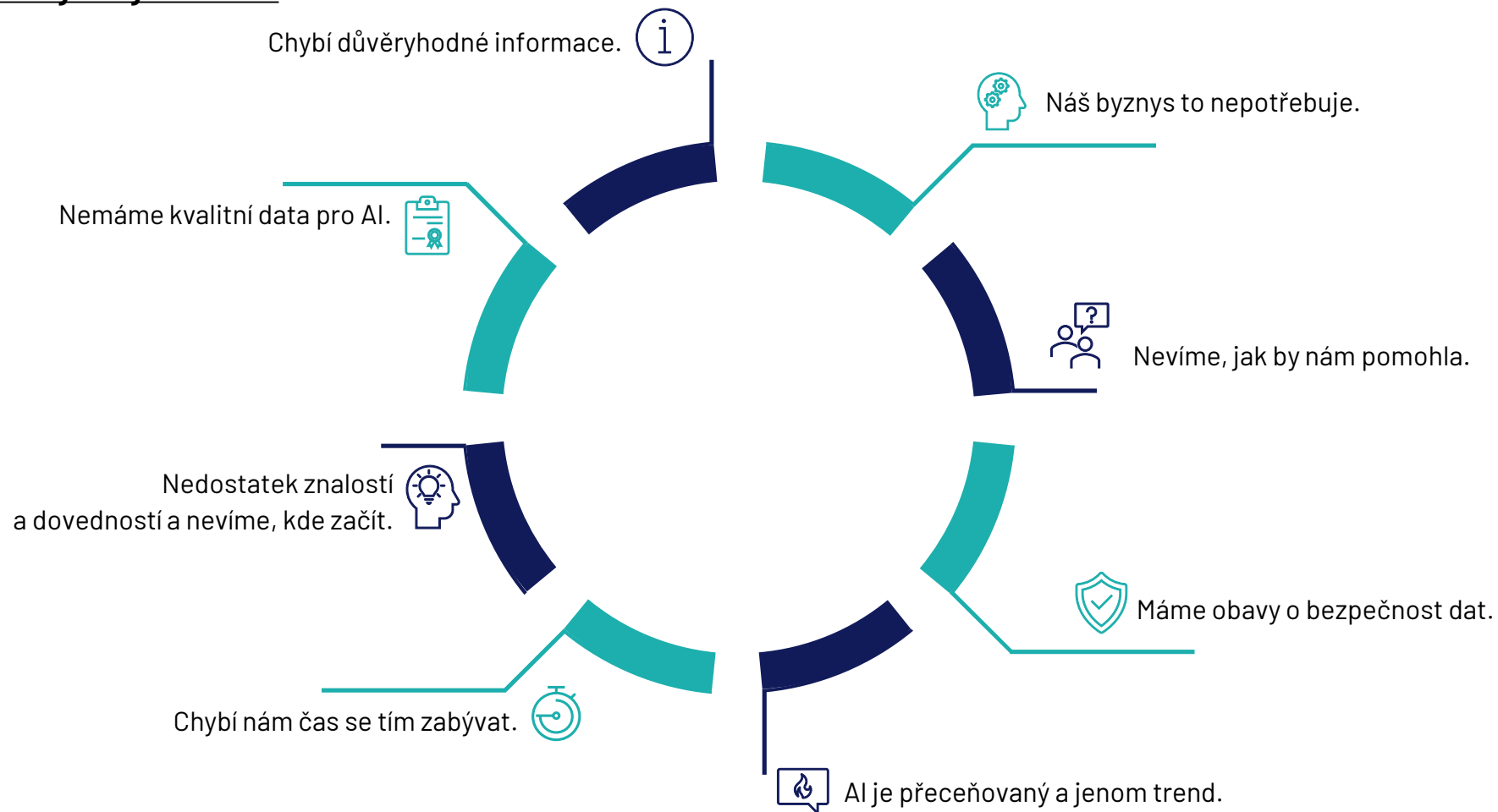
Q3a. Která z následujících možností nejlépe popisuje aktuální připravenost a využívání AI ve vaší firmě?

Část odmítačů považuje AI jen za módní bublinu, případně je brzdí obavy o bezpečnost dat a nedostatek vlastních znalostí.

Důvody nevyužívání AI

Komentář AMSP ČR:

Strach a neznalost jsou největšími nepřáteli inovací. Argument 'naš byznys to nepotřebuje' je nebezpečný mýtus. Každý byznys, který tvoří texty, faktury nebo komunikuje se zákazníky, může z AI těžit. Otázkou není jestli, ale kdy vás konkurence díky AI předežene.



Q3b. Proč AI nevyužíváte a neplánujete? N=20

Firmy si uvědomují, že pokud AI nenasadí ony, udělá to jejich konkurence, která má s AI většinou dobrou zkušenost.

Vliv konkurence a postoj k AI

(zobrazeno v T2B)

Komentář AMSP ČR:

Dobrá zpráva pro trh: 60 % těch, kteří AI zkusili, má pozitivní zkušenost. Spokojenost roste s velikostí firmy a mírou digitalizace. Je to jasný vzkaz: první krok bývá nejtěžší, ale výsledek za to stojí. Potřebujeme více 'ambasadorů' mezi samotnými podnikateli. Kdo neimplementuje AI dnes, bude zítra konkurovat někomu, kdo má o 30 % nižší náklady na administrativu.



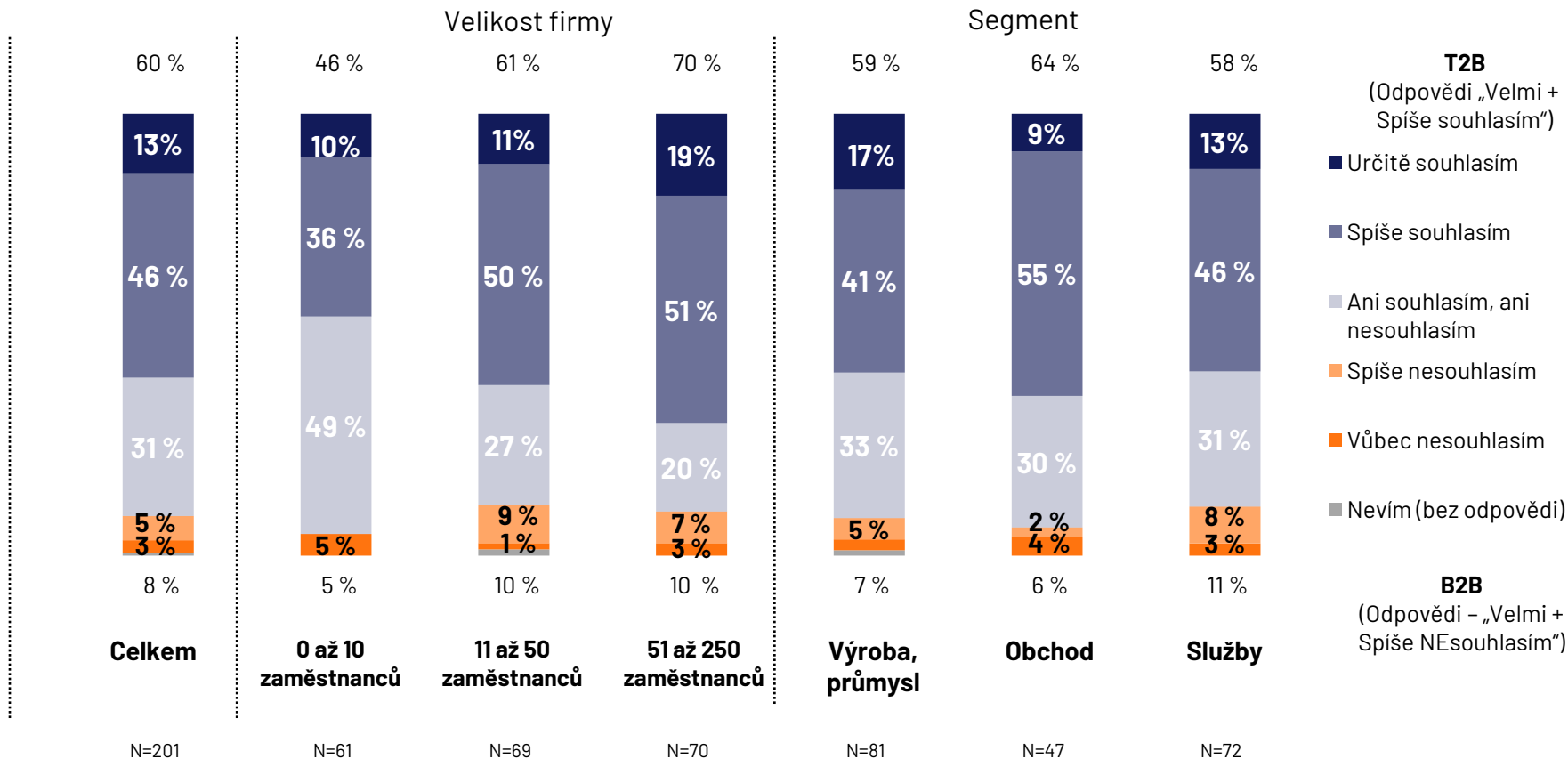
Q4_1. Jak vnímáte AI ve vztahu ke konkurenci a vaší osobní zkušenosti? N=201

Čím větší firma, tím lepší osobní zkušenost s AI. Častější dobrou zkušenost s AI mají firmy ze segmentu obchod, s velkým obrátem a ty digitalizované.

Uživatelská zkušenost s AI nástroji

Komentář AMSP ČR:

60 % uživatelů hlásí dobrou zkušenost. Tato spokojenost roste s velikostí firmy a mírou digitalizace. Vzkaz je jasný: AI není složitá, stačí ji začít používat. Nejtěžší je překonat první bariéru strachu.

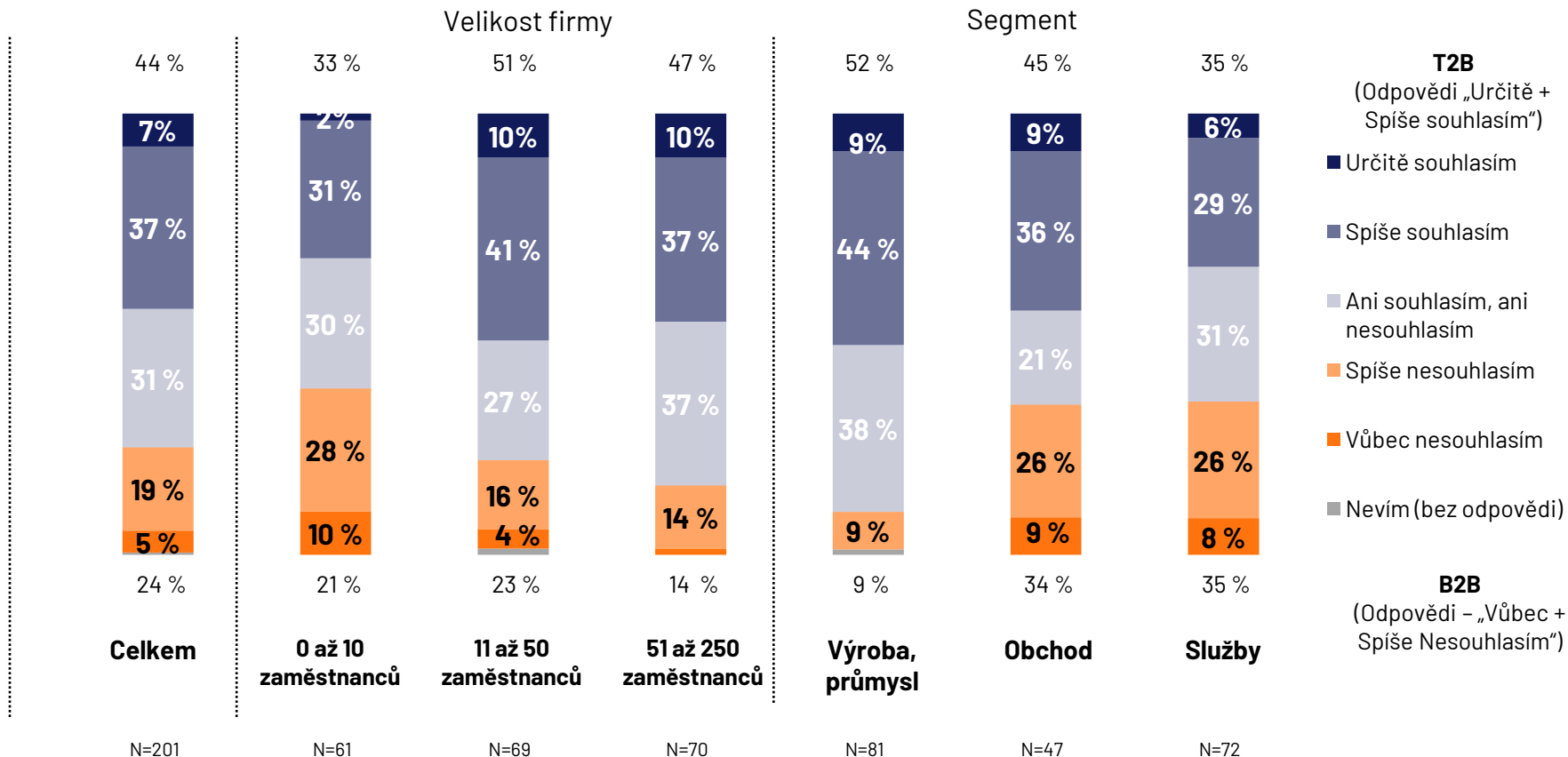


Q4_1. Jak vnímáte AI ve vztahu ke konkurenci a vaší osobní zkušenosti? ~ Já osobně mám s AI nástroji dobrou uživatelskou zkušenost.

Zatímco malé a střední podniky si svou digitální zaostalost uvědomují, mikropodniky si ji připouštějí méně. Největší obavy má průmysl. Pocit zaostávání navíc umocňuje živelné používání AI bez jasných pravidel.

Míra obav z nedostatku digitalizace

Komentář AMSP ČR:
Pocit zaostávání drtí 44 % firem, nejvíce v průmyslu. Paradoxně mikropodniky si toto riziko připouštějí nejméně. Nejsme svědky digitálního slepého místa u těch nejmenších, kteří by přitom z digitalizace těžili nejvíc?



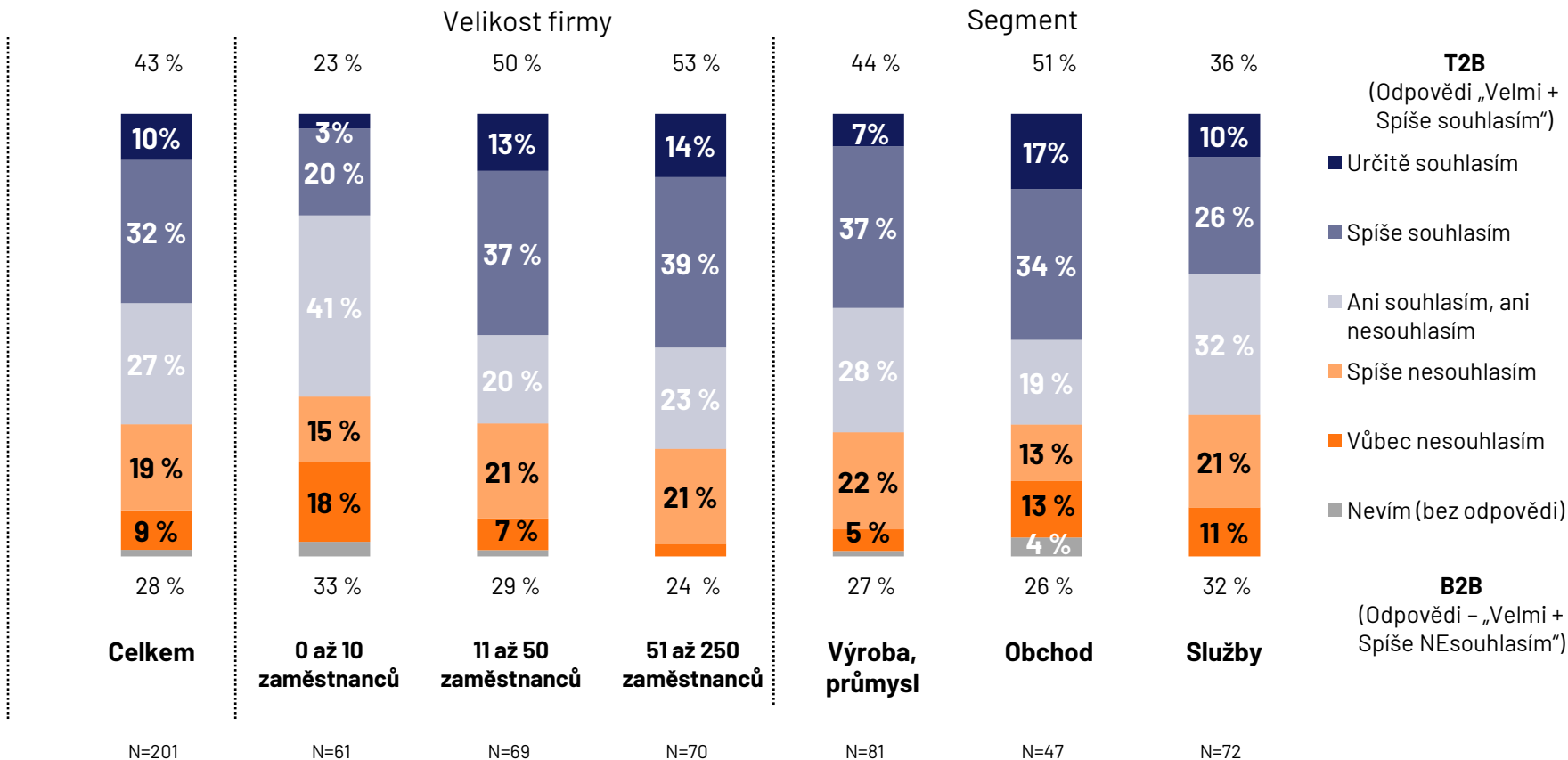
04_2. Jak vnímáte AI ve vztahu ke konkurenci a vaší osobní zkušenosti? - Mám pocit, že naše firma v digitalizaci zaostává.

Největší tlak konkurence pociťuje obchod a rostoucí, již digitalizované firmy. Zatímco malé a středně velké podniky si nutnost AI uvědomují, mikropodniky a OSVČ mají domněnku, že se jich to netýká.

Vliv konkurence na nutnost zavádět AI

Komentář AMSP ČR:

Tlak konkurence pociťuje 43 % trhu, hlavně digitalizované a rostoucí firmy. Je to závod ve zbrojení. Pokud malá firma necítí tlak dnes, zítra už může bojovat o holé přežití s někým, kdo díky AI radikálně zlevnil.



Q4_3. Jak vnímáte AI ve vztahu ke konkurenci a vaší osobní zkušenosti? ~ Cítím silný tlak na zavedení AI kvůli konkurenci.

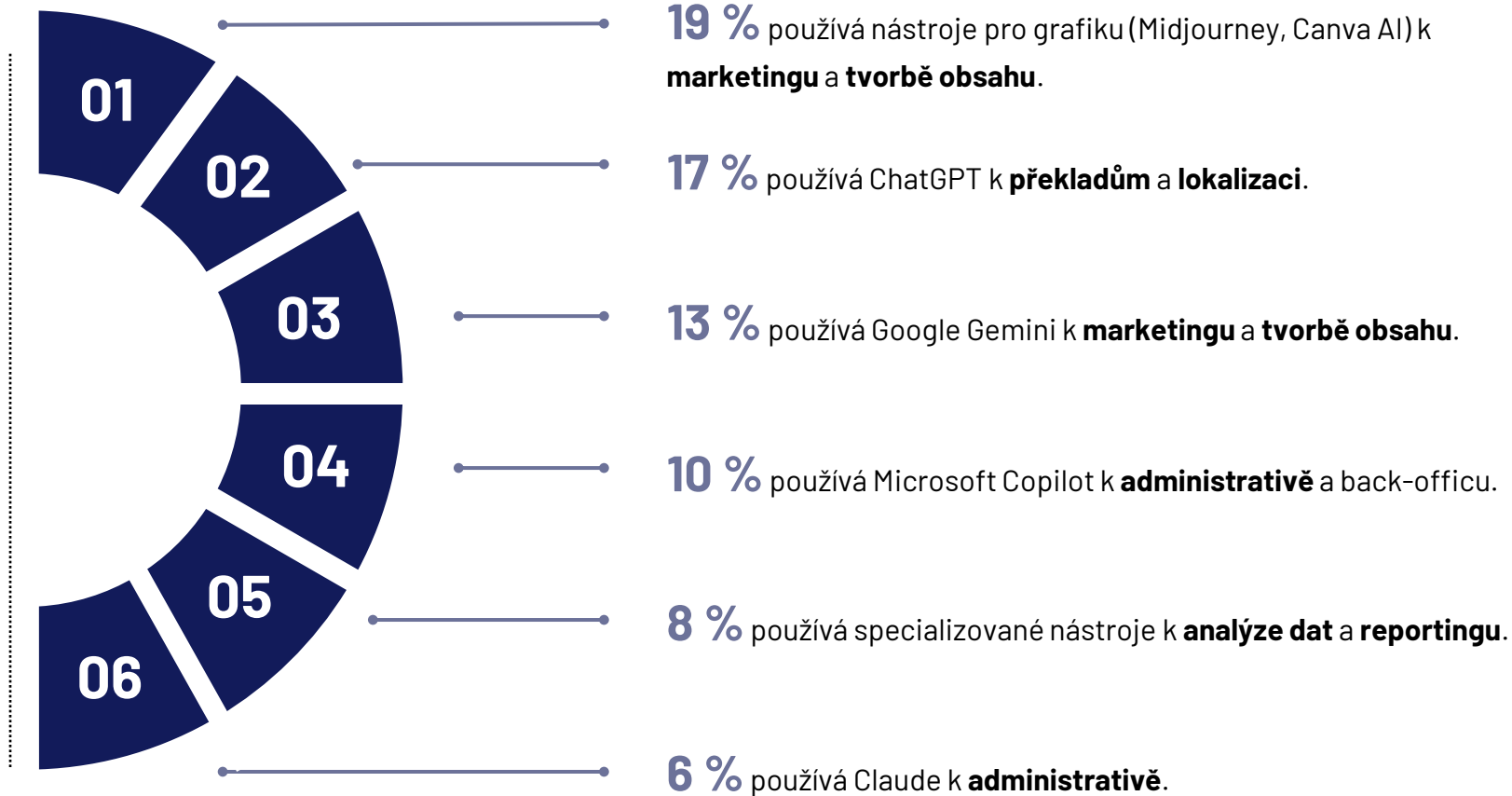
Firmy nasazují AI primárně na tvorbu obsahu a překlady. Využití pro hlubší procesy (administrativa či datová analýza) zatím výrazně zaostává.

Využití konkrétních AI nástrojů v jednotlivých oblastech firmy

(zobrazeno v T2B; nejčastější oblast využití)

Komentář AMSP ČR:

AI se u nás zatím zabydlela hlavně v marketingu (19 %) a administrativě. Potenciál pro analýzu dat a hlubší procesy je zatím trestuhodně nevyužitý (jen 8 %). Firmy mají data, ale neumí je nechat pracovat.



Q5. Jaké konkrétní AI nástroje a ve které oblasti ve firmě je reálně používáte? N=181

Vizuální AI táhnou služby, průmysl ji míjí. Grafické AI nástroje se využívají primárně v marketingu

Komentář AMSP ČR:

Vizuální AI válcuje služby (32 %), ale průmysl ji zcela míjí. Přitom i strojírenská firma potřebuje kvalitní prezentaci. Je to šance pro malé firmy, jak vypadat jako globální brandy s téměř nulovými náklady na grafika.

Oblasti nasazení AI pro tvorbu grafiky

(Hodnoty uvedeny v %)



	Velikost firmy			Segment			
	0 až 10 zaměstnanců	11 až 50 zaměstnanců	51 až 250 zaměstnanců	Výroba, průmysl	Obchod	Služby	
Marketing a tvorba obsahu	20	15	22	8	16	32	
Prodej a obchod	6	4	11	10	9	3	
Vývoj produktů	4	4	8	8	7	2	
Administrativa a back-office	4	4	2	4	5	2	
Zákaznická podpora (chatboty, e-mail)	2	1	5	4	5	0	
Analýza dat a reporting (vč. CRM)	2	3	3	3	2	3	
SW development	2	3	2	0	2	5	
Finance a controlling	4	0	3	3	2	2	
HR a nábor	2	0	3	4	0	0	
Překlady a lokalizace	0	0	2	1	0	0	
Žádné z uvedených	43	55	32	47	47	38	
Nevím (bez odpovědi)	10	9	9	7	5	15	
	N=181	N=49	N=67	N=65	N=72	N=43	N=66

Q5_1. Jaké konkrétní AI nástroje a ve které oblasti ve firmě je reálně používáte? - Nástroje pro grafiku (Midjourney, Canva AI)

ChatGPT dominuje u rychlých výstupů, jako překlady a tvorba obsahu. Silně se využívá i administrativě a v zákaznické podpoře.

Komentář AMSP ČR:

ChatGPT je v Česku králem překladů (17 %) a marketingu (15 %). Je to 'vstupní droga' do světa AI, která se ale začíná prosazovat i v zákaznické podpoře. Otázkou je, kdy firmy objeví jeho sílu v hlubší analytice.

Oblasti nasazení ChatGPT ve firmě (Hodnoty uvedeny v %)	Velikost firmy			Segment			
	0 až 10 zaměstnanců	11 až 50 zaměstnanců	51 až 250 zaměstnanců	Výroba, průmysl	Obchod	Služby	
Překlady a lokalizace 17 %	12	16	22	21	14	15	
Marketing a tvorba obsahu 15 %	18	18	11	11	19	18	
Administrativa a back-office 14 %	12	16	14	13	23	11	
Zákaznická podpora (chatboty, e-maily) 14 %	12	18	11	19	9	11	
Prodej a obchod 8 %	12	7	6	6	9	11	
Analýza dat a reporting (vč. CRM) 7 %	8	4	8	7	5	8	
Vývoj produktů 4 %	2	4	6	7	2	3	
Finance a controlling 4 %	2	4	5	4	5	3	
HR a nábor 2 %	2	0	5	1	5	2	
SW development 2 %	2	1	3	3	2	2	
Žádné z uvedených 9 %	12	7	9	8	7	12	
Nevím (bez odpovědi) 2 %	4	1	2	0	0	0	
	N=181	N=49	N=67	N=65	N=72	N=43	N=66

Q5_2. Jaké konkrétní AI nástroje a ve které oblasti ve firmě je reálně používáte? ~ ChatGPT (verze zdarma nebo Plus)

Google Gemini se etabluje jako nástroj pro marketing. Také se používá pro administrativu, ale u nedigitalizovaných firem toto využívání padá na minimum.

Komentář AMSP ČR:

Gemini se profiluje jako specialista na administrativu a marketing. Varovné je, že u nedigitalizovaných firem jeho využití prakticky neexistuje. Potvrzuje se: AI funguje jen tam, kde už digitalizace položila základy.

Oblasti nasazení Google Gemini ve firmě (Hodnoty uvedeny v %)	Velikost firmy			Segment			
	0 až 10 zaměstnanců	11 až 50 zaměstnanců	51 až 250 zaměstnanců	Výroba, průmysl	Obchod	Služby	
Marketing a tvorba obsahu	12	12	15	13	14	14	
Administrativa a back-office	16	6	15	14	7	14	
Prodej a obchod	16	6	6	7	16	6	
Překlady a lokalizace	8	12	6	10	7	9	
Analýza dat a reporting (vč. CRM)	6	4	8	7	2	8	
Zákaznická podpora (chatboty, e-maily)	6	1	9	6	9	3	
Vývoj produktů	0	4	3	6	2	0	
Finance a controlling	0	3	5	4	0	3	
SW development	2	1	3	3	0	3	
HR a nábor	0	1	3	4	0	0	
Žádné z uvedených	27	36	15	21	37	24	
Nevím (bez odpovědi)	6	12	11	7	5	17	
	N=181	N=49	N=67	N=65	N=72	N=43	N=66

Q5_3. Jaké konkrétní AI nástroje a ve které oblasti ve firmě je reálně používáte? ~ Google Gemini

Nejčastěji se Microsoft Copilot využívá v rámci administrativy a prodeje. Častěji než jiné AI nástroje se Copilot využívá v rámci analýzy dat.

Komentář AMSP ČR:

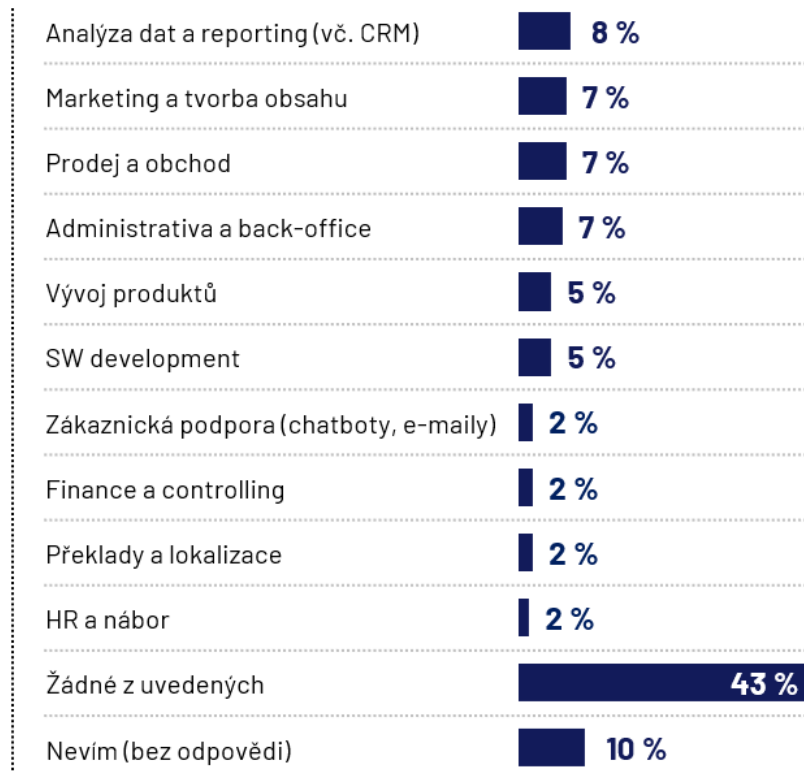
Copilot je volbou pro ty, kteří to myslí vážně s prodejem a administrativou (10 %). Častěji než ostatní se prosazuje v datové analýze. Pro MSP je to ideální cesta, jak do AI vklouznout přes důvěrně známý Office.

Oblasti nasazení Microsoft Copilot ve firmě (Hodnoty uvedeny v %)	Velikost firmy			Segment			
	0 až 10 zaměstnanců	11 až 50 zaměstnanců	51 až 250 zaměstnanců	Výroba, průmysl	Obchod	Služby	
Administrativa a back-office	8	9	12	11	5	12	
Prodej a obchod	14	7	9	11	9	9	
Analýza dat a reporting (vč. CRM)	6	4	14	11	7	6	
Překlady a lokalizace	2	7	12	13	7	3	
Marketing a tvorba obsahu	12	3	6	7	7	6	
Zákaznická podpora (chatboty, e-maily)	2	7	9	10	9	2	
Vývoj produktů	0	6	5	4	5	3	
Finance a controlling	2	6	3	4	2	5	
HR a nábor	0	1	2	3	0	0	
SW development	2	0	2	0	2	2	
Žádné z uvedených	45	39	20	24	42	39	
Nevím (bez odpovědi)	6	9	6	3	5	14	
	N=181	N=49	N=67	N=65	N=72	N=43	N=66

Q5_4. Jaké konkrétní AI nástroje a ve které oblasti ve firmě je reálně používáte? ~ Microsoft Copilot (součást Microsoft 365)

Specializované AI nástroje firmy využívají primárně pro analýzu dat, obchod a administrativu. U malých firem je však využití AI pro datovou analytiku zatím zcela zanedbatelné.

Oblasti nasazení specializovaných firemních nástrojů s integrovanou AI (Hodnoty uvedeny v %)



N=181

	Velikost firmy			Segment		
	0 až 10 zaměstnanců	11 až 50 zaměstnanců	51 až 250 zaměstnanců	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Analýza dat a reporting (vč. CRM)	6	1	15	8	7	8
Marketing a tvorba obsahu	6	7	8	6	7	9
Prodej a obchod	14	4	5	10	5	6
Administrativa a back-office	2	7	9	6	12	5
Vývoj produktů	0	7	6	6	5	5
SW development	6	1	8	3	5	8
Zákaznická podpora (chatboty, e-maily)	2	1	3	4	2	0
Finance a controlling	0	3	3	1	0	5
Překlady a lokalizace	2	3	2	6	0	0
HR a nábor	0	1	3	3	0	2
Žádné z uvedených	51	49	31	43	53	36
Nevím (bez odpovědi)	10	12	8	6	5	18
	N=49	N=67	N=65	N=72	N=43	N=66

Komentář AMSP ČR:

U malých firem je využití AI pro datovou analytiku zatím naprosto marginální (jen 1 %). Bez datové inteligence budou MSP v rozhodování vždy o krok pozadu za velkými hráči. Zde leží největší prostor pro růst.

Q5_5. Jaké konkrétní AI nástroje a ve které oblasti ve firmě je reálně používáte? ~ Specializované firemní nástroje s integrovanou AI

Firmy, které používají Claude jej používají v rámci administrativy nebo softwarového developmentu, ale pozorujeme, že více než polovina trhu Claude vůbec nevyužívá.

Komentář AMSP ČR:

Claude zůstává nástrojem pro úzkou skupinu v administrativě a vývoji SW. Více než polovina trhu ho vůbec nevyužívá. Je to škoda, protože pro MSP může být vynikající alternativou tam, kde ChatGPT stylově pokulhává.

Oblasti nasazení Claude ve firmě (Hodnoty uvedeny v %)		Velikost firmy			Segment		
		0 až 10 zaměstnanců	11 až 50 zaměstnanců	51 až 250 zaměstnanců	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Administrativa a back-office	6 %	6	1	11	8	2	6
SW development	5 %	6	3	6	3	2	9
Marketing a tvorba obsahu	4 %	2	6	3	3	7	3
Analýza dat a reporting (vč. CRM)	4 %	6	1	5	3	5	5
Prodej a obchod	4 %	8	1	3	4	7	2
Vývoj produktů	4 %	0	3	8	6	5	2
Zákaznická podpora (chatboty, e-maily)	2 %	2	3	2	3	2	2
Finance a controlling	2 %	0	4	2	4	0	2
HR a nábor	2 %	0	1	3	3	2	0
Překlady a lokalizace	1 %	0	1	0	1	0	0
Žádné z uvedených	52 %	53	60	43	47	58	53
Nevím (bez odpovědi)	15 %	16	13	15	15	9	18
	N=181	N=49	N=67	N=65	N=72	N=43	N=66

Q5_6. Jaké konkrétní AI nástroje a ve které oblasti ve firmě je reálně používáte? ~ Claude



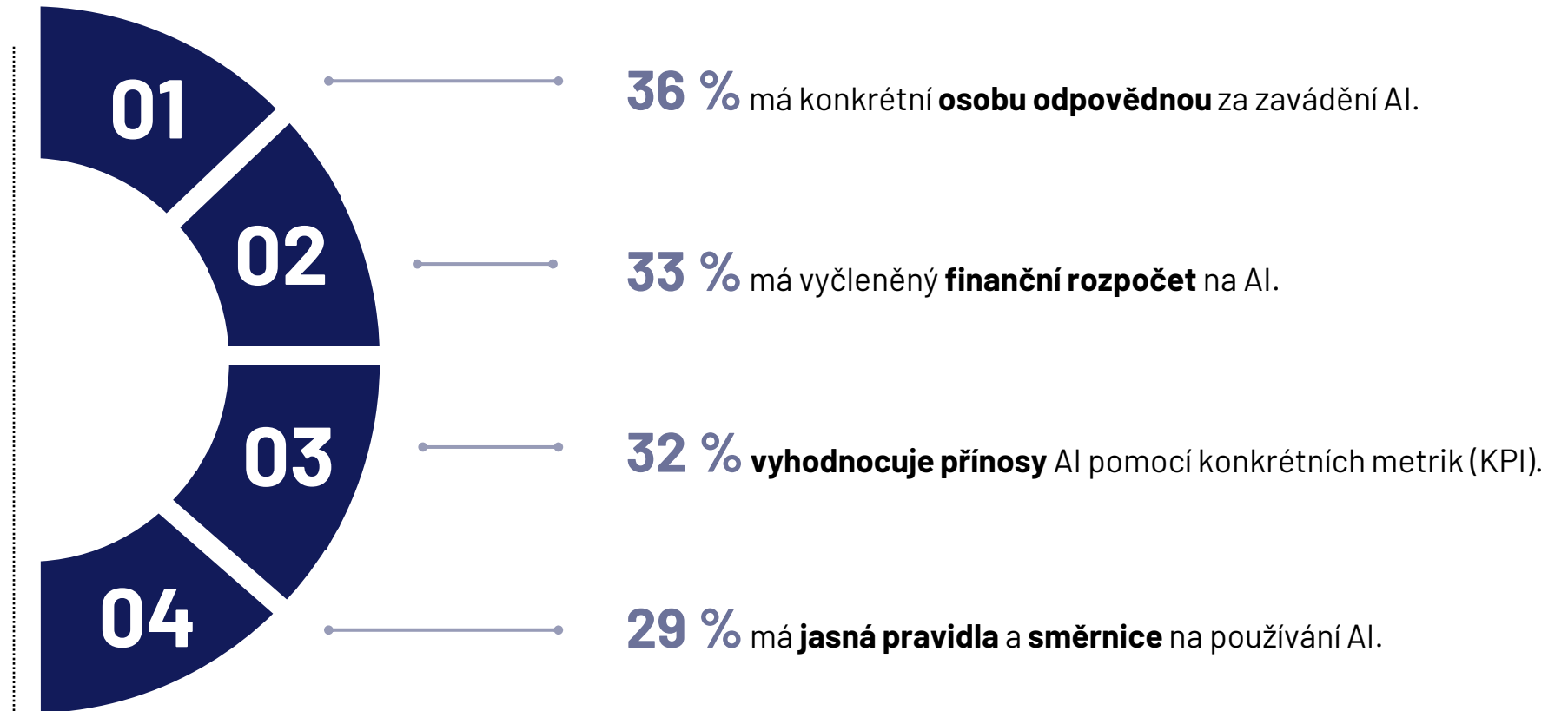
Zhruba třetina firem už k AI přistupuje strategicky a má odpovědnou osobu a vyčleněný rozpočet a vyhodnocuje přínosy pomocí AI.

Způsob řízení a alokace zdrojů pro AI

(zobrazeno v T2B)

Komentář AMSP ČR:

Strategicky k AI přistupuje jen třetina trhu. Tahouny jsou digitalizované firmy s rozpočty a ambasadory. Zbytek (2/3) spoléhá na náhodu a živelnost, což je v byznysu riskantní strategie.



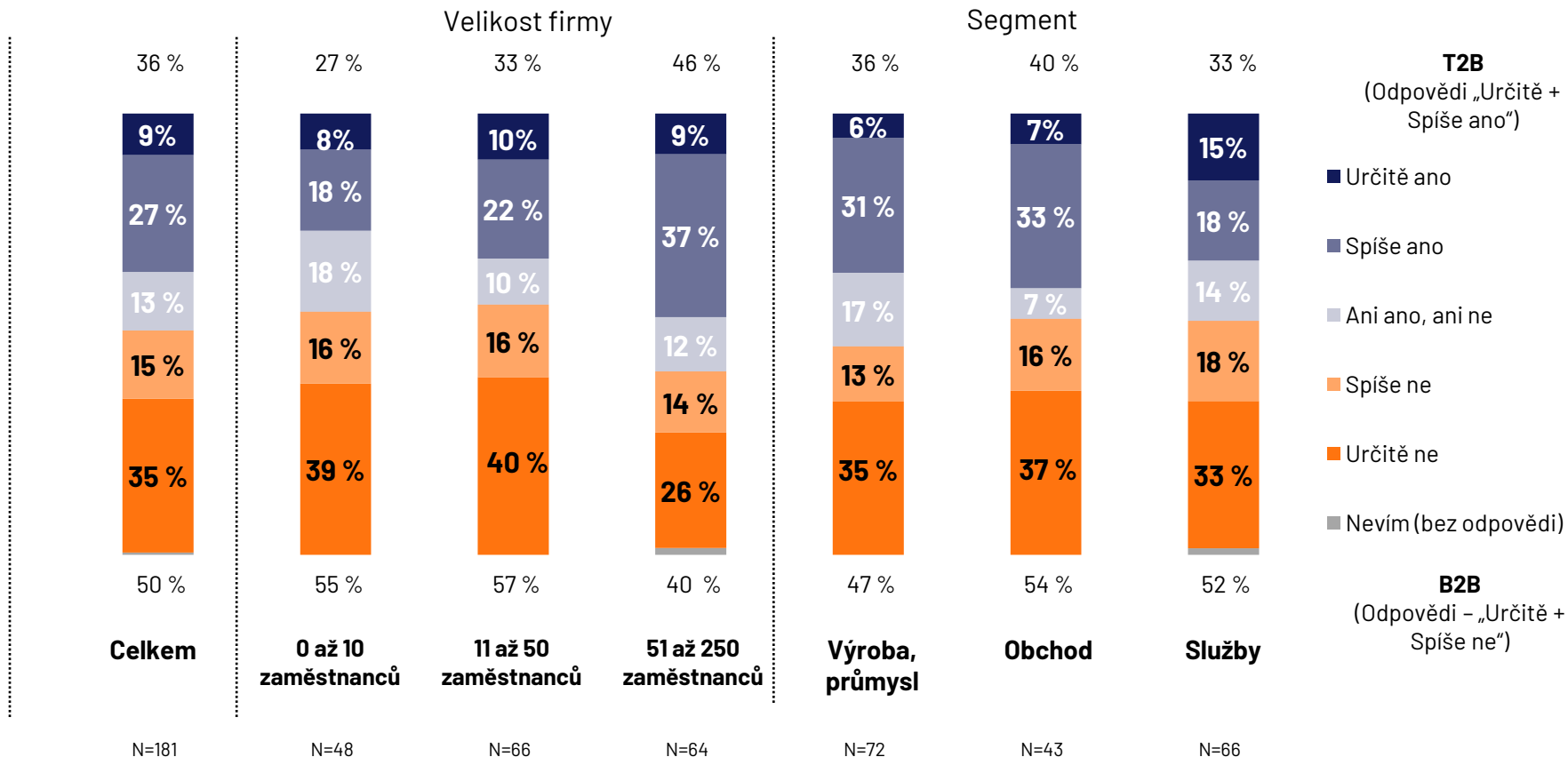
Q6a. Jak máte ve firmě vyřešeno řízení a zdroje pro AI? N=201

Zatímco středně velké a aktivně inovující firmy častěji spoléhají na vlastní AI ambasadory, mikropodniky tuto roli většinou ignorují a nejeví o ni zájem.

Komentář AMSP ČR:

36 % firem už má svého AI ambasadora. Mikropodniky tuto roli většinou ignorují, což je chyba. Nemusí to být manažer, stačí nadšenec v týmu, který dostane prostor a čas inovace táhnout.

Existence pověřené osoby pro agendu AI

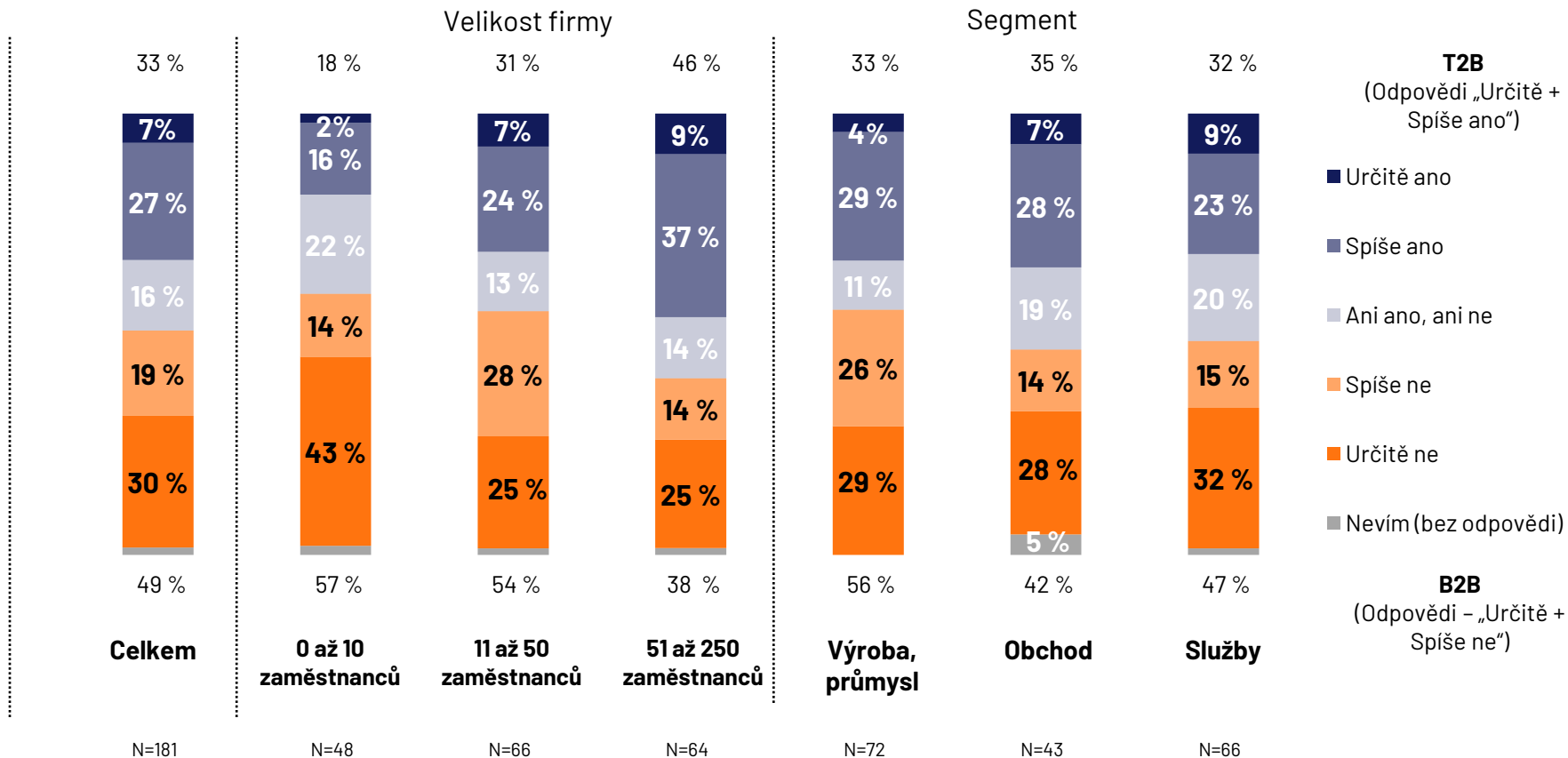


Q6a_1. Jak máte ve firmě vyřešeno řízení a zdroje pro AI? ~ Máme konkrétní osobu odpovědnou za zavádění AI

Téměř polovina středně velkých firem a více než polovina digitalizovaných už má na AI vyčleněné peníze. Naopak u mikropodniků rozpočet vyhrazený většinou není.

Existence vyčleněného finančního rozpočtu na AI

Komentář AMSP ČR:
Střední firmy (46 %) už mají na AI vyčleněné peníze. Mikropodniky naopak spoléhají na bezplatné verze. Investice do AI není náklad, ale kapitálový vklad do budoucí produktivity.

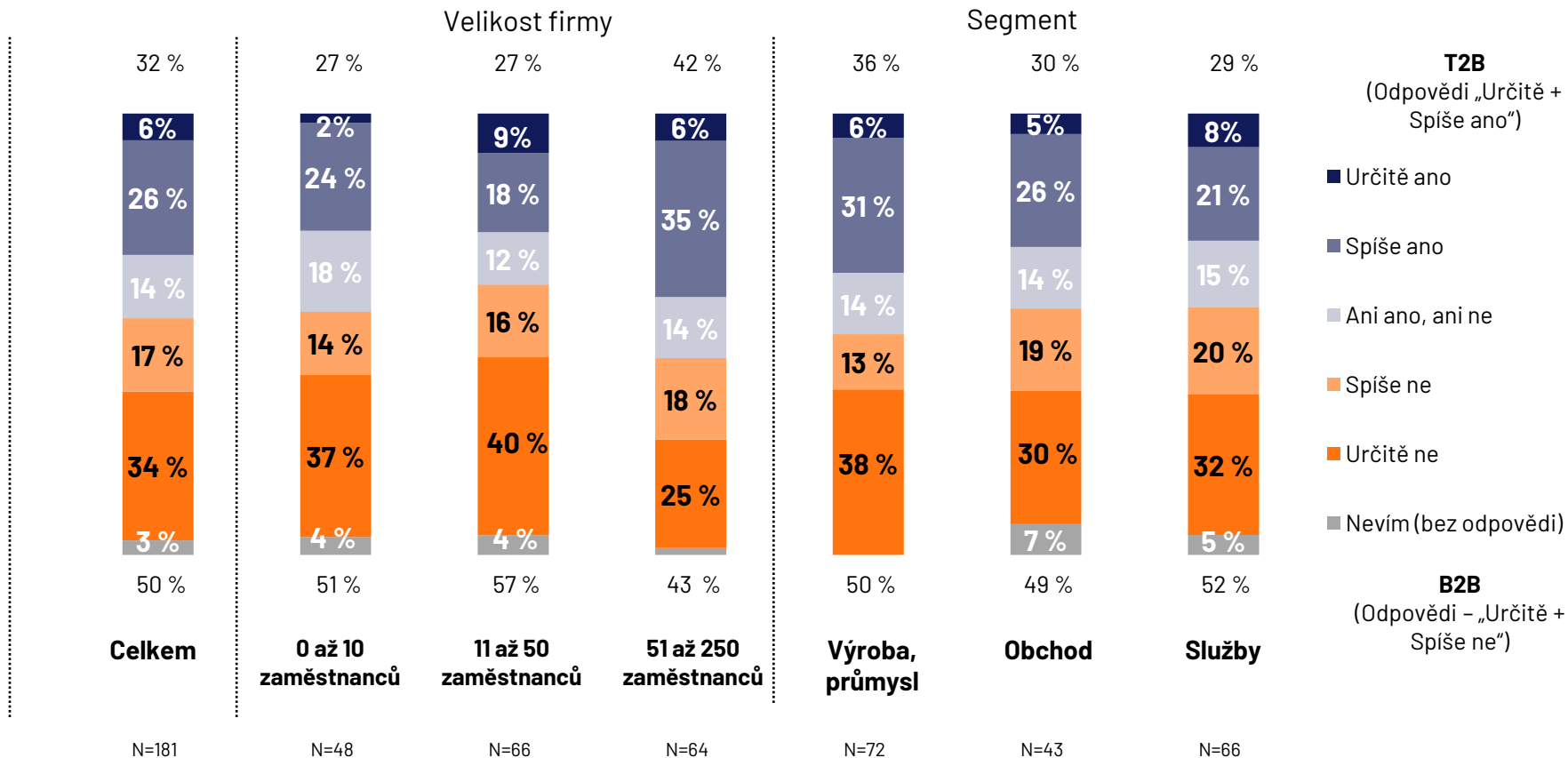


Q6a_2. Jak máte ve firmě vyřešeno řízení a zdroje pro AI? ~ Máme vyčleněný finanční rozpočet na AI

Středně velké firmy měří přínosy AI pomocí KPI metrik častěji než menší firmy. Ty, které AI používají živelně, si přínosy momentálně nijak nevyhodnocují.

Sledování efektivity AI pomocí metrik (KPI)

Komentář AMSP ČR:
 Řídíme jen to, co můžeme měřit. Pouze 32 % firem sleduje přínosy AI přes KPI. Pokud neumíme přínosy změřit, nemůžeme se divit, že se majitelé firem zdráhají do technologií investovat více.



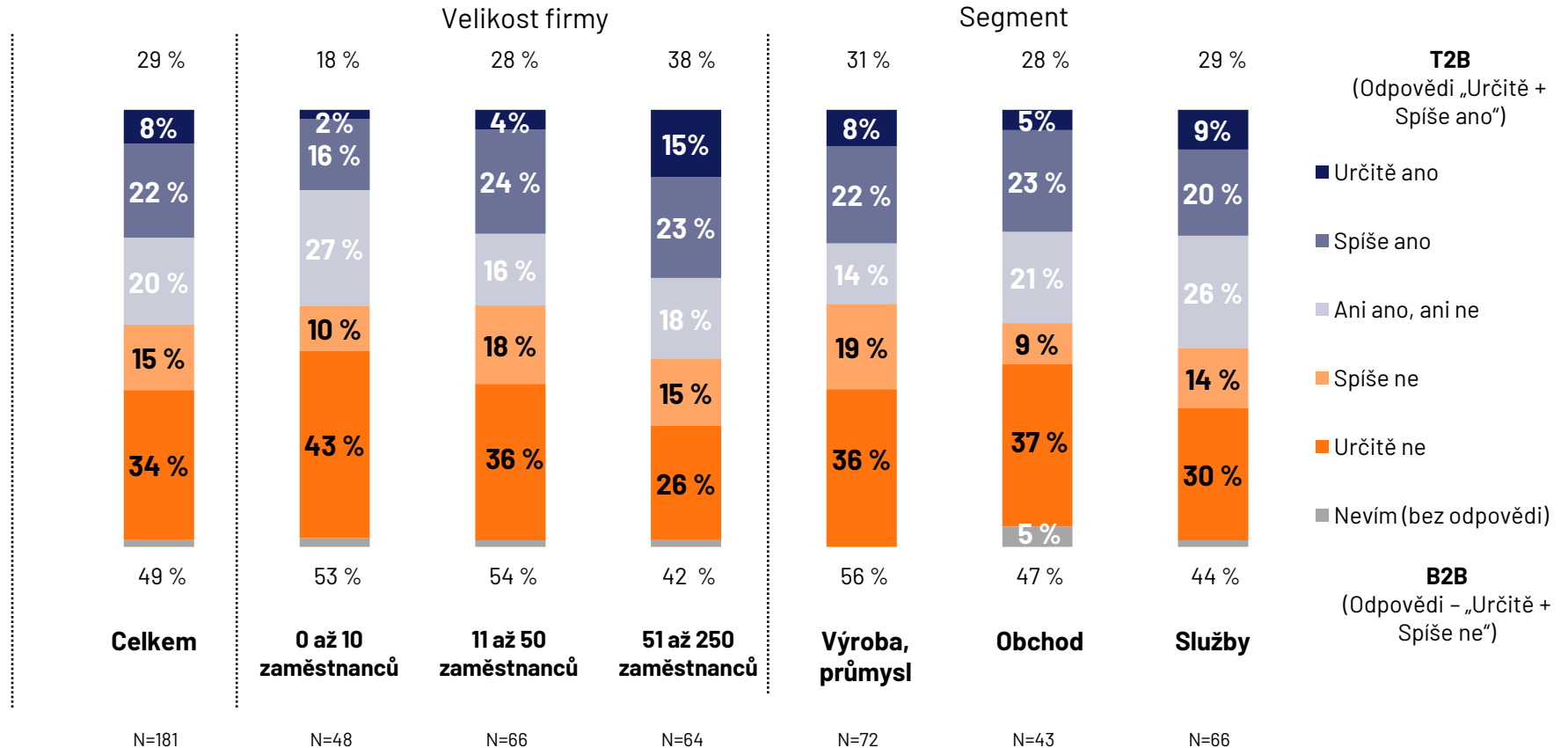
Q6a_3. Jak máte ve firmě vyřešeno řízení a zdroje pro AI? ~ Vyhodnocujeme přínosy AI pomocí konkrétních metrik (KPI)

Necelá třetina firem má jasná pravidla pro používání AI. Častěji středně velké firmy a ty aktivně inovující a digitalizované. Většina mikropodniků nemá jasně nastavené mantinely používání AI ve firmě.

Existence interních pravidel a směrnic pro AI

Komentář AMSP ČR:

Necelá třetina firem má jasná pravidla. Většina mikropodniků nemá mantinely téměř žádné. Živelnost je sympatická u start-upu, ale u zavedené firmy je to cesta k úniku citlivých dat a know-how.



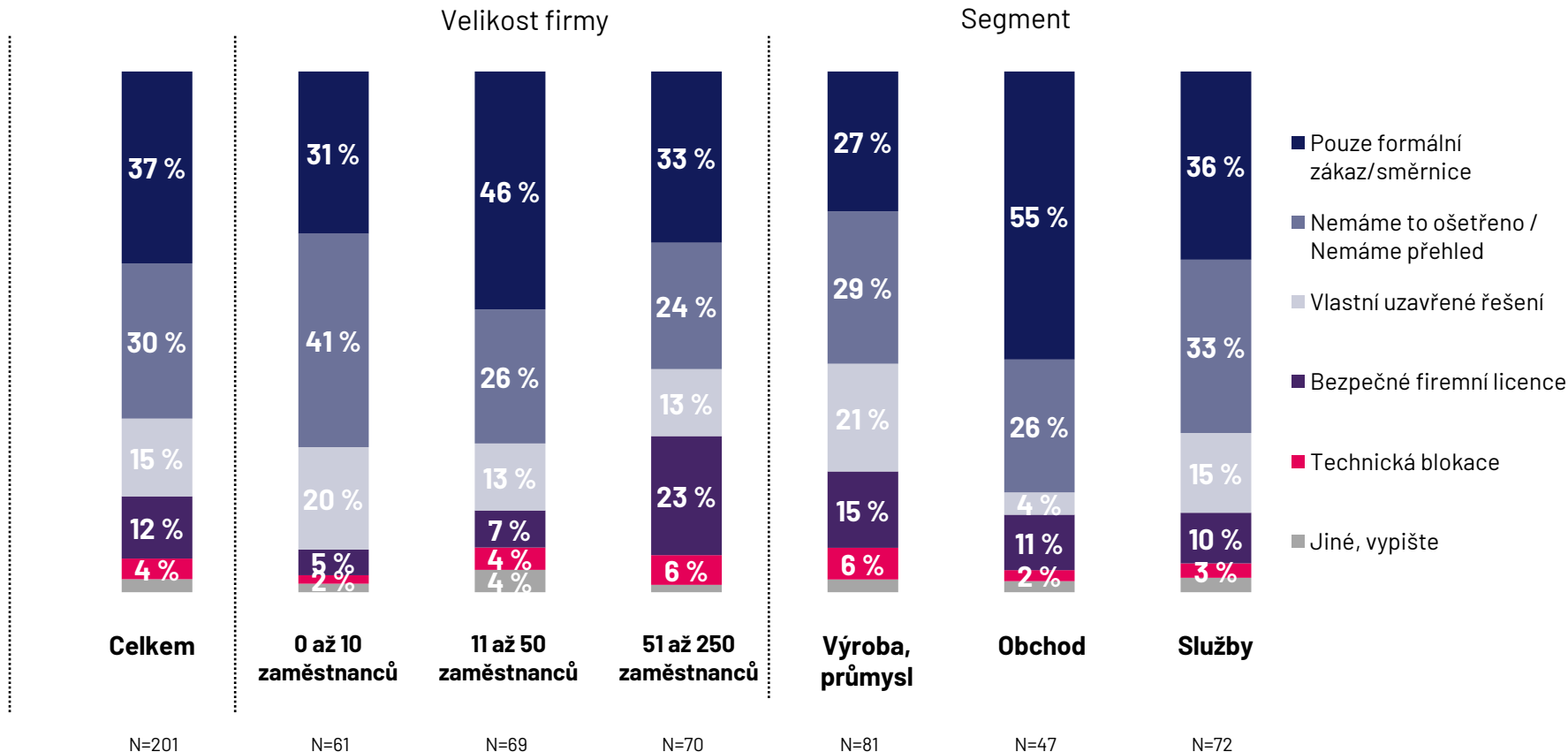
Q6a_4. Jak máte ve firmě vyřešeno řízení a zdroje pro AI? ~ Máme jasná pravidla/směrnice pro používání AI

Většina firem řeší bezpečnost při práci s AI formálním zákazem/směrnicí, nebo ji neřeší vůbec – u firem z obchodu výrazně častěji. Skutečné technologické zabezpečení využívá jen menšina.

Způsob ochrany citlivých dat a firemního know-how při práci s AI

Komentář AMSP ČR:

Bezpečnost řešíme formálním zákazem nebo vůbec. Skutečné technologické zabezpečení je vzácností. Je to hazard – zaměstnanci do AI data vkládat budou, úkolem majitele je naučit je, jak to dělat bezpečně.



06b. Jakým způsobem zajišťujete, aby zaměstnanci do AI nevkládali citlivá firemní data (smlouvy, osobní údaje, know-how)?

Firmy od AI nejčastěji očekávají zrychlení administrativy a automatizaci rutiny. Zatímco podniky s velkým obrátem v ní vidí jasnou úsporu nákladů, mikrofirmy a OSVČ tyto přínosy očekávají výrazně méně.

Komentář AMSP ČR:

50 % firem čeká zrychlení administrativy. Zajímavé je, že mikrofirmy vidí úsporu nákladů výrazně méně než ty velké. Přitom právě pro OSVČ by AI mohla být tím 'zaměstnancem navíc', kterého si nemohou jinak dovolit.

Přínosy a očekávání od AI

	(Hodnoty uvedeny v %)	Velikost firmy			Segment		
		0 až 10 zaměstnanců	11 až 50 zaměstnanců	51 až 250 zaměstnanců	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Zrychlení rutinní administrativy	50 %	48	44	57	52	45	50
Automatizace opakujících se úkolů	42 %	33	44	49	40	45	43
Úspora finančních nákladů	35 %	21	37	46	41	36	28
Zvýšení kreativity a inovací	35 %	33	33	39	32	28	43
Zlepšení komunikace se zákazníky	22 %	25	19	24	16	26	28
Získání lepších podkladů pro rozhodování	22 %	16	23	26	20	23	24
Konkurenční výhoda (být první v oboru)	11 %	10	9	16	12	11	11
Vyřešení nedostatku personálních kapacit	9 %	8	9	10	9	11	8
Jiné, vypište	6 %	10	6	3	9	9	1



Respondenti uvedli v kategorii „Jiné, vypište“ taktéž překlady, reklamu a marketing. N=201

N=61

N=70

N=70

N=82

N=47

N=72

Q7. Jaké hlavní přínosy od AI očekáváte (nebo již pozorujete)?



Téměř třetina firem reálně vidí lepší kvalitu svých výstupů a přibližně čtvrtina hlásí přímou úsporu nákladů. Na druhou stranu zhruba třetina zatím žádný efekt nepozoruje.

Komentář AMSP ČR:

Třetina firem (31 %) už vidí vyšší kvalitu svých výstupů. Čtvrtina hlásí přímou úsporu nákladů přesto 31 % zatím nepozoruje nic. To je důkaz, že AI funguje jen tam, kde je součástí strategie, ne jen pokusem.

Reálné dopady AI

(Hodnoty uvedeny v %)

		Velikost firmy			Segment		
		0 až 10 zaměstnanců	11 až 50 zaměstnanců	51 až 250 zaměstnanců	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Zlepšení kvality výstupů (obsah, design)	31 %	41	21	35	31	28	35
Úspora nákladů (personál, agentura)	23 %	16	22	28	22	23	23
Zvýšení produktivity týmu	20 %	14	13	32	22	12	24
Lepší zákaznická zkušenost	20 %	20	18	22	24	14	20
Rychlejší time-to-market produktů/služeb	16 %	10	22	14	17	19	14
Zvýšení příjmů/prodeje	7 %	4	3	14	8	9	5
Nic z toho / Zatím to neměříme	31 %	35	34	25	28	42	27
	N=181	N=49	N=67	N=65	N=72	N=43	N=66

Q8. Zaznamenali jste díky AI reálně některý z těchto efektů?



Největší překážkou na trhu je nedostatek znalostí a dovedností zaměstnanců. Naopak odpor ke změnám je relativně nízký a u mikropodniků či rostoucích firem je marginální.

Komentář AMSP ČR:

Největší brzdou není odpor lidí ke změnám, ale prostý nedostatek jejich znalostí (31%). Lidé se AI nebojí, jen s ní neumí zacházet. To je výzva pro nás jako asociaci i pro stát: přestaňme řešit regulace a začněme řešit vzdělávání.

Bariéry zavádění AI

	(Hodnoty uvedeny v %)	Velikost firmy			Segment		
		0 až 10 zaměstnanců	11 až 50 zaměstnanců	51 až 250 zaměstnanců	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Nedostatek znalostí a dovedností zaměstnanců	31 %	21	39	31	33	28	31
Obavy o bezpečnost dat a know-how	27 %	21	27	31	22	28	32
Halucinace a chybovost AI (nedůvěra ve výstupy)	26 %	25	27	26	23	30	26
Zatím žádné zásadní překážky nemáme	20 %	33	14	16	17	21	24
Technická náročnost integrace do systémů	16 %	7	17	23	18	17	13
Odpor zaměstnanců ke změnám	15 %	5	20	20	16	11	18
Právní nejasnosti (autorská práva, legislativa)	15 %	11	17	16	12	15	18
Nejasná návratnost investice, Cena nástrojů	13 %	11	16	13	18	13	8
Jiné, vypište	0 %	0	0	1	1	0	0
Žádné z uvedených	1 %	2	1	0	0	2	1
	N=201	N=61	N=70	N=70	N=82	N=47	N=72

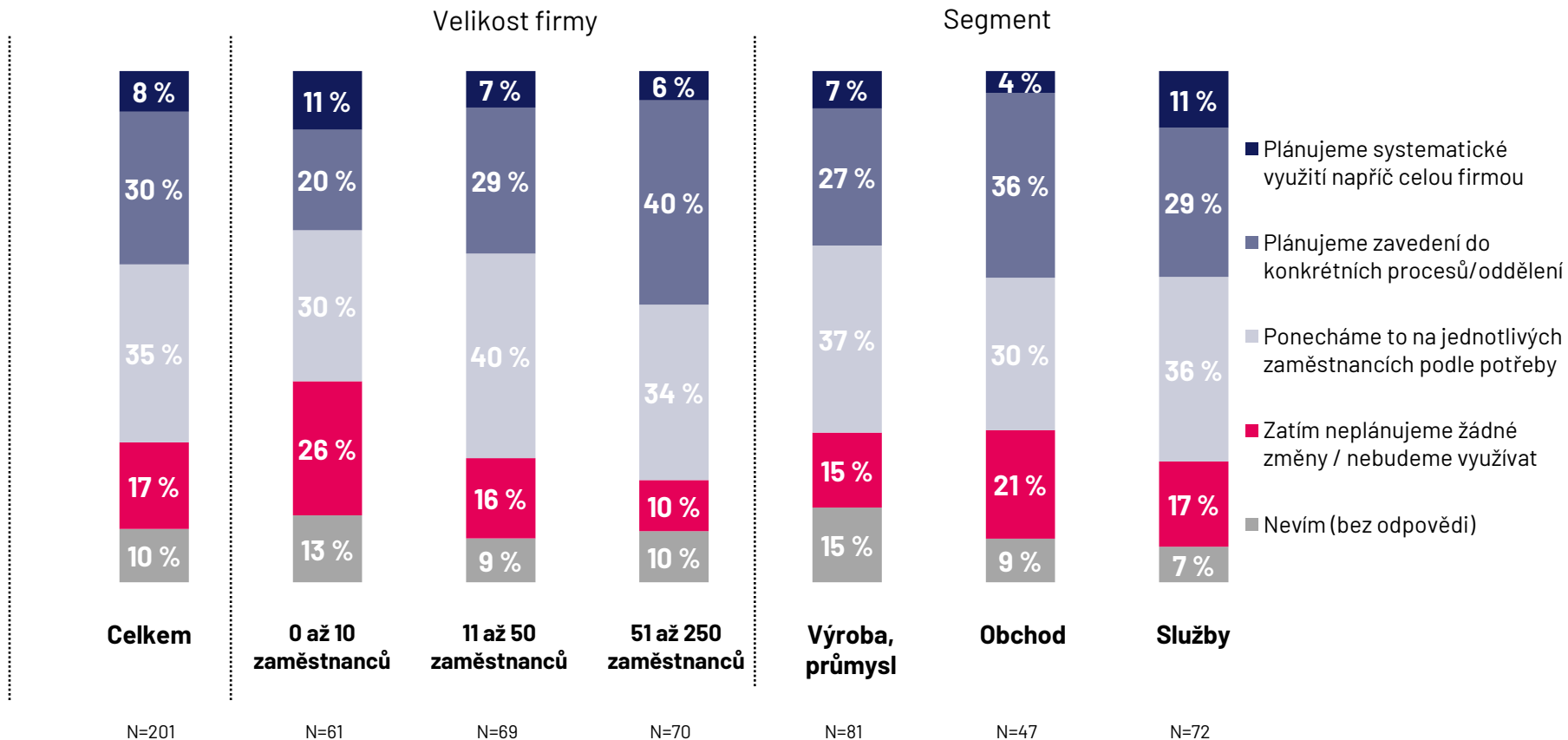
Q9. S jakými překážkami se při zavádění či používání AI nejvíce potýkáte?

Zhruba třetina trhu nechá v příštím roce AI na iniciativě zaměstnanců, zatímco druhá podobně velká skupina plánuje její cílené zavedení do procesů.

Komentář AMSP ČR:

Trh se dělí na strategy a 'vlastníky náhody'. Nechat AI na živelné iniciativě zaměstnanců je riskantní. Firma tím sice nic nebrzdí, ale ani neřídí. Příští rok ukáže, kdo dokázal AI integrovat do procesů a kdo ji nechal jen jako hračku v rukou jednotlivců.

Plány využití AI v horizontu 12 měsíců



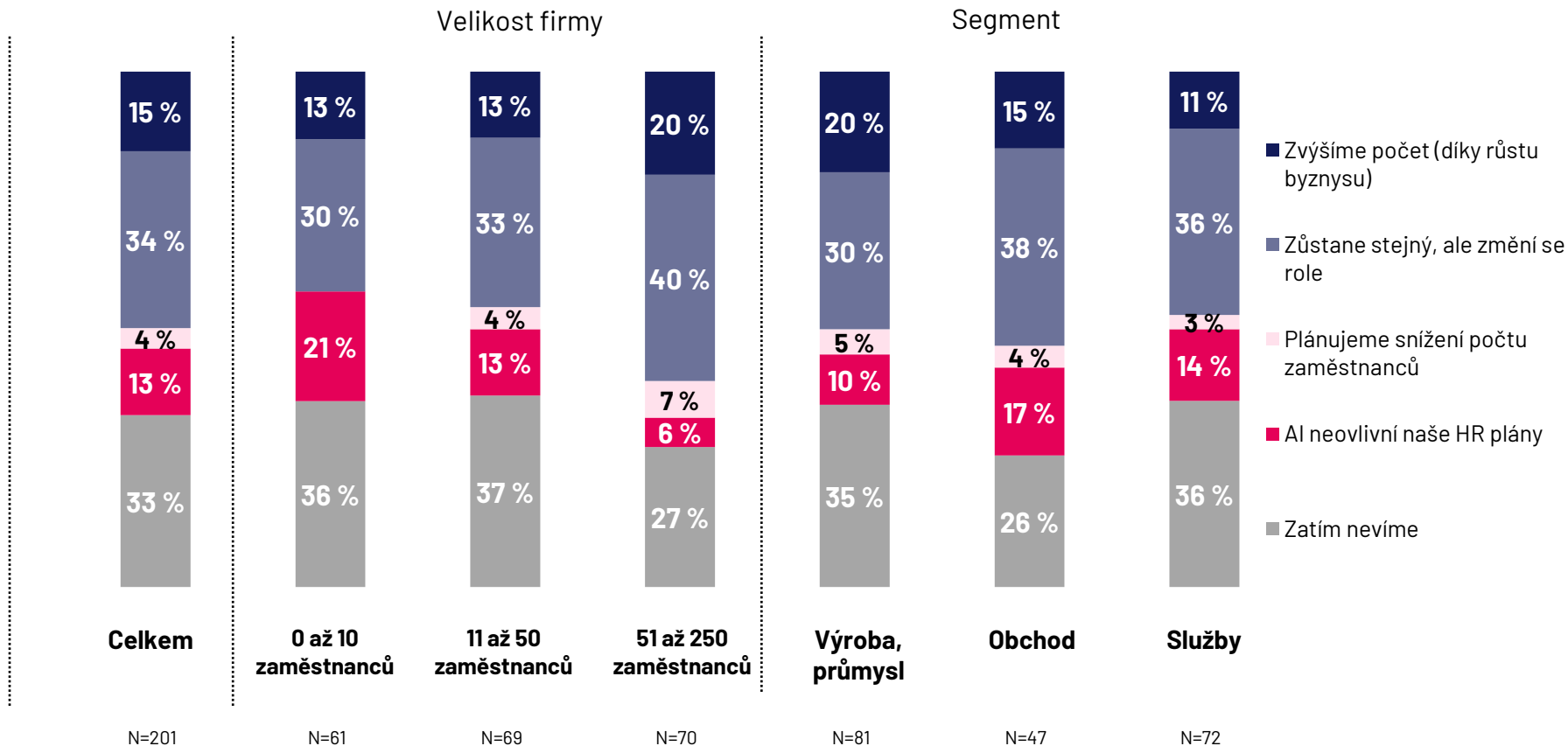
Q10. Na jaké úrovni plánujete využívat nástroje generativní AI v příštích 12 měsících?

Zatímco třetina firem neplánuje měnit celkový počet zaměstnanců a očekává spíše proměnu jejich rolí, pro další třetinu je dopad AI na personální plány v příštích třech letech naprostou neznámou.

Vliv na zaměstnanost

Komentář AMSP ČR:

AI nebude lidi nahrazovat, ale měnit jejich role – to si myslí třetina firem. Další třetina ale vůbec netuší, co přijde. Tato nejistota je pro MSP typická. Potřebujeme vizi, jak bude vypadat práce v roce 2029, abychom na ni mohli připravit dnešní absolventy i současné zaměstnance.



Q11. Jaký vliv bude mít AI na počet zaměstnanců ve vaší firmě do 3 let?

Více než třetina trhu preferuje podporu od vzdělávacích institucí a státu

Komentář AMSP ČR:

Firmy volají po pomoci od univerzit a státu. Je tu velká poptávka po důvěryhodných informacích, ne jen po komerčním prodeji licencí.

AMSP ČR je připravena být tím mostem, který MSP provede transformací bezpečně a srozumitelně.

Preferované zdroje externí podpory při zavádění AI

(Hodnoty uvedeny v %)

		Velikost firmy			Segment		
		0 až 10 zaměstnanců	11 až 50 zaměstnanců	51 až 250 zaměstnanců	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Vzdělávací instituce a univerzity	37 %	34	36	41	37	36	39
Stát / Vládní instituce (dotace, legislativa)	35 %	28	40	37	38	38	31
Komerční dodavatelé a konzultanti	26 %	16	31	29	27	26	25
Asociace a oborová sdružení (AMSP ČR apod. - vzdělávání, best practice)	24 %	16	24	30	24	21	25
Jiné, vypište	3 %	10	0	0	1	4	4
Nevím (bez odpovědi)	7 %	13	3	7	4	4	14
	N=201	N=61	N=70	N=70	N=82	N=47	N=72

Q12. Od koho byste uvítali podporu při zavádění AI?

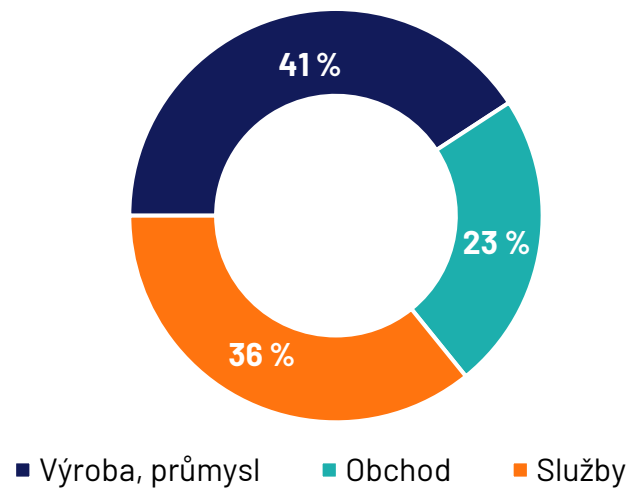


STRUKTURA VZORKU

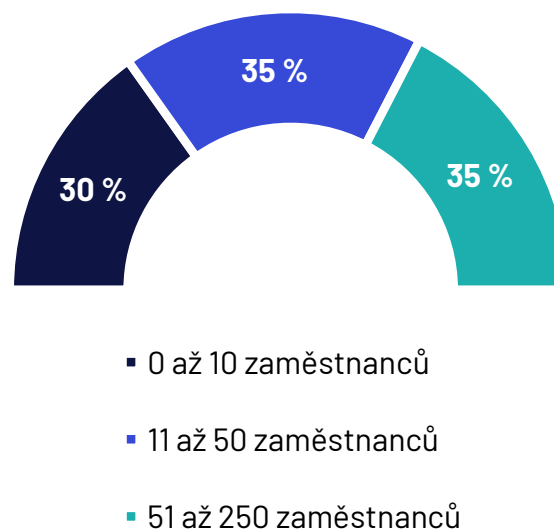
03

Struktura vzorku (v %)

Odvětví



Počet zaměstnanců



Obrat společnosti

