



AKTUÁLNÍ NÁZORY MANAŽERŮ A VEŘEJNOSTI

Březen 2015

Informace o výzkumu

- Výzkum byl realizován agenturou Ipsos v České republice pomocí standardizovaného dotazníku na dvou cílových skupinách:



MANAŽEŘI

Sběr dat probíhal **od 2.února**
do 12. února 2015 online

157 respondentů:



78 členů ČMA



79 TOP manažerů



VEŘEJNOST

Sběr dat probíhal **od 13.února**
do 18. února 2015 online
(pomocí Ipsos panelu)

1010 respondentů:

reprezentativní vzorek populace
České republiky ve věku 18-65 let
podle pohlaví, věku, kraje a vzdělání

Jak číst zprávu?



OZNAČENÍ ČÁSTÍ HODNOCENÝCH POPULACÍ



Zobrazení detailního pohledu na výsledky za konkrétní skupinu obyvatel



OZNAČENÍ ČÁSTÍ HODNOCENÝCH MANAŽERY



Členové ČMA



TOP manažeři

■ Určitě ano

■ Spíše ano

■ Spíše ne

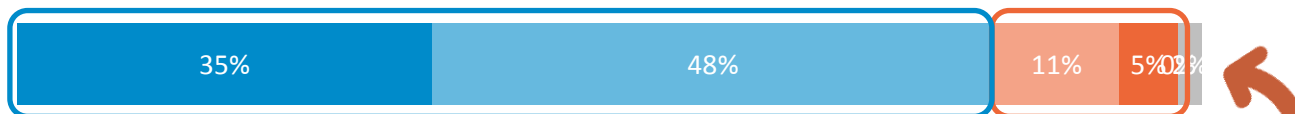
■ Určitě ne

■ Nezná

■ Nevím



POZITIVNÍ ODPOVĚDI NA ŠKÁLE



NEGATIVNÍ ODPOVĚDI NA ŠKÁLE

VE ZPRÁVĚ JSOU STANDARDNĚ ZOBRAZENY VŠECHNY ODPOVĚDI, POKUD NENÍ SPECIFIKOVÁNO JINAK.

Pokud součet odpovědí není do 100% je to dáno zaokrouhlováním nebo měli respondenti možnost zvolit v otázce více odpovědí.

Hodnocení českého průmyslu

Dle manažerů jsou pro rozvoj průmyslu prioritní inovace, nové technologie a kvalitní vzdělávací systém.



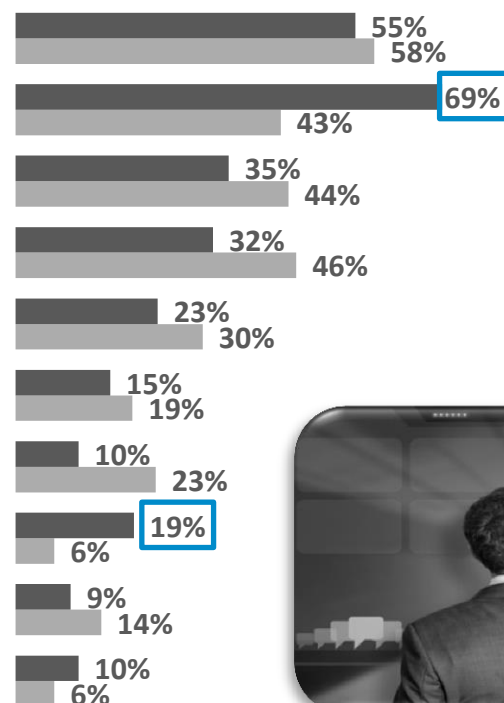
Q1. Která z následujících témat jsou podle Vašeho názoru nejdůležitější pro budoucí rozvoj českého průmyslu?

BUDOUCNOST PRŮMYSLU

■ Manažeři celkem (n=157)



■ Členové ČMA (n=78) 
 ■ TOP manažeři (n=79) 



DALŠÍ ODPOVĚDI: Minimalizace byrokratické zátěže/ Jednoznačné zákony a stabilní právní prostředí/ Dlouhodobá rozvojová strategie ČR/ Malé a střední české firmy s českým majitelem s vlastním finálním výrobkem prodejným po celém světovém trhu/ Přechod na euro/ Rozumná legislativa EU/ Změna vzdělávacího systému od ZŠ až po VŠ

Schopnost adaptace a flexibility průmyslu je podle manažerů předností českého průmyslu. Populace považuje za největší přednost tradici a sílu značky.

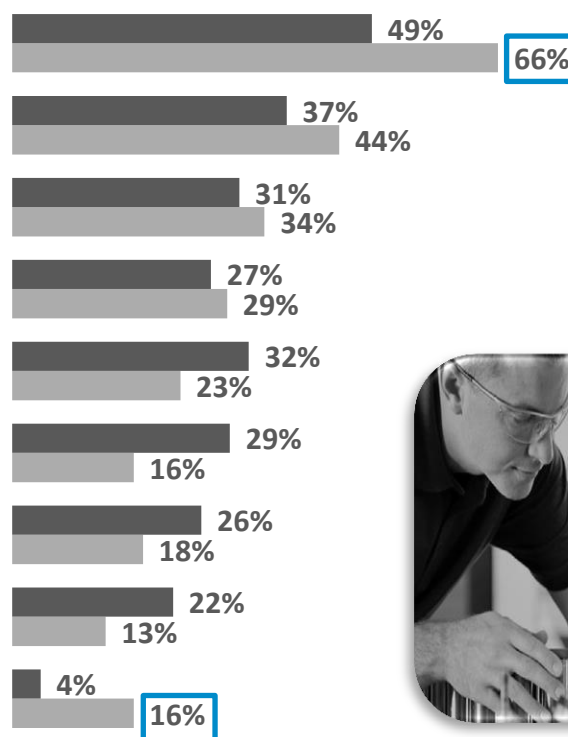
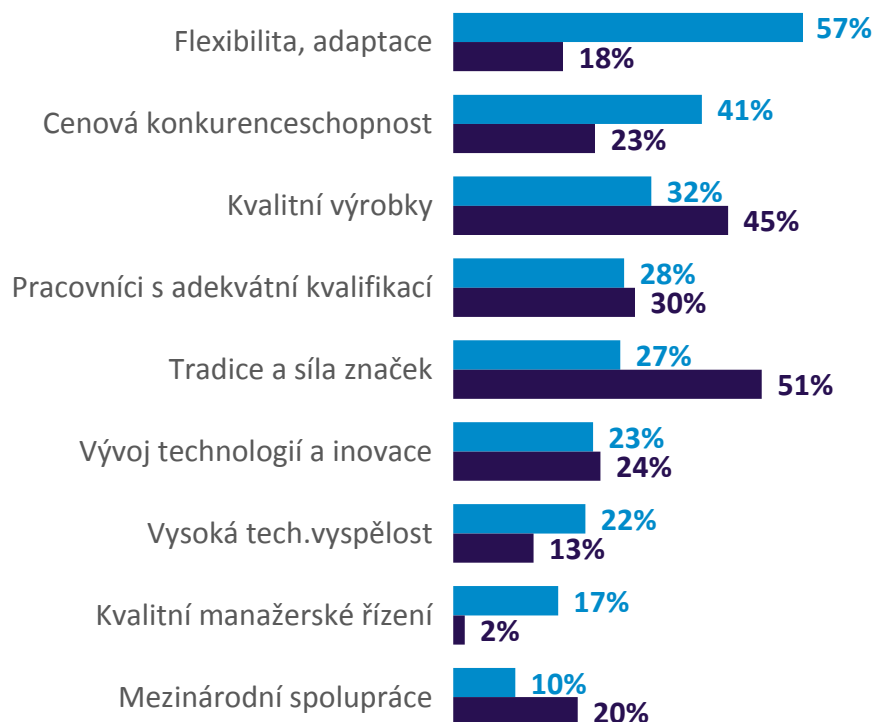


Q2a. Vyberte prosím z následujícího seznamu tři oblasti, které považujete za přednosti českého průmyslu.

PŘEDNOSTI ČESKÉHO PRŮMYSLU

Manažeři celkem (n=157)
Veřejnost celkem (n=1010)

Členové ČMA (n=78)
TOP manažeři (n=79)



DALŠÍ ODPOVĚDI: Kvalitní vzdělávací systém/
 Centrální geografická poloha v Evropě a logistická
 provázanost s důležitými státy EU



**Muži častěji volí cenovou konkurenceschopnost,
 obyvatelé Prahy zase tradici a silnou značku**

Báze: Všichni respondenti (Manažeři & Veřejnost)

Ipsos pro soutěž Manažer roku - Březen 2015

Výrazně častěji

Špatná legislativa a přehnaná byrokracie brání českému průmyslu v rozvoji podle názoru manažerů i populace.



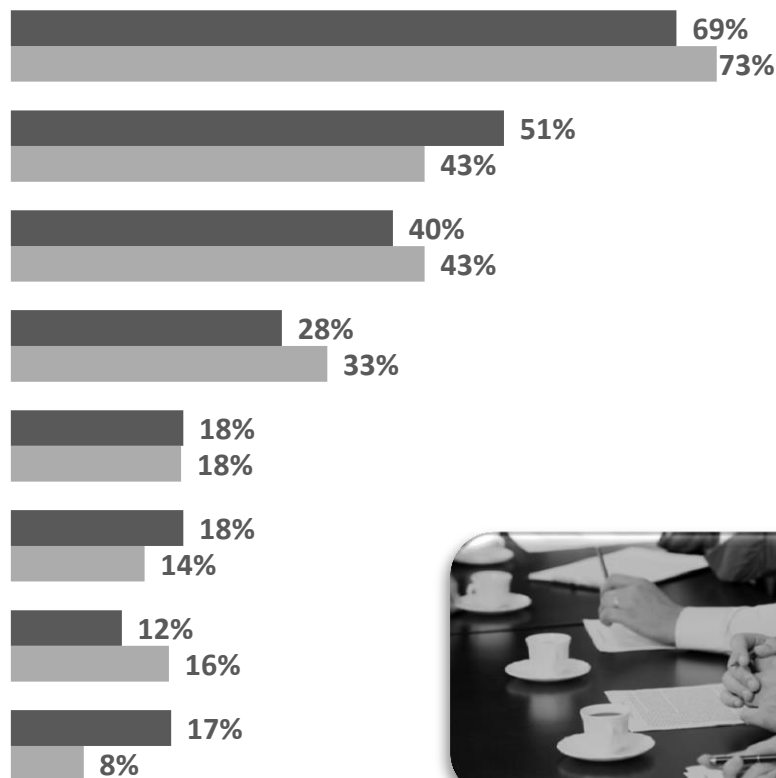
Q2b. A jaké jsou podle Vás tři hlavní bariéry českého průmyslu?

BARIÉRY ČESKÉHO PRŮMYSLU

Manažeři celkem (n=157)
Veřejnost celkem (n=1010)



Členové ČMA (n=78)
TOP manažeři (n=79)



DALŠÍ ODPOVĚDI: Zcela chybná strategie rozvoje českého průmyslu/ ČR je zemí tisíce subdodavatelů a český průmysl v podstatě neexistuje

Báze: Všichni respondenti (Manažeři & Veřejnost)

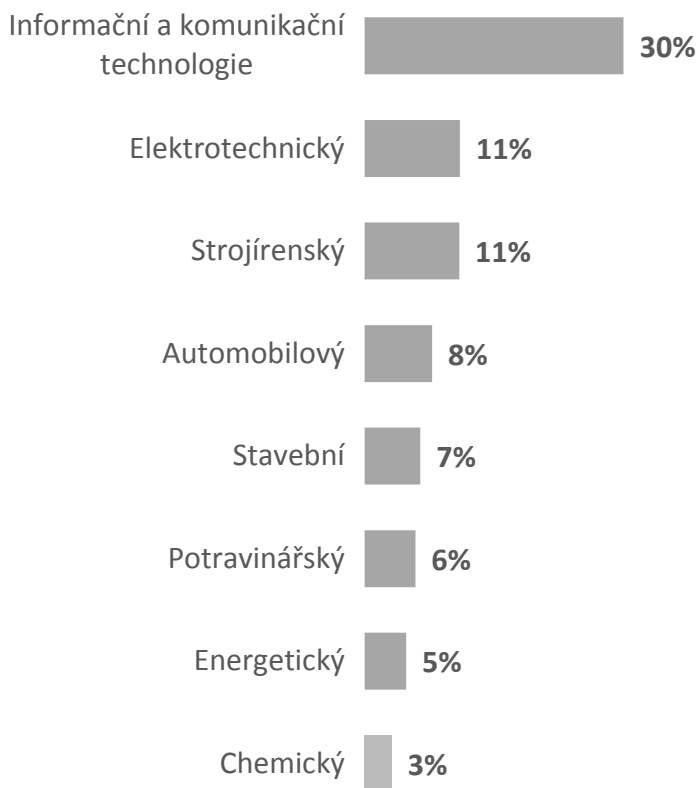
Technické vzdělávání a dovednosti

Z technických oborů vnímá česká populace nejperspektivněji informační technologie, které mají přímý dopad na ostatní průmyslová odvětví.



Q2. V současné diskusi o českém vzdělávacím systému se často mluví o významu technického vzdělávání. Ať už máte nebo nemáte děti, který technický obor byste pro svého potomka vybral(a) pro jeho vzdělávání? Q2a. Z jakého důvodu byste pro svého potomka preferoval(a) jiný než technický obor?

VOLBA TECHNICKÉHO OBORU PRO SVÉ DĚTI



PROČ STUDOVAT JINÝ NEŽ TECHNICKÝ OBOR?

Jiné předpoklady a zájmy dítěte	26 %
Možnost širšího uplatnění v praxi	21 %
Budoucnost je v jiném oboru	14 %

„Velká nestabilita v průmyslu, mimo automobilní, nízké mzdy, problémy s uplatněním po škole.“

„Bylo by to nad jejich schopnosti, takže nic nevylučuji, ale ani nedoporučuji.“

„Aby měl do budoucna větší rozpětí a více možností uplatnění na trhu práce.“

„Zdravotnictví. Jediná jistota, že lidi budou díky farmaceutickému průmyslu pořád marodit.“

„Protože je důležité zemi nezničit. Živou i neživou.“

„Důvod je jednoduchý, a to můj syn není technicky zdatný, a proto by se v oboru s technickým zaměřením trápil.“

Pozn. Zobrazeny pouze odpovědi s četností nad 3%

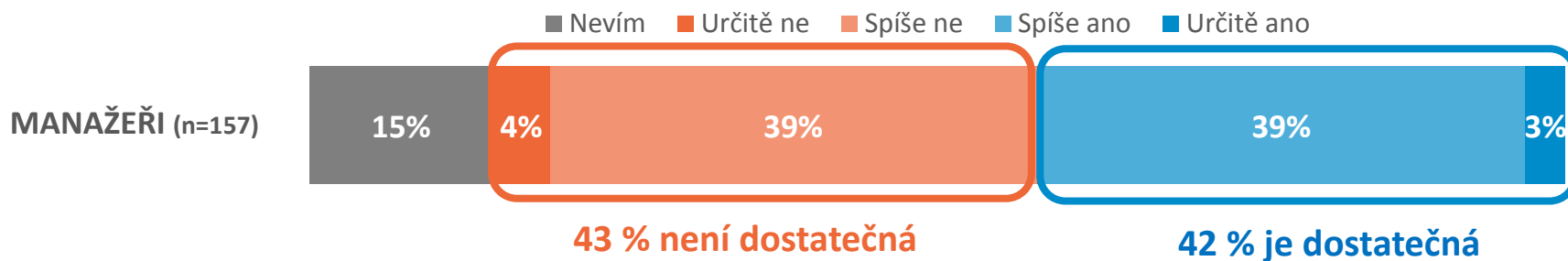
Báze: Všichni respondenti (Veřejnost); Jen ti, kteří by raději zvolili jiný než technický obor, n= 77 (Veřejnost).

Na úroveň absolventů technických škol panuje mezi manažery ambivalentní názor, chybí jim odborná kvalifikace a dostatečná praxe.



Q5. Odpovídá podle Vašeho názoru obecně úroveň absolventů českých technických vysokých škol potřebám firem \ institucí, jakožto potenciálních zaměstnavatelů? Q5b. Proč podle Vašeho názoru úroveň absolventů technických vysokých škol neodpovídá potřebám firem \ institucí?

JE ÚROVEŇ ABSOLVENTŮ TECHNICKÝCH ŠKOL DOSTATEČNÁ?



CO ABSOLVENTŮM CHYBÍ?



Možnost zvolit max. 2 odpovědi

CO UVEDLI MANAŽEŘI JAKO JINÉ DŮVODY:

„Bohužel představy absolventů se mnohdy hodně rozcházejí s realitou, s možnostmi firem.“

„Vysoké finanční nároky při nástupu.“

„Malá provázanost vzdělávání s praxí, chyba firem.“

„Nepřípravenost absolventů, učivo je zastaralé - absence spolupráce škol a podniku.“

Báze: Všichni respondenti (Manažeri), ti, kteří si myslí, že úroveň absolventů neodpovídá potřebám firem, n=68

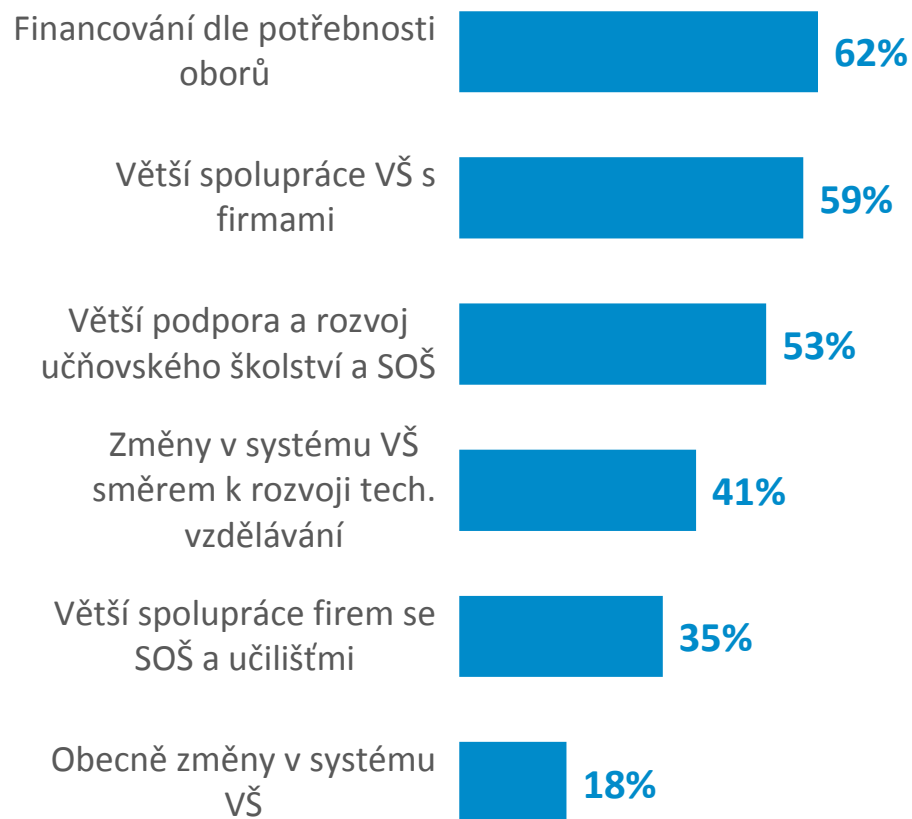
Změna ve financování technického vzdělávání podle potřeby jednotlivých oborů by podle 2/3 českých manažerů lépe reflektovala potřeby trhu práce.



Q6. Na základě Vašich zkušeností, jakým způsobem byste doporučili podpořit technické vzdělávání, aby absolventi lépe vyhovovali potřebám trhu práce?

JAK PODPOŘIT VZDĚLÁVÁNÍ PRO POTŘEBY TRHU PRÁCE?

■ Manažeři celkem (n=157)



„Povinné praxe studentů ve firmách. Možnost daňového odpočtu nákladu těchto stáží.“

„Školství je placeno z prostředků, daní, firem. Stát absolutně neřídí školství podle těch, kdo jej financují. Každý si může vystudovat, co chce, přestože danou odbornost společnost nepotřebuje.“

„Systém je na vysoké úrovni, není třeba jej měnit. Ale zodpovědní manažeři firem by měli být více aktivní při jejich podpoře a nečekat a nestěžovat si na nedostatek a kvalitu.“

„Směrování základního a středního školství k rozvoji technického vzdělávání.“



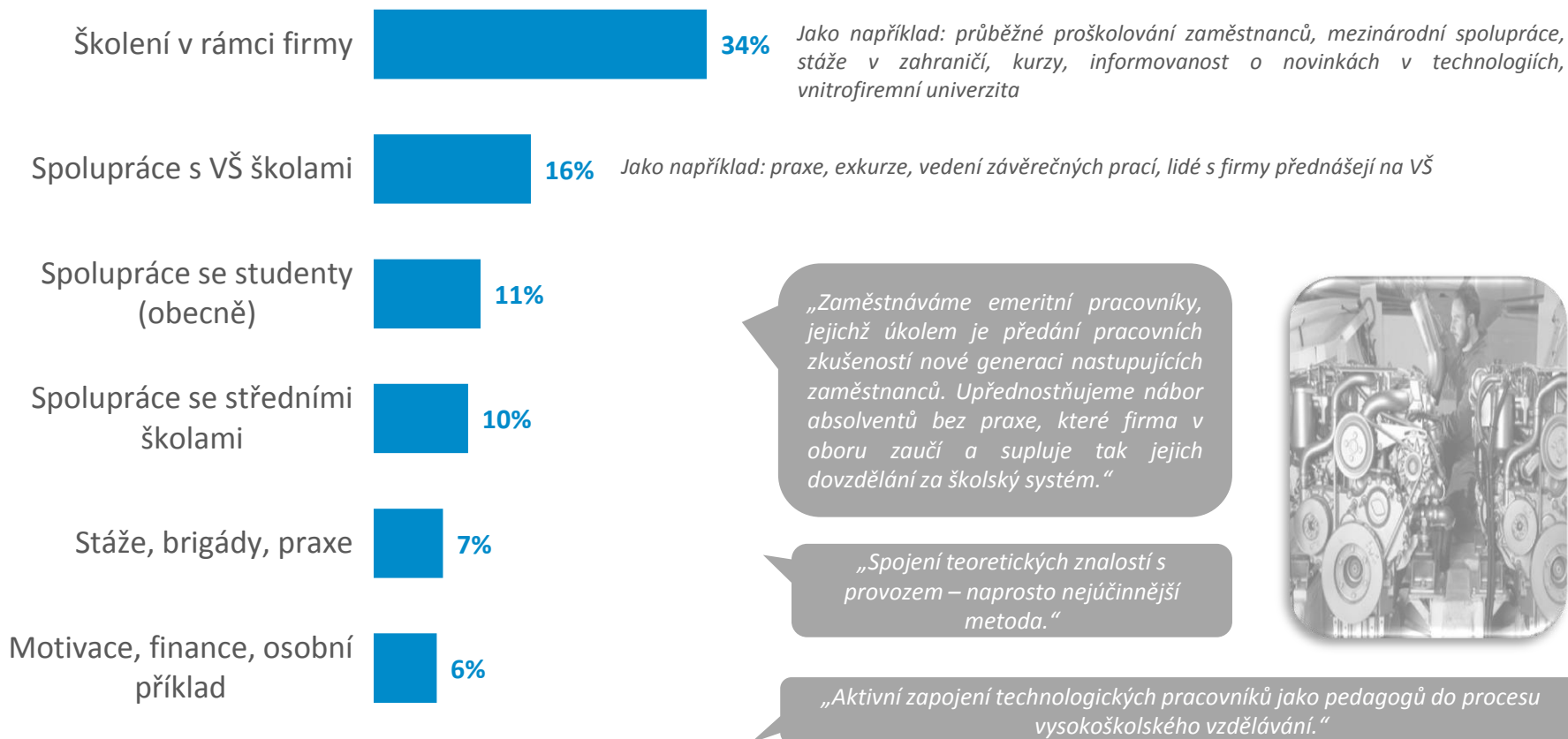
Firemní školení a spolupráce firem se školami jsou osvědčenými způsoby podpory technického vzdělávání ve firmách.



Q7. Co využíváte a co se Vám nejvíce osvědčilo při podpoře oblasti technického vzdělávání ve Vaší firmě?

ČÍM PODPOŘIT TECHNICKÉ VZDĚLÁVÁNÍ VE FIRMÁCH?

■ Manažeři celkem (n=157)

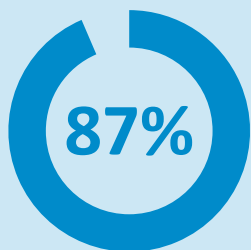


Pozn. Zobrazeny pouze odpovědi s četností nad 5 %

Báze: Všichni respondenti (Manažeři)

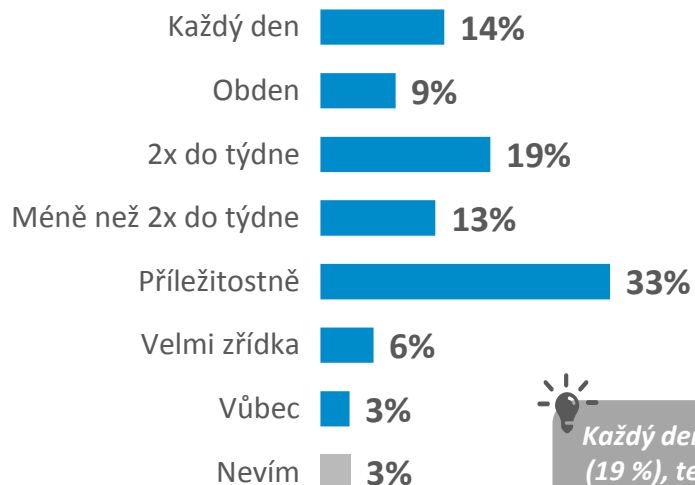
Téměř všichni Češi využívají vlastní technické dovednosti, nejčastěji dělají drobné domácí opravy.

Q3. Zamyslete se prosím nad činnostmi, které děláte ve svém každodenním životě, nikoli v práci, ale v domácnosti, na chatě, při cestě autem apod. Jak často využíváte při těchto činnostech vlastní technické dovednosti? Q3a. A jaké technické znalosti a dovednosti v domácnosti a ve svém běžném životě nejčastěji využíváte?



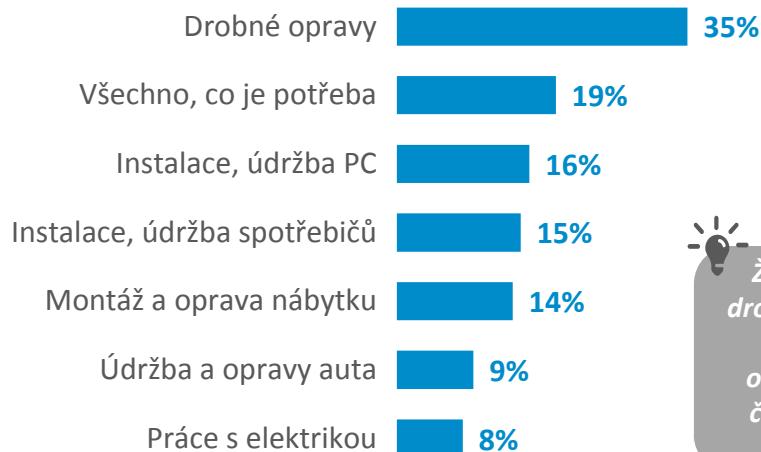
Populace využívá alespoň příležitostně technické dovednosti v každodenním životě

JAK ČASTO?



Každý den častěji muži (19 %), technici (24 %) a řemeslníci (21 %).

JAKÉ AKTIVITY?



Ženy častěji dělají drobné opravy (45 %), lidé do 26 let a obyvatelé Prahy se častěji starají o PC (cca 28 %).

Pozn. Zobrazeny pouze odpovědi s četností nad 6 %



„Mám dům ze 70. let. Takže téměř vše svépomocí, elektrotechnika, instalatérství, práce se dřevem, zahradničení, složení vlastního PC svépomocí.“

„Výměna žárovky, zámku, oprava spotřebičů lehkým nakopnutím.“

Konkurenceschopnost a CSR

Dvě třetiny manažerů se pro zvýšení konkurenceschopnosti jejich firem v roce 2015 zaměří zejména na zavádění nových technologií a inovací. A pouze čtvrtina počítá se snižováním nákladů.



Q8. Jakým způsobem budete zvyšovat konkurenceschopnost Vaší firmy\ instituce v roce 2015?

JAK ZVYŠOVAT KONKURENCESCHOPNOST?

■ Manažeři celkem (n=157)



DALŠÍ ODPOVĚDI: Sledováním moderních trendů, benchmarking/ Uvedením nových výrobků vyšší kategorie, rozšířením portfolia vyráběných výrobků

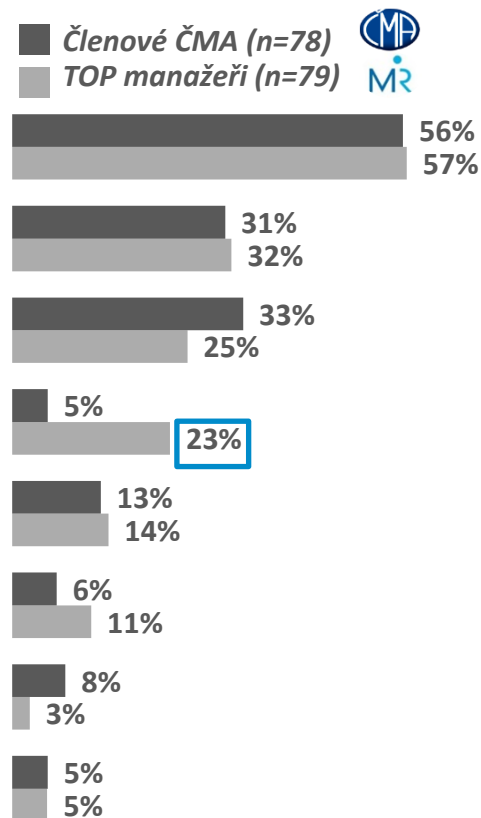
Optimismus českým manažerům dodává zejména úspěch českých firem ve světě, rovněž oceňují v tomto směru mladou generaci a úspěchy českých sportovců.



Q12. Existuje něco, co Vás v českém veřejném prostoru naplňuje optimismem?

DŮVODY K OPTIMISMU

■ **Manažeři celkem (n=157)**



DALŠÍ ODPOVĚDI: Mladí a chytrí lidé, kteří nemají socialismus v duši/ Nově vznikající firmy s nápady a kreativním přístupem k podnikání/ Zejména firmy zakládané ženami, kterým v jejich startu ráda a s nadšením pomáhám/ Paralelní firmy, které vítězí ne dotacemi a korupcí, ale etikou a silným produktem/ Úroveň a mezinárodní zkušenosti některých mladých absolventů a pak úspěchy vlastní firmy a několika známých firem/ Hlavní potenciál k rozvoji je vyčerpán, naše ministerstva i reprezentanti průmyslu

Pozn. Zobrazeny pouze odpovědi s četností nad 5 %

Báze: Všichni respondenti (Manažeři)



Ze CSR aktivit firmy nejčastěji realizují odpovědnou personální politiku a dodržování etiky podnikání.



Q9. Které z následujících CSR aktivit nebo aktivit spojených s udržitelným rozvojem ve Vaší firmě realizujete?

REALIZOVANÉ CSR AKTIVITY

■ *Manažeři celkem (n=157)*



Možnost zvolit více odpovědí z nabízených variant odpovědí



Báze: Všichni respondenti (Manažeři)

Manažerské vzory

Tomáš Baťa je nejčastějším vzorem pro české manažery.



Q10. Kdo je Vaším manažerským vzorem?

ČESKÝ MANAŽERSKÝ VZOR

Tomáš Baťa

(25 %)

Zbyněk Frolík

(4 %)



Andrej Babiš
Jan Baťa
František Čuba
Jan Mühlfeit
(všichni 2 %)



DALŠÍ: Antonín Baťa, Jiří Cíenciala, Jiří Hlavatý, Jan Riedl, Jan Světlík, Emil Škoda, Otto Wichterle (pod 2 %)

ZAHRANIČNÍ MANAŽERSKÝ VZOR

Steve Jobs

(8 %)

Jack Welch

(3 %)



Bill Gates
Henry Ford
(oba 2 %)



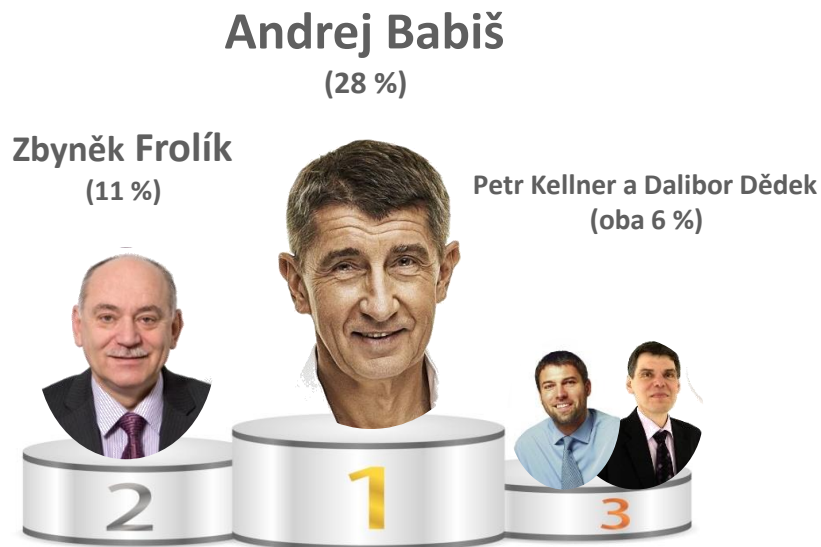
DALŠÍ: Madeleine Albrightová, Richard Branson, Stephen Covey, Peter Diamandis, Henry Ford, Gerri Elliott, Herb Kelleher, Lee Laccoca, Ján Miško, Luca di Montezemolo, Silvio Ponti, Jean Rossi, Carl Henric Svanberg, Sam Walton (pod 2 %)



Andrej Babiš je vnímán za nejdůležitější osobu českého businessu, Bill Gates pak toho zahraničního.

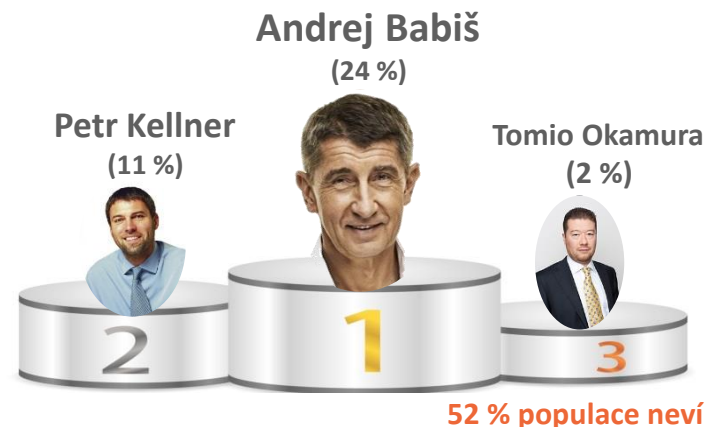
Q6./ Q11. Koho vnímáte jako nejvýznamnější osobnost současného českého businessu? Q8. A když bychom mohli odbočit i trochu do minulosti, koho považujete Vy osobně za největší osobnost českého průmyslu? Q7. A kdo je podle Vás v současnosti nejvýznamnější osobnost zahraničního businessu?

JAK TO VIDÍ ČEŠTÍ MANAŽEŘI?

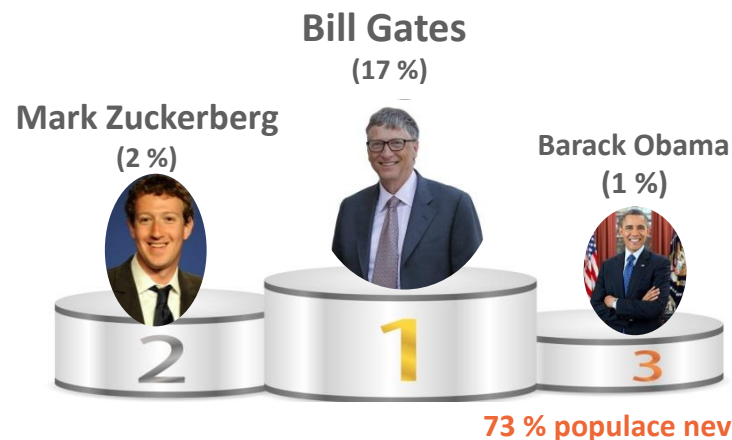


DALŠÍ: Zdeněk Bakala, Stanislav Bernard, Tomáš Březina, Petr Bříza, Martin Diviš, Vladimír Dlouhý, Marek Dospiva, Jiří Hlavatý, Martin Jahn, Pavel Juříček, Pavel Kafka, Jaroslav Klíma, Vratislav Kulhánek, Martina Kušík, Radim Jančura, Vladimír Mráz, Jan Mühlfeit, František Piškanin, Miroslav Singer, Lubomír Stoklásek, Jiří Šimáně, Jan Zadák (pod 2 %)

JAK TO VIDÍ ČESKÁ POPULACE?



POHLED DO HISTORIE: Tomáš Baťa (61 %),
Emil Škoda (13 %), Václav Laurin a Václav Klement (10 %)



Hlavní zjištění



JAKÝ JE POHLED NA ČESKÝ PRŮMYSL?

NÁZOR NA PŘEDNOSTI ČESKÉHO PRŮMYSLU SE MEZI POPULACÍ A MANAŽERY LIŠÍ, V HLAVNÍ BARIÉŘE SE VŠAK JEJICH NÁZOR SHODUJE.

PODLE NÁZORU ČESKÝCH MANAŽERŮ

PODLE NÁZORU ČESKÉ POPULACE



PŘEDNOSTI

Flexibilita a adaptace průmyslu (57 %)

Cenová konkurenceschopnost (41 %)

Kvalitní výrobky (32 %)

Tradice a síla značky (51 %)

Kvalitní výrobky (45 %)

Kvalifikovaní pracovníci (30 %)



BARIÉRY

Špatná legislativa a byrokracie (71 %)

Absence strategie rozvoje (47 %)

Nekvalifikovaná pracovní síla (41 %)

Špatná legislativa a byrokracie (39 %)

Nestabilní politická situace (34 %)

Nízká konkurenceschopnost (17 %)

PRO JEHO DALŠÍ ROZVOJ JSOU DŮLEŽITÉ INOVACE A KVALITNÍ VZDĚLÁVACÍ SYSTÉM.



Pro rozvoj průmyslu jsou podle manažerů důležité **inovace a také kvalitní vzdělávací systém** a právě dvě třetiny manažerů se chtějí v roce 2015 zaměřit právě na zavádění nových technologií a inovací, aby posílili svou konkurenceschopnost. Pouze čtvrtina počítá se snižováním nákladů.

Úspěch českých firem ve světě však nejvíce **naplňuje české manažery optimismem** (57 %), mladá generace a úspěchy českých sportovců daleko méně (okolo 30 %).

JAKÝ JE POHLED NA TECHNICKÉ VZDĚLÁVÁNÍ?



FINANCOVÁNÍ TECHNICKÝCH OBORŮ PODLE POTŘEBNOSTI, SPOLUPRÁCE FIREM S VŠ A INTERNÍ FIREMNÍ ŠKOLENÍ JSOU MOŽNOSTI, JAK LÉPE REFLEKTOVAT POTŘEBY TRHU PRÁCE A ZLEPŠIT TAK ÚROVEŇ TECHNICKÉHO VZDĚLÁVÁNÍ:

Úroveň absolventů: Pohled na úroveň absolventů technických škol není mezi manažery jednotný. Dvě třetiny z nich si myslí, že **nemají dostatek odborné kvalifikace**, necelá polovina pak, že nemají **dostatečnou praxi**.



Jak by se mohla situace změnit? Financování oborů podle potřebnosti a spolupráce firem a VŠ (pro potřeby trhu) → **firmy se to však už snaží řešit interními školeními** (např. vnitrofiremní „univerzita“, školení na nové technologie, projekty s externími partnery, stáže v zahraničí) **a spolupráci s vysokými školami** (např. praxe studentů ve firmě, spolupráce na závěrečných pracích, částečné úvazky).

Technické obory: Informační technologie jsou podle názoru populace **lákavým oborem** pro budoucí studenty (podle jejich rodičů), navíc mají dopad na ostatní odvětví průmyslu.



JAK SE TECHNICKÉ DOVEDNOST ODRÁŽÍ V KAŽDODENNÍM ŽIVOTĚ? Více než $\frac{3}{4}$ populace využívají technické dovednosti ve svém životě, hlavně na **drobné opravy v domácnosti**.

MANAŽERSKÉ VZORY A OSOBNOSTI

TOMÁŠ BAŤA, ANDREJ BABIŠ A BILL GATES PATŘÍ K HLAVNÍM OSOBNOSTEM ČESKÉHO A ZAHRA NIČNÍHO BUSINESSU.

POHLED ČESKÝCH MANAŽERŮ

OSOBNOST ČESKÉHO BUSINESSU



MANAŽERSKÝ VZOR



POHLED ČESKÉ POPULACE

OSOBNOST ČESKÉHO BUSINESSU



OSOBNOST ZAHRA NIČNÍHO BUSINESSU





Tomáš Macků

Research & Communication Director
tomas.macku@ipsos.com
GSM: +420 774 646 799

Petra Hačecká

Account Manager Ipsos Loyalty
petra.hacecka@ipsos.com
GSM: +420 775 436 473



Informace o Ipsos

Ipsos je největší agenturou výzkumu trhu a veřejného mínění v ČR z hlediska ročního dosaženého obrátu. Ipsos poskytuje komplexní služby v oblasti průzkumu trhu a veřejného mínění včetně konzultační činnosti. Spolupracuje s pobočkami sítě Ipsos v 87 zemích světa. Disponuje moderním technickým zázemím pro sběr a zpracování dat a využívá know-how 10 specializovaných divizí.

Je členem organizací ESOMAR, MSPA, SIMAR a SAVA, řídí se jejich etickými principy a metodickými pravidly.

Ipsos je dlouhodobým Partnerem České manažerské asociace a soutěže Manažer roku.



Na Příkopě 22, Slovanský dům, 110 00 Praha 1

www.ipsos.cz



Heydukova 12, 811 08 Bratislava

www.ipsos.com

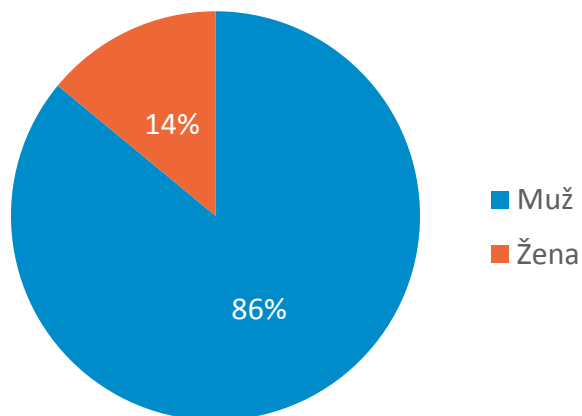
www.ipsos.sk

Přílohy

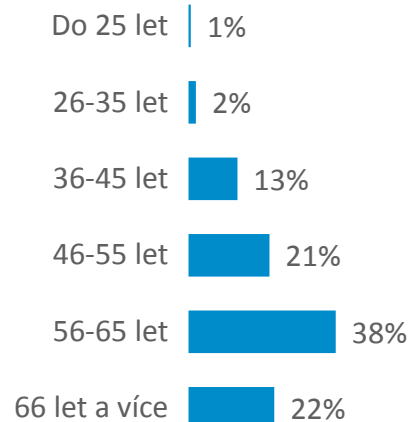
Rozložení vzorku



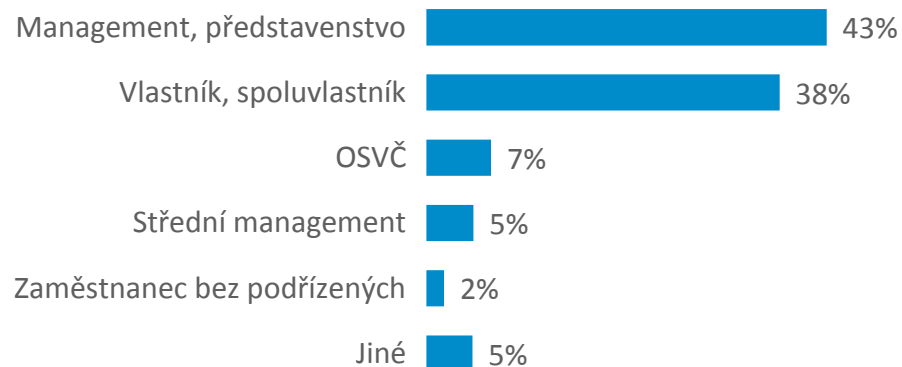
POHLAVÍ



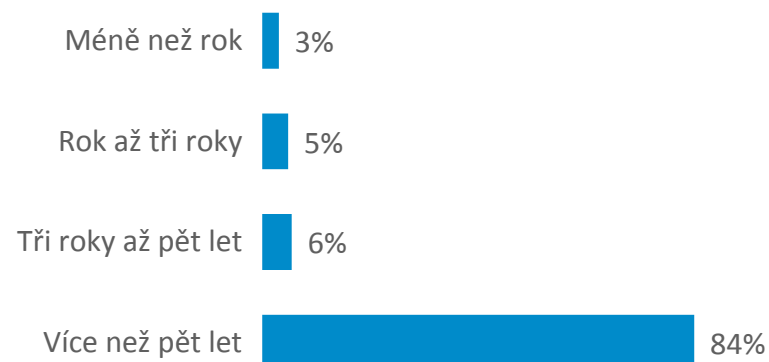
VĚK



POZICE VE FIRMĚ

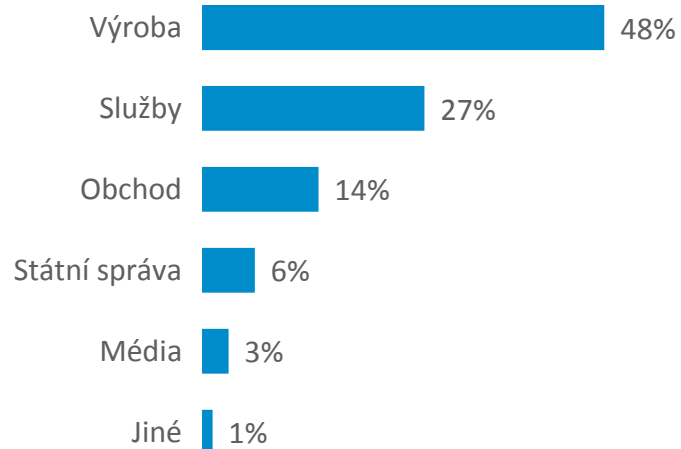


POČET LET VE FIRMĚ

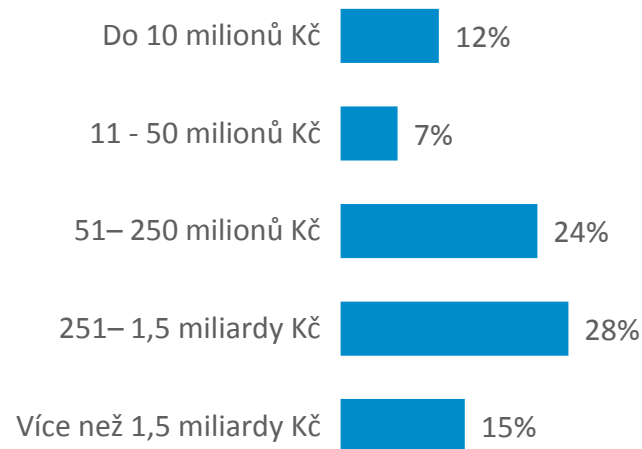




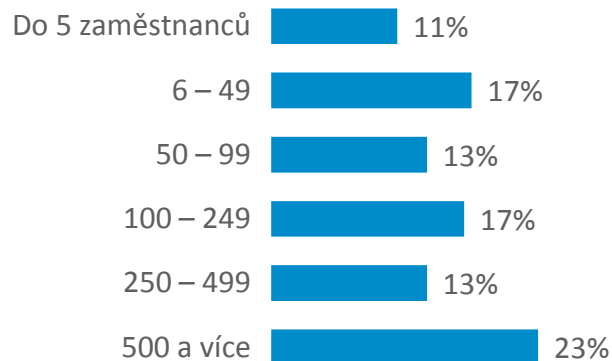
HLAVNÍ PŘEDMĚTY ČINNOSTI FIRMY



OBRAT FIRMY

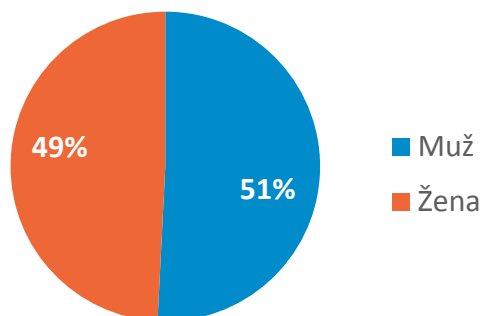


POČET ZAMĚSTNANCŮ VE FIRMĚ

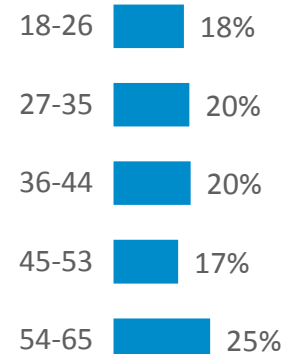




POHLAVÍ



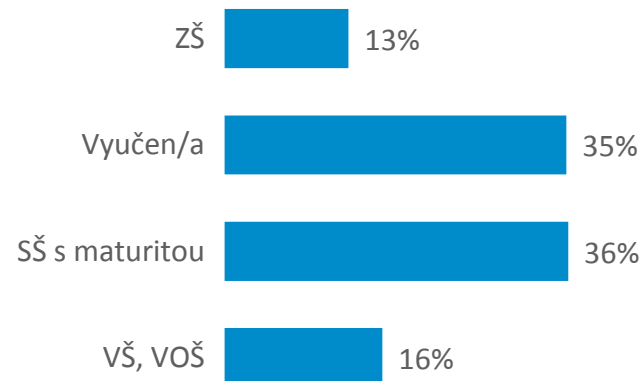
VĚK



KRAJ

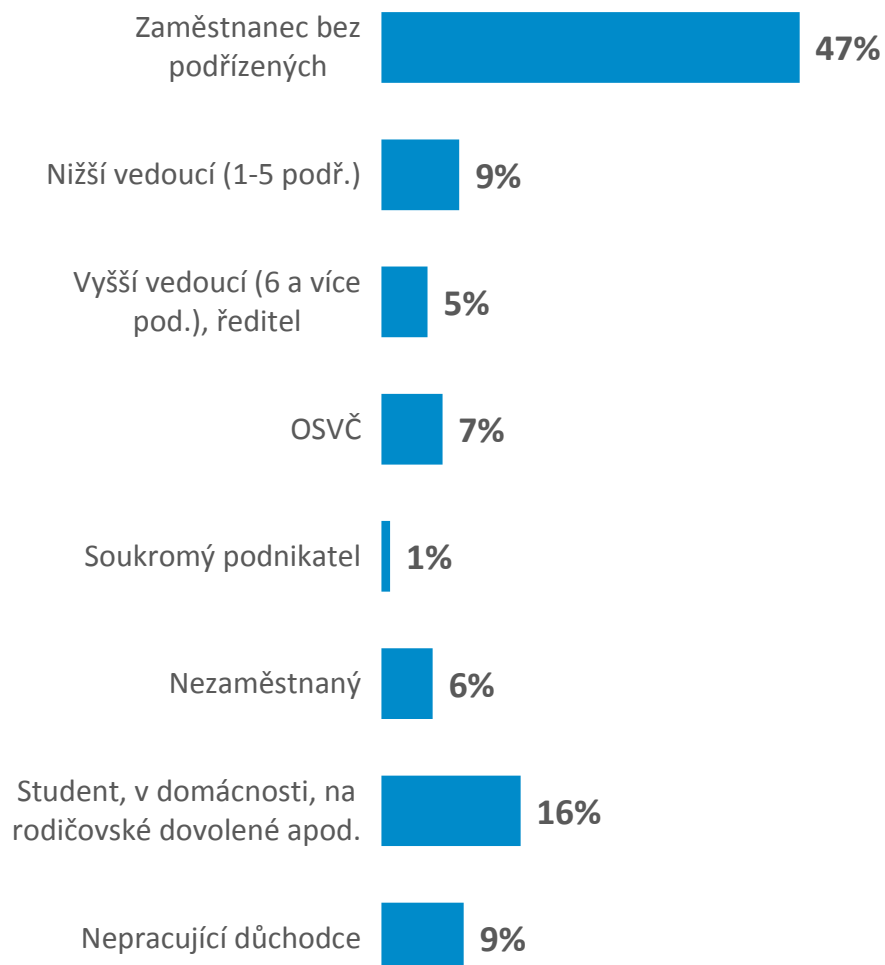


VZDĚLÁNÍ

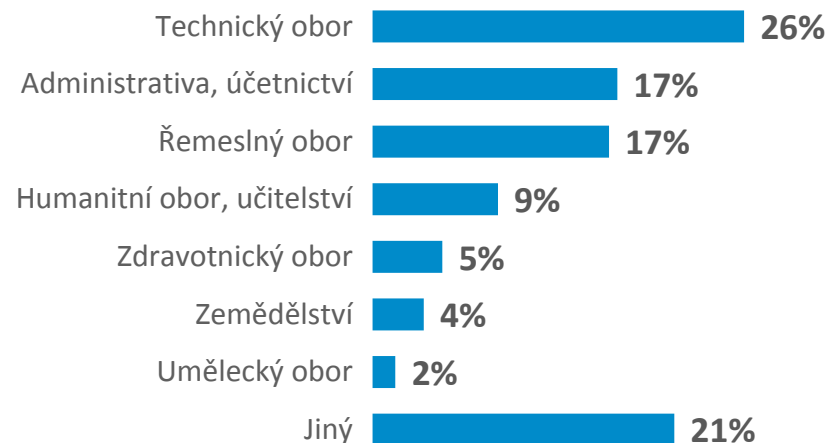




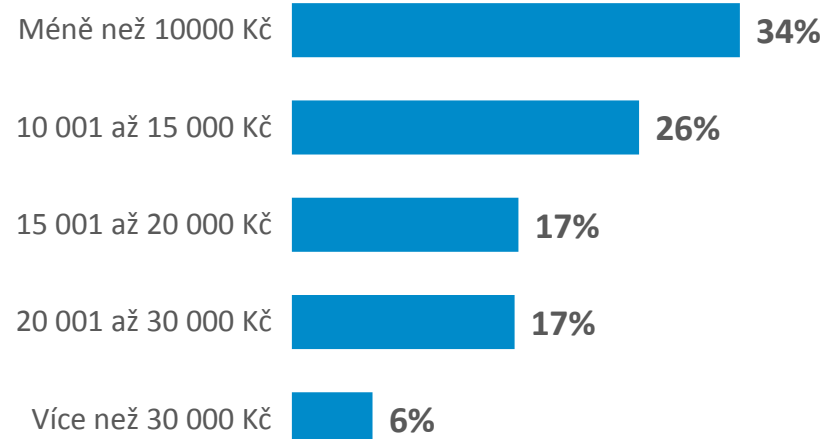
POZICE V ZAMĚSTNÁNÍ



PROFESNÍ SPECIALIZACE



OSOBNÍ ČISTÝ PŘÍJEM





NOBODY'S UNPREDICTABLE

Prezentace společnosti

70+ milionů rozhovorů za rok

15 500 zaměstnanců

87 zemí s Ipsos zastoupením

5 000+ klientů po celém světě

3. největší výzkumná agentura

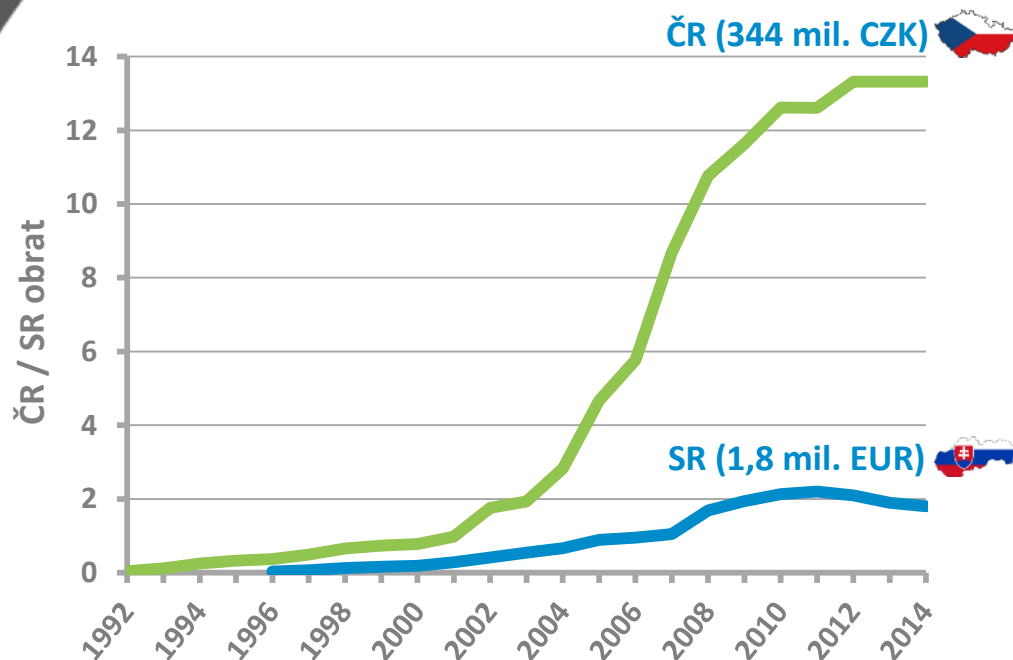
TOP 1 výzkumná agentura v ČR
TOP 3 výzkumná agentura v SR

130+ analytiků, statistiků,
 psychologů, sociologů
 a konzultantů

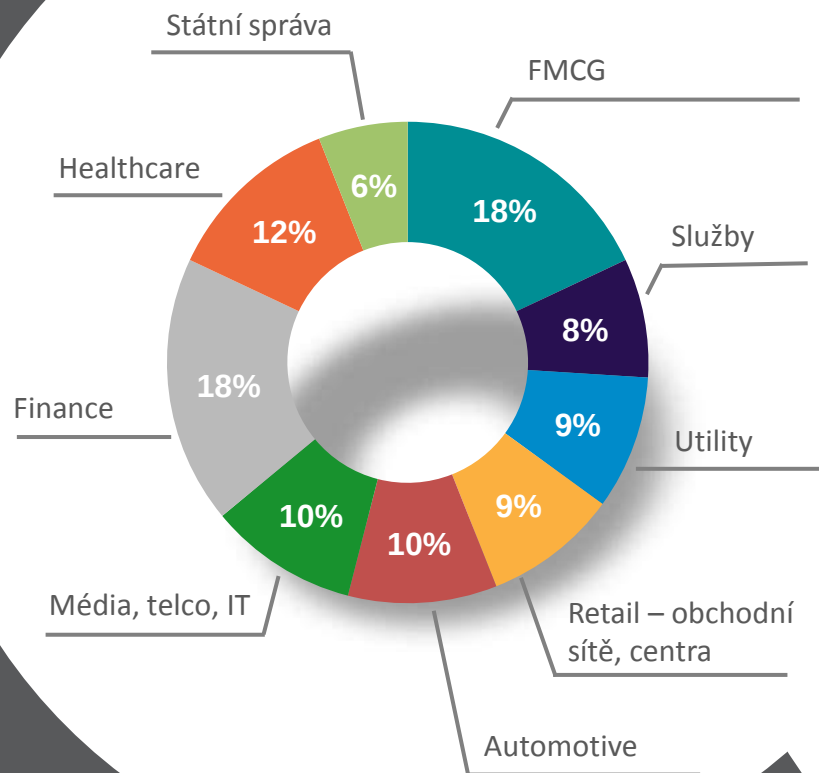
90+ regionálních
 koordinátorů

900+ tazatelů pro všechny
 typy výzkumu

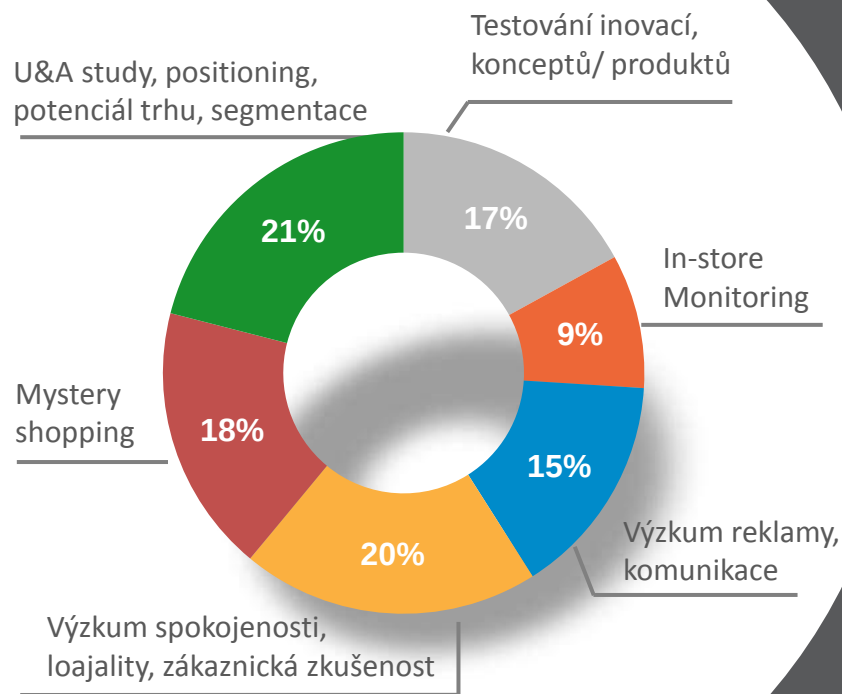
1,400+ mystery shopperů



OBLASTI VÝZKUMU

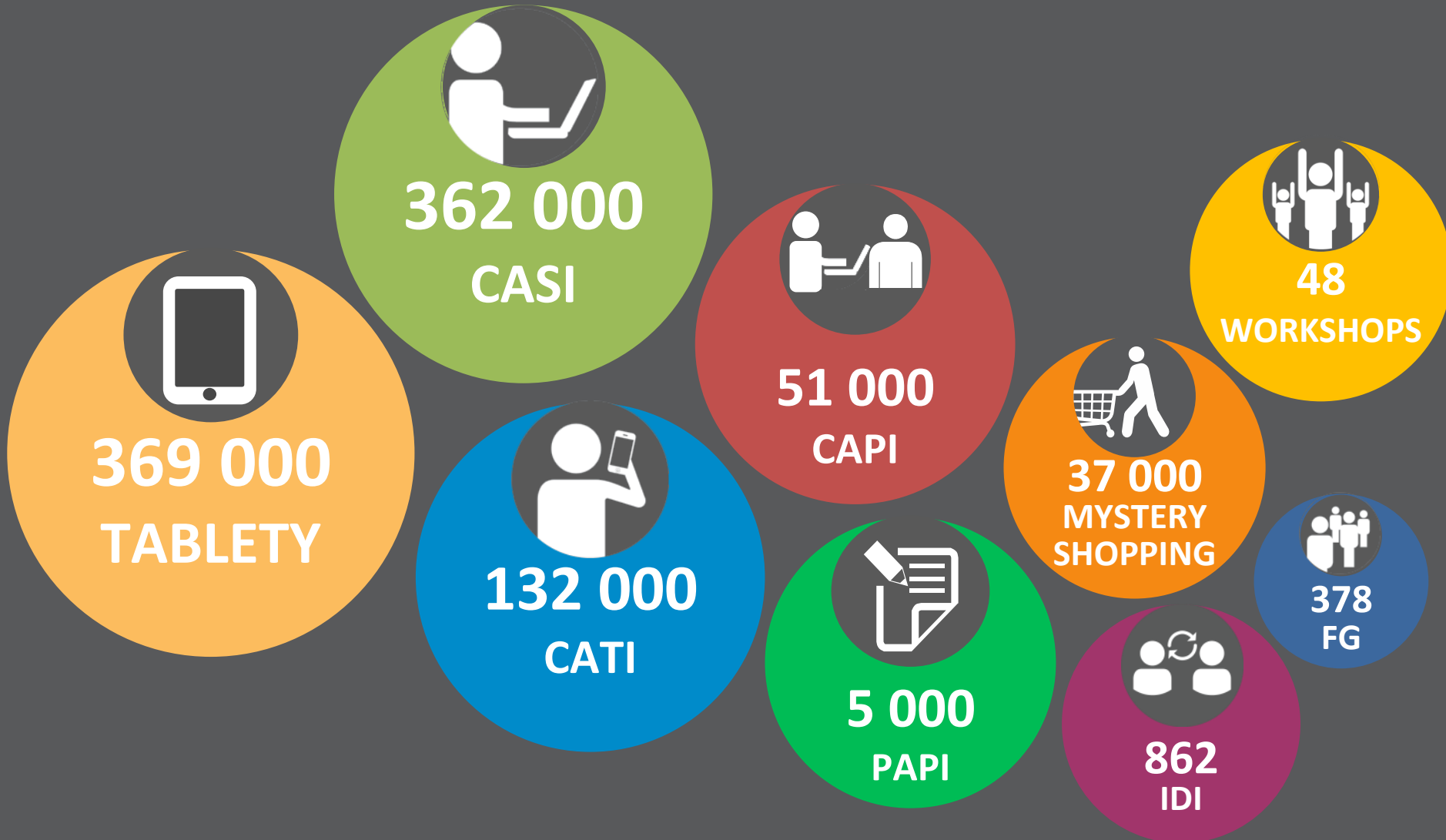


VÝZKUMNÉ SPECIALIZACE



+ PORADENSTVÍ

Pro všechny oblasti výzkumu a výzkumné specializace.



Specializované divize Ipsos

Ipsos Marketing

Vývoj, nastavení a optimalizace produktů/ služeb

Ipsos MarketQuest™
Ipsos InnoQuest™

Ipsos ASI

Výzkum reklamy a značky

Strategy Solutions
Execution Solutions
Evaluation Solutions

Ipsos Loyalty

Výzkum zákaznické zkušenosti, spokojenosti a loajality

Loyalty Knowledge Center™

Ipsos UU

Kvalitativní a etnografický výzkum, kreativní workshopy

Censydiam Institute™
Ethnography Center of Excellence™

Ipsos ERM

Výzkumy zaměstnanců a jejich implementace

Representative Employee Data

Ipsos Healthcare

Výzkum v oblasti farmaceutického marketingu a zdravotnictví

Healthcare Rx/OTC™

Ipsos Public Affairs

Výzkum veřejného mínění

Ipsos MORI
Ipsos Global @dvisor™

Ipsos MediaCT

Výzkum médií a komunikace

Ipsos OTX

Ipsos CEM

Řízení zákaznické zkušenosti, service design, mystery shopping

Ipsos Business Consulting™

Ipsos Observer

Mezinárodní studie
Sběr dat (field & tabs)
Digitalizace dat

Ipsos Global Studies

Proč Ipsos?

- Klademe důraz na porozumění vaší situace a potřeb.
- V rámci Ipsos Group sdílíme regionální i globální zkušenosti.
- Velmi dobře známe trh v České republice i na Slovensku.
- Soustředíme se na přidanou hodnotu a implikace vyplývající z výzkumu.
- Snažíme se být vždy co nejflexibilnější.
- Garantujeme dodržování nejvyšších standardů kvality dat i naší práce.