

DEFIBRILOVAT SRDCE ČESKÉHO BYZNYSU

DEVATENÁCT Z DVACETI FIREM V ČESKU JSOU MIKRO A MALÉ PODNIKY, ZE KTERÝCH JE POSKLÁDANÁ PÁTEŘ LOKÁLNÍ EKONOMIKY. V POSLEDNÍCH LETECH ALE DOSTALY POŘÁDNĚ ZABRAT A MUSELY DOKAZOVAT, JAK TVRDĚ UMĚJÍ BOJOVAT. TEĎ MAJÍ TÁHNOUT EKONOMIKU ZPÁTKY NAHORU. „ABY TO DOKÁZALY, POTŘEBUJÍ POMOC,“ PODOTÝKÁ ŠÉF SPOLEČNOSTI MASTERCARD V ČESKU MICHAL ČARNÝ. JAK NAKOPNOUT JEJICH BYZNYS? POMOCI MÁ DIGITALIZACE A TAKÉ PODPORA NADNÁRODNÍCH GIGANTŮ, JAKO JE PRÁVĚ MASTERCARD.

Leo Macenauer provozuje pánské krejčovství v centru Prahy, jeho rodina se řemeslu věnuje po tři generace, ale on teď musí dát rodinnému byznysu nový impulz. Věří, že to dokáže s pomocí technologií. „Moje řešení je postavené na unikátnosti střihu a mém rukopisu. Zatím k sobě tedy nemůžu vzít posilu, protože tím by se autenticita ztratila. Pokud se mi ale podaří procesy zautomatizovat, tak tým můžu rozšířit,“ vysvětluje důvod, proč se rozhodl vsadit na technologie.

Macenauer jako krejčí pracuje na hodně individuální úrovni. Díky digitalizaci už dokázal řadu opakujících se činností v procesu výroby oblečení zautomatizovat, zjednodušit, zrychlit. A také minimalizovat lidské chyby. Vyvíjí vlastní systém, který obsahuje všechny digitální střihy, a nad ním teď buduje cloudové řešení. Výzvou je zlepšení komunikace s dodavateli, napojení na účetní systém nebo automatické objednávání dopravy.

„Digitalizace je z mého pohledu nezbytná, protože vám dokáže výrazně ulehčit práci, ale zároveň je hodně finančně náročná, takže jakákoli podpora je pro mě obrovský posun kupředu,“ říká Leo Macenauer.

Chybějí peníze i zkušenosti

Překážku v nedostatku financí vnímá ve svém byznysu i Jitka Hvězdová, která je spolumajitelkou startupu Plastenco. Designové výrobky na míru z recyklovaného plastu prozatím vyrábí v malých sériích na 3D tiskárnách, ale ambicí je rozvinout velko-

formátový 3D tisk a vybudovat ekosystém, který propojí výrobní firmy, recyklovaný materiál, technologie, designéry, koncové klienty a jednou i umělou inteligenci.

„V našem případě se jedná o investici v řádech milionů korun, které bychom chtěli vložit do rozvoje stávajícího systému. Je to pro nás velká obchodní příležitost, protože taková investice bude mít obrovskou návratnost. Dokážeme pracovat s mnohem větším množstvím plastu a vrátit ho zpátky do života,“ popisuje Jitka Hvězdová svoje plány.

Rychlejší růst malých firem často blokuje také nedostatek zkušeností a nejistota, ať už při volbě správných digitálních nástrojů, nebo v obecném směřování firmy. „Máme v plánu posunout dál náš e-shop a investovat více do reklamy, ale je pro nás těžké si na všechny cesty přicházet sami. Hodil by se nám kontakt na zkušenějšího podnikatele z gastru, který by nám poradil, jaké cesty jsou nejefektivnější,“ popisuje Daria Kulachek, která se svou matkou během pandemie založila croissanterii Defidu.

JAK MALÉ ČESKÉ FIRMY VNÍMAJÍ DIGITALIZACI

JSOU TECHNOLOGIE ZÁSADNÍ PRO BUDOUCÍ ÚSPĚCH VAŠEHO BYZNYSU?

