

Nástup AI do praxe brzdí „past operativy“

22.4.2026 - | Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

Praha, 22. dubna 2026. Nejnovější průzkum agentur IPSOS a Tempo Ventures pro Asociaci malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) odhaluje alarmující stav: zatímco lídři trhu využívají umělou inteligenci k růstu, pětina mikropodniků a OSVČ téma ignoruje a žije v nebezpečné iluzi, že se jich transformace netýká. Hlavní bariérou není strach ze změn, ale fakt, že majitelé firem tráví 80 % času operativou a na strategii jim zbývají jen víkendy. Průzkum je klíčovou součástí hlavního ročního projektu AMSP ČR „Rok AI 2026“.



České podnikatele aktuálně nejvíce drtí rostoucí náklady (51 %) a vysoká administrativní zátěž (31 %). Paradoxem je, že ačkoliv AI slibuje úlevu právě v těchto oblastech, majitelé firem jsou natolik pohlceni denním provozem, že na její zavedení nemají kapacitu.

- **80 % a více času** tráví podnikatelé operativou (e-mail, koordinace lidí, administrativa).
- Na strategické úvahy a testování nových nástrojů zbývá čas často **maximálně o víkendech**.
- AI by mohla operativu zmenšit, ale na její zavedení chybí právě ten čas, který operativa zabírá.

Ačkoliv 82 % respondentů zná ChatGPT, 31 % firem uvádí jako hlavní bariéru nedostatek znalostí. Kvalitativní výzkum ukazuje, že nejde o neznalost techniky, ale o tzv. **nedostatek fantazie**.

- Firmy vědí, že AI existuje, ale **nedokáží si představit**, jak ji propojit s vlastními konkrétními problémy.
- Zlom v důvěře nastává až s **vlastním praktickým úspěchem** nebo když jim reálné využití

ukáže kolega či konzultant.

- Podnikatelé už nechtějí obecné webináře; **poptávají experty, kteří přijdou přímo do firmy a zmapují procesy s ohledem na AI.**

Data potvrzují neúprosný trend: zatímco lídři trhu inovují, pětina mikropodniků a OSVČ téma AI ignoruje a žije v iluzi, že se jich transformace netýká.

„Data potvrzují neúprosný trend: digitální propast se prohlubuje. Tento ‚spánek v analogu‘ může být pro nejmenší hráče fatální. Máme tu paradox – firmy se topí v papírech, ale zdráhají se použít záchranný kruh v podobě automatizace,“ říká předseda představenstva AMSP ČR **Josef Jaroš**.

Nástrojem **první volby** zůstává **ChatGPT** (82 % podpořená znalost), který se stal synonymem pro AI.

- **Služby** preferují **Google Gemini** (72 % v tomto segmentu) pro marketing a tvorbu obsahu.
- **Obchod a větší firmy** sází na **Microsoft Copilot** (59 % u středních firem), zejména pro analýzu dat a administrativu.
- Specializované nástroje pro hlubší procesy (např. datová analýza) jsou zatím využívány minimálně (8 %).

Obavy o bezpečnost dat (27 %) řeší firmy pragmaticky: citlivé údaje do AI prostě nevkládají. Většina trhu (37 %) se spoléhá na formální zákazy nebo směrnice.

V oblasti HR firmy nevnímají AI jako náhradu lidí, ale jako **úlevu pro stávající zaměstnance**. AI má pomoci zvládnout více práce ve stejném obsazení, nikoliv propouštět.

„Je jasné, že pro malé a střední podniky má zavádění moderních technologií a osvojení si nástrojů umělé inteligence strategický význam. Podle studie Mastercard osm z deseti malých podniků v USA po zavedení AI nástrojů zlepšilo svou provozní efektivitu a 54 procent zaznamenalo pozitivní dopad na růst firmy. Informace ze zahraničí také potvrzují, že tyto nástroje dokážou významně šetřit čas. A čas je jednou z věcí, která podnikatelům chybí nejvíce. Ušetřený čas přitom můžou využít k rozvoji svého byznysu,“ říká **Jana Lvová**, generální ředitelka společnosti Mastercard pro Českou republiku a Slovensko.

„Výzkum v zásadě kopíruje podobná evropská šetření. Malé a střední firmy mají proti korporacím výhodu rychlosti a nevýhodu omezeného kapitálu, a hlavně jsou extrémně nehomogenní segment, kde jiná konverzace probíhá s vývojářským studiem a jiná s lakýrnickou dílnou. Nejdůležitější zjištění je pro mě to, že hlavní bariérou není neznalost AI, ale ‚nedostatek fantazie‘, a ten nevyřeší žádný webinář, jen konkrétní ukázka na vlastních procesech,“ uvádí **Jan Janča**, Owner & Executive Chairman, Digitální agentura Cognito.

Metodika výzkumu

Projekt **Rok AI 2026** kombinoval kvantitativní šetření agentury **Ipsos** na vzorku 201 mikro, malých a středních podniků (únor 2026) s kvalitativní online skupinovou diskusí studia **Tempo Ventures** (březen 2026).