

Příležitost pro růst malých a středních rodinných firem je v jejich další digitalizaci

Modernizovat své fungování chtějí pomocí nových digitálních nástrojů více než dvě pětiny malých a středních firem v rodinných rukách, vyplývá z aktuální studie společnosti Mastercard. Ovšem 28 procent účastníků průzkumu uvedlo, že si nejsou jisti, jaká řešení by pro ně byla nejvhodnější. Mezi další faktory, které brzdí rychlejší digitalizaci rodinných firem, patří nejistota kolem ochrany soukromí a úrovně zabezpečení.

Plných 99 procent všech evropských firem jsou malé a střední podniky, přičemž většinou jde o rodinné firmy. Jen o něco více než třetina z těchto rodinných firem má ovšem pocit, že jsou velice dobře připravené na fungování v podmínkách digitální ekonomiky. Firmy v rodinných rukách se přitom přechodu do digitálního světa, který výrazně urychlila pandemie covid-19, přizpůsobovaly v minulých letech velice rychle. Například skoro polovina z nich začala ve větší míře využívat digitální platby.

„Aby mnoho z malých a středních firem – a především těch rodinných – mohlo prosperovat v současném stále se měnícím světě, potřebují dodatečnou podporu. Bez zajištění takové podpory riskujeme, že tolik oblíbené malé místní firmy nebudou schopné reagovat na poptávku svých

zákazníků a nedokážou si zachovat nezbytnou konkurenceschopnost. Společnost Mastercard již nyní poskytuje nějakou formu podpory čtyřem z pěti malých evropských firem a rozhodně v tom bude prostřednictvím široké nabídky svých řešení, zdrojů a digitálních nástrojů pokračovat i nadále,“ říká Mark Barnett, prezident společnosti Mastercard Europe.

Vliv rodinných vztahů

Fungování rodinné firmy s sebou nese i specifické komplikace, které mohou snahu v digitalizaci ztěžovat. Jedním z problémů je neochota ke změně. Někteří zaměstnanci (27 procent) mají pocit, že jejich malá firma není dostatečně otevřená potřebným změnám a brání se novým věcem. Za rezistentnější vůči novinkám se většinou považují starší generace. Unikátním aspektem činnosti rodinných firem je také nutnost řešit vztahy mezi jednotlivými členy rodiny. Pětina respondentů v průzkumu zmínila, že právě osobní vztahy s příbuznými jsou největší překážkou v provozu firmy. Podle stejného podílu dotazovaných je dalším častým sporným bodem nástupnictví ve vedení firmy.

Podpora pro rodinné firmy

Rodinné firmy rovněž často v průzkumu uváděly, že k tomu, aby mohly dále růst, potřebují více informací a přístup ke školením i mentoringu. Více než dvě pětiny z nich projevily touhu modernizovat svou činnost lepším uplatňováním dostupných digitálních nástrojů. Z toho jasně plyne, že mezi rodinnými firmami existuje zájem o rozšiřování schopností a snaha držet krok s dobou. K tomu je ale zapotřebí, aby takové firmy měly dostatečně snadný přístup k potřebné pomoci, což zase otevírá možnosti poskytovatelům odpovídajících služeb, mezi které patří i Mastercard. Právě program Strive Czechia posílí ekosystém organizací podpory drobného podnikání a podpoří rozvoj programů mentoringu i školení pro podnikatele, kteří tak zdarma získají přístup k poradenství na míru svým potřebám.

Strive Czechia

Společnost Mastercard nedávno představila program Strive Czechia. Tato tříletá iniciativa umožní čtvrt milionu českých mikro a malých podniků prosperovat v digitální ekonomice. Základem programu jsou tři pilíře, a to rozvoj financování, podpora přístupu k digitálním nástrojům a rozvoj sítí a znalostí. Strive Czechia je součástí celosvětového programu Strive realizovaného s podporou Centra pro inkluzivní růst společnosti Mastercard (Mastercard Center for Inclusive Growth). „Program Strive Czechia má za cíl v průběhu tří let pomoci s digitalizací čtvrt milionu malých a mikro podnikatelů v Česku a je postaven na třech hlavních pilířích. Prvním je rozvoj financování drobného podnikání: program Strive Czechia spojí síly s poskytovateli finančních služeb s cílem pomáhat jim

~ Aby mnoho z malých a středních firem – a především těch rodinných – mohlo prosperovat v současném stále se měnícím světě, potřebují dodatečnou podporu. Bez zajištění takové podpory riskujeme, že tolik oblíbené malé místní firmy nebudou schopné reagovat na poptávku svých zákazníků. ~



navrhovat konkrétní finanční produkty odpovídající potřebám mikro a malých podnikatelů. Druhým je podpora využívání digitálních nástrojů: přístup k centralizovaným zdrojům podpory digitalizace, což jim umožní ve stále digitálnější ekonomice dlouhodobě prosperovat. A třetím pilířem je rozvoj sítí a znalostí: posílení ekosystému organizací podpory drobného podnikání a podpoření rozvoje programů mentoringu a školení pro podnikatele. Konkrétní nástroje pro analýzu potřeb a identifikaci vhodných řešení představíme na přelomu letošního roku," uvedla Katarína Kakalíková, ředitelka byznys developmentu pro veřejnou správu ve společnosti Mastercard.

Aktuálně je program Strive Czechia určen pro nejmenší firmy a samostatné podnikatele. V této byznysové skupině jsou nejčastěji subjekty rodinného typu. „Mikro a malé podniky jsou páteří české ekonomiky: do této kategorie se řadí 19 z 20 firem v ČR. Tyto podniky navíc zaměstnávají

téměř polovinu pracující populace. Program Strive Czechia bude věnovat zvláštní pozornost podnikům vlastněným či vedeným ženami a bude rovněž podporovat podniky vlastněné či provozované podnikateli, kteří byli vlivem válečného konfliktu donuceni k odchodu z Ukrajiny a rádi by restartovali své podnikání v České republice," dodává Katka Kakalíková.

Program založený na partnerství

Program Strive Czechia je založen na vícestranném partnerství. Hlavním partnerem, jak upozornila Katka Kakalíková, programu Strive Czechia je organizace CARE Česká republika, součást mezinárodní konfederace organizací CARE. „Jedná se o přední humanitární organizaci bojující s globální chudobou. Mezi další významné partnery patří Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, Hospodářská komora ČR, organizace Czechitas nebo Opero a jeho program mentoringu Do Toho," uzavírá Katka Kakalíková.