

Závěrečná zpráva z výzkumu

Potřeby SME v oblasti bankovních služeb a produktů



AMSP ČR



Asociace malých a středních
podniků a živnostníků ČR
Těšnov 5

110 00 Praha 1

tel. +420 222 246 404

fax +420 222 241 553

e-mail: amsp@amsp.cz

web: www.amsp.cz

Obsah závěrečné zprávy

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

1.	Metodologie výzkumu	3
2.	Klíčová zjištění	6
3.	Představení výsledků	10
4.	Struktura dotázaných	30

Metodologie výzkumu



AMSP ČR



3/34



Pozadí a cíle výzkumného šetření

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR dlouhodobě poskytuje aktivní podporu podnikání malých a středních podniků. Aktuální průzkum je zaměřen za průzkum základních potřeb právnických osob ze sektoru drobného podnikání (dále jen drobní podnikatelé) v oblasti bankovních služeb a produktů.

Hlavní cíle průzkumu jsou:

- ✓ zjistit, které faktory jsou rozhodující při výběru banky
- ✓ osvětlit kritéria, která ovlivňují rozhodnutí o změně banky
- ✓ zjistit, jak lze zoptimalizovat služby a produkty bank pro drobné podnikatele
- ✓ průzkum zájmu o inovace mezi drobnými podnikateli a možností financování inovačních procesů

Průzkum směřuje k nastavení tzv. *value proposition*, tedy k definování, jak by mělo vypadat optimální nastavení služeb a produktů pro drobné podnikatele.



Metodologie výzkumu

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

KVANTITATIVNÍ VÝZKUM – CATI

Cíl projektu	Hlavní cíle výzkumu vedou k nastavení <i>value proposition</i> , tedy k optimálnímu nastavení bankovních služeb a produktů pro právnické osoby ze sektoru drobného podnikání (Micro).
Metoda	CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) Dotazování prostřednictvím telefonického rozhovoru
Cílová skupina	Právnické osoby (vyjma živnostníků) ze sektoru drobného podnikání: <ul style="list-style-type: none">• roční obrat v rozmezí 10 – 40 milionů.
Kompetentní osoba	Osoba, která má ve firmě na starosti komunikaci s bankou a výběr bankovních služeb a produktů
Velikost vzorku	N = 600
Lokalita	Česká republika
Nástroje výzkumu	Strukturovaný dotazník
Výstupy	Závěrečná zpráva ve formátu MS Power Point v ČJ, elektronická verze
Termín dotazování	21. 5. – 30.5. 2012

Klíčová zjištění



AMSP ČR



Klíčová zjištění I.

AMSP | **Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů** | Květen 2012

Podnikatelský úvěr

- Podniků, které čerpají nebo v minulosti čerpaly podnikatelský úvěr, je nepatrně méně, než těch, které nečerpají tento úvěr.
- Pro podniky, které mají s úvěrem zkušenosti, byly při výběru hlavní banky více rozhodující faktory nabídky produktu na míru společnosti, poskytnutí úvěru a nadstandardní investiční možnosti, než pro firmy bez zkušeností s podnikatelským úvěrem.
- O změně banky by podniky, které čerpají nebo čerpaly podnikatelský úvěr, více přesvědčila rychlost vyřízení úvěru, lepší komunikace s bankou a produkt navržený na míru, a naopak by je spíše nepřesvědčila možnost vyššího zhodnocení vložených prostředků – vše při srovnání s podniky, které úvěr nečerpají a nečerpali.
- Ve srovnání s podniky bez zkušenosti s podnikatelským úvěrem by ty společnosti, které s ním již zkušenost mají, jako formu komunikace s bankou více preferovaly osobní návštěvu na pobočce a firemního bankéře, naopak internetovou komunikaci statisticky významně více volily podniky bez zkušeností s úvěrem.
- Podniky se zkušenostmi s úvěrem se také více zajímají o nabídku finančních produktů na trhu a produkty na financování provozu firmy shledávají více atraktivní, stejně tak i investiční služby.
- Při výběru úvěru je pro ně více důležitá jednoduchost vyřízení a rychlost poskytnutí finančních prostředků.
- Tyto firmy také signifikantně více plánují investovat do rozvoje podnikání, a to do výrobních prostor. Naopak, firmy bez zkušeností s podnikatelským úvěrem více než ty se zkušenostmi chtějí investovat do lidských zdrojů.
- Pochopitelně, firmy, které mají nebo měly podnikatelský úvěr, počítají při investování spíše s využitím provozních a investičních úvěrů, než s interními zdroji.
- O využití některého z dotačních programů uvažují statisticky významně více firmy, které čerpají nebo čerpaly podnikatelský úvěr, spíše než ty, které jej nikdy neměly.

Výběr banky

- Necelá polovina dotázaných (46%) si vybírala banku podle její pověsti. Dále se zaměřovali na finanční aspekty – výši poplatků a cenu služeb. Okolo 30% dotázaných zkoumalo nabídku produktů bank a zda je tato nabídka pro ně vyhovující.
- Výši poplatků, ceny služeb a dobrou pověst banky označovali dotázaní také jako ty nejdůležitější faktory pro výběr banky. Naopak nejméně důležité jsou pro ně nadstandardní investiční možnosti a zkušenosti banky s jejich konkrétním oborem podnikání.

Změna banky

- Dvě třetiny z dotázaných podnikatelů jsou po celou dobu své činnosti věrní stejné bance. Pětina z nich měnila banku pouze jednou, jen asi 12% měnilo banku vícekrát.
- Nejčastějším důvodem pro změnu banky byla lepší nabídka konkurenční banky.
- Pokud by dotázaní uvažovali o změně, přesvědčily by je na prvním místě nižší poplatky, pravidelné (58% dotázaných) i jednorázové (49% dotázaných).

Klíčová zjištění II.

AMSP | **Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů** | Květen 2012

Komunikace s bankou

- Nejpreferovanějším způsobem komunikace s bankou je internet (68% dotázaných).
- Necelé třetině podnikatelů také vyhovuje osobní návštěva na pobočce a možnost mít firemního bankéře.

Banky a bankovní produkty – spokojenost a atraktivita

- O využití bankovních služeb a produktů častěji rozhoduje spíše více lidí (58%).
- Dvě třetiny dotázaných deklaruje, že mají o nabídce bankovních služeb a produktů přehled, ovšem více než polovina z nich aktivně nevyhledává informace o nabídkách na bankovním trhu.
- 86% dotázaných podnikatelů je spokojeno s aktuálně využívanými službami své stávající banky.
- Nejvíce je klienty bank oceňován individuální přístup banky k firmám a širší nabízených produktů (možnost volby mezi více druhy podnikatelských účtů v rámci jedné banky hodnotí jako atraktivní 61% dotázaných).
- 62% pak zaujaly produkty na financování provozu firmy (např. kontokorent).
- Téměř polovina podnikatelů si nevzpomněla na žádný produkt, který by jim mohl pomoci. Ostatní nejčastěji uváděli nižší poplatky, lepší úroky a celkové lepší finanční podmínky.

Výběr úvěru

- Úvěr vybírají dotázaní nejčastěji podle výše úrokové sazby (80%). Velice často však také přihlížejí k dalšímu finančnímu aspektu – výši poplatků (66% dotázaných). Dále je pro ně také důležitá jednoduchost a rychlost vyřizování.
- Obecně, všechna uvedená kritéria jsou pro dotázané poměrně důležitá při vybírání úvěru, avšak za nejdůležitější považuje 63% dotázaných výši úrokové sazby.

Klíčová zjištění III.

AMSP | **Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů** | Květen 2012

Investice do rozvoje podnikání

- Většina dotázaných (61%) plánuje investovat do rozvoje podnikání. Rozložení časového výhledu těchto plánů je relativně různorodé – čtvrtina firem plánuje realizaci investic v horizontu pěti let, jedna čtvrtina do dvou let, jedna do roka a čtvrtina do šesti měsíců nebo ihned.
- Z těch, kdo investice plánují, 39% je chce vložit do technologie výroby a distribuce, necelá třetina pak do nemovitostí.
- Více jako 70% těchto podnikatelů bude investice financovat z vlastních zdrojů.
- Investiční úvěr by si pro tyto účely vzalo 36% firem. Zanedbatelný podíl dotázaných by investice získal z rizikového kapitálu či dodavatelského úvěru.

Dotační programy

- 28% ze všech dotázaných by uvažovalo o využití některého z dotačních programů na podporu podnikání EU či ČR.
- Podniky, přemýšlející o dotačních programech, tvoří statisticky významně více podniků s 11-50 zaměstnanci a podniků s menším obratem (10-20 mil. Kč).
- Čtvrtina z nich zatím nemá konkrétní představu o programu. Dotázaní s jasnou představou o dotačním programu mají velice variabilní zaměření – avšak jmenované oblasti se poměrně shodují s oblastmi, do kterých plánují podnikatelé investovat v rámci financování svého rozvoje podnikání.

Představení výsledků



AMSP ČR



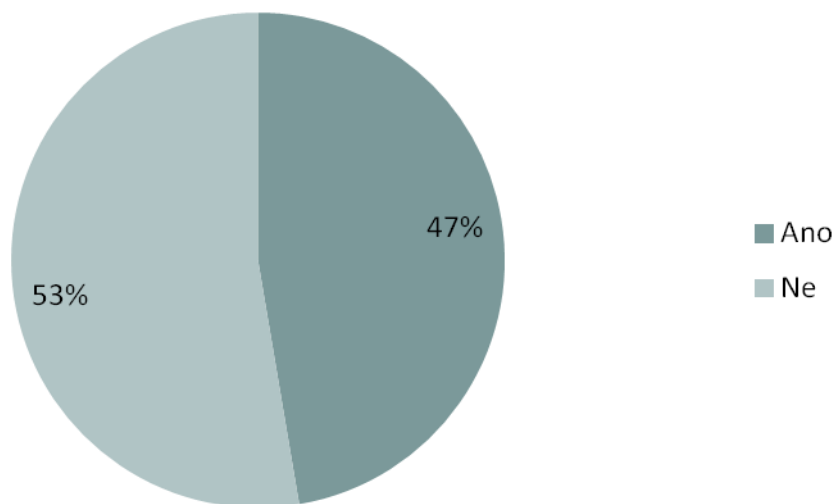
10/34



Čerpání podnikatelského úvěru

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Q1: Na úvod bych se rád zeptal/a, zda Vaše společnost v současnosti čerpá nebo v minulosti čerpala podnikatelský úvěr?
(uzavřená otázka, pouze jedna možná odpověď, úvodní screeningová otázka)



N = 600

Výběr a rozhodnutí o změně banky

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Klienti si nejčastěji vybírají **banky s dobrou pověstí (46% dotázaných)**, poté poměří **náklady spojené s využíváním bankovních služeb a produktů a jejich kvalitu** (zda jsou bankovní produkty a služby šité na míru jejich společnosti a zda jim vyhovují). Pro konečné rozhodnutí jsou důležité zejména **náklady spojené s využíváním bankovních služeb a produktů**, poté **pověst banky**, která je spojena s pocitem garance a jistoty.

Drobní podnikatelé jsou spíše věrnými klienty svých stávajících bank, **dvě třetiny** z nich uvedlo, že **nikdy nezměnilo po dobu své existence banku**, pětina poté pouze jednou.

Nejčastějším důvodem pro změnu banky je přesto **lepší nabídka konkurenční banky**, pětina dotázaných uvedla přímo, že nebyla spokojena se službami stávající banky.

Lepší nabídkou konkurenční banky jsou míněny zejména **nižší pravidelné i jednorázové poplatky**, lepší zhodnocení vložených peněz a individuální přístup banky.

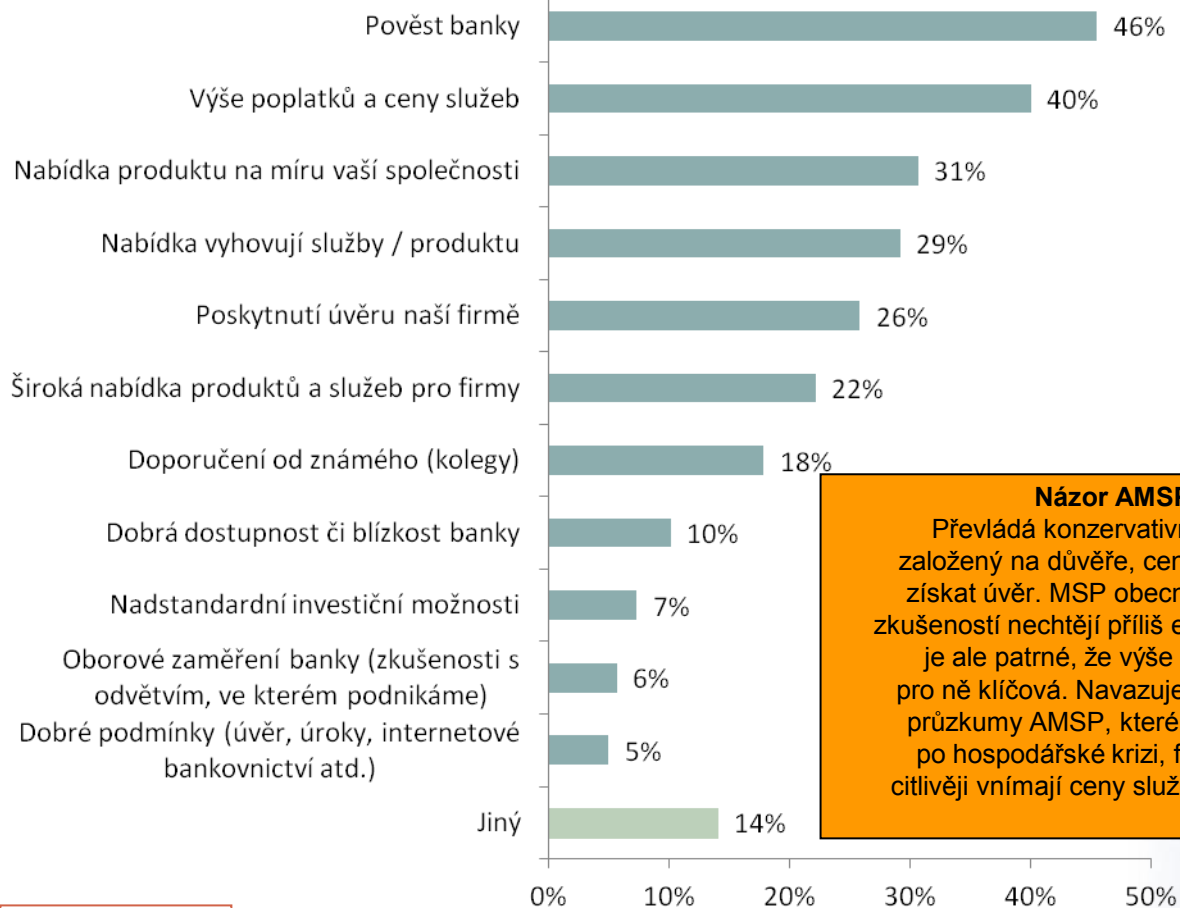


Klíčové faktory při výběru banky

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Q2: Které faktory byly rozhodující při výběru Vaší hlavní banky?

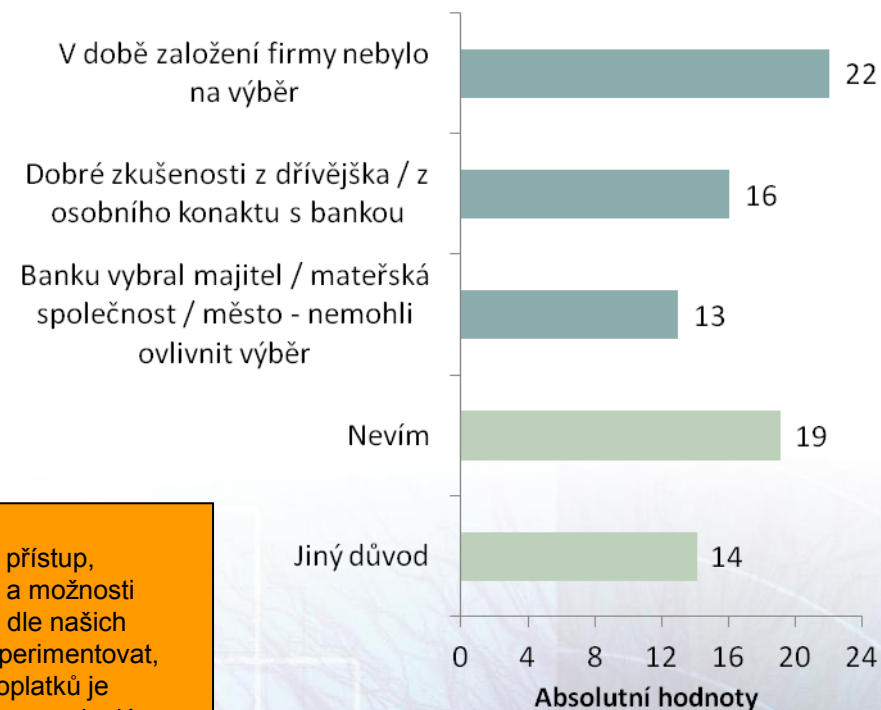
(polootevřená otázka, více možných odpovědí)



Názor AMSP:
Převládá konzervativní přístup, založený na důvěře, ceně a možnosti získat úvěr. MSP obecně dle našich zkušeností nechtějí příliš experimentovat, je ale patrné, že výše poplatků je pro ně klíčová. Navazuje to na minulé průzkumy AMSP, které potvrdily, že po hospodářské krizi, firmy daleko citlivěji vnímají ceny služeb své banky.

N = 600

Q2: Možnost Jiný

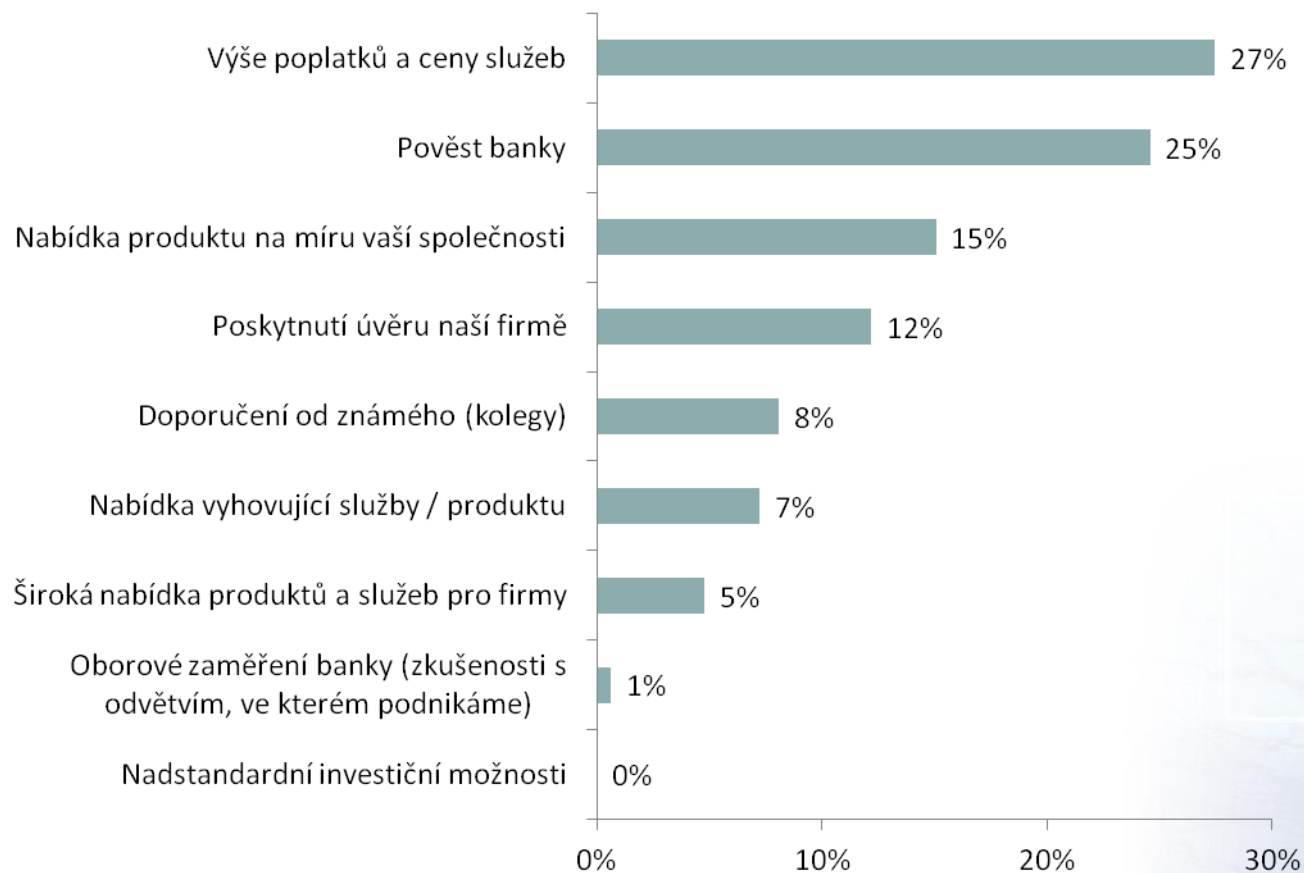


N = 84

Nejdůležitější faktor při výběru banky

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Q3: Který z Vámi zmíněných faktorů byl ten nejdůležitější?
(uzavřená otázka, jedna možná odpověď)

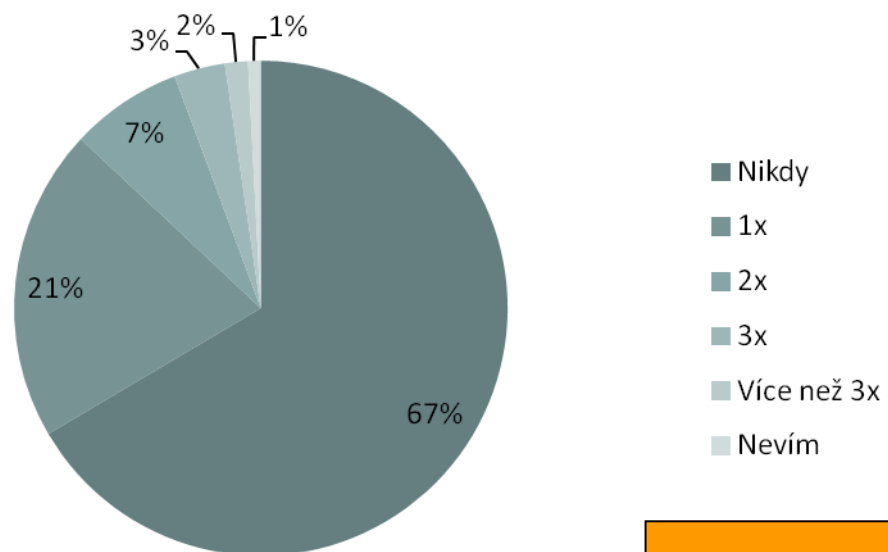


N = 516

Změna banky

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Q4: Kolikrát jste za dobu existence Vaší firmy změnili svou hlavní banku?
(uzavřená otázka, jedna možná odpověď)



Názor AMSP:
Firmy sázejí spíše na dlouhodobou spolupráci a banku mění až když se prokazatelně ukáže, že jim její podmínky nevyhovují. I z minulých průzkumů AMSP vyplývá, že bankéř je pro MSP současně i jejím poradcem, rozhoduje tedy i osobní důvěra v pracovníka banky.

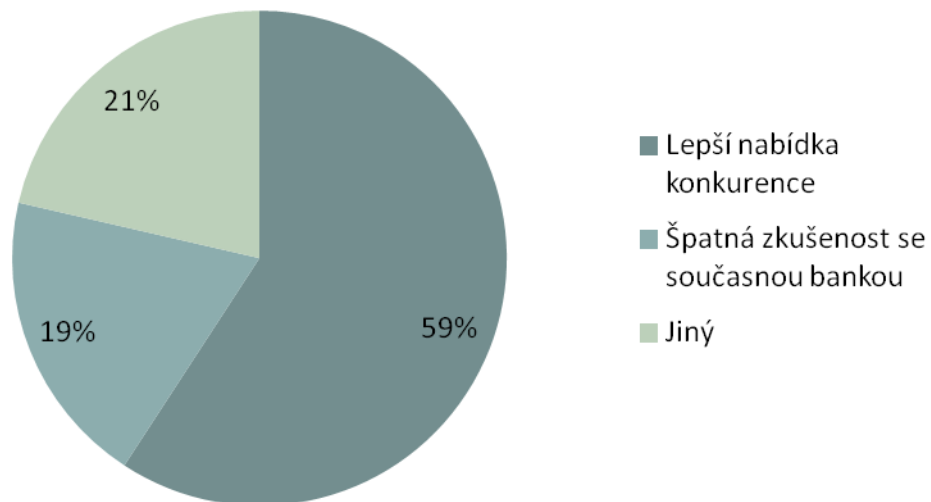
N = 600

Důvod ke změně banky

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

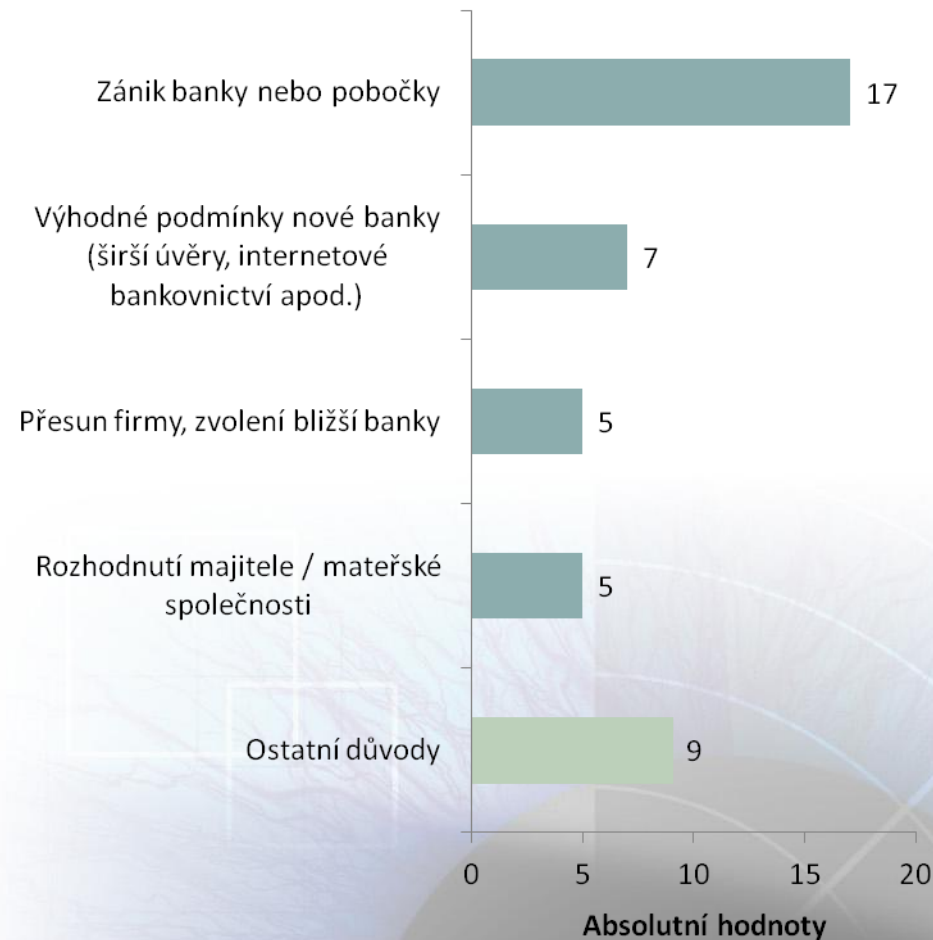
Q5: Jaký byl nejčastěji hlavní důvod, který Vás vedl ke změně hlavní banky?

(uzavřená otázka, jedna možná odpověď)



N = 201

Q5: Možnost Jiný



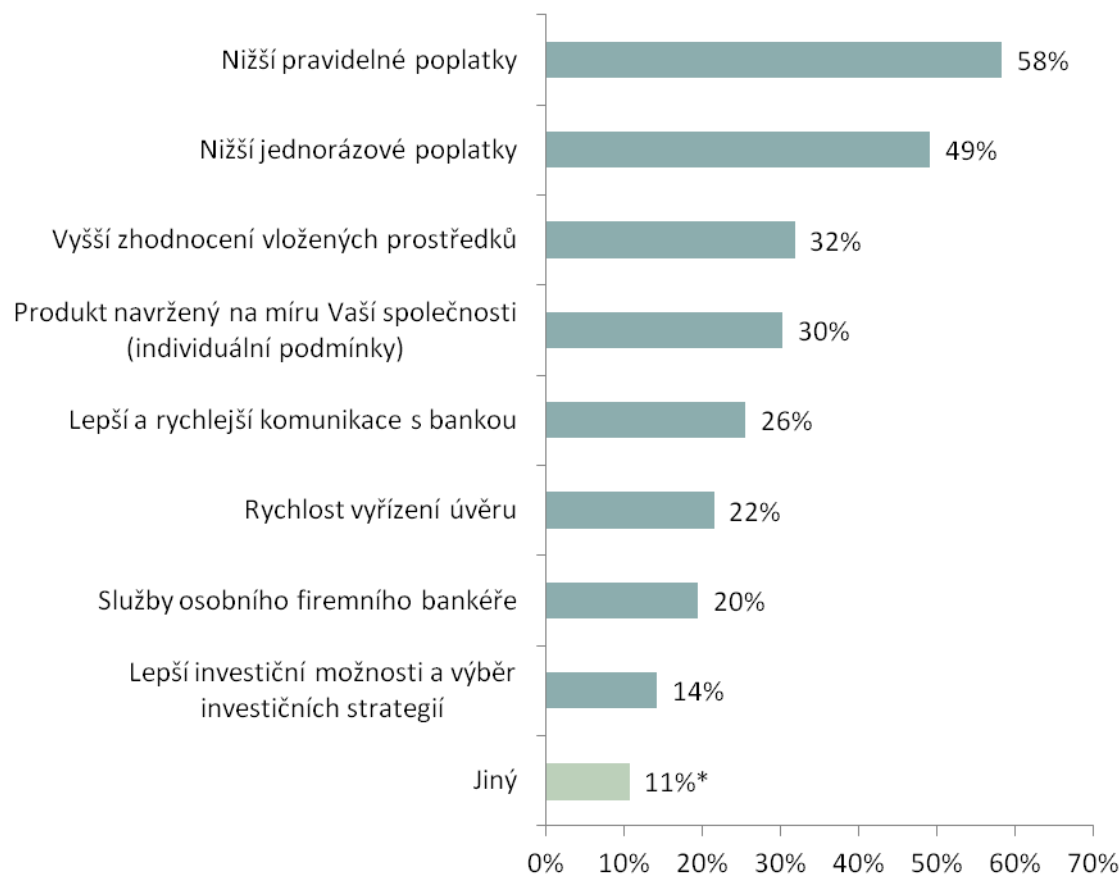
N = 43

Kritéria ke změně banky

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Q6: Jaká konkrétní kritéria by Vás nejvíce přesvědčila o změně Vaší hlavní banky?

(polootevřená otázka, více možných odpovědí)

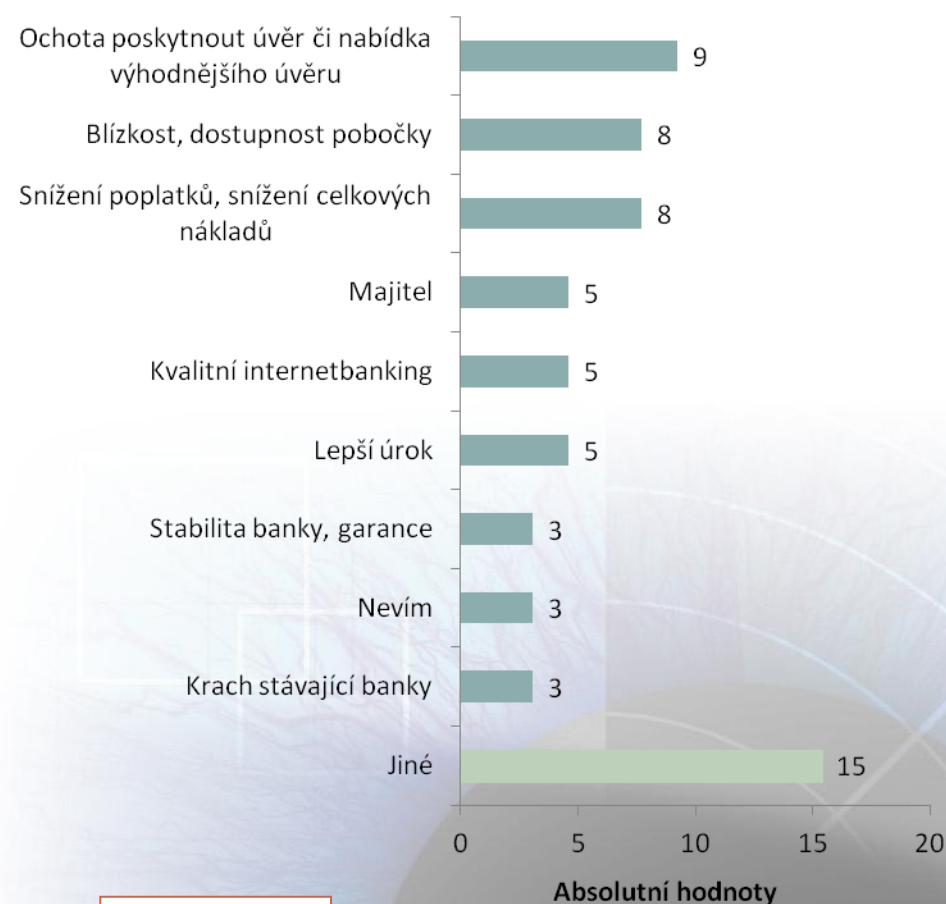


N = 600*

*Z podílu možnosti „Jiný“ byli vypuštěni dotázaní, kteří o změně banky neuvažují – 91 osob.

AMSP ČR | Těšnov 5, Praha 1 | www.amsp.cz | tel. +420 222 246 404

Q6: Možnost jiný



N = 63

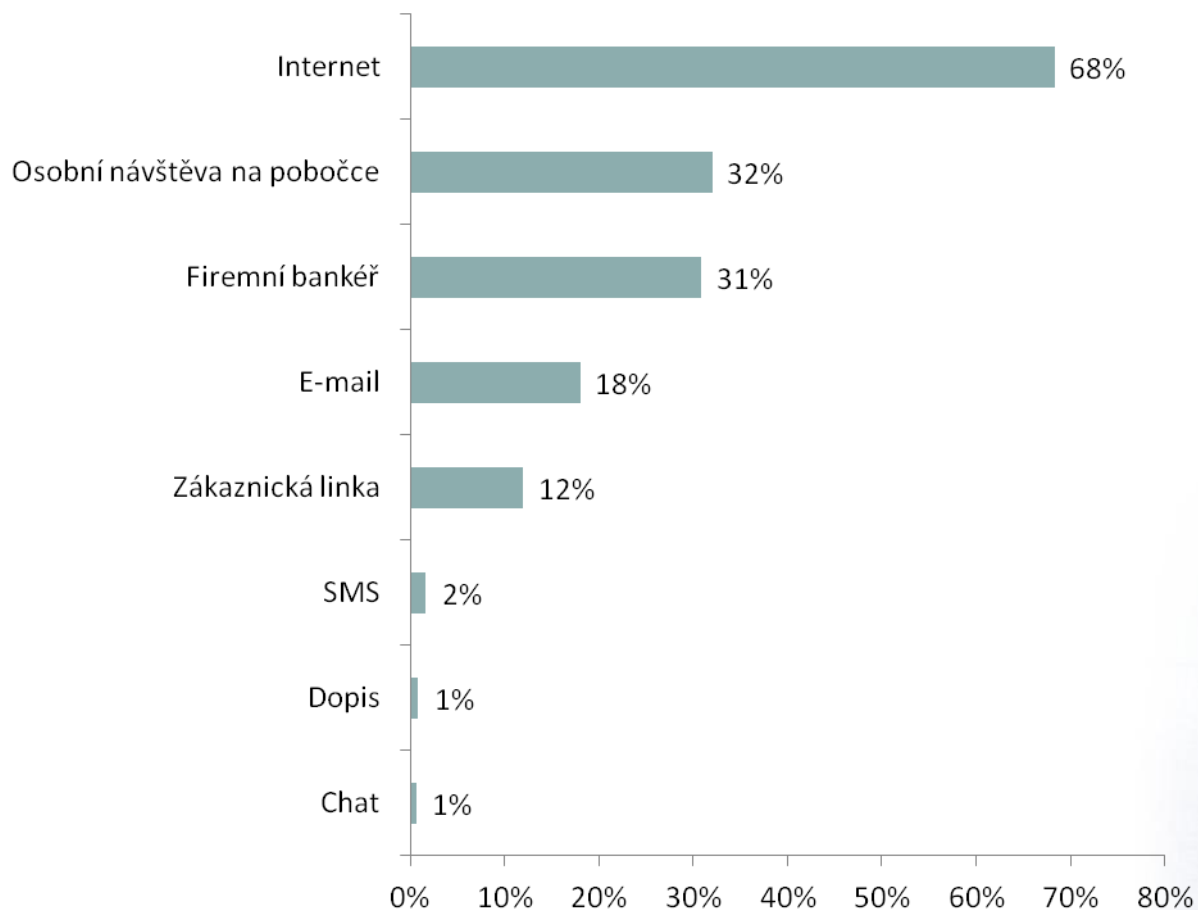
17/34



Optimální způsob komunikace s bankou

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Q7: Jaký způsob komunikace s bankou Vám nejvíce vyhovuje?
(uzavřená otázka, více možných odpovědí)



N = 600

Snaha bank by měla směřovat k převedení významné části komunikace s klientem do **internetové podoby**, často bylo žádáno efektivně fungující internetové bankovníctví.

Názor AMSP:

Poměrně překvapivá odpověď. MSP tým ale potvrzuje, že elektronické bankovníctví je pro ně již přirozenou součástí řízení firmy. Jedním z důvodů je bezesporu časová úspora, která je v menších firmách o několika zaměstnancích dlouhodobě brána jako důležitý ukazatel při rozhodování o nabízeném produktu.

Finanční chování firem a hodnocení aktuální nabídky bankovních služeb a produktů

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Rozhodování o využití bankovních služeb a produktů je o něco častěji dílem více lidí (58%), **dvě třetiny** dotázaných míní, že má o **nabídce bankovních služeb a produktů přehled**, ovšem **více než polovina** z nich **aktivně nevyhledává informace** o nabídkách na bankovním trhu. Co se týče **aktuální nabídky** bankovních služeb a produktů, **70%** dotázaných ji hodnotí jako **dostatečnou**, **86%** jsou **spokojeni s aktuálně využívanými službami** své stávající banky.

Nejvíce je klienty bank oceňován **individuální přístup banky a flexibilita** ve využívání služeb (možnost volby mezi více druhy podnikatelských účtů v rámci jedné banky hodnotí jako atraktivní 61% dotázaných). Zajímavé jsou rovněž **výhodné nabídky produktů financujících provoz firmy**, např. kontokorent (62% dotázaných označilo jako atraktivní).

Výhodný kontokorent či **jednoduše vyřiditelný úvěr** jsou služby, které by dotázaní jistě uvítali. Nejvíce by ke zlepšení situace drobných podnikatelů přispělo **snížení, či dokonce zrušení některých poplatků a celkové zlevnění služeb**.



AMSP ČR

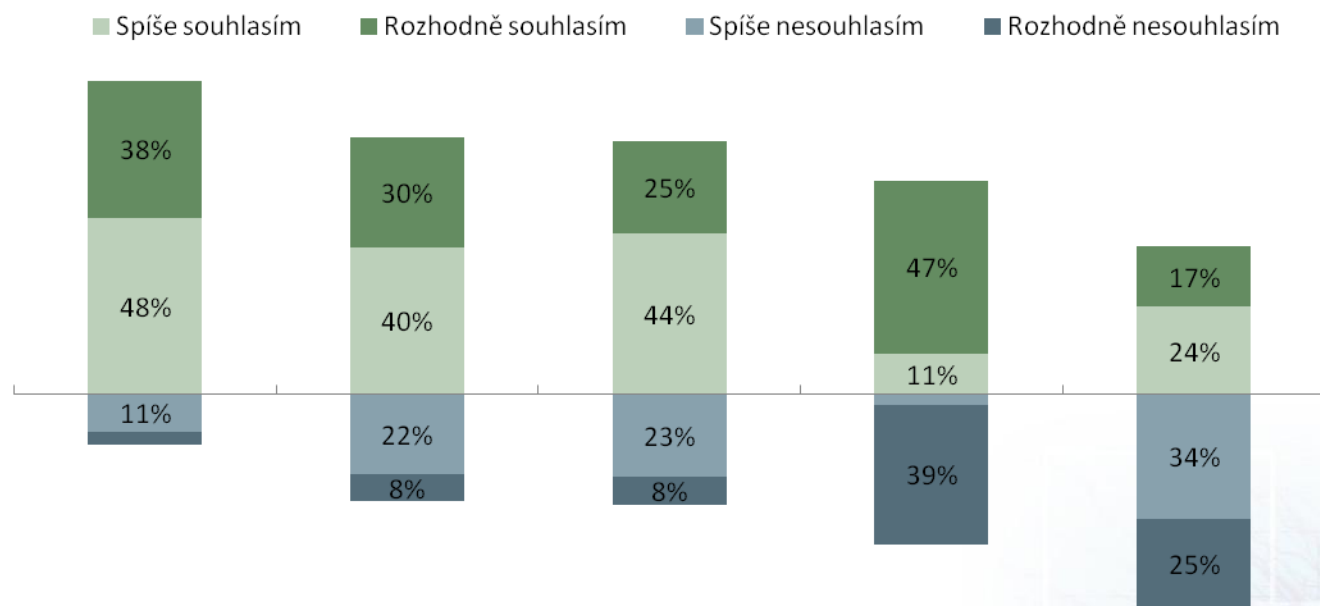


Hodnocení finančních produktů pro podnikatele

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Q8: Ohodnoťte prosím následující výroky podle toho, do jaké míry s nimi souhlasíte či nikoliv (1 = rozhodně souhlasím, 4 = rozhodně nesouhlasím).

(uzavřená otázka, jedna možná odpověď pro každý výrok)



Názor AMSP:
Je patrné, že firmy vnímají nabídku jako dostatečnou, potvrzuje to mínění, že menší firmy spíše spoléhají na výběr a nabídku a nejsou tím kdo by inicioval nové produkty, inovace produktů tedy očekávají od svých bank.

Se službami naší banky jsme úplně spokojeni

Nabídka finančních produktů a služeb pro podnikatele je dostatečná

Máme přehled o nabídce služeb a produktů na trhu

Na výběru banky se podílí více lidí

Aktivně se zajímáme o nabídku finančních produktů pro podnikatele

N = 597 / 599

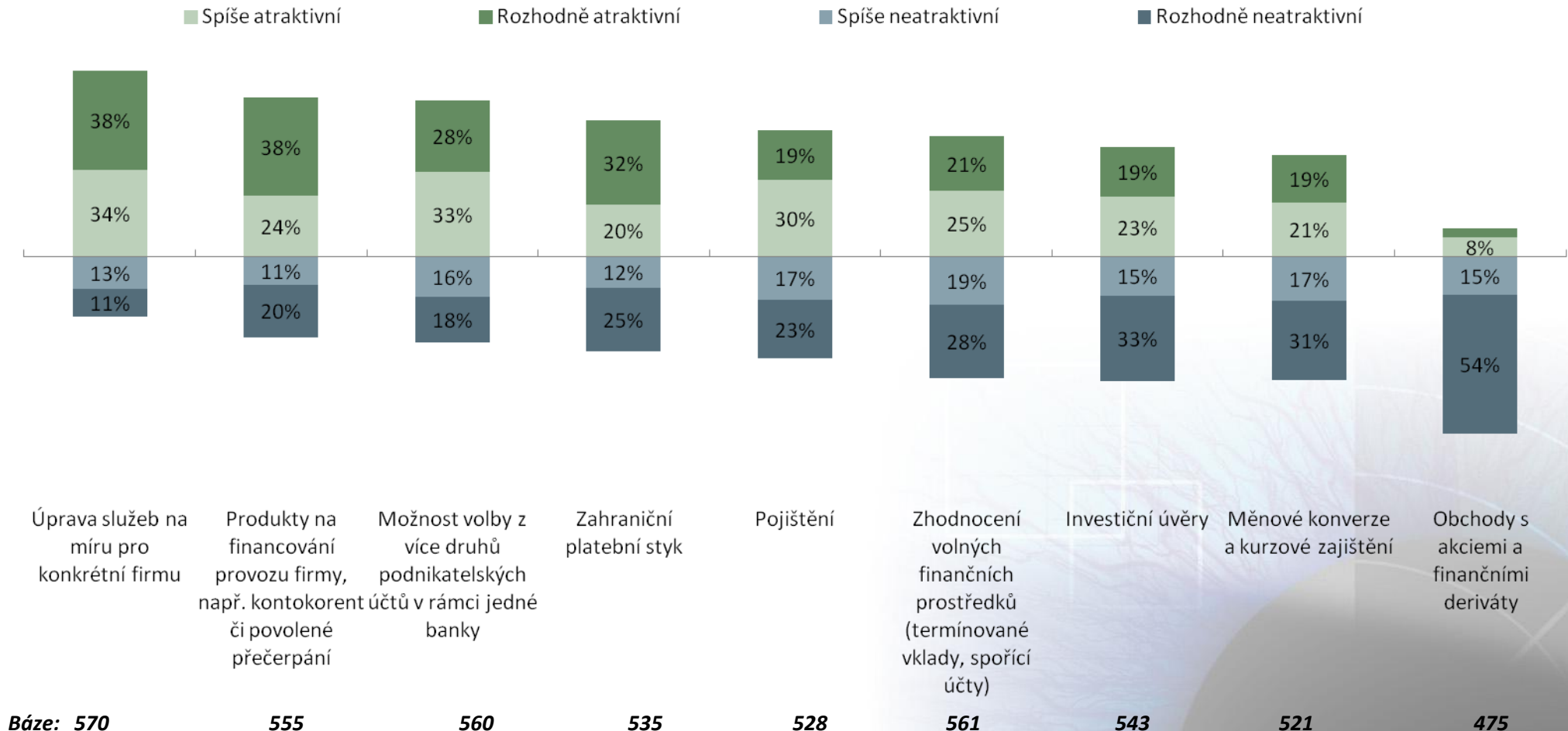
Hodnocení bankovních služeb a produktů pro podnikatele

Názor AMSP:
Firmy si váží osobního přístupu a flexibility nabídky na financování. Naopak nijak zásadní pro ně není zhodnocování volných prostředků, Dle našeho názoru z důvodu, že je dokáží ve vlastní firmě/obchodě zhodnotit více nebo jimi nedisponují.

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Q9: Ohodnoťte prosím následující služby a produkty bank pro podnikatele podle toho, do jaké míry Vám připadají atraktivní (1 = rozhodně atraktivní, 4 = rozhodně neatraktivní).

(uzavřená otázka, jedna možná odpověď pro každý výrok)



Báze: 570

555

560

535

528

561

543

521

475

Žádaný bankovní produkt či služba

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Q10: Který produkt či služba by podle Vašeho názoru podnikatelům jako jste Vy nejvíce pomohl?
(otevřená otázka)



N = 596*

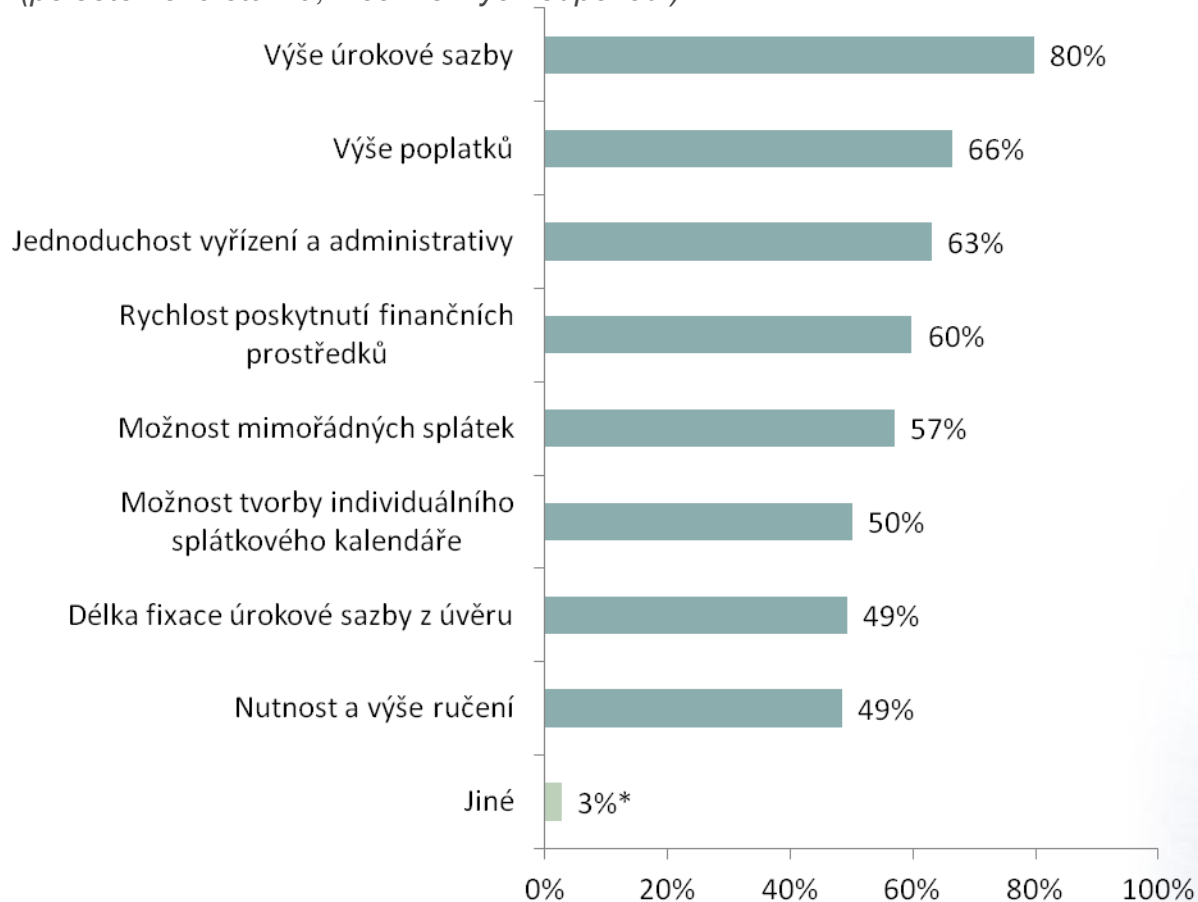
* Z výsledků byla vypuštěna možnost „Nevím“ a „Nic“ – 328 dotázaných.

Výběr úvěru

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Q11: Jaká kritéria jsou pro Vás důležitá při výběru vhodného úvěru pro Vaší firmu?

(polootevřená otázka, více možných odpovědí)

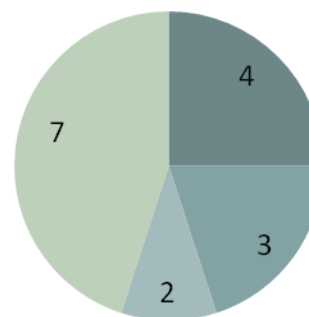


N = 600*

* Z možnosti „Jiné“ byli vypuštěni dotázaní, kteří úvěr nechtějí – 66 osob.

Q11: Možnost Jiné

Absolutní hodnoty



- Celková flexibilita, individuální přístup banky
- Možnost předčasného splacení
- Délka splácení
- Jiné

N = 16

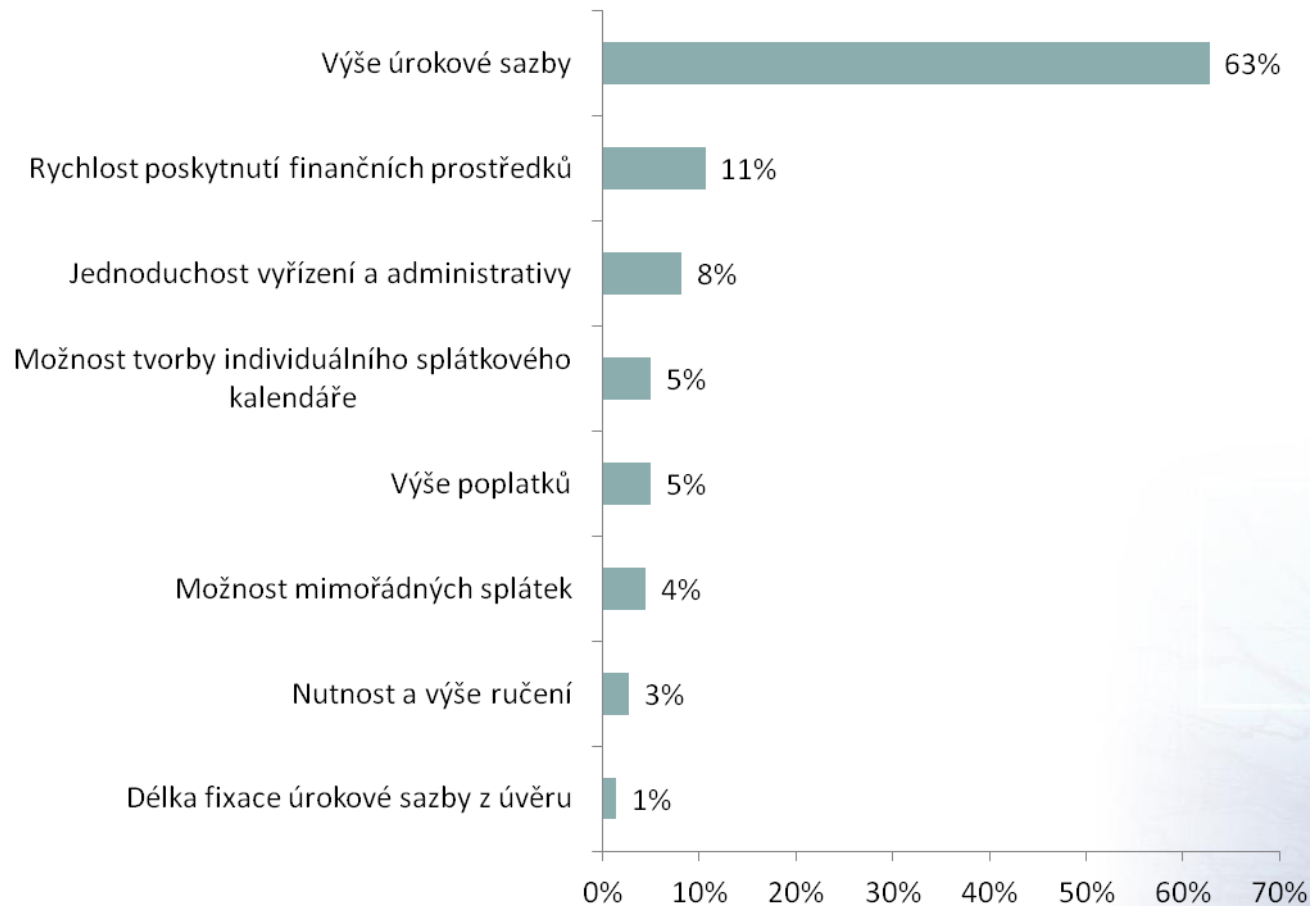
Názor AMSP:

Poměrně vyrovnané odpovědi, překvapivý je pro nás takový důraz na výši úrokové sazby. V minulosti bylo jednoznačně nejdůležitější kritérium úvěr hlavně získat. Změna je z našeho pohledu dána tím, že firmy si více věří v získání úvěru a soustřeďují se na náklady spojené s cizími zdroji.

Výběr úvěru

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Q12: Jaké kritérium ze zmíněných je pro Vás absolutně nejdůležitější?
(uzavřená otázka, jedna možná odpověď)



N = 524

Úvěr vybírají dotázaní nejčastěji podle **výše úrokové sazby (80%)**. Velice často však také přihlížejí k dalšímu finančnímu aspektu – **výši poplatků (66% dotázaných)**. Dále je pro ně také důležitá **jednoduchost** a **rychlost** vyřizování. Obecně, všechna uvedená kritéria jsou důležitá, avšak za nejdůležitější považuje **63% dotázaných výši úrokové sazby**. To je poměrně důležitý fakt, který může ovlivnit i výběr banky.

Investice do podnikání a dotace z EU

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Většina dotázaných (**61%**) by chtěla do budoucna investovat do **rozvoje podnikání**. Rozložení časového výhledu těchto plánů je poměrně **rovnoměrné** - okolo jedné čtvrtiny firem, které plánují investice do podnikání, počítají s realizací investic v horizontu pěti let, jedna čtvrtina plánuje investice do dvou let, jedna do roka a čtvrtina do šesti měsíců nebo ihned.

39% z těch dotázaných, kteří chtějí investovat do rozvoje podnikání, plánuje vložit investice do **technologie výroby a distribuce**, **necelá třetina** pak do **nemovitostí**. Nejméně respondentů plánuje za investované peníze pořídit výrobní linky (5%) a automobil (13% dotázaných).

Naprostá většina (71%) bude investice financovat z **vlastních zdrojů**; **36%** podniků si plánuje vzít **investiční úvěr**. Zanedbatelný podíl dotázaných by investice získal z rizikového kapitálu či dodavatelského úvěru.

Využít některý z **dotačních fondů EU či ČR na podporu podnikání** by chtělo **28%** ze všech dotázaných – čtvrtina z nich zatím nemá konkrétní představu o programu. Dotázaní s jasnou představou o dotačním programu mají velice variabilní zaměření – avšak jmenované oblasti **podporují** výsledky ohledně konkrétních oblastí investic (otázka 15).

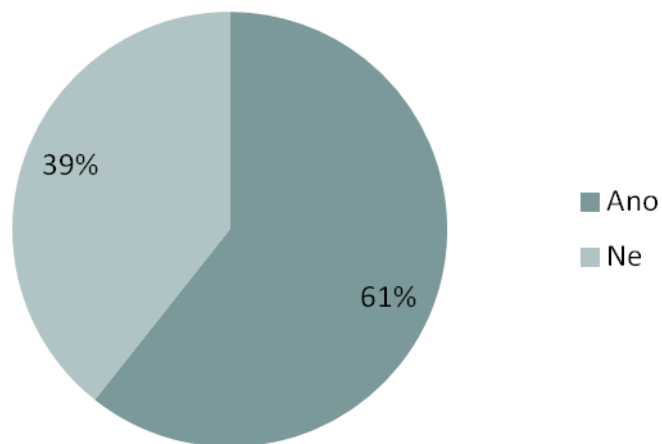


Plánované investice do rozvoje podnikání

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

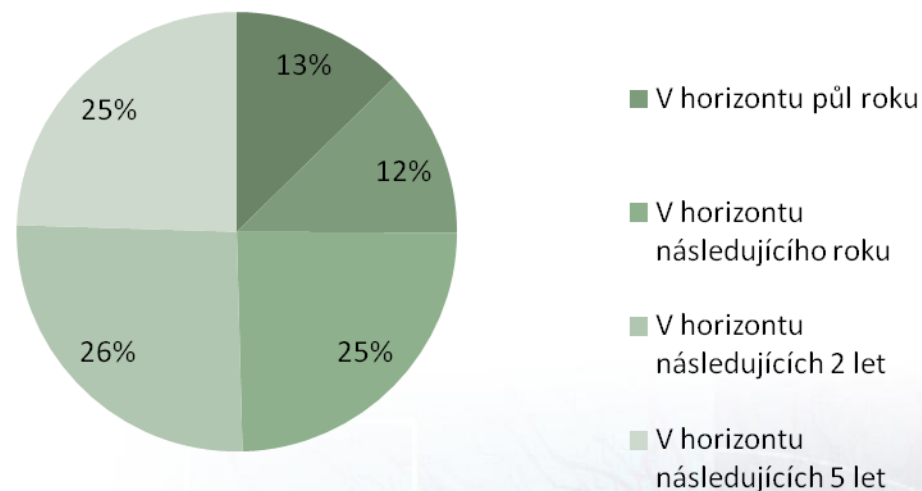
Q13: Plánujete v budoucnu investovat do rozvoje svého podnikání?

(uzavřená otázka, jedna možná odpověď)



Q14: V jakém časovém horizontu plánujete investici provést?

(uzavřená otázka, jedna možná odpověď – filtr „Ano“ z Q13)



N = 600

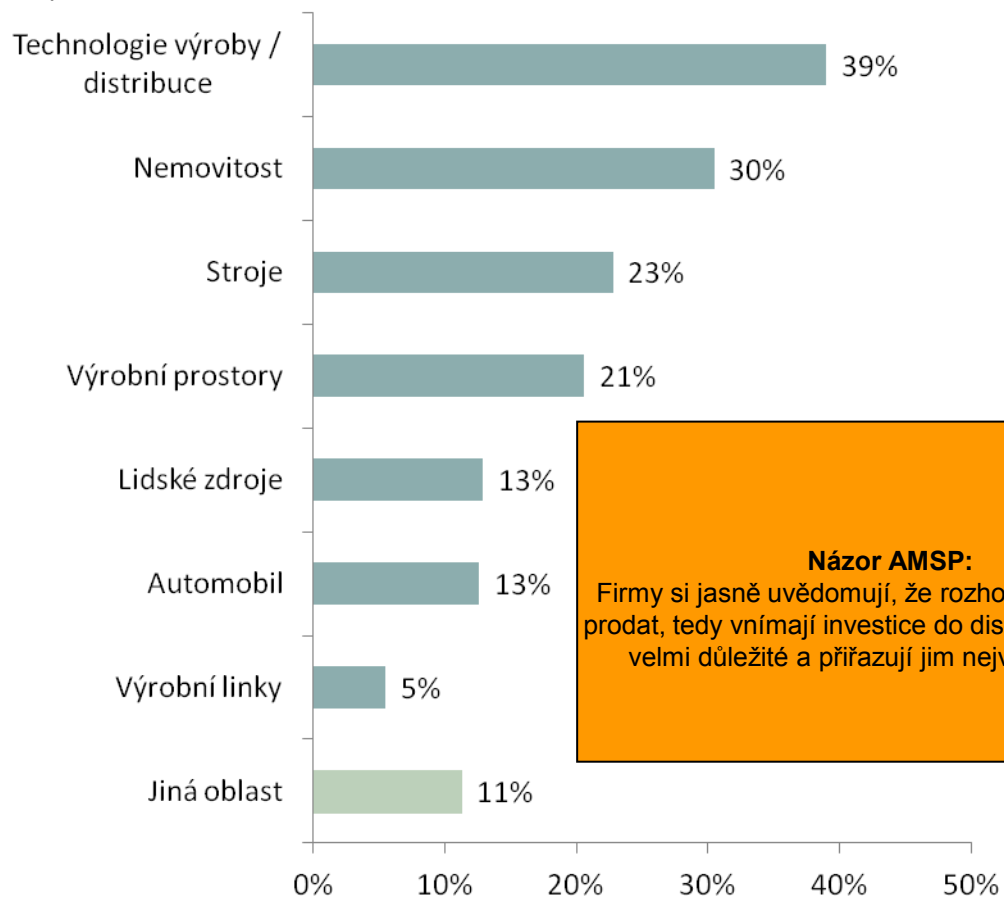
N = 363

Plánované investice do rozvoje podnikání

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

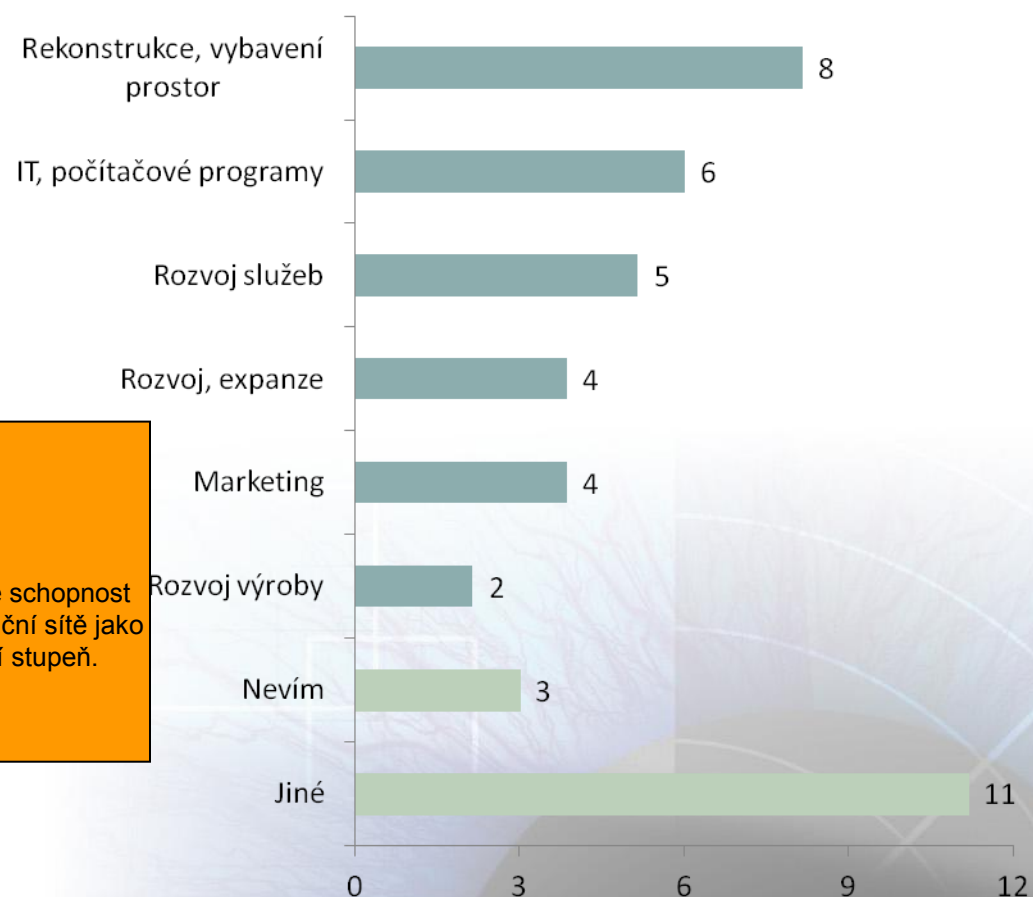
Q15: Do čeho konkrétně plánujete investovat?

(polootevřená otázka, více možných odpovědí – filtr „Ano“ z Q13)



N = 364

Q15: Možnost Jiná oblast



N = 43

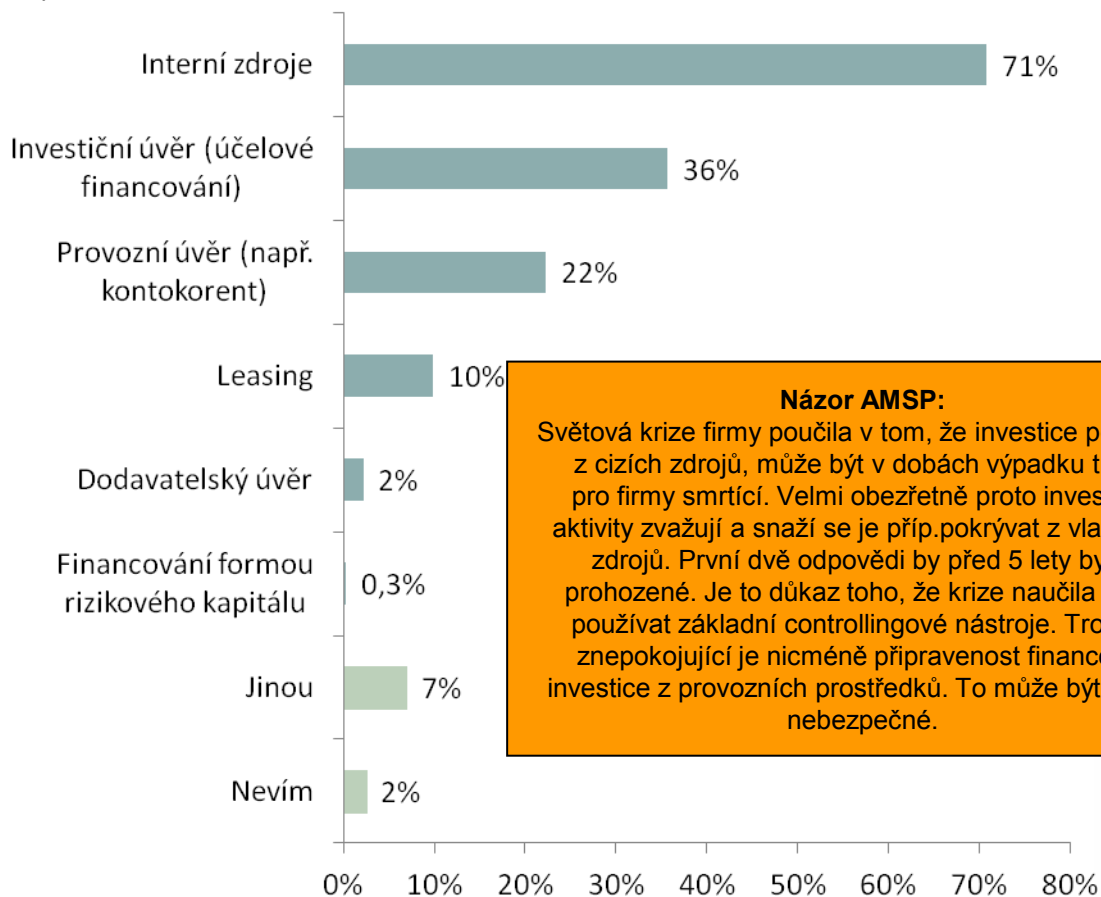
Absolutní hodnota

Názor AMSP:
Firmy si jasně uvědomují, že rozhoduje schopnost prodat, tedy vnímají investice do distribuční sítě jako velmi důležité a přiřazují jim nejvyšší stupeň.

Forma plánovaných investic

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

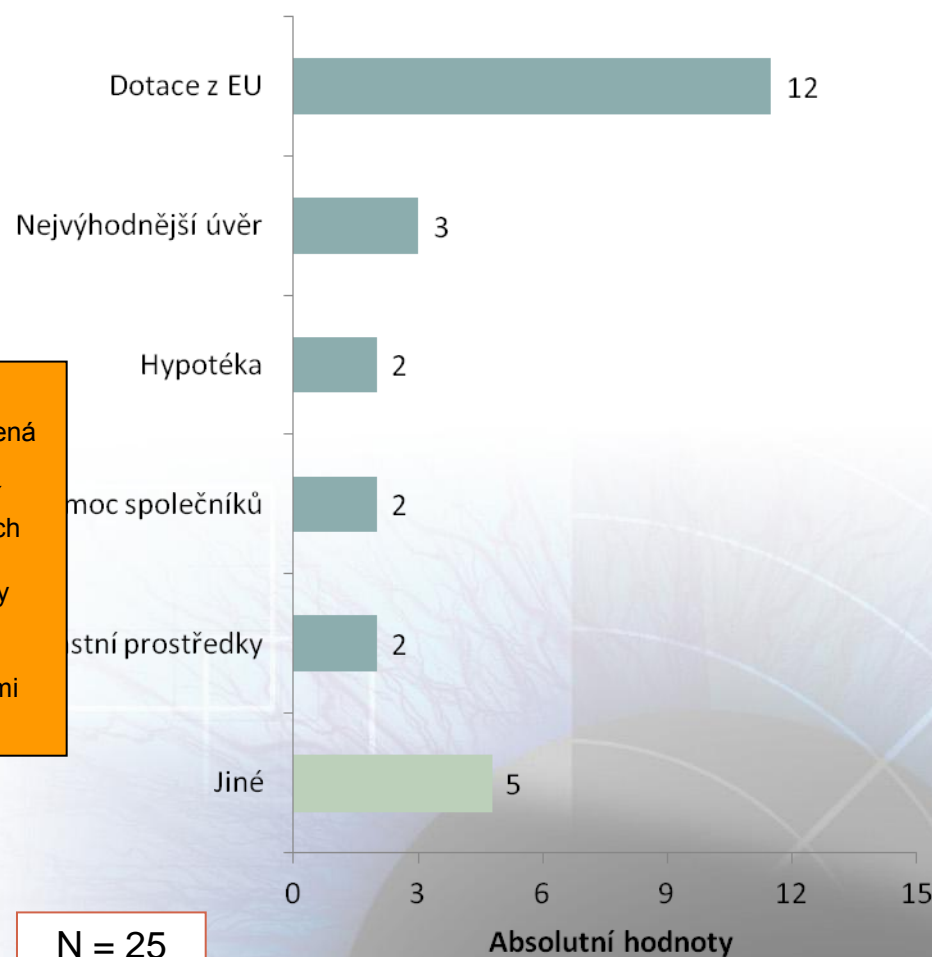
Q16: Jakou formou plánujete investice financovat?
(polootevřená otázka, více možných odpovědí – filtr „Ano“ z Q13)



Názor AMSP:
Světová krize firmy poučila v tom, že investice pořízená z cizích zdrojů, může být v dobách výpadku tržeb pro firmy smrtící. Velmi obezřetně proto investiční aktivity zvažují a snaží se je příp. pokrývat z vlastních zdrojů. První dvě odpovědi by před 5 lety byly prohozené. Je to důkaz toho, že krize naučila firmy používat základní controllingové nástroje. Trochu znepokojující je nicméně připravenost financovat investice z provozních prostředků. To může být velmi nebezpečné.

N = 364

Q16: Možnost Jinou

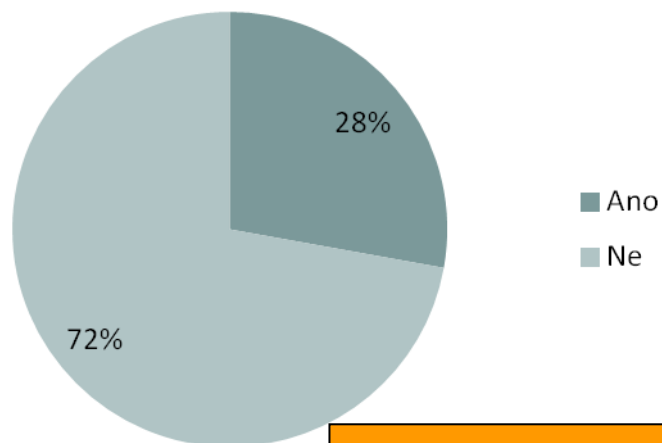


N = 25

Využití dotačních programů z EU

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Q17: Uvažujete o využití některého z dotačních programů na podporu podnikání financovaných ze strukturálních fondů EU či ze státního rozpočtu ČR?
(uzavřená otázka, jedna možná odpověď)



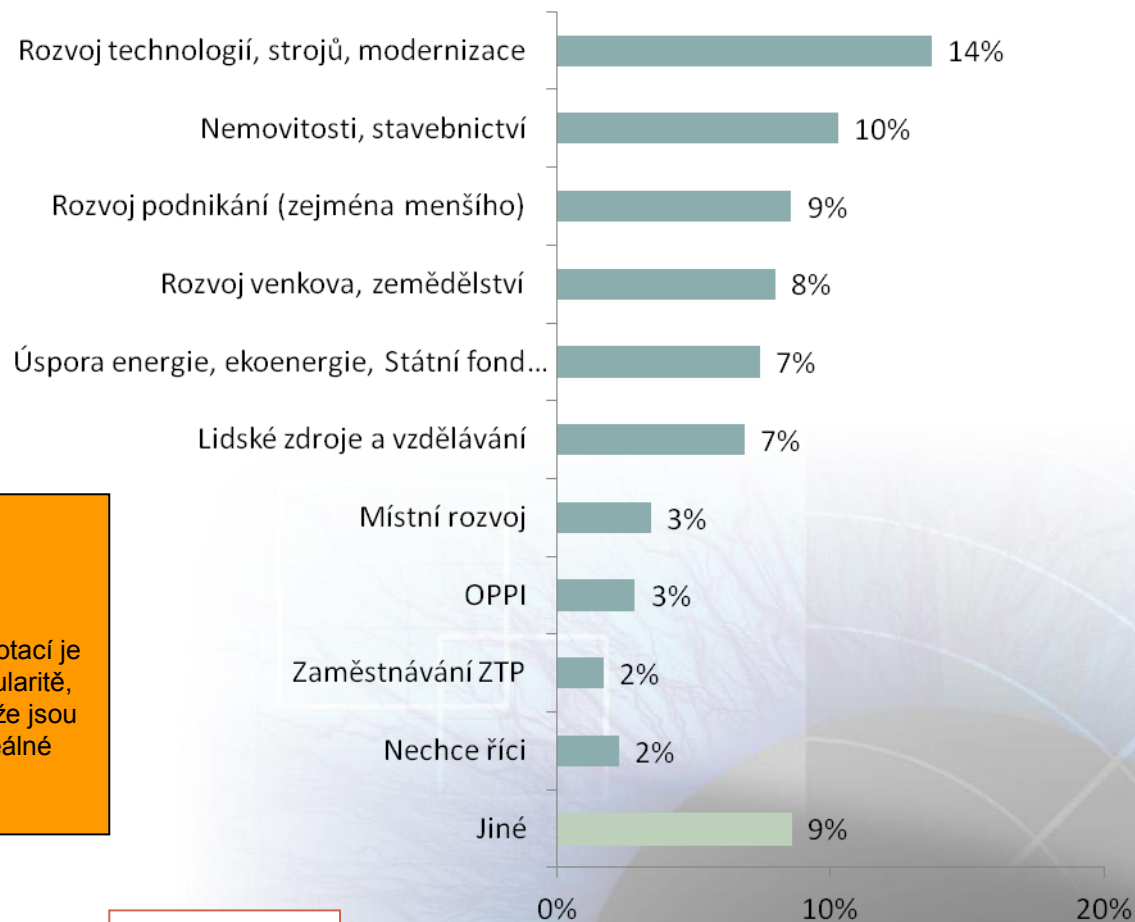
Názor AMSP:

To, že téměř 1/3 firem uvažuje o využití dotací je potvrzením toho, že fondy rostou na popularitě, ačkoliv mnohé firmy současně připouští, že jsou administrativně náročné nebo že ničí reálné konkurenční prostředí.

N = 600

AMSP ČR | Těšnov 5, Praha 1 | www.amsp.cz | tel. +420 222 246 404

Q18: O jakém konkrétním programu uvažujete?
(otevřená otázka, více možných odpovědí – filtr „Ano“ z Q17)



N = 167*

* Z výsledků byla vypuštěna kategorie „Nevím“ – 45 osob.

29/34



Struktura dotázaných



AMSP ČR



30/34

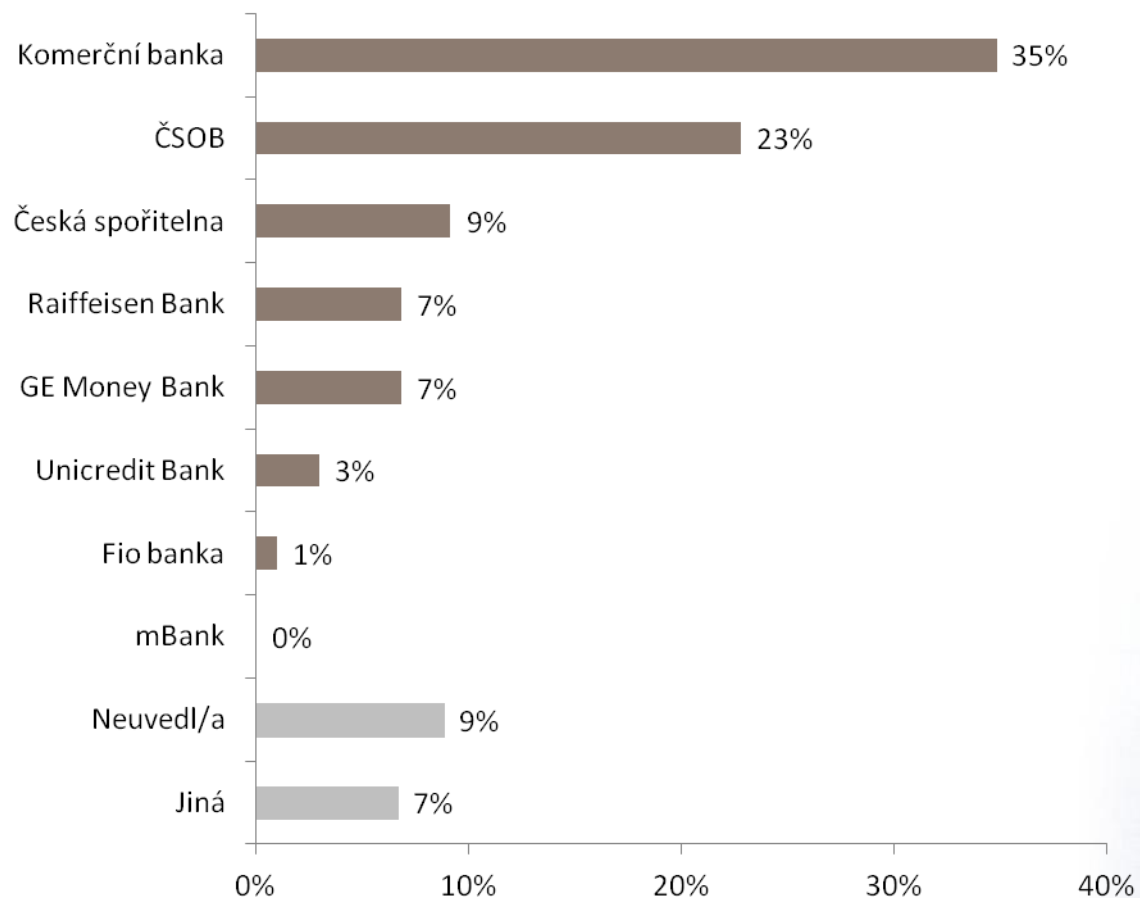


Hlavní banka

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

Jaká je hlavní banka Vaší firmy?

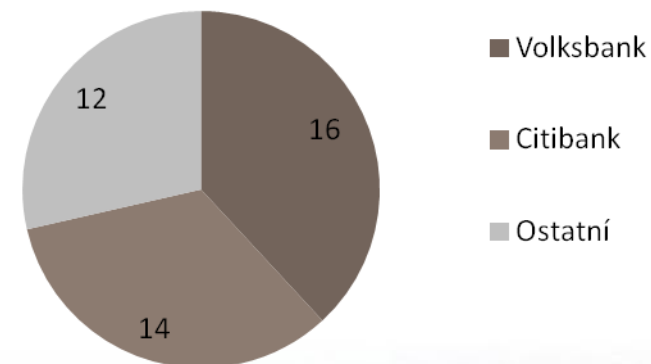
(uzavřená otázka, jedna možná odpověď)



N = 600

Možnost Jiná

Absolutní hodnoty



N = 42



Struktura vzorku

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

	Počet	% ve sloupci	
Kraj	Praha	123	21%
	Středočeský kraj	58	10%
	Jihočeský kraj	36	6%
	Plzeňský kraj	37	6%
	Karlovarský kraj	8	1%
	Ústecký kraj	29	5%
	Liberecký kraj	28	5%
	Královéhradecký kraj	40	7%
	Pardubický kraj	27	5%
	Kraj Vysočina	29	5%
	Jihomoravský kraj	80	13%
	Olomoucký kraj	32	5%
	Zlínský kraj	40	7%
	Moravskoslezský kraj	33	6%
Celkem	600	100%	
Délka působení na trhu	Méně než jeden rok	0	0%
	1 - 3 roky	8	1%
	4 - 7 let	55	9%
	8 - 10 let	58	10%
	11 - 15 let	107	18%
	Více než 15 let	369	62%
	Neuvedl/a	3	1%
	Celkem	600	100%



Struktura vzorku

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

		Počet	% ve sloupci
Obrat firmy	10 - 20 mil. Kč	322	54%
	21 - 30 mil. Kč	150	25%
	31 - 40 mil. Kč	128	21%
	Celkem	600	100%
Obor	Služby	272	45%
	Velkoobchod	72	12%
	Zemědělství a těžba	26	4%
	Maloobchod	36	6%
	Výroba	186	31%
	Věda a výzkum	4	1%
	Instituce	4	1%
	Celkem	600	100%
	Počet zaměstnanců	Do 10	266
11 - 50		297	50%
51 - 250		26	4%
Neuvedl/a		11	2%
Celkem		600	100%

Kontakty

AMSP | Potřeby v sektoru SME v oblasti bankovních služeb a produktů | Květen 2012

