



## ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR

### Tisková zpráva 22.4.2013

Praha, 22.4.2013. Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP) ve spolupráci s Komerční bankou představuje průzkum, jenž se v detailu zabývá bariérami a motivátory, které mohou dnešní mladé lidi přivádět nebo naopak zrazovat od samostatného podnikání.

## Mladá generace míří za jistotou, podnikání netáhne

Statistiky ukazují, že začíná stagnovat růst počtu nových podnikatelů. Podle Czech Credit Bureau je alarmující trend zejména u OSVČ a mikropodniků. Podnikatelské nadšení 90.let střídá vystřízlivění a mladá generace raději míří do vztahu závislého. Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR se proto rozhodla pro unikátní průzkum mezi více 500 mladými lidmi, který měl rozkrýt nejsilnější bariéry a motivátory podnikání. Průzkum realizovala agentura IPSOS s.r.o.

**Klima zaměřené proti podnikatelům, nedostatek finančních prostředků, ale i absence nápadů a strach o ztrátu pohodlí. Dále obavy, že místo aby se mohli věnovat rozvíjení svých nápadů, stanou se z nich živnostenští úředníci, zavalení stohem administrativy. Minimální snaha škol zvát do výuky úspěšné podnikatele a seznamovat studenty s reálnou praxí.** To jsou podle průzkumu nejčastější bariéry, proč mladí míří raději do jistoty pracovního vztahu, než aby s pokusili hrát na vlastním dvorku.

*„Průzkum bohužel potvrdil, co jsme očekávali. Prohlubování příkopu mezi živnostníky a zaměstnanci je při rostoucím vlivu levice jednou z příčin, proč mladí nevnímají podnikání jako svůj cíl. Chyba ale není pouze v okolí, podnikání vyžaduje odvahu a připravenost zažít jak úspěchy tak prohry. A právě to je to, do čeho se mladí moc nehrnou. Skutečnost, že důvodem pro podnikání je finanční zabezpečení a uspořádání pracovní doby, je nebezpečný signál“, komentuje výsledky průzkumu Karel Havlíček, předseda představenstva AMSP ČR a dodává „přiměřený komfort by měl být teprve důsledkem našeho podnikání, nikoliv příčinou. Tou by měla být snaha něco dokázat, vybudovat, vytvořit nebo vést. Budu-li to dělat dobře a obětují-li tomu maximum, tzv.komfortu se dočkám, ale nesmí to být primární cíl“.*

Cílem průzkumu bylo současně zjistit, co udělat pro mladé, aby upřednostnili kormidlování vlastní loďky, než se stát třicátým důstojníkem na velkém parníku. Mladí neočekávají pouze informační servis, zaměřený zejména na možnosti získání finančních zdrojů a marketingových informací, ale zajímají se o aktivní mentoring, chtějí komunikovat s hmatatelnými vzory a učit se od nich. *„Zajímavé je, že téměř 90% mladých prakticky nezná žádné podpůrné programy pro svůj podnikatelský start, přesto jejich existenci v drtivé většině považují za velmi užitečnou. To, že se chtějí potkávat s lidmi z praxe je i signálem pro školy, neboť ve většině studenti hodnotí možnost setkávat se s úspěšnými podnikateli na školách jako nedostatečnou“,* dodává Eva Svobodová, generální ředitelka AMSP ČR.

Financování je logickým problémem všech začínajících firem, roli banky při jejich startu tedy mladá generace vnímá jako velmi důležitou. Získat cizí bankovní zdroje pro úplně novou firmu je prakticky nemožné, to ale neznamená, že to je úplně špatně. „Kloním se k názoru, že nové firmy by měly být v bankovních půjčkách velmi obezřetné a žádat o úvěry by měly až tak po třech letech podnikání. Neuvážený úvěr nezkušených podnikatelů jim může způsobit velké problémy na několik let a podnikání spíše otrávit“, doplňuje výsledky průzkumu Pavla Břečková, členka představenstva AMSP ČR a spolumajitelka úspěšné strojírenské firmy Audacio, kterou před lety založila a vybodovala prakticky od nuly.

„V Komerční bance klademe velký důraz na kvalitu poradenství a servis podnikatelům. Právě v podnikání je důležité moci se dlouhodobě spolehnout na silného a zodpovědného partnera“, uvádí Michal Pánek, Manager of Segment Management-Retail, Komerční banka a.s.

„Studentům nabízíme podporu jejich občanských, tak následně podnikatelských aktivit a díky dlouhodobé zkušenosti jim umíme poskytnout produkty, poradenství a řešení přesně podle potřeb“, doplňuje Pánek.

„Výsledky výzkumu pro nás hlavně znamenají nízkou informovanost a vzdělávání mladých lidí o tom, proč a jak vlastně podnikat. Google by se rád do projektu zapojil právě v této oblasti - věříme, že internet může být nástrojem, pomocí kterého se informace ke studentům dostanou, a současně prostředí, ve kterém lze efektivně podnikat a najít nové zákazníky. Mladí lidé mají v této oblasti velkou výhodu: na internetu vyrostli a nebojí se jej“, uvádí Martina Laresová za Marketing a SME Google Czech Republic s.r.o.

AMSP ČR z tohoto důvodu připravila největší kampaň mezi mladými v posledních letech s názvem „**Young Business – Svou cestou**“. Ve všech regionech bude asociace prostřednictvím mentorů, soutěží a přednášek seznamovat mladou generaci s příležitostmi i nástrahami vlastního byznysu. Na středních a vysokých školách, v hubech a na sociálních sítích se bude snažit mladé přesvědčit, že mít vliv znamená být nezávislý.

#### **Kontakt pro další informace:**

- Ing. Karel Havlíček, MBA, Ph.D., předseda představenstva AMSP ČR, generální ředitel holdingu SINDAT – tel. 731 126 001, [havlicek@amsp.cz](mailto:havlicek@amsp.cz)
- Eva Svobodová, MBA, generální ředitelka AMSP ČR – tel. 737 122 551, [svobodova@amsp.cz](mailto:svobodova@amsp.cz)
- Ing. Pavla Břečková, Ph.D., členka představenstva AMSP ČR, ředitelka pro zahraniční obchod a strategii Audacio s.r.o. Brno, tel. 737 245 205, [breckova@audacio.cz](mailto:breckova@audacio.cz)
- Monika Klucová, tisková mluvčí, Komerční banka a.s., tel. 955 532 132, [monika\\_klucova@kb.cz](mailto:monika_klucova@kb.cz)
- Martina Laresová, Marketing, SME, Google Czech Republic s.r.o., [martinal@google.com](mailto:martinal@google.com)
- Ing. Tomáš Macků, Research & Communication Director CR,SR, agentura IPSOS s.r.o., tel. 774 646 799, [Tomas.Macku@ipsos.com](mailto:Tomas.Macku@ipsos.com)

Tisková zpráva AMSP ČR, 22.4.2013

Asociace malých a středních podniků a živnostníků České republiky sdružuje na otevřené, nepolitické platformě malé a střední podniky a živnostníky i jejich organizace z celé republiky již od r. 2001. Úspěšně prosazuje základní myšlenky z Programu rozvoje malých a středních podniků v ČR, který zpracovala již v roce 2003 a průběžně jej aktualizuje. Asociace spolupracuje s vládou, jednotlivými ministerstvy a v uplynulých letech iniciovala řadu zákonných opatření, která pomáhají formovat podnikatelské prostředí v naší zemi. Je připomínkovým místem k připravované legislativě, členem Podnikatelské rady a řady dalších poradních orgánů vlády a ministerstev vč. hodnotitelských komisí. Pro své členy poskytuje především INFORMAČNÍ SERVIS, PORADENSTVÍ a ANALÝZY zaměřené cíleně na segment malých a středních podniků a živnostníků z celé řady oblastí, dále účast na odborných akcích, seminářích, konferencích, setkáních podnikatelů v ČR i v

zahraničí a celkové prosazování zájmů tohoto segmentu vůči vládě, parlamentu a dalším institucím. Členové mohou dále využívat exkluzivních nabídek a benefitů partnerů AMSP ČR, Asociace vyhláší také vlastní Grantový program pro členy AMSP ČR. S cílem zviditelnění živnostníků i malých a středních firem poskytuje asociace záštitu, nominuje a je odborným hodnotitelem soutěže bankovních produktů "Zlatá koruna", soutěže "Štíky českého byznysu", Festivalu Česká inovace, ceny „Best Innovator“, či „Vizionáři“, "Exportní ceny DHL UNICREDIT", soutěže "Ocenění českých podnikatelek" či „Zákon roku“. Asociace je jedním ze zakladatelů Koalice pro transparentní podnikání. Aktuálně zastupuje zájmy cca 254.000 podnikatelských subjektů. [www.amspace.cz](http://www.amspace.cz)

Konec TZ