

Dotazník o využívání informačních a komunikačních technologií

ICT 5-01

 Registrováno
 ČSÚ ČV 145/17
 ze dne 31.10.2016
 IKF 302017

za rok 2017

Dotazník je součástí Programu statistických zjišťování na rok 2017. Podle zákona č. 89/1995 Sb., o státní statistické službě, ve znění pozdějších předpisů, je zpravodajská jednotka povinna poskytnout všechny požadované údaje. Ochrana důvěrnosti údajů je zaručena zákonem. Děkujeme za spolupráci.

Vyplněný dotazník doručte **do 31. 3. 2018**
 na adresu Krajská správa ČSÚ v Praze, Na padesátém 81, 100 82 Praha 10
 nebo elektronicky tlačítkem "Odeslat výkaz"

Formuláře výkazů, elektronický sběr dat, registry, číselníky a aktuální statistické informace na: www.vykazy.cz

IČO

Název a sídlo (adresa) zpravodajské jednotky:

Dotazník vyplnil:	Jméno a příjmení			
	Telefon			
	Fax			
	E-mail			
			Datum	

Vyplňuje-li výkaz za zpravodajskou jednotku jiný subjekt (účetní firma ap.), uveďte zde svoje kontaktní spojení.

Vyplnění záhlaví dotazníku:

IČO - identifikační číslo, pokud je méně než osmimístné, doplní se zleva nuly

Společné vysvětlivky:

Vzhledem k zaměření celého šetření by tento dotazník měla vyplnit osoba, která je ve firmě odpovědná za oblast informačních a komunikačních technologií a orientuje se v této problematice. V malých firmách by to měl být majitel či řídicí pracovník. Nemělo by se tedy jednat o osobu zodpovědnou ve firmě pouze za účetnictví. Peněžní ukazatele se uvádějí v tisících Kč. Všechny vykazované údaje musí být celočíselné, není-li uvedeno jinak. Pokud požadované údaje nelze zjistit v potřebném členění, uveďte se kvalifikovaný odhad. U otázek zakřížkujte vždy nejvhodnější alternativu odpovědi, pokud z dotazu logicky vyplývá možnost více odpovědí, zakřížkujte je.

Není-li uvedeno jinak, je referenčním obdobím leden 2018. V oddílech D097, D141, D070, D079 a D080 vztahujte své odpovědi k celému roku 2017. Děkujeme za pochopení.

Účel šetření:

Výsledky šetření o využívání informačních technologií v podnikatelském sektoru jsou primárním podkladem pro hodnocení míry úspěšnosti státní informační politiky ČR. Poskytují ucelený pohled na využívání informačních a komunikačních technologií podnikatelskými subjekty. Jsou klíčovým zdrojem dat pro širokou veřejnost, podniky a mezinárodní organizace.

Šetření je na mezinárodní úrovni koordinováno Evropským statistickým úřadem (Eurostat). Respektováním nařízení Evropského parlamentu a Rady Evropy je zajištěna mezinárodní srovnatelnost získaných údajů.

K o m e n t á ř: zpravodajská jednotka uveďte vysvětlení logických nesrovnalostí nebo mimořádného vývoje ve vykazovaných datech, které vyplývají z organizačních změn nebo jiných okolností (v případě, že vymezený prostor při vyplňování papírového formuláře nepostačuje, pokračujte na samostatném listě).

Část A: Vybavenost a využití informačních a komunikačních technologií (ICT)

V této části dotazníku nás zajímají informační a komunikační technologie (ICT), jež jsou ve Vaší firmě skutečně využívány. Nerozhoduje, jde-li o vlastní, půjčená či pronajatá zařízení (např. od mateřské společnosti).

D065 FIREMNÍ POČÍTAČOVÁ SÍŤ A SOUVISEJÍCÍ TECHNOLOGIE

15D065

Používá vaše firma počítače, tablety či chytré telefony (smartphony)?

Ano Ne 1

jestliže Ne, konec dotazníku

Má vaše firma interní počítačovou síť (LAN) [1]?

Ano Ne 2

jestliže Ne, jděte na řádek 5

Pokud **Ano**, používá/umožňuje vaše firma v rámci této sítě nebo její části:

bezdrátové připojení (WLAN) [2]

Ano Ne 3

vzdálený přístup k firemním aplikacím, dokumentům či souborům [3]

Ano Ne 4

Má vaše firma intranet [4]?

Ano Ne 5

Má vaše firma extranet [5]?

Ano Ne 6

[1] Interní počítačovou sítí se zde rozumí lokální počítačová síť (LAN), která ve firmě propojuje alespoň dva počítače či jiná IT zařízení a nejčastěji slouží k přenosu nebo sdílení dat (např. souborů, interních e-mailů) a dále ke komunikaci či sdílení připojení k internetu v rámci firmy.

[2] Toto připojení k interní počítačové síti umožňuje bezdrátovou komunikaci dvou a více zařízení a jejich vzájemnou výměnu dat. Bezdrátová komunikace bývá nejčastěji založena na technologii Wi-Fi s krátkým dosahem (pokrývající např. budovy či místnosti).

[3] Vzdáleným přístupem se zde rozumí možnost využívání firemních aplikací, dokumentů či souborů pro uživatele nacházející se mimo prostory firmy, obvykle formou zabezpečeného připojení prostřednictvím internetu.

[4] Interní webové stránky zpřístupňující svůj obsah a své služby výhradně oprávněným uživatelům uvnitř firmy. Intranet není přístupný externím subjektům.

[5] Speciální webová stránka či rozšíření intranetu, které slouží ke komunikaci (on-line předávání souborů a informací) s oprávněnými dodavateli, prodejci, partnery, zákazníky a jinými subjekty, kteří jsou organizačně, obchodně nebo místně mimo centrálu firmy. Přístup do extranetu je možný až po autorizaci (přihlášení).

D067

INTERNET A JEHO VYUŽITÍ

17D067

Má vaše firma připojení k internetu?Ano Ne 1Pokud **Ano**, označte všechny typy připojení, které vaše firma používá [1]:

ADSL nebo jiné DSL technologie [2]

Ano Ne 2

pevné bezdrátové připojení (např. Wi-Fi) [3]

Ano Ne 3

pronajatý digitální (datový) okruh od telekomunikačních operátorů [4]

Ano Ne 4

optické připojení k internetu (připojení optickým kabelem; FTTx) [5]

Ano Ne 5

jiné pevné připojení např. přes rozvody kabelové televize (CATV)

Ano Ne 6

mobilní připojení (alespoň 3G či vyšší) [6]

Ano Ne 7**Jaká je maximální rychlost vašeho připojení k internetu (download)?**
(rychlost uvedená ve smlouvě s poskytovatelem internetového připojení)nižší než 2 Mb/s 82 - 9,9 Mb/s 10 - 29,9 Mb/s 30 - 99,9 Mb/s 100 Mb/s a vyšší **Je vaše firma zadavatelem placené internetové reklamy** (ve vyhledávacích, sociálních médiích, jiných webových stránkách apod.)?Pokud **Ano**, používáte:Ano Ne 9

internetovou reklamou zobrazující se při vyhledávání klíčových slov nebo při jejich výskytu na internetové stránce (tzv. kontextovou reklamou) [7]

Ano Ne 10

internetovou reklamou zohledňující chování uživatelů na internetu či jejich profil [8]

Ano Ne 11

internetovou reklamou využívající geografickou polohu uživatelů internetu [9]

Ano Ne 12

jinou, výše neuvedenou internetovou reklamou prostřednictvím PR článků, cílené reklamy ve vyhledávacích, placené spolupráce s YouTube, placené propagace na webu apod.

Ano Ne 13

[1] Zjišťuje se pouze vnější připojení dodávané poskytovatelem, nikoli způsob dalšího rozvedení či sdílení připojení uvnitř vaší firmy.

[2] Internetové připojení využívající rozvodů telefonních linek.

[3] Externí připojení k internetu bezdrátovými technologiemi, nejčastěji Wi-Fi. Firma se připojuje k internetu prostřednictvím rádiového zařízení (vysílače) poskytovatele, které je zpravidla umístěno mimo prostory firmy, např. v či na vzdálené budově. Nejedná se o Wi-Fi router, který slouží k bezdrátovému rozvodu internetu na počítače v rámci firmy. Nepatří sem také připojení prostřednictvím datových sítí mobilních operátorů - toto připojení označujte na řádku 7.

[4] Uživatel si od poskytovatele (telekomunikační společnosti, operátora) pronajímá přenosovou linku na míru s garantovanou (smluvní) přenosovou rychlostí a dalšími parametry služby (zabezpečení přenosu, šifrování).

[5] Častým řešením je kombinace optického kabelu (vlákna) a metalických ethernetových rozvodů, tj. klasických kabelů používaných pro připojení počítače do datové sítě. V takovém případě bývá optické vlákno zavedeno do budovy (FTTB, Fiber To The Building), v níž je dále rozváděno např. ethernetovými kabely.

[6] Připojení k internetu je zajišťováno datovými sítěmi mobilních operátorů. Objem přenášených dat odpovídá sjednanému tarifu. Toto připojení využívá nejčastěji mobilní telefon, datovou SIM kartu vloženou do notebooku či tabletu, případně USB modem nebo adaptér.

[7] Tato reklama se zobrazuje po vyhodnocení zejména slovního obsahu prohlížených internetových stránek. Zpravidla se zobrazuje na vyhrazeném místě (např. v podobě textu či grafického obsahu - banneru).

[8] Jde o tzv. behaviorální marketing spočívající v analýze informací o chování uživatele na internetu a přesnějším cílení reklamního obsahu. Sledováním uživatele jsou získány informace o jeho chování na konkrétním (např. firemním) webu nebo jeho chování na širším počtu webových stránek pokročilejšími reklamními systémy (behavioral targeting). Data slouží k vyhodnocení jeho zájmů a potřeb a zobrazování odpovídajícího reklamního obsahu.

[9] Reklama využívá data ze služeb určujících geografickou polohu uživatelů (Location Based Services) získanou např. prostřednictvím mobilního telefonu.

D069 WEBOVÉ STRÁNKY A JEJICH VYUŽITÍ

17D069

Má vaše firma vlastní webové stránky [1]?

Ano Ne 1

jestliže Ne, jděte na oddíl D066

Jsou webové stránky vaší firmy přizpůsobeny pro mobilní zařízení?

Ano Ne 2

Umožňují vaše webové stránky návštěvníkům:

prohlížet nabízené zboží či služby prostřednictvím firemních katalogů a ceníků

Ano Ne 3

navolit či přizpůsobit si standardně nabízené zboží či služby na míru podle preferencí zákazníků

Ano Ne 4

učinit on-line objednávku či rezervaci

Ano Ne 5

sledovat stav zakázky

Ano Ne 6

personalizovat jejich obsah podle preference návštěvníka [2]

Ano Ne 7

Máte na vašich webových stránkách odkaz na profil vaší firmy na sociálních médiích?

(Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, Instagram apod.)

Ano Ne 8

[1] Zahrnují se pouze webové stránky/stránka s obsahem pod vaší kontrolou (který můžete sami ovlivnit). Za webové stránky firmy považujeme i stránky společné s jiným právním subjektem (např. webové stránky mateřské společnosti), pokud zde můžete alespoň částečně měnit/aktualizovat jejich obsah. Nepatří sem informace o subjektu zveřejněné pouze v internetových databázích firem (tzv. katalogy firem).

[2] Možnost nastavení vlastní podoby stránky a pravidelného zobrazení vybraných oddílů po přihlášení se pod uživatelským heslem.

D066 ZAMĚSTNANCI POUŽÍVAJÍCÍ POČÍTAČ A JINÉ ICT

17D066

Uved'te počet vašich zaměstnanců, kteří používají v práci počítač [1] alespoň jednou týdně

 1

z toho počítač s přístupem na internet

 2

Poskytuje vaše firma zaměstnancům následující přenosná zařízení s přístupem na internet?

přenosné počítače nebo tablety

Ano Ne 3

mobilní telefony nebo smartphony

Ano Ne 4

Pokud jste v předchozích dvou otázkách odpověděli alespoň 1x Ano, uved'te počet vašich zaměstnanců, kteří tato přenosná zařízení používají k pracovním účelům

 5

Umožňuje vaše firma zaměstnancům prostřednictvím přenosných zařízení vzdálený přístup [2]:

k pracovnímu e-mailu

Ano Ne 6

k firemním dokumentům [3]

Ano Ne 7

k firemním aplikacím (účetním, personálním, skladovým apod.)

Ano Ne 8

Poskytovala vaše firma svým zaměstnancům v roce 2017 možnost vzdělávání či školení zaměřeného na získání/rozšíření jejich počítačových znalostí?

(organizované, placené nebo objednané vaší firmou)

Ano Ne 9

[1] Kategorie počítač zahrnuje osobní počítače, přenosné počítače a další přenosná zařízení jako tablety nebo smartphony.

[2] Vzdáleným přístupem se zde rozumí možnost využívání pracovního e-mailu, firemních dokumentů či aplikací pro zaměstnance nacházející se mimo prostory firmy, obvykle formou zabezpečeného připojení prostřednictvím internetu.

[3] Zaměstnanci mají díky vzdálenému přístupu možnost s firemními dokumenty pracovat, tj. mohou je také měnit (upravovat).

D078

ICT ODBORNÍCI

15D078

Zaměstnává vaše firma ICT odborníky [1]?

Ano Ne 1
jestliže Ne, jděte na řádek 5

Uved'te počet ICT odborníků zaměstnaných ve vaší firmě

 2z toho počet programátorů, kteří vytvářejí firemní software/informační systémy určené pro vnitřní potřeby vaší firmy 3Poskytovala vaše firma svým ICT odborníkům v roce 2017 možnost vzdělávání či školení zaměřeného na získání/rozšíření jejich odborných znalostí?
(organizované, placené nebo objednané vaší firmou)Ano Ne 4

Hledala nebo přijala vaše firma v roce 2017 do zaměstnaneckého poměru ICT odborníka(y)?

Ano Ne 5

jestliže Ne, jděte na oddíl D083

Měla vaše firma v roce 2017 volné pracovní pozice, pro které bylo těžké najít ICT odborníka(y) s odpovídajícími dovednostmi?

Ano Ne 6

[1] Obecně se jedná o zaměstnance, kteří jsou experty na hardware, software a služby v oblasti ICT, jejichž hlavní činností je podílet se na vývoji nových technologií a umožňovat využívání informačních a komunikačních technologií jiným osobám. ICT odborníci zahrnují: analytiku, vývojáře a programátory softwaru, databází, počítačových, webových a multimediálních aplikací, administrátory, správce počítačových sítí, databází, webu a zaměstnance zajišťující uživatelskou podporu provozu ICT.

D083

PROVÁDĚNÍ A OUTSOURCING ČINNOSTÍ SOUVISEJÍCÍCH S ICT

17D083

Uved'te, kdo ve vaší firmě převážně provádí následující činnosti:

údržbu ICT infrastruktury (tj. serverů, počítačů, tiskáren, sítí apod.)

zaměstnanci firmy [1] 1externí dodavatelé nikdo z uvedených/firma tuto činnost neprovádí provoz a správu kancelářského softwaru
(textové procesory, tabulkové procesory apod.)zaměstnanci firmy [1] 2externí dodavatelé nikdo z uvedených/firma tuto činnost neprovádí

vývoj firemního softwaru/informačních systémů [2]

zaměstnanci firmy [1] 3externí dodavatelé nikdo z uvedených/firma tuto činnost neprovádí

provoz a správu firemního softwaru/informačních systémů [2]

zaměstnanci firmy [1] 4externí dodavatelé nikdo z uvedených/firma tuto činnost neprovádí

vývoj webových stránek a webových aplikací

zaměstnanci firmy [1] 5externí dodavatelé nikdo z uvedených/firma tuto činnost neprovádí

provoz a správu webových stránek a webových aplikací [3]

zaměstnanci firmy [1] 6externí dodavatelé nikdo z uvedených/firma tuto činnost neprovádí

bezpečnost a ochranu dat [4]

zaměstnanci firmy [1] 7externí dodavatelé nikdo z uvedených/firma tuto činnost neprovádí

[1] Jedná se jak o vaše vlastní zaměstnance, tak o zaměstnance mateřské firmy či jiných příbuzných firem v rámci skupiny podniků.

[2] Firemní software/informační systém zahrnuje aplikace a systémy určené a vyvinuté pro vnitřní potřeby firmy podporující agendy a procesy v oblastech finančního řízení, řízení lidských zdrojů, výroby, skladového hospodářství, obsluhy a vyhledávání zákazníků nebo dodavatelského řetězce. Nejčastěji jde o účetní, personální, skladové a jiné programy či informační systémy typu ERP, CRM, SCM a další. Nezahrnuje se sem nákup unifikovaných programů (softwaru).[3] Zahrnuje především správu obsahu a aktualizace webových stránek. Nezahrnuje se sem webhosting, tedy pronájem prostoru pro webové stránky firmy na serveru poskytovatele webhostingu, díky kterému firma nemusí zajišťovat technickou stránku provozu svého webu.[4] Zahrnuje vývoj ochranného softwaru pro firmu (antivir, antispam, firewall), analyzování bezpečnostních narušení a rizik či řešení bezpečnostních problémů. Nezahrnuje se sem upgrade (nahrání novější verze) stávajícího bezpečnostního softwaru.

Část B: Používání sociálních sítí a dalších sociálních médií

Sociální média, z nichž nejznámější a nejvyužívanější jsou sociální sítě, jsou on-line komunikační nástroje, které umožňují jejich uživatelům zakládat vlastní profily (uživatelské účty), jejichž prostřednictvím komunikují s ostatními uživateli, sdílejí s nimi informace či multimediální obsah. Sdílený obsah je zpravidla předmětem komentářů a diskuzí s dalšími členy, majícími zde uživatelský účet či profil.

Firmy využívající sociální média mají založený vlastní uživatelský profil, účet či licenci na níže uváděných typech sociálních médií. Sociální média jsou využívána prostřednictvím internetu a komunikačních platform, jež umožňují online vytváření a výměnu informací se zákazníky, dodavateli, partnery nebo zaměstnanci.

Pozn.: Za aktivní používání sociálních médií v tomto dotazníku NEPOVAŽUJEME případ, kdy firma využívá tyto stránky pouze k umístění placené reklamy.

Odkazy na konkrétní značky v následujícím textu slouží pouze pro objasnění a nejsou určeny k jejich propagaci.

D081 POUŽÍVÁNÍ SOCIÁLNÍCH SÍTÍ A DALŠÍCH SOCIÁLNÍCH MÉDIÍ

17D081

Označte všechny typy sociálních médií, které vaše firma aktivně používá

(tj. má vlastní uživatelský účet či profil, vlastní informační kanály, vlastní prezentace apod.):

sociální sítě (profil na Facebooku, LinkedIn, Google+ apod.)

Ano Ne 1

firemní blogy nebo mikroblogy (profil na Twitteru apod.) [1]

Ano Ne 2

webové stránky **sdílející multimediální obsah** (vlastní účet na YouTube, Instagramu, Flickru apod.)

Ano Ne 3

webové stránky **typu "wiki"** [2] založené na sdílení znalostí a informací (např. firemní znalostní báze)

Ano Ne 4

[1] Blogem (weblogem či mikroblohem) rozumíme internetové stránky, na nichž uživatelé zveřejňují chronologicky uspořádané příspěvky v deníkové formě často společně s dalším multimediálním obsahem (obrázky, videi apod.). Právo měnit obsah má pouze "majitel" daného blogu. Twitter je v ČR často považován za sociální síť, pro mezinárodní srovnání se však v tomto šetření považuje za tzv. mikroblog, tedy zmenšenou obdobu webového blogu sloužící k publikování textů omezené délky (např. max 160 znaků).

[2] Termínem "wiki" se zde rozumí technologie pro tvorbu webových stránek, na nichž může prakticky každý oprávněný uživatel vytvářet či upravovat informace. Nejčastějším typem těchto stránek jsou internetové encyklopedie, z nichž nejznámější je Wikipedie. "Wiki" mohou být ale využívány také jako informační systémy firem, intranety, znalostní báze odborných komunit nebo např. podpůrné systémy vývoje firemních produktů.

Část C: Cloud computing

Cloud computing je způsob používání softwaru nebo hardwaru formou služeb a prostřednictvím internetu. Zákazníci tak platí jen za zdroje, které skutečně využívají a nestarají se o provoz nutné infrastruktury - obvykle ani nepotřebují vědět, kde jsou fyzicky umístěna data ani samotný software.

Poskytovatel služeb propůjčuje uživatelům hardware či software podle jejich potřeb. Uživatelé služeb tím nemusí nástroje vlastnit, udržovat či aktualizovat. Služby hradí úměrně své spotřebě či smluvenému rozsahu.

Pro cloud computing je charakteristické:

- je poskytován **prostřednictvím serverů poskytovatelů** těchto služeb
- služby jsou **zpoplatněny**
- služby mohou být **snadno změněny** (počet uživatelů, velikost uložených souborů apod.)
- poskytovatelé služeb zajišťují **aktuálnost** softwaru, **zabezpečení a funkčnost** výpočetních prostředků. Uživatel do správy zasahuje jen ve smluvně stanovené míře
- může zahrnovat připojení přes **virtuální privátní síť** (VPN)

Pozn.: Pro potřeby dotazníku JSOU zahrnuty pouze **placené** služby cloud computingu.

Odkazy na konkrétní příklady cloudových služeb v následujícím textu slouží pouze pro objasnění a nejsou určeny k jejich propagaci.

D082 CLOUD COMPUTING

15D082

Využívá vaše firma prostřednictvím internetu placených služeb cloud computingu?

Pokud **Ano**, uveďte, jaké z následujících služeb ve formě cloud computingu využíváte (lze označit více odpovědí):

e-mail

Ano Ne 1

jestliže Ne, jděte na oddíl D097

kancelářský software [1]

Ano Ne 2

databázové aplikace [2]

Ano Ne 3

ukládání dat a souborů [3]

Ano Ne 4

finanční a účetní aplikace [4]

Ano Ne 5

CRM aplikace pro správu a využití informací o zákaznících [5]

Ano Ne 6

výpočetní výkon využívaný pro fungování vlastních firemních aplikací [6]

Ano Ne 7

Ano Ne 8

Využívá vaše firma placené služby cloud computingu provozované na:

sdílených serverech poskytovatelů služeb (tzv. veřejný cloud, cloud hosting)

Ano Ne 9

serverech vyhrazených poskytovateli výlučně pro vaši firmu (tzv. privátní cloud)

Ano Ne 10

[1] Skupina kancelářských programů, obvykle jde o textový procesor, tabulkový procesor, nástroj na tvorbu prezentací či databázový systém. Např. Office 365 (Microsoft), Google Drive (Docs).

[2] Databázové aplikace slouží ke skladování dat i k jejich dalšímu zpracování např. prostřednictvím dotazů. Příkladem může být Microsoft SQL Azure Database či EnterpriseDB.

[3] Internetová úložiště k ukládání souborů či jiných firemních dat (např. Dropbox, Uschovna, One Drive od Microsoftu).

[4] Umožňují pracovat s fakturami, ukazují přehled základních informací o firmě - objem finančních prostředků, očekávané příjmy a výdaje a další informace. Příkladem může být HELIOS One, ABRA FlexiBee, iÚčto, iDoklad.

[5] Aplikace CRM umožňují odhadnout, předvídat a vyhovět potřebám zákazníků, jejich nákupním zvyklostem a spotřebitelskému chování. Veškeré další náklady (rozvoj řešení, údržba, zabezpečení apod.) jsou nákladem poskytovatele cloudových služeb. Např. Oracle CRM On Demand.

[6] Firma si za úplatu pronajímá od poskytovatele disponujícího dostatečným technickým vybavením část jeho výpočetního výkonu (výkon procesoru, operační paměť, prostor na harddisku, operační systém apod.). Výkon lze pronajmout pouze na vybraný časový úsek. Příkladem může být ZonerCloud, Elastic Compute Cloud (EC2) od Amazon.

Část D: Používání 3D tisku

3D tisk (aditivní výroba) je proces tvorby trojrozměrných hmotných objektů. Ty jsou tvořeny zpravidla vrstvou po vrstvě, pokládáním souvislých vrstev materiálu, podle digitální předlohy (3D modelu).

3D tiskárna je zařízení, které dokáže podle digitálního 3D modelu nebo na základě již existující předlohy „vytisknout“ zcela nový trojrozměrný objekt. V tomto šetření není rozhodující, kdo je vlastníkem tohoto zařízení.

D097 POUŽÍVÁNÍ 3D TISKU

17D097

Využívala vaše firma v roce 2017 3D tisku:

použitím **vlastní** či **pronajaté** 3D tiskárny

Ano Ne 1

na zakázku, tj. **nakoupila 3D tisk jako službu** poskytnutou jinými subjekty [1]

Ano Ne 2

pokud jste na řádcích 1 a 2 alespoň 1x uvedli Ano, pokračujte na řádek 3, jinak přejděte na oddíl D098

Ke kterým z následujících činností používala vaše firma v roce 2017 3D tisk:

výroba prototypů nebo modelů na zakázku **za účelem jejich dalšího prodeje**

Ano Ne 3

výroba prototypů nebo modelů **pro vlastní potřebu**

Ano Ne 4

výroba polotovarů, součástek, nářadí a dalších výrobků (kromě prototypů nebo modelů) **za účelem jejich dalšího prodeje**

Ano Ne 5

výroba polotovarů, součástek, nářadí a dalších výrobků (kromě prototypů nebo modelů) **za účelem jejich využití při vlastním výrobním procesu**

Ano Ne 6

[1] Zahrnuje též 3D tisk, který poskytla mateřská či příbuzná firma v rámci skupiny podniků.

Část E: Využití robotiky

Průmyslový robot je stroj, který má programovatelný řídicí systém a provádí činnosti, které lze **měnit na základě programu**. Dokáže se pohybovat v prostoru (ve 3 a více osách) a je nejčastěji využíván pro urychlení, zpřesnění a zautomatizování úkonů ve výrobním procesu. Uplatňují se především ve strojírenských provozech s velkou sériovostí výroby (rutinní operace).

Servisní robot je stroj vybavený **určitým stupněm soběstačnosti**. Na rozdíl od průmyslových robotů nejsou servisní roboti používáni pro rutinní, přesně naprogramované činnosti, ale díky jistému stupni umělé inteligence jsou schopny zvládat specifické, pro člověka obtížné, namáhavé nebo nebezpečné činnosti. Servisní robot dokáže nalézt optimální variantu z více možností, má schopnost **učit se ze zkušeností**, dokáže se přizpůsobit a **dokáže předvídat** nejrůznější situace.

Pozn.: Pro potřeby dotazníku NEJSOU do tohoto modulu zahrnuty **3D tiskárny ani CNC stroje**.

D098 VYUŽITÍ ROBOTIKY

17D098

Používá vaše firma některé z následujících typů robotů?

průmyslové roboty naprogramované pro rutinní činnosti [1]

Ano Ne 1

servisní roboty vykonávající své úkony částečně nebo plně automaticky, schopné přizpůsobit se či učit se ze zkušeností [2]

Ano Ne 2

pokud je na řádku 2 uvedeno Ano, pokračujete na řádek 3 a další, jinak přejděte na oddíl D141

Ke kterým z následujících činností používá vaše firma servisní roboty?

ostraha a zabezpečení budov či jiného majetku firmy a jeho kontrola např. prostřednictvím dronů

Ano Ne 3

přeprava osob a zboží např. autonomními vozidly

Ano Ne 4

úklid, čištění, likvidace nebezpečného odpadu [3]

Ano Ne 5

práce **ve skladech** [4]

Ano Ne 6

montážní práce

Ano Ne 7

vykonávání úkonů **prodače**, robotické úkoly v prodejnách (nejedná se o samoobslužné pokladny)

Ano Ne 8

stavební/konstrukční práce a opravy [5]

Ano Ne 9

[1] Jsou využívány především ve strojírenství při svařování, lakování, lisování, řezání, montážích, nebo ve sklářském průmyslu.

[2] Jsou využívány např. ve skladech při manipulaci se zbožím, pro úklid, čištění, dopravu, zabezpečení, stavební či montážní práce.

[3] Může jít např. o robotické vysavače, sekačky, roboty používané pro čištění velkých či špatně dostupných ploch - fasád, oken, chodníků.

[4] Může jít např. o robotický skladový systém či o roboty využívané pro paletizaci, balení zboží a další manipulaci s ním.

[5] Využívání robotů např. pro stavby či rekonstrukce budov, infrastruktury.

Část F: Big Data a jejich analýza

Big Data (Velká data) jsou nestrukturovaná data velkého rozsahu, jejichž uchování a zpracování přesahuje možnosti běžných prostředků podnikových informačních technologií. Postupy pro jejich pozdější zpracování a využití nemusí být předem známy. Big Data vznikají z různých forem elektronické výměny dat, z elektronických činností či záznamů (např. z výrobních procesů nebo z aktivit v sociálních sítích).

Mezi základní charakteristiky Big Data řadíme:

- **objemnost** (nashromážděná data mají obrovský objem)
- **různorodost** (mají různé zdroje a formáty - texty, vizuální záznamy, hlasy, výstupy senzorů, záznamy o činnostech či pohybu apod.)
- **rychlost** (vznikají velmi vysokou rychlostí)

Analýzou Big Data se v tomto šetření rozumí použití postupů a softwarových nástrojů analýzy dat získaných z vlastních, případně i z jiných zdrojů.

D141 BIG DATA A JEJICH ANALÝZA

15D141

Analyzovala vaše firma v roce 2017 "velká data" z následujících zdrojů?
(včetně analýz prováděných externími poskytovateli)

vlastní data generovaná provozem chytrých zařízení nebo senzorů [1]

Ano Ne 1

data o poloze pocházející z přenosných zařízení [2]

Ano Ne 2

data pocházející ze sociálních sítí a jiných sociálních médií [3]

Ano Ne 3

z jiných, výše neuvedených zdrojů [4]

Ano Ne 4

jestliže jste na řádcích 1 až 4 odpověděli 4x Ne, přejděte na oddíl D095

Pokud vaše firma v roce 2017 analyzovala "velká data", kdo tuto činnost prováděl?

vlastní zaměstnanci [5]

Ano Ne 5

externí poskytovatelé služeb

Ano Ne 6

[1] Jedná se o data vznikající např. v průběhu strojové komunikace (M2M) nebo při užití digitálních senzorů, RFID.

[2] Jedná se např. o přístroje využívající GPS, mobilní telefonní sítě nebo bezdrátová připojení.

[3] Za jiná sociální média jsou zde považovány firemní blogy či mikroblogy (např. Twitter) nebo webové stránky určené ke sdílení multimediálního obsahu (např. YouTube) či webové stránky typu "wiki".

[4] Jedná se např. o data z finančních trhů (měny, dluhopisy, akcie, indexy akciového trhu, ceny komodit apod.), data pocházející z internetových vyhledávačů sloužící k získání informací o chování uživatelů internetu (např. analýza využívaných klíčových slov).

[5] Jedná se jak o vaše vlastní zaměstnance, tak o zaměstnance mateřské firmy či jiných příbuzných firem v rámci skupiny podniků.

Část G: Elektronická výměna dat mezi subjekty

D095 ELEKTRONICKÁ FAKTURACE

17D095

Faktury mají obvykle dvojí podobu - elektronické a papírové. Elektronickou fakturací rozumíme elektronické předávání účetních dokladů. Rozlišujeme dva typy faktur zasílaných elektronickou cestou:

– elektronické faktury (**e-faktury**) **zpracovatelné automatizovanými nástroji zpracování dat**. Výstavce daňového dokladu (prodejce či poskytovatel služeb) zanese fakturu do aplikací příjemce, které ji vyřizují. Přenosovými formáty mohou být např. EDI, XML, ISDOC, IDOC, CSV či jiné formáty využívané výrobcí fakturačního softwaru.

– elektronické faktury ve formátu **neumožňujícím jejich automatické zpracování** (nestrukturované faktury). Jedná se například o faktury zaslané jako text klasickým e-mailem nebo faktury zaslané jako e-mailová příloha např. v PDF formátu.

Zasílá vaše firma následující typy faktur?

ve standardizovaném formátu **umožňujícím jejich automatizované zpracování** (EDI, XML, ISDOC, UBL apod.) - tzv. **e-faktury**

Ano Ne 1

pokud jste v předchozí otázce uvedli **Ano**, kolik procent tvoří takovéto faktury z celkového počtu vámi vystavených a zaslaných faktur (odhadněte v celých procentech):

% 2

v jiném formátu **neumožňujícím jejich automatizované zpracování** (faktury zaslané e-mailem či jako jeho obrazová nebo jiná příloha).
Zahrnuje např. faktury v PDF formátu.

Ano Ne 3

klasickou cestou **v papírové podobě**

Ano Ne 4

Zasílá vaše firma faktury prostřednictvím datových schránek?

Ano Ne 5

Přijímá vaše firma následující typy faktur?

ve standardizovaném formátu **umožňujícím jejich automatizované zpracování** (EDI, XML, ISDOC, UBL apod.) - tzv. **e-faktury**

Ano Ne 6

pokud jste v předchozí otázce uvedli **Ano**, kolik procent tvoří takovéto faktury z celkového počtu přijatých faktur (odhadněte v celých procentech):

% 7

v jiném formátu **neumožňujícím jejich automatizované zpracování** (faktury zaslané e-mailem či jako jeho obrazová nebo jiná příloha).
Zahrnuje např. faktury v PDF formátu.

Ano Ne 8

klasickou cestou **v papírové podobě**

Ano Ne 9

Část H: Elektronické obchodování

Elektronické obchodování je nákup nebo prodej (objednávání nebo přijímání objednávek) **přes internet nebo počítačovou síť** (např. uzavřenou mezipodnikovou síť). Pro elektronické obchodování je rozhodující elektronické zadání nebo přijetí objednávek. Způsob placení a uskutečnění dodávky pro posouzení, zda jde o elektronické obchodování, rozhodující není. Elektronické obchodování může probíhat dvěma způsoby:

– na webových stránkách či aplikacích (**web e-commerce**). Objednávka je vyplněna přes internetové stránky elektronického obchodu (e-shopu), přes on-line tržiště či obchodní portál a odeslána přes internet, přes aplikace či přes extranet.

– elektronickou výměnou dat (**EDI commerce**) prostřednictvím aplikací dostupných v informačních systémech ERP (Enterprise Resource Planning) nebo SCM (Supply Chain Management). Je to nejpoužívanější datový formát pro elektronické obchodní transakce na světě.

*Pozn.: **Objednávky uskutečněné prostřednictvím ručně psaných e-mailů se nezahrnují!** Netýká se ani objednávek, jež byly připraveny podle informací z internetu a následně provedeny telefonicky, faxem či listinnou objednávkou.*

D070 ELEKTRONICKÝ NÁKUP

15D070

Nezahrnuje nákupy uskutečněné prostřednictvím ručně psaných e-mailů ani **pořízení dlouhodobého hmotného majetku sloužícího k další výrobě (budovy, stroje, zařízení apod.)!**

Zadala vaše firma v roce 2017 alespoň jednu elektronickou objednávku [1] na nákup jakéhokoliv materiálu, zboží nebo služby prostřednictvím počítačových sítí?

Ano Ne 1

jestliže Ne, jděte na oddíl D079

Uved'te, kolik procent z celkového finančního objemu vašich nákupů (bez DPH), tvořily v roce 2017 nákupy uskutečněné pomocí elektronických objednávek (odhadněte v procentech s přesností na jedno desetinné místo)

% 2

Rozdělte hodnotu elektronických nákupů dle způsobu zadání elektronických objednávek (odhadněte v celých procentech) [2]:

prostřednictvím webových stránek (webového rozhraní) či aplikací

% 3

pomocí elektronické výměny dat

% 4

[1] Objednávky, odvolávky či jiné žádosti o dodání zboží či poskytnutí služby, které obsahují náležitosti nezbytné k realizaci obchodu (kupní smlouvy apod.) dle všeobecných či sjednaných obchodních podmínek a splňující podmínky pro elektronické obchodování.

[2] Součet řádků 3 až 4 musí být 100 %.

D079

ELEKTRONICKÝ PRODEJ PROSTŘEDNICTVÍM WEBOVÝCH STRÁNEK

16D079

Nezahrnuje prodeje uskutečněné prostřednictvím ručně psaných **e-mailů!**

Přijala vaše firma v roce 2017 alespoň jednu elektronickou objednávku [1] na nákup jakéhokoliv materiálu, zboží nebo služby prostřednictvím webových stránek (webového rozhraní) či aplikací?

Ano Ne 1

jestliže Ne, jděte na oddíl D080

Uvedte, kolik procent z celkového finančního objemu vašich tržeb (bez DPH), tvořily v roce 2017 prodeje uskutečněné pomocí vašich webových stránek (webového rozhraní) či aplikací

(odhadněte v procentech s přesností na jedno desetinné místo)

 % 2

D079 řádek 2 + D080 řádek 2 =< 100 %

Rozdělte hodnotu elektronických tržeb z objednávek přijatých prostřednictvím webových stránek či aplikací podle typu zákazníka

(odhadněte v celých procentech) [2]:

soukromé osoby (tzv. B2C prodeje)

 % 3

firmy (tzv. B2B prodeje) a organizace veřejné správy (tzv. B2G prodeje)

 % 4

Přijala vaše firma elektronickou objednávku (elektronické objednávky) na nákup materiálu, zboží nebo služeb následujícím způsobem?

přes vaše vlastní webové stránky (webové rozhraní) či aplikace

Ano Ne 5

přes tzv. on-line tržiště (e-marketplaces) [3]

Ano Ne 6

jestliže jste na otázky na řádcích 5 a 6 odpověděli 2x Ano, pokračujte na řádek 7, jinak přejděte na oddíl D080

Rozdělte hodnotu elektronických tržeb z objednávek přijatých prostřednictvím webových stránek podle způsobu přijetí objednávky

(odhadněte v celých procentech) [4]:

přes vaše vlastní webové stránky (webové rozhraní) či aplikace

 % 7

přes tzv. on-line tržiště (e-marketplaces) [3]

 % 8

[1] Objednávky, odvolávky či jiné žádosti o dodání zboží či poskytnutí služby, které obsahují náležitosti nezbytné k realizaci obchodu (kupní smlouvy apod.) dle všeobecných či sjednaných obchodních podmínek a splňující podmínky pro elektronické obchodování.

[2] Součet řádků 3 až 4 musí být 100 %.

[3] On-line tržiště představují obchodní portály, jejichž provozovatelem je obvykle společnost nezávislá na účastnících obchodování. Provozovatel on-line tržiště je zprostředkovatelem, který spojuje poptávku s nabídkou a umožňuje oběma stranám vyjednat podmínky uzavření obchodu. Nejznámější on-line tržiště v ČR jsou Aukro, iTRH.eu, Tendermarket apod. Ze zahraničních jsou to např. Booking, eBay či Amazon.

[4] Součet řádků 7 až 8 musí být 100 %.

D080

ELEKTRONICKÝ PRODEJ POMOCÍ ELEKTRONICKÉ VÝMĚNY DAT

17D080

Nezahrnuje prodeje uskutečněné prostřednictvím ručně psaných **e-mailů!**

Přijala vaše firma v roce 2017 alespoň jednu elektronickou objednávku [1] na nákup jakéhokoliv materiálu, zboží nebo služby prostřednictvím elektronické výměny dat?

Ano Ne 1
jestliže Ne, konec dotazníku

Uvedte, kolik procent z celkového finančního objemu vašich tržeb (bez DPH), tvořily v roce 2017 prodeje uskutečněné pomocí elektronické výměny dat (odhadněte v procentech s přesností na jedno desetinné místo)

% 2

D079 řádek 2 + D080 řádek 2 =< 100 %

Rozdělte hodnotu prodejů uskutečněných pomocí elektronické výměny dat podle použité sítě (odhadněte v celých procentech) [2]:

internet

% 3

jiné sítě než je internet

% 4

[1] Objednávky, odvolávky či jiné žádosti o dodání zboží či poskytnutí služby, které obsahují náležitosti nezbytné k realizaci obchodu (kupní smlouvy apod.) dle všeobecných či sjednaných obchodních podmínek a splňující podmínky pro elektronické obchodování.

[2] Součet řádků 3 až 4 musí být 100 %.