

Strive Czechia
Program Mastercard

Touha prosperovat

**Situace českých
mikro a malých
podniků
2022**

Shrnutí studie
60 Decibels

Listopad 2022



Shrnutí základních tezí a závěrů studie

Mikro a malé i střední podniky (MMSP) mají v českém ekonomickém prostředí ČR poměrně těžkou pozici. V žebříčku Světové banky “snadnost podnikání” drží ČR sice 41. místo ze 190 hodnocených, nicméně v rámci ekonomik OECD je v tomto parametru na 27. místě z 35 hodnocených zemí. Velmi nízko je ČR v hodnocení dalších parametrů – snadnost zahájení podnikání (134. ze 190), vyřizování stavebního povolení (157. ze 190), vymahatelnost smluv (103. ze 190). Také v dalších srovnáních zůstávají české MMSP zatím pozadu za většinou ostatních zemí OECD – využívání sociálních sítí, umělé inteligence a velkých dat; v oblasti e-commerce si však vedou nepoměrně lépe.

Ze studie vyplynulo několik významných závěrů:

1. Výkonnost českých MMSP se i v současné obtížné situaci různí – dvě pětiny dotázaných podniků zaznamenaly v posledních 12 měsících pokles příjmů, jedna třetina uvedla zvýšení příjmů; cca polovina dotázaných vidí horší možnosti finančního plánování, druhá polovina však vidí lepší možnosti; polovina respondentů čelí větším tlakům v podnikání, než dříve; podniky s horšími výsledky jsou vedeny spíše staršími podnikateli či ženami.

2. Obtížný přístup k financování – jedna pětina respondentů využila v posledních 12 měsících úvěr, především jako provozní kapitál (51 %), pro rozšíření činnosti (29 %) a k investicím (21 %). Využívání dluhových nástrojů je však nižší, než v předchozích obdobích a než pro jaké by byla poptávka. Dvě třetiny respondentů by si vzaly úvěr na provozní potřeby či rozšíření potřeby.

3. Velikost podniku předznamenává výsledky podnikání – malé podniky mají lepší výsledky, než mikropodniky či samostatní podnikatelé. Malé podniky jsou většinou technologicky vyspělejší a moderní technologie považují za významné pro úspěšné podnikání.

4. Podniky vedené ženami jsou v určité nevýhodě – v posledních 12 měsících vykazovaly podniky vedené ženami slabší výsledky, než ty vedené muži. Podnikatelky vykazovaly nižší finanční odolnost, horší přístup k financování a také nižší důvěru ve vlastní schopnost efektivně využívat moderní technologie pramenící z jejich dosavadních menších zkušeností ve využívání technologií. Nedílnou součástí této situace je rovněž fakt, že ženy věnují část své energie péči o domácnost a rodinu. Jsou přesvědčeny, že ke zlepšení výkonnosti svých podniků by potřebovaly možnosti lepšího vzdělávání v oblasti financí, managementu a digitálních dovedností, včetně lepšího přístupu k moderním technologiím.

5. Rozdíly v přístupu k podpůrným službám v závislosti na velikosti podniku jsou z průzkumu velmi patrné. Dvě třetiny samostatných podnikatelů uvedly, že nemají prakticky žádný přístup k podporám, zatímco u mikro a malých podniků je v této situaci jen pětina z nich.

6. Současné komplikace v podnikání přispívají k technologickým změnám – tři pětiny podniků jsou toho názoru, že uplatňování moderních technologií je významným faktorem úspěšnosti jejich dalšího podnikání.

7. Významnou překážkou širšího nasazení moderních technologií jsou vysoké náklady – podniky, které již mají zkušenosti s využitím moderních technologií, však jsou přesvědčeny, že další nasazení moderních technologií zvýší šance na zlepšení jejich hospodářských výsledků.

8. Přes uvedené obtíže si celkově podniky zachovávají optimismus – cca třetina podniků očekává v následujících 12 měsících mírný růst, polovina podniků očekává, že zůstane alespoň na stejné úrovni, pozitivní pohled převládá spíše u malých a “mladších” podniků (do 6 let existence). Očekávají se spíše makroekonomické potíže (inlace, energetická krize) než problémy s udržením zákazníků a zajištěním růstu.

Průzkum zahrnoval dotazování majitelů či vrcholových manažerů 833 MMSP z nejrůznějších lokalit, oborů podnikání, velikostí podniků, doby existence a věku i pohlaví osob. 59 % dotázaných podniků mělo ve vedení muže, 30 % ženy a zbytek byl veden společně muži i ženami. 41 % respondentů byli samostatní podnikatelé/živnostníci bez zaměstnanců, 40 % mikropodniky (do 10 zaměstnanců) a 19 % podniky do 49 zaměstnanců. 48 % dotázaných bylo do 48 let věku. Z hlediska délky existence podniku se studie týkala třech skupin – do 6 let (38 %), 6-15 let (30 %) a 16 a více let (32 %). Nejčastější obory podnikání dotázaných podniků byly služby, velko a maloobchod, stavebnictví, řemesla a výroba.

Dotazy se týkaly zejména následujících témat – podnikatelský profil, podnikatelský výhled, přístup k úvěrovým nástrojům a podpůrným službám, finanční odolnost a úspory, potíže, potřeby podpor, digitální perspektivy. Z časového hlediska dotazy pokrývaly období posledních 12 měsíců (tj. cca červenec 2021 / červenec 2022). Vedle dotazů byly rovněž použita druhotná data – údaje OECD, EU a Eurostatu.

S odezněním pandemie COVID-19 dvě pětiny podniků uvedly, že se jejich příjmy zvýšily, některé dokonce výrazně zvýšily. Třetina podniků však vykázala pokles příjmů, většinou šlo o podniky vedené ženami, staršími či samostatnými podnikateli. Zvýšení příjmů uvedlo jen 27 % samostatných podnikatelů, ale 52 % malých podniků. Finanční odolnost podniků se zhoršila – dvě pětiny vykázaly pokles úspor, opět se to týkalo především samostatných podnikatelů a podniků vedených ženami. 53 % podniků muselo spoléhat na úspory s tím, že úspory využívaly též podniky, které tvořily určitý zisk.

Dvě pětiny podniků očekávají, že se jejich příjmy v příštím roce zvýší, ti mladší podnikatelé jsou v tomto směru optimističtější. Dvě třetiny dotázaných odpověděly, že by si úvěr či půjčku chtěli vzít, ovšem pouze 18 % podniků v posledních 12 měsících úvěrové nástroje či půjčky využilo; 81 % úvěrů/půjček bylo poskytnuto finančními institucemi, 16 % rodinami. Podrobnější pohled uvádí, že toho využilo 8 % samostatných podniků, 19 % mikropodniků a 36 % malých podniků; z jiného pohledu – 15 % podniků bylo vedených ženou a 20 % podniků vedených mužem. Toto zadlužování mělo několik důvodů, resp. jejich kombinace – posílení provozního kapitálu (51 %), rozšíření podnikání (29 %), investice (23 %) a splácení předchozích úvěrů (5 %). Jen velmi málo podniků (4 %) uvedlo, že nejsou schopny si zajistit zdroje pro splácení předchozích dluhů.

Mezi největší očekávané problémy řadí MMSP makroekonomickou situaci (inflace, energetická krize), ale rovněž získání nových zákazníků a udržení těch současných. Tři čtvrtiny dotázaných uvedly, že se jim podařilo získat ve složité situaci alespoň nějakou formu podpory – přátelé/rodina (28 %), státní podpora (25 %), jiná podpora soukromého sektoru (22 %). Pro malé podniky a rovněž podniky vedené muži jsou zdrojem poradenství převážně veřejné instituce, naopak samostatní podnikatelé, podniky vedené ženami a “mladé” podniky spoléhají spíše na rodinu a sociální síť. Podniky vedené ženami spoléhají častěji na on line kurzy a školení či na sociální síť.

Mezi podniky je výrazná nerovnost v přístupu k podporám podnikání – až 65 % samostatných podnikatelů uvádí, že k nim nemají žádný přístup; částečně je to způsobeno nedostatečným povědomím o nich, než jejich faktickou nedostupností; tento názor však uvádí pouze 21 % malých podniků. Nejčastěji byla zmiňována potřeba podpory ve formě nasazení moderních technologií (37 %), školení (23 %), podpůrných skupin (19 %) a financování (18 %).

Dle indexu digitální ekonomiky a společnosti přijímá ČR relativně pomalu moderní technologie a je na 19. místě z 27 zemí EU (pokles oproti roku 2021 z 15. místa). Tři pětiny podniků jsou toho názoru, že moderní technologie mají zásadní význam pro úspěšný rozvoj jejich podnikání, ale liší se v názorech na způsoby jejich uplatnění. Za velmi dobré je považováno nasazení moderních technologií v oblasti prodeje, finance a účetnictví; horší je využívání moderních technologií v personalistice. Využívání moderních technologií a vztah k nim se liší podle pohlaví majitelů/manažerů, velikosti podniku a délky existence podniku. Mladé podniky a podniky vedené muži k nim mají pozitivní vztah, naopak mikropodniky, podniky vedené ženami a samostatní podnikatelé jsou v tomto vztahu zdrženlivější.

Hlavními používanými technologiemi jsou v podnicích systémy plánování podnikových zdrojů (ERP), sociální media a elektronická fakturace. Podniky v oborech přepravy a zdravotnictví používají také technologie “big data”, podniky v oborech finance a umění využívají často cloudové služby. Na druhé straně 9 % podniků moderní technologie nevyužívá.

Vysoké náklady na pořízení moderních technologií jsou hlavní překážkou jejich využívání, kterou respondenti zmiňovali (59 % respondentů); k tomu přibývají též vysoké náklady jejich zavádění do firemní praxe (41 % respondentů). Dalšími uváděnými důvody jsou nejistota ohledně toho, jaké technologie zvolit (23 %), 20 % respondentů uvedlo, že moderní technologie nejsou pro jejich podnikání příliš vhodné; 20 % respondentů uvedlo nejistoty ohledně přínosů moderních technologií pro jejich podnikání. V mnoha podnicích mají obavy ohledně jejich zabezpečení (13 %) a 11 % respondentům vadí příliš rychlé změny moderních technologií.

Podniky, které chtějí moderní technologie zavádět, využívají jako informační zdroje nejčastěji soukromé vzdělávací firmy, on-line kurzy a školení a veřejnou správu. 68 % respondentů by uvítalo snadnější přístup k potřebným školením.

Ze studie vyplynula určitá “genderová” předpojatost. 46 % respondentů souhlasilo s tím, že muži jsou ve srovnání se ženami ve výhodnější pozici pokud jde o vedení podniku; ženy s tímto názorem souhlasily častěji (59 %) než muži (38 %) a uváděly obtížnost hledání rovnováhy mezi povinnostmi pracovními a domácími. Podniky vedené ženami jsou pozadu v zavádění digitalizace a více poptávají různé podpůrné služby, zejména školení v digitálních a manažerských dovednostech, či v oblasti financování.

Přes všechny uvedené potíže však zůstávají české MMSP mírně optimistické ohledně dalšího vývoje v příštích 12 měsících. 39 % respondentů očekává ve svém podnikání růst (výrazný – 8 % a mírný – 31 %). 52 % soudí, že zůstanou alespoň na současné úrovni a pouze 7 % uvedlo, že podnikání s ohledem na obtížnou situaci omezí. Podnikatelský optimismus převládá u malých a “mladých” podniků, resp. podniků s mladými majiteli a manažery. Těchto výsledků chtějí dosáhnout především intenzivním marketingem a reklamou, snahou získat nové zákazníky a udržením či zlepšením kvality jejich produktů a jejich inovacemi.

Závěr

Zpráva je prvním “barometrem” situace v MMSP a získaná data jsou velmi důležitá pro koncipování pomoci jejich podnikání cílenými podporami. Všem kteří chtějí pomoci MMSP jsou určeny následující **výzvy vyplývající ze studie**:

1. Jednodušší cesta k digitalizaci

Většina MMSP sice uznává, že moderní technologie a digitalizace má zásadní význam pro jejich podnikání, ale potřebovaly by jejich lepší dostupnost, včetně nižších nákladů jejich nákupu a zavedení. Stejně tak by ocenily širší povědomí o přínosech digitálních technologií. Nepříznivým faktorem je zatím velký rozdíl ve vztahu k moderním technologiím mezi muži a ženami. Podpora by proto měla věnovat pozornost inkluzi tak aby digitální ekonomika nikoho neopomíjela.

2. Vytvoření spravedlivého podnikatelského prostředí

Ze studie vyplynulo, že podmínky pro podnikání MMSP nejsou pro všechny stejné - ženy, samostatní podnikatelé či starší podnikatelé a manažeři se potýkají s většími obtížemi podnikání než malé podniky. Při vytváření podpůrných opatření je nutné brát tento aspekt v úvahu a vytvářet pro tyto znevýhodněné podnikatele vhodnější nástroje, služby, produkty.

3. Rozvoj partnerství

Organizace/institute napříč hospodářstvím by měly spolupracovat a své podpůrné aktivity koordinovat, neboť z reakcí respondentů mj. vyplynulo, že se v nejrůznějších nabídkách podpory nelze "vyznat".

Cílem programu STRIVE CZECHIA společnosti MasterCard je podpořit 250 000 MMSP v lepším zvládnutí digitální ekonomiky v nejbližších třech letech. Program má podpořit jejich finanční odolnost a růstový potenciál pomocí vzdělávání, finančních služeb, posilování podnikatelských dovedností a mentoringu. Po období pandemie COVID-19 a v současné hospodářské realitě musí MMSP upravit či změnit dosavadní způsob podnikání. Specificky se program zaměří na podporu podnikání žen - ženami vlastněných a vedených podniků, které nedosahují svého potenciálu.

MasterCard vytvoří specifickou skupinu organizací/institucí napříč sektory, které poskytují MMSP podporu a které budou svoje činnosti koordinovat a sdílet poznatky ("Strive Learning Network").