

# Češi důvěřují malým podnikatelům, za jejich produkty a služby si rádi připlatí

Mikro a malí podnikatelé jsou páteří české ekonomiky, o jejich důležitosti nepochybuje 80 % Čechů. Podle celostátního průzkumu Barometr: Touha prosperovat – část 2: České mikro a malé podniky v roce 2023 jim důvěřuje více než polovina dotázaných, což je nejvíce ze všech zkoumaných subjektů. I díky tomu je více než třetina Čechů ochotná si za jejich služby připlatit. Průzkum vznikl v rámci programu na podporu podnikání Mastercard Strive Česko, ze společné iniciativy Centra pro inkluzivní růst společnosti Mastercard a neziskové organizace Care Česká republika.

Kadeřnice, pekař nebo třeba kominík? Malí a mikro podnikatelé se mezi Čechy těší vysoké důvěře. Hned čtyři pětiny z nich si podle průzkumu dobře uvědomují význam drobných podniků pro tuzemskou ekonomiku. Souzní s nimi i samotní podnikatelé. Zdůrazňují přitom hlavně svůj přínos pro své lokální oblasti, zejména pak v tvorbě pracovních míst. O svém pozitivním vlivu na regionální komunitu je přesvědčeno hned 66 % dotázaných vlastníků a manažerů drobných podniků. „Naše ležáky vaříme z nejkvalitnějších českých surovin a jsme hrdí, že pivo Polotmavá 13° zí-



foto Pixabay

## O Mastercard Strive Česko:

Strive Česko je společná iniciativa Centra pro inkluzivní růst společnosti Mastercard a neziskové organizace CARE Česká republika, která je realizovaná ve spolupráci s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR, Hospodářskou komorou České republiky, Czechitas, OPERO – mentoringovým programem DoToho! a Aspen Institute Central Europe. Program je realizovaný pod záštitou Ministerstva průmyslu a obchodu. V rámci programu Strive Česko vzniká celý ekosystém, jehož součástí je plánovaná digitální platforma Pro podnikavé. Ta bude přinášet malá zlepšení pro malé firmy, aby se děly velké věci.

více informací o programu  
Strive Česko a nadcházejícím spuštění  
platformy najdete na [propodnikave.cz](https://propodnikave.cz)

skalo v loňském roce značku Regionální potravina Středočeská. Toto ocenění není pouze známkou kvality, ale také závazkem k podpoře regionální ekonomiky. Suroviny pocházejí od výrobců ze Středočeského kraje a Žatecka, což posiluje naši propojenost s lokálními firmami,“ řekla Šárka Grguričová, jednatelka Pivovaru Antoš.

Význam mikro a malých podniků pro lokální komunitu potvrdila i Eva Svobodová, členka představenstva a generální ředitelka Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR. „Samostatní podnikatelé a malé podniky sehrávají v české ekonomice zásadní roli. Jsou to právě oni, kteří poskytují zcela nezastupitelné služby, a podílejí se tak na podpoře sociálního smíru a udržování místních komunit. Zejména v odlehlejších oblastech, kde provozují obchůdky, restaurace či tolik chybějící řemesla a mnoho dalších důležitých služeb, jsou nenahraditel-

ní a náš průzkum ukazuje, že si je toho veřejnost dobře vědoma,“ sdělila Eva Svobodová. K tomu, aby se tyto podniky mohly dále rozvíjet, a ještě více posilovat svůj pozitivní vliv na českou ekonomiku, však podle průzkumu potřebují pomoc. „Výsledky průzkumu potvrdily, že nejmenší podnikatelky a podnikatelé si uvědomují výhody a přínosy digitálních technologií, ale k jejich zavádění potřebují najít i spolehlivé a důvěryhodné partnery, což je přesně příležitost pro iniciativu Strive Česko. Mastercard se svými partnery nabízí malým firmám pomocnou ruku v řízení jejich ekonomiky, aby mohly prosperovat za pomoci aktuálních digitálních nástrojů, rad a mentoringu od adekvátních odborníků,“ uvedla Jana Lvová, generální ředitelka společnosti Mastercard pro Českou republiku a Slovensko. Vysoká důvěra v menší podniky se částečně odráží i na spotřebním chování Čechů. Hned

37 % z nich je přesvědčeno o kvalitě produktů a služeb mikro a malých podnikatelů natolik, že je ochotno si za ně oproti nabídce velkých podniků i připlatit. To, zda produkt prošel rukama drobného podnikatele, však není jediným faktorem, který lidé při nákupu zvažují. Nejvíce spotřebitele zajímá kvalita (85 %), cena (67 %) a lokální dostupnost (54 %) zboží.

Průzkum upozornil na jeden zajímavý fenomén. Vnímání situace mikro a malých podnikatelů ze strany široké veřejnosti je často zkreslené. Zatímco hned 43 % respondentů ze široké veřejnosti uvedlo, že převažující postavení mikro a malých podnikatelů v rámci naší společnosti je blízko vrcholu společenského žebříčku, z řad podnikatelů se na tuto úroveň zařadilo pouhých 28 %. Hned pětina z nich by se naopak zařadila na samé dno společenského žebříčku. Ukazuje se tak, že lidé často nevědí, co provozování vlastní živnosti obnáší. Právě náročnost podnikání na vlastní pěst je jedním z důvodů, proč by téměř polovina (44 %) vlastníků mikro a malých podniků ostatní od podnikání spíše odrazovala. Svě rodině a známým by založení vlastní živnosti doporučil jen každý pátý. Rozvoj podnikání podle průzkumu aktuálně brzdí i vysoké množství byrokracie a regulatorní zátěž. Hned čtyři z pěti mikro a malých podnikatelů uvádějí, že oproti větším podnikům čelí větším výzvám, a právě nutnost vypořádat se se všemi legislativními povinnostmi a požadavky úplně sám je jednou z těch vůbec nejtěžších. S tím by jim však mohly pomoci současné technologické výdobytky.

„Prostředí, ve kterém se dnes musí podnikatelé pohybovat, by zcela jistě mělo být nastavené přívětivěji. Velký potenciál pro zlepšení vidím právě u současné přehnané byrokrati- zace, která podnikatelům do jisté míry svazuje ruce a znemožňuje jim se dále rozvíjet a růst. Zde se nabízí dvojí řešení. První je vcelku jednoduché – je to zejména stát, který by se mohl ještě víc snažit o to, aby mikro a malým podnikům jejich fungování co nejvíce ulehčil. Vedle toho jim zároveň mohou alespoň částečně pomoci moderní technologie, které dokážou řadu požadovaných úkonů výrazně urychlit, díky čemuž se pak mohou podnikatelé mnohem více věnovat své práci,“ uvedla Katarína Klamková, ředitelka neziskové organizace Care Česká republika, která se svými partnery aktuálně pracuje na přípravě platformy Pro podnikavé. Ta má pomoci mikro a malým podnikatelům s výzvami, které jejich podnikání přinášejí.

Další významnou překážkou bránící podnikavým v rozvoji je obtížný přístup k financování. Ten malé firmy vnímají zejména ve srovnání se svými většími protějšky. I navzdory všem překážkám však drobné firmy bojují se současnou složitou ekonomickou situací statečně. Svou finanční situaci jako špatnou aktuálně označuje jen 11 % podnikatelů. V dobré finanční kondici je naopak 46 % z nich. Největší starostijím dělají ceny a dostupnost energií, materiálů a komodit.

(tz)