



strive



care®



60\_\_dB

# Touha prosperovat – část 2:

Situace českých mikro  
a malých podniků,  
2023

Bližší pohled na technologie, gender  
a vnímání mikro a malých podniků

60 Decibels report pro  
Mastercard Strive™ Česko

## O programu Mastercard Strive™ Česko

Mastercard Strive™ Česko je společná iniciativa Centra pro inkluzivní růst společnosti Mastercard a neziskové organizace CARE Česká republika. Jedná se o tříletý program, jehož hlavní ambicí je pomoci českým mikro a malým podnikům celkovou částkou 5,5 miliónu dolarů. Vychází se v něm z poznání, že inkluzivní růst není možný bez podpory místních podnikatelů v oblasti digitálních kompetencí a investic, přístupu k financím, klíčových dovedností, koučování a vytváření sítí, které jim pomohou začlenit se do digitální ekonomiky České republiky a uspět v ní.

Cílem programu Mastercard Strive™ Česko je posílit finanční odolnost a podpořit růst českých mikro a malých podniků, usnadnit přístup k financování a řadě klíčových podpůrných služeb včetně poradenství a koučování zaměřeného na podniky vedené ženami a vysídlené podnikatele a podnikatelky z Ukrajiny. Platforma Pro podnikavé je řešení pro všechny podnikatele, které vzniklo v rámci programu Strive Česko, obsahující veškeré relevantní zdroje, s cílem usnadňovat mikro a malým podnikům přístup k digitalizaci.

## O společnosti 60 Decibels

60 Decibels je globální technologická společnost, která poskytuje rychlá a opakovatelná měření společenských dopadů a podrobné informace o zákaznících. Společnost přináší skutečná měřítka vlivu a umožňuje tak firmám rozumět dopadům svých kroků v porovnání s konkurencí a nastavovat odpovídající výkonnostní cíle.

Společnost má přes 1 000 výzkumných pracovníků ve více než 70 zemích a své služby poskytla nebo poskytuje pro více než 800 předních světových dopadových investorů, firem, nadací, korporací, nevládních organizací a institucí veřejné správy. Společnost 60 Decibels umožňuje naslouchat lidem, na kterých nejvíce záleží.



strive



care®



60\_\_dB

# Obsah

Předmluva	5
Úvodní slovo Hospodářské komory České republiky	6
Úvod	7
8 (dalších) věcí, které jsme se naučili od českých mikro a malých podniků	9
O našich datech	11
Regionální zjištění	15
Téma 1: Technologie a digitalizace	19
Téma 2: Gender a mikro a malé podniky	27
Téma 3: Mikro a malé podniky – jak je vnímá jejich okolí a jaký je jejich pohled	33
Závěr	41
Přílohy	43
Znění dotazníků	43



strive



care®



60\_\_dB

## Poznámka k mikro a malým podnikům

V této zprávě se zaměřujeme na tzv. samostatně podnikající osoby, mikro a malé podniky. Samostatně podnikající osobou, jak už název napovídá, se rozumí osoba podnikající tzv. sama na sebe; někdy je označujeme jako „samostatně podnikatele“. Mikropodnik je podnik, kde je kromě samotného vlastníka dalších 1–10 zaměstnanců, malý podnik pak má 11–49 zaměstnanců. Vše nad tento počet zaměstnanců je definováno jako střední nebo velký podnik a zde se takovým podnikům nevěnujeme.

V této zprávě se zaměřujeme na MSE (mikro a malé podniky), nikoliv na SME (malé a střední podniky) nebo MSME (mikro, malé a střední podniky), kam spadají spíše větší podniky, než jsou podniky do 49 zaměstnanců. Na tuto skupinu jsme se zaměřili z dobrého důvodu. Panuje stále větší shoda na tom, že podniky této velikosti mají zásadní význam pro naši společnou prosperitu, ačkoliv jsou oproti svým větším konkurentům často přehlíženy.

Tato zpráva, která je druhou publikací programu Strive Česko zaměřenou na mikro a malé podniky v České republice, tedy patří těm malým, ale důležitým podnikům. Těm, kteří toho tolik dělají pro chod našich komunit a ekonomik, a přitom se jim dostává mnohem méně pozornosti, než si zaslouží.



strive



care®

HOSPODÁŘSKÁ  
KOMORA  
ČESKÉ REPUBLIKY

60\_\_dB

# Předmluva

## Rozvoj českých mikro a malých podniků: Cílená podpora ekosystému

V dynamickém prostředí malých českých firem odhalují naše nejnovější zjištění jemné detaily, které nelze přehlédnout. Mezi řadou zcela zjevných výzev jsou totiž také příležitosti – příležitosti, které umožňují překonat výzvy a hladce integrovat digitální nástroje k prospěchu malých českých podnikatelů.

Nálada podnikatelů – kterou zachycuje druhý Barometr – se vyznačuje znatelným nedostatkem nadšení, neboť více než 20 % podnikatelů a podnikatelek v roce 2022 očekávalo pokles příjmů a investic. Zajímá nás názor a doporučení podnikatelů na případné založení mikro nebo malého podniku a obdržená zpětná vazba byla v drtivé většině negativní. Toto upřímné hodnocení názorně vykresluje výzvy a problémy, kterým vlastníci malých podniků běžně čelí.

„Nedostatek důvěry“ v technologie představuje velkou překážku pro jejich zavádění. Pouze 47 % majitelů mikro a malých podniků důvěřuje technologiím při důležitých obchodních rozhodnutích – to je problém. Překlenutí této nedůvěry vyžaduje lepší pochopení mechanismů budování důvěry, zejména proto, že větší podniky a mladší podnikatelé jsou více otevřeni používáním technologií a mají z nich větší prospěch. Naše poznatky ohledně zavádění technologií podtrhují význam osobní komunikace jako primární hnací síly. Více než polovina vlastníků firem se v případě „spolehlivých“ informací o digitálních technologiích spoléhá na přátele a rodinu. Rozšíření a podpora technologického poradenství mimo nejbližší okolí je nezbytná a představuje příležitost vytvořit z uživatelů, kteří si jako první osvojí nové technologie, vlivné rádce a mentory.

Genderové rozdíly v podnikání, zejména u podniků, které vedou či řídí ženy, jsou evidentní. Očekávání spojená s neplacenou prací v domácnosti a péčí o blízké osoby i nadále brání rozvoji mikro a malých podniků vedených ženami. 70 % žen uvádí, že musí neustále balancovat mezi svými podnikatelskými a rodinnými povinnostmi. Údaje naznačují, že ženám někdy „nezbývá“, než podnikat, protože nemají tolik možností k uplatnění, což ukazuje na naléhavou potřebu větší podpory ze strany celého ekosystému.

Navzdory těmto problémům se majitelé a majitelky mikro a malých podniků těší obecnému uznání, kdy 56 % populace oceňuje jejich pozitivní dopad na ekonomiku a místní komunity. Preference zákazníků se však soustředí především na kvalitu produktu, cenu a lokální dostupnost, což tento postoj zasazuje do pragmatické reality.

K překonání těchto problémů potřebují mikro a malé podniky cílenou podporu ze strany českých institucí. Míra důvěry ve státní správu zůstává za optimem, takže je potřeba navázat strategickou spolupráci mezi státním a soukromým sektorem a nevládními organizacemi. V podpoře dalšího rozvoje, rozšíření digitalizace a vytvoření podmínek pro přežití a prosperitu českých mikro a malých podniků budou, hrát klíčovou roli profesní sdružení, oborové asociace a místní samosprávy.

Když se ponoříme do komplexního světa českých malých podniků, poslouží nám tyto poznatky jako kompas, který nás povede směrem k odolnějšímu a digitálně vylepšenému podnikatelskému prostředí.



Jana Lvová  
Generální ředitelka  
Mastercard Česká Republika a Slovensko

# Úvodní slovo Hospodářské komory České republiky

Je nám nesmírným potěšením, že jako partner programu Strive Česko můžeme představit tolik očekávanou studii Barometr 2023 vydanou pod záštitou Centra pro inkluzivní růst společnosti Mastercard.

Program Strive Česko, který letos slaví symbolické první výročí, je nejkompaktnějším programem na podporu mikro a malých podniků v České republice. Na následujících stránkách naleznete podrobné informace o potřebě realizace tohoto projektu a pozitivním dopadu, který přinese.

V prvním roce implementace programu jsme se dozvěděli o tlacích, kterým jsou vystaveny mikro a malé podniky při rozvoji své činnosti, a o problémech, kterým čelí podniky této velikosti vedené ženami. Získali jsme poznatky o silné důvěře, kterou do mikro a malých podniků vkládají jejich obchodní partneři a zákazníci, a o klíčových sítích vytvořených mezi mikro a malými podniky. Dále třeba i o tom, jak mladší vlastníci těchto podniků využívají k rozvoji svého podnikání nové technologie.

V rámci studie Barometr 2023 jsme kladli důraz na aktuální témata digitalizace a technologií, stejně jako na neméně důležité téma důvěry a vnímání mikro a malých podniků a jejich přínosu pro ekonomiku a společnost.

Možná si pokládáte otázku: Proč se vůbec máme soustředit na segment mikro a malých podniků? Jaký je jejich význam? Proč jsou důležité?

Mikro a malé podniky tvoří většinu ekonomických subjektů v české ekonomice a hrají zásadní roli ve všech odvětvích našeho hospodářství. Vytvářejí značný počet pracovních míst, a proto zásadním způsobem přispívají k zaměstnanosti a HDP.

Díky úsilí týmů společností Mastercard a CARE Česká republika v průběhu prvního roku práce na programu Strive Česko můžeme jasněji než kdykoliv předtím konstatovat, že mikro a malé podniky mají zásadní význam pro celkový hospodářský rozvoj a prosperitu země. V průběhu tohoto času hostila organizace CARE Česká republika v Bruselu událost Strive zaměřenou na navazování kontaktů a výměnu informací, navázala spolupráci se společností Opero při spuštění dalších podpůrných služeb pro mikro a malé podniky pod názvem DoToho! a za podpory Aspen Institute Central Europe založila vzdělávací síť Strive Learning Network na podporu výměny informací a sdílení zkušeností.

Zatímco větší podniky se už pevně etablovaly na trhu a disponují větší tržní silou, mikro a malé podniky si musí svou pozici na trhu teprve „vydobýt“, zejména pokud se chtějí nadále rozvíjet. Vzhledem k omezeným zdrojům jsou vystaveny větším konkurenčním tlakům a v současné turbulentní době mohou mít větší potíže s přežitím a růstem. Bez přítomnosti mikro a malých podniků by však bylo podnikatelské prostředí v naší zemi méně efektivní a konkurenceschopné.

Česká ekonomika se musí posunout směrem k výrobě a službám s vyšší přidanou hodnotou, k výrobě finálních produktů, k novým dovednostem a technologiím a k větší konkurenceschopnosti – klíčovou roli v dosažení tohoto cíle přitom hrají inovace. Jsou to mikro a malé podniky, kdo přichází s novými řešeními a produkty, vytváří nové trhy, a tím plní funkci hybatelů změn. Změn, které jsou příležitostí pro celou Českou republiku.

Poznatky zde uvedené budou přínosné jak pro tvůrce politik, tak pro samotné mikro a malé podniky a Hospodářská komora České republiky se jako nejvýznamnější zástupce podnikatelů v naší zemi těší na pokračování spolupráce na programu Strive Česko a všemi jeho partnery v druhém ročníku programu.



Tomáš Prouza  
Viceprezident Hospodářské komory České republiky  
a prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu  
České republiky



strive



60\_\_dB

# Úvod

Ačkoliv velké podniky často zaujímají přední stránky novin, jedna věc platí na celém světě: žádná ekonomika není úspěšná bez prosperujícího sektoru malých podniků.

Mikro a malé podniky (MSE) jsou bezpochyby páteří každé ekonomiky. Přispívají k tvorbě pracovních míst a k hospodářskému růstu a inovacím. Vytvářejí také místní služby a prostor pro setkávání, která nejenže podporují ekonomiku a její prosperitu, ale přispívají také k sociálnímu smíru a udržování místních komunit.

Ve skutečnosti by bylo možné pohlížet na mikro a malé podniky jako na transformační hnutí, která řeší potřeby komunity a posilují sociální soudržnost v oblastech, které by větší společnosti mohly přehlížet. Údaje Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (Organization for Economic Co-operation and Development, dále jen OECD) se v roce 2021 české mikro a malé podniky podílely na zaměstnanosti ze 47 %.<sup>1</sup> V České republice mají dnes malé podniky velký vliv.

A my bychom měli mít na paměti, že každý velký podnik byl někdy podnikem malým.

Ať už se nakonec stanete módním vizionářem, jako je například Hana Podolská, nebo průkopníkem elektrotechniky, jako František Křížík, na začátku jste podnikali sami, a uspěli jste v nemalé míře díky kombinaci inovací, odhodlání a touhy po vítězství.

## Důležité, ale křehké

Ze všech uvedených důvodů se tato zpráva zabývá některými z klíčových problémů, s nimiž se musí české malé podniky potýkat. Zjišťujeme přitom, že mnoho mladých i starších ambiciózních podnikatelů podporuje menší podniky a oceňuje samostatnost a kreativitu, kterou vedení takového podniku často přináší.

Jak si však ukážeme, cesta českých drobných podnikatelů a podnikatelek se neobejde bez překážek.

Dozvídáme se, že mikro a malé podniky čelí významným strukturálním překážkám, od problémů s digitalizací až po přístup k financování. Řešení těchto problémů vyžaduje aktivitu na straně samotných aktérů a organizací nejen v rámci segmentu mikro a malých podniků, ale také na straně vlád, občanských institucí a dalších podpůrných orgánů. Tito externí aktéři mají zásadní vliv na uvolnění veškerého potenciálu českých malých podniků v zájmu podpory domácí prosperity, ekonomické inkluze a sociální integrace.

Tato zpráva také vychází z poznatků, které jsme získali z Barometru v roce 2022. V této studii jsme zjistili, že téměř 30 % českých mikro a malých podniků očekává pokles zisku

a více než 70 % nepočítá s tím, že by v příštím roce zvýšilo počet svých zaměstnanců.

## Vize pro Barometry

Toto je druhý Barometr ze série, která vznikne v průběhu tří let. Prvotním podnětem ke vzniku těchto Barometrů bylo zjištění, že přes spuštění programu Strive Česko stále existuje překvapivě málo údajů, na jejichž základě by bylo možné si vytvořit obrázek o mikro a malých podnicích v České republice: o jejich přáních a potřebách, silných stránkách a příležitostech ke zlepšení. A údaje o podnicích, které existovaly, opomíjely nejmenší podnikatele a také podniky vedené ženami. My se ale domníváme, že právě tyto skupiny potřebují největší pozornost, aby se jim dařilo.

Abychom lépe porozuměli tomu, jak skutečně fungují mikro a malé podniky v současné České republice, shromáždili jsme v rámci našich Barometrů relevantní sekundární údaje a zeptali se zainteresovaných stran, které jsou pro úspěch malých podniků důležité. Středobodem tohoto průzkumu, z něhož budeme čerpat většinu našich dat a informací, je reprezentativní a statisticky spolehlivá časová řada samotných mikro a malých podniků. Více informací o těchto datech a vzorku najdete v části s názvem O našich datech.

Vzhledem k tomu, že se jedná o sérii, doporučujeme vám, našim čtenářům, aby se seznámili nebo si připomněli první Barometr vydaný v listopadu 2022. To můžete udělat ještě předtím, než začnete číst tuto studii, nebo pokud jste nedočkaví – což vám nikdo nemá za zlé, tak až poté. V následujících letech budeme v úzké spolupráci s Hospodářskou komorou pokračovat v rozšiřování tohoto souboru poznatků vytvářením dalších průřezových a hloubkových studií o mikro a malých podnicích.

A pokud máte vy, čtenáři, nějaké návrhy, kam by se měl tento výzkum v budoucnu ubírat, rádi se s vašimi nápady seznámíme – prosíme, použijte k tomu tento odkaz. Zajímají nás všechny názory, zejména pokud jste sami vlastníky mikro nebo malého podniku. Dejte nám vědět, budeme rádi!

<sup>1</sup> <https://www.oecd.org/cfe/smes/Cz-Rep.pdf>



## Co očekávat od Barometru 2023

Tento druhý Barometr vychází z našich předchozích zjištění. Zopakovali jsme několik otázek z původního průzkumu a zároveň položili několik nových, cílenějších. Aby se čtenář mohl lépe orientovat, rozdělili jsme poznatky do tří základních témat. Všude, kde to bylo možné, jsme v našich datech věnovali zvláštní pozornost regionálním rozdílům.

Prvním tématem je podrobný rozbor užívání **technologií a digitálních řešení**. V počátečním Barometru jsme se mimo jiné zabývali otázkou digitalizace, která se v soudobé ekonomice stává základním předpokladem růstu. V naší první zprávě jsme popsali přesvědčení českých podniků, že větší digitalizace je pro jejich úspěch zásadní, ale také to, že rychlejšímu zavádění digitalizace brání značné překážky. Podniky zejména narážely na to, že začlenění technologie není to samé, jako vzít do ruky nástroj a naučit se s ním pracovat. Vyžaduje to investice a jasný záměr s podporou třetích stran, aby se dosáhlo toho, že technologie bude relevantní a přinesou do jejich podnikání přidanou hodnotu. Vyžaduje to také určitou míru důvěry majitelů a majitelek mikro a malých podniků v to, že mají dostatečné znalosti a dovednosti na to, aby dokázali nové digitální příležitosti využít co nejlepším způsobem.

Abychom navázali na naše předchozí zjištění, zabýváme se hlouběji používáním technologií a bariérami v rámci jejich rozšiřování. Snažíme se přitom zjistit, zda mezi našimi dvěma Barometry došlo k nějakým drobným nebo zásadním změnám. Technologie jsou koneckonců světem, ve kterém se vše rychle mění. Požádali jsme vlastníky mikro a malých podniků, aby ohodnotili své digitální dovednosti a uvedli své preference v oblasti digitálního vzdělávání.

Druhou oblastí našeho zájmu je **gender**. Chceme se ve větší míře zaměřit na otázku, zda a jak se liší zkušenosti mikro a malých podniků vedených ženami od zkušeností podobných podniků vedených muži. To má dobrý důvod; data OECD ukazují na to, že v České republice „chybí“ značné množství podnikatelů, přičemž většinu z nich tvoří mladé ženy ve věku 20–29 let.<sup>2</sup> Opomenutí této skupiny by mohlo vést ke ztrátě až 110 000 dalších podniků, které by jinak mohly významně podpořit českou ekonomiku. Výzkumy také ukazují, že odstranění rozdílů mezi muži a ženami na pracovištích v České republice by mohlo do roku 2030 zvýšit HDP až o 20 miliard eur (tj. přibližně 500 miliard českých korun).<sup>3</sup> Naše studie tato zjištění podporuje a poukazuje na specifické výzvy, kterým české podnikatelky čelí – od společenských předsudků až po nedostatky podpůrných služeb.

Naše poslední téma se týká celkového **vnímání mikro a malých podniků**. Díváme se na to ze dvou úhlů; nejprve zkoumáme, jak majitelé a majitelky mikro a malých podniků vnímají faktory, které jsou motorem jejich úspěchu a které

ho formují. Zjišťujeme, co je motivovalo k tomu, aby se vůbec pustili do podnikání, a také to, jaká je jejich odolnost, odhodlání a elán, které jim pomáhají překonávat obtížné časy. Zvažujeme také, jaké vnější faktory přispěly k jejich úspěchu, od dostupnosti důvěryhodných informačních zdrojů až po širší společenské postoje k mikro a malým podnikům, které měly vliv na jejich cestu. Zde uvádíme pohledy na to, jak vlastníci mikro a malých podniků vnímají dostupnost a kvalitu podpory, kterých se jim dostává. Snažíme se pochopit, které z potřeb těchto podnikatelů a podnikatelek se daří (a které naopak nedaří) naplňovat, a to zejména, abychom napomohli zvýšení jejich odolnosti.

V této části se také věnujeme špatně uchopitelnému, ale nepochybně důležitému tématu důvěry. Důvěra je neviditelným pojivem, které přispívá k dobře fungujícím ekonomikám a společnostem. Přestože většinu způsobů podnikání je možné formalizovat a kodifikovat, důvěra zůstává zásadním prvkem jeho (ne)fungování. Existuje celá řada studií, které poukazují na to, že společnosti a ekonomiky, které se těší vysoké míře důvěry, dosahují lepších výsledků než ty, které důvěru nemají.<sup>4</sup> A má to vliv i na úrovni jednotlivých podnikatelů: ti, kteří vyjadřují důvěru, mají (o malého, ale významného 1,3 procentního bodu) větší šanci, že založí podnik.<sup>5</sup> Snažíme se lépe porozumět důvěře, která pomáhá mikro a malým podnikům při jejich růstu nebo vede – v opačném případě – k jejich úpadku. Zkoumáme rovněž úroveň důvěry, kterou má česká veřejnost k podnikatelům.

Prostřednictvím tohoto a nadcházejících Barometrů se budeme nadále zaměřovat na odolnost mikro a malých podniků, jejich finanční stabilitu, nebo výzvy a příležitosti v oblasti digitalizace a genderové inkluзивity. V přehledu průzkumu se můžete podívat na to, které otázky si budeme klást v dalších Barometrech.

Po tomto obecném představení přejdeme k datům a poznatkům.



<sup>2</sup> [https://www.oecd-ilibrary.org/employment/the-missing-entrepreneurs-2021\\_b91927f1-en](https://www.oecd-ilibrary.org/employment/the-missing-entrepreneurs-2021_b91927f1-en)

<sup>3</sup> <https://www.mckinsey.com/cz/our-work/closing-the-gender-gap-in-the-czech-republic>

<sup>4</sup> <https://docs.iza.org/dp7464.pdf>

<sup>5</sup> <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.20.2.23>



## 8 (dalších) věcí, které jsme se naučili od českých mikro a malých podniků

Poslední Barometr přinesl devět hlavních zjištění. Při této příležitosti jsme došli k osmi klíčovým poznatkům.

- 1. Většina českých mikro a malých podnikatelů by podnikání nedoporučila.** Začínáme strážlivou zprávou: Drobní čeští podnikatelé a podnikatelky vykazují poměrně málo optimismu, pokud jde o jejich činnost. Náš poslední Barometr ukázal, že podnikání není pro slabé povahy. Více než 1 z 5 mikro a malých podniků očekávalo v roce 2022 pokles příjmů a investic s jen mírnými vyhlídkami na růst zaměstnanosti. Tentokrát jsme si řekli, že se podnikatelů a podnikatelek rovnou zeptáme, zda by podnikání jako zdroj obživy doporučili svým příbuzným a blízkým. S použitím nástroje Net Promoter Score (NPS) skončilo skóre českých mikro a malých podniků na nízké hodnotě -23.<sup>6</sup>
- 2. Míra nedůvěry v technologie může být největší překážkou při rozšiřování digitalizace.** Méně než polovina (47 %) majitelů a majitelek mikro a malých podniků důvěřuje technologiím v tom, že jim pomohou při důležitých obchodních rozhodnutích (např. finanční plánování, řízení zásob) a pouze třetina je přesvědčena o tom, že jejich citlivé informace zůstanou v bezpečí. Pokud jde o zabezpečení dat, mladí vlastníci firem důvěřují technologiím ve vyšší míře: 61 % osob ve věku 18 až 24 let oproti pouhým 22 % osob starších 64 let. Větší z mikro a malých podniků také vykazují větší optimismus, pokud jde o technologie v porovnání s jejich menšími protějšky. Z hlediska přijímání digitálních nástrojů a služeb bude zásadní pochopit, jak získat důvěru malých podnikatelů, a zjistit, jakým typům technologií důvěřují.
- 3. Osobní doporučení je hlavní hnací silou při zavádění technologií.** Více než polovina majitelů a majitelek firem se spoléhá na přátele nebo rodinu jako na hlavní zdroj „spolehlivých“ informací o digitálních technologiích. Bude důležité najít způsoby, jak motivovat podnikatele k tomu, aby vyhledávali a využívali technické poradenství mimo své nejbližší okolí, protože si tak zvýší možnost najít a osvojit správnou technologii.<sup>7</sup> Vytvoření vysoké míry vzájemné důvěry je příležitostí k tomu, jak se mohou z průkopníků v osvojování technologií stát vzory a mentory pro své okolí.
- 4. Mikro a malé podniky vedené ženami jsou brzděny nároky na neplacenou práci v domácnosti a péči o blízké.** Břemeno v podobě zvládnání domácích povinností stále na ženy doléhá v neúměrné míře. Ženy na celém světě stráví neplacenou práci v domácnosti v průměru o 2,4 hodiny denně více než muži.<sup>8</sup> V České republice uvádí více podnikatelek než podnikatelů (70 % oproti 56 %), že musí skloubit své podnikání se starostí o chod své domácnosti. Problémy se zachováním optimální rovnováhy mezi pracovním a soukromým životem označily ženy za jednu ze tří hlavních překážek při podnikání (vedle nižších příjmů a nižší důvěry v to, že dokážou ve své práci uspět).
- 5. Ženy mohou být „nuceny“ stát se podnikatelkami z důvodu nedostatku jiných možností.** Ženy, zejména ty, které se vracejí na trh práce po porodu, mohou v oblasti drobného podnikání čelit dvěma zásadním obtížím. Mají větší problémy při zahájení podnikání a také se potýkají s menšími možnostmi, pokud jde o hledání placeného zaměstnání. Zjistili jsme, že téměř polovina podniků vedených ženami (45 %) byla založena ve věku 31 až 45 let majitelky, zatímco polovina podniků vedených muži zahájila svou činnost ve věku 21 až 30 let majitele. To se nejčastěji přičítá tomu, že po mateřské a rodičovské dovolené mají ženy méně formálních alternativ (včetně dostatečně flexibilních pracovních úvazků). Přestože podnikání může být spojeno s větší flexibilitou a nezávislostí, je o 30 % méně pravděpodobné, že ženy budou propagovat podnikání mezi svými přáteli nebo rodinnými příslušníky než jejich mužští protějšci. Z našich údajů také vyplývá, že je o 16 % více pravděpodobné, že ženy budou podnikat samostatně. Z výzkumu Global Entrepreneurship Monitor vyplývá, že vyšší míra samostatného podnikání u žen může svědčit o nedostatku atraktivních pracovních příležitostí, nedostatečné podpoře ze strany rodiny nebo o větších překážkách v přístupu k finančním prostředkům než u mužů, což ženám ztěžuje zaměstnávání pracovníků, i když o něj stojí.<sup>9</sup>
- 6. Hodnocení vlastníků mikro a malých podniků je pozitivní.** 56 % obyvatel uznává příznivý vliv mikro a malých podniků na ekonomiku a domnívá se, že mají pozitivní vliv také na své okolí. Také jsme zaznamenali, že jsou malí podnikatelé vnímáni ve svých komunitách jako výše společensky postavení. Když jsme požádali nepodnikající osoby, aby si představily, že by se staly vlastníky mikro nebo malého podniku, měly za to, že by se jejich sociální status významně zvýšil (o 21 %).

<sup>6</sup> NPS je oblíbeným nástrojem pro průzkum trhu, který se ptá respondentů na to, s jakou pravděpodobností by doporučili společnost, produkt nebo službu svému příteli nebo kolegovi, a to na stupnici od 0 do 10. Samotné skóre se vypočítá odečtením podílu „optimistů“ s hodnocením 9 nebo 10 od „pesimistů“ s hodnocením 6 anebo méně. Do výpočtu nejsou zahrnuti „nerozhodnuti“ s hodnocením 7 nebo 8.

<sup>7</sup> Osvojení na základě doporučení může znamenat, že podnikatelé využívají pouze neznámější, nikoliv však nevhodnější technologie pro své potřeby.

<sup>8</sup> [https://sdga2022.github.io/sdga2022/goal-5-gender-equality?cid=ECR\\_LI\\_worldbank\\_EN\\_EXT&lang=en](https://sdga2022.github.io/sdga2022/goal-5-gender-equality?cid=ECR_LI_worldbank_EN_EXT&lang=en)

<sup>9</sup> <https://www.gemconsortium.org/news/global-entrepreneurship-monitor-research-undercores-resilience-of-women-entrepreneurs-and-opportunities-for-policymaker>



**7. A přesto se pozitivní sentiment zákazníků vůči mikro a malým podnikům projevuje jen v omezené míře.**

Ani ne čtyři z deseti respondentů (37 %) jsou ochotni zaplatit více za nákup od mikro nebo malého podniku než u větší společnosti. Zákazníci se při rozhodování o nákupu stále zaměřují v první řadě na kvalitu výrobků (85 %), cenu (67 %) a lokální dostupnost (54 %). Pokud chtějí malé podniky na trhu uspět, měly by dosahovat stejných výsledků jako jejich větší konkurenti, a měly by k tomu dostávat podporu.

**8. Aby mohly mikro a malé podniky přežít a prosperovat, musí jim české instituce poskytnout správnou podporu.**

I v náročném obchodním prostředí s mnoha většími konkurenty mohou mikro a malé podniky udržet konkurenceschopnost v cenové a inovační oblasti, pokud obdrží odpovídající podporu od institucí. Vláda, krajské a místní samosprávy, a dokonce i soukromý sektor, mají dostatek prostředků k tomu, aby jim mohly nabídnout dotace, cenově dostupné vzdělávací programy a lepší přístup k financování. V současné době mají malí podnikatelé nízkou důvěru ve státní správu (26 %) a jen o něco málo vyšší důvěru v krajskou a místní samosprávu (39 %), vykazují ovšem vysokou míru důvěry (52 %) v ostatní podnikatele. Pro rozvoj a digitalizaci mikro a malých podniků bude klíčové využití partnerských sítí a místních samospráv při poskytování služeb a zároveň zvýšení důvěry ve stát.



strive



care®



HOSPODÁŘSKÁ  
KOMORA  
ČESKÉ REPUBLIKY

60\_\_dB

## O našich datech

### Jakým mikro a malým podnikům jsme naslouchali?

Abychom zachytili stav českých mikro a malých podniků, předkládáme údaje z průzkumů provedených v období od května do července 2023 mezi vlastníky, osobami na vedoucích a manažerských postech, řediteli a ředitelkami zhruba tisícovky mikro a malých podniků.

Do průzkumu se zapojily podniky z různých krajů a z rozmanitých odvětví, jedná se o podniky odlišných velikostí, vlastněné osobami různého věku a pohlaví.

Většina podniků pochází z Prahy (27 %), Jihomoravského kraje (10 %) a Středočeského kraje (10 %). O něco více než polovinu z nich vedou muži (52 %), téměř dvě pětiny ženy (39 %), zbývající desetinu mají na starosti společně muži a ženy (9 %). 50 % podniků, se kterými jsme hovořili, jsou osoby podnikající bez zaměstnanců, 38 % jsou mikro (1–10 zaměstnanců) a 12 % jsou malé podniky (11–49 zaměstnanců). Viz obr. 1, 2 a 3.

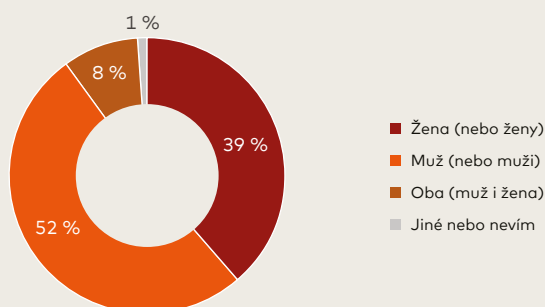
**Obr. 1: Místo podnikání podle regionu**

O: Můžete uvést, kde váš podnik sídlí? (n = 987)



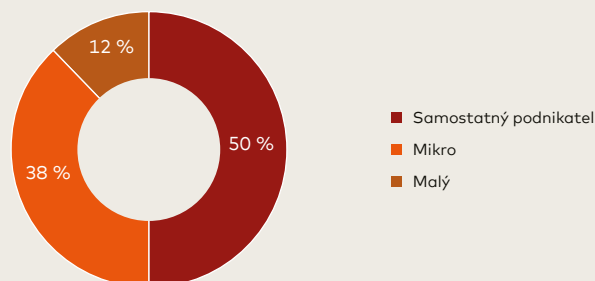
**Obr. 2: Rozdělení podle pohlaví**

O: Kdo tento podnik řídí?<sup>10</sup> (n = 998)



**Obr. 3: Velikost podniku**

O: Včetně vás, kolik zaměstnanců má v současné době váš podnik? (n = 1000)



<sup>10</sup> Společně vedený podnik označuje podnik, který vedou obě pohlaví (muž i žena).

Náš vzorek jsme rozdělili na mikro a malé podniky, které na trhu působí 6 let nebo méně (35 %), 7 až 12 let (22 %), 13 až 19 let (15 %) a déle než 19 let (28 %). Většina mikro a malých podniků (65 %) používá model B2C (Business to Consumer), 32 % podniká na základě modelu B2B (Business to Business), a zbývající 3 % využívají jiné modely, například hybridní B2B/B2C. Mezi hlavní odvětví patří služby (např. poradenství, ICT), velkoobchod/maloobchod, stavebnictví, instalatérství nebo truhlářství a zpracovatelský průmysl. Viz obr. 4, 5 a 6. Vzorek je téměř rovnoměrně rozdělen mezi vlastníky ve věkové skupině 18 až 44 let (47 %) a majitele a majitelky starší 45 let (53 %). Dva z pěti mikro a malých podniků jsou rodinné podniky.<sup>11</sup> Viz obr. 7 a 8.

Rozdíly ve velikosti vzorku v naší zprávě je možné přičíst třem hlavním faktorům: respondenti vynechali některé otázky, otázky byly přizpůsobeny specifickým skupinám a rozdíly mezi dvěma realizovanými průzkumy. Jestliže respondenti nějaký dotaz přeskočili, mělo to vliv na velikost vzorku pro tuto konkrétní otázku. Otázky zaměřené na specifické skupiny přirozeně vedly k menším velikostem vzorků v porovnání s otázkami určenými širšímu publiku. Kromě toho byly některé dotazy zahrnuty jen do jednoho průzkumu,

zatímco jiné do obou průzkumů, což dále vedlo k prohloubení rozdílů ve velikosti vzorku. Při interpretaci výsledků našeho průzkumu je proto potřeba mít tyto skutečnosti na paměti.

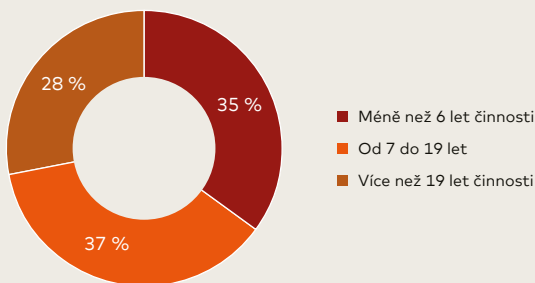
**Obr. 6: Odvětví**

O: Můžete uvést, v jakém odvětví podnikáte? (n = 992)



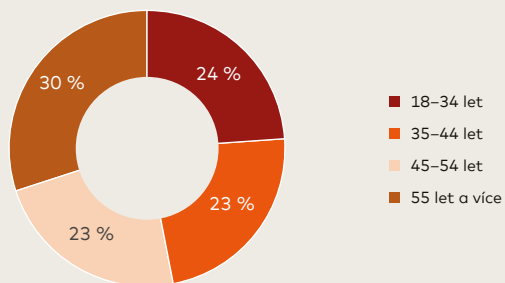
**Obr. 4: Délka podnikání**

O: Kolik let je váš podnik v provozu? (n = 992)



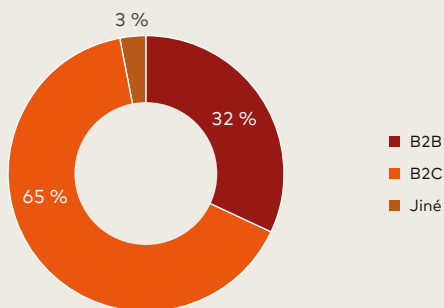
**Obr. 7: Věk majitele podniku**

O: Mohli byste uvést věk majitele podniku? (n = 1 000)



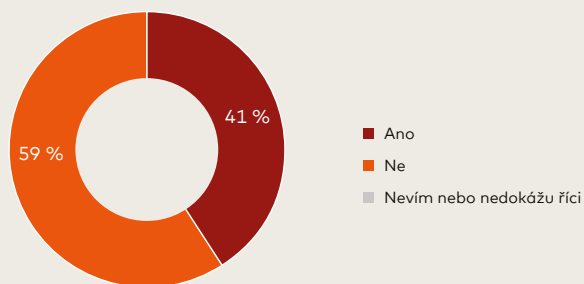
**Obr. 5: Obchodní model**

O: Který model nejlépe vystihuje vaše podnikání? (n = 998)



**Obr. 8: Rodinné podniky**

O: Jde o rodinný podnik? (n = 974)



<sup>11</sup> Rodinný podnik je podnik, ve kterém jsou do činnosti firmy zapojeni anebo na kterém se vlastnicky podílejí minimálně dva členové jedné rodiny, např. manžel a manželka, rodiče a děti, sourozenci, atd.

### Hovořili jsme také s veřejností

Kromě vlastníků a osob na manažerských postech jsme hovořili s 332 obyvateli ČR, kteří mikro či malý podnik nevlastní, ani pro něj nepracují. Vzorek obecné populace tvořili z 55 % ženy, ze 44 % pak muži (z celkových 99 % účastníků, kteří uvedli své pohlaví). Více než polovina (54 %) respondentů spadala do

věkové kategorie 18-44 let a necelé dvě pětiny z nich bydlely ve třech regionech: 15 % ve Středočeském kraji, 11 % v Praze a 11 % v Moravskoslezském kraji. Viz obr. 9, 10 a 11.

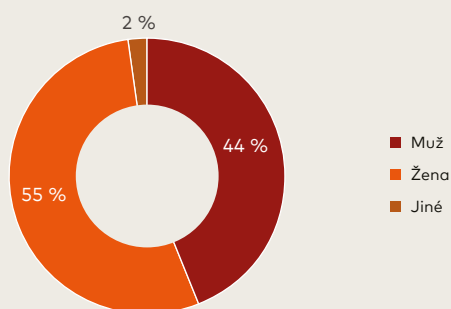
**Obr. 9: Zeměpisné rozložení respondentů z obecné populace**

O: Ve kterém kraji bydlíte? (n = 332)



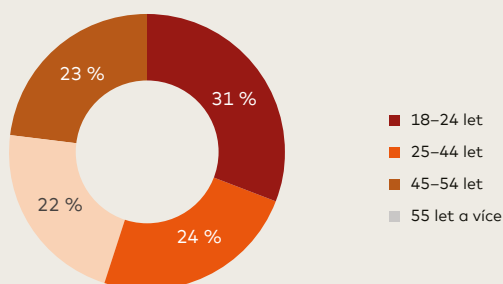
**Obr. 10: Rozložení respondentů z obecné populace podle pohlaví**

O: Jakého jste pohlaví? (n = 331)



**Obr. 11: Věk respondentů z obecné populace**

O: Kolik je vám let? (n = 330)



## Naše metody

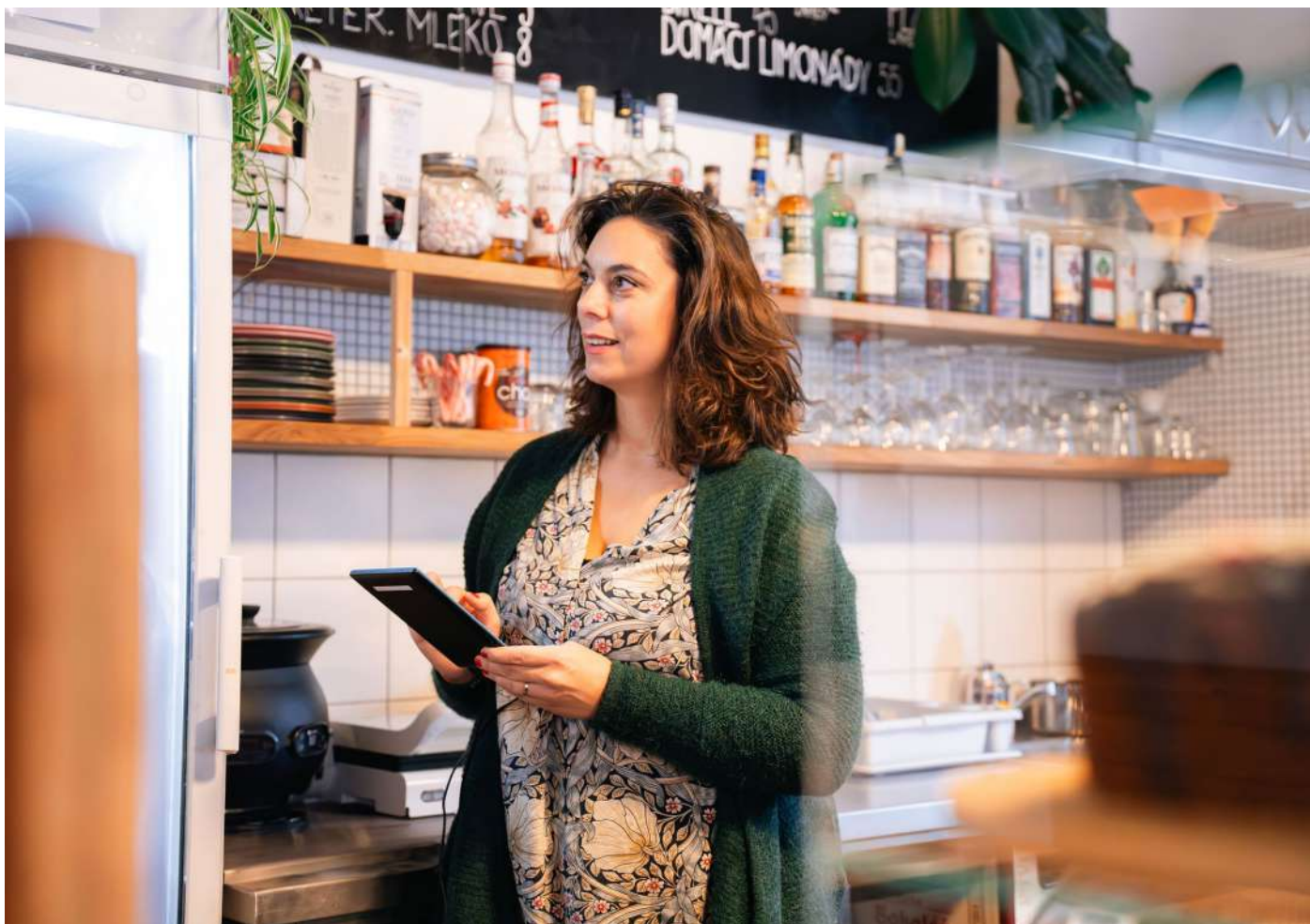
Data jsme shromáždili v rámci dvou průzkumů. První z nich byl detailní průzkum zaměřený na gender a zavádění technologií, kterého se zúčastnilo 612 respondentů z mikro a malých podniků. Druhý průzkum se zaměřoval ve větší míře na postoje a zahrnoval rozhovory s 388 mikro a malými podniky a 332 zástupci z řad veřejnosti.

Naše průzkumy, s jejichž kompletním obsahem se můžete seznámit v [příloze](#), byly provedeny v češtině. Respondenti z mikro a malých podniků byli prověřeni, abychom měli jistotu, že pracují minimálně na vedoucí pozici. Do studie nebyly zahrnuty podniky o 50 a více zaměstnancích.

Rozložení použitého vzorku se liší od rozložení mikro a malých podniků v České republice obecně.<sup>12</sup> Záměrně jsme se rozhodli pro nadměrný vzorek některých menších

skupin, abychom dosáhli statisticky robustního zastoupení.<sup>13</sup> Čtenář by proto měl vědět, že z hlediska popisu celkového stavu českých mikro a malých podniků jsou data mírně zkreslená ve prospěch pohledu menších podniků (11 až 49 zaměstnanců). Přesto máme za to, že toto zkreslení nemá na hlavní zjištění této studie významný dopad.

V případech, kdy nám širší informace pomohly vytvořit si detailnější pohled na zkušenosti mikro a malých podniků, jsme čerpali z existujících sekundárních zdrojů. Na ně pak odkazujeme v celém textu. Mezi naše nejdůležitější zdroje patřily Zpráva o digitální dekádě v jednotlivých zemích z roku 2023<sup>14</sup> a Zpráva o digitální dekádě 2030 od Evropské komise<sup>15</sup>, Index rovnosti žen a mužů pro Evropskou unii (EU)<sup>16</sup>, Zpráva o podnikání žen 2022/23 od Global Entrepreneurship Monitor<sup>17</sup> a Zpráva o digitální transformaci malých a středních podniků od OECD.<sup>18</sup>



<sup>12</sup> V obecné populaci například tvoří kategorii mikro a malých podniků samostatní podnikatelé a podnikatelky (78 %), mikro (18 %) a malé podniky (pouhá 4 %) (Zpráva CZ AMSP). V naší zprávě je pro srovnání 50 % samostatně podnikajících, 38 % mikro a 12 % malých podniků.

<sup>13</sup> Abychom věrně popsali, co jsme zjistili, nejsou získaná data nijak upravována (váženým průměrem).

<sup>14</sup> <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2023-report-state-digital-decade>

<sup>15</sup> <https://digital-skills-jobs.europa.eu/en/latest/news/2023-report-state-digital-decade>

<sup>16</sup> <https://eige.europa.eu/gender-equality-index/2023/CZ>

<sup>17</sup> <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51352>

<sup>18</sup> [https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/the-digital-transformation-of-smes\\_bdb9256a-en](https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/the-digital-transformation-of-smes_bdb9256a-en)

## Regionální zjištění

V naší studii jsme provedli regionální analýzu pomocí seskupení respondentů podle regionů s využitím klasifikace OECD na územní úrovni 2 pro Českou republiku.<sup>19</sup> Stojí za zmínku, že velikost našeho vzorku sice není reprezentativní pro populaci z důvodu jejího neurčení na základě regionálních demografických údajů, ale přesto poskytuje cenné orientační poznatky. Jsme si vědomi dvou omezení: převzorkování malých podniků a absence regionálních kvót při vytváření vzorků. Tato omezení je potřeba mít na paměti při interpretaci našich regionálních zjištění, která i přesto nabízejí cenné poznatky o regionálních trendech. Budoucí výzkum by se měl zaměřit na řešení těchto omezení a vytvoření komplexnější analýzy.

Nedávná studie od Aspen Institute Central Europe tvrdí, že regionální podpora je pro podporu mikro a malých podniků klíčová.<sup>20</sup> To nás přimělo podívat se na regionální rozdíly a navrhnout způsoby, jak lépe podpořit růst mikro a malých podniků v různých regionech.

**Vlastnické struktury:** V regionech Severozápad a Severovýchod je více rodinných podniků (47 % a 43 %). Naproti tomu v regionu Střední Morava je jich pouze 34 %, a v regionu Jihozápad 32 %.

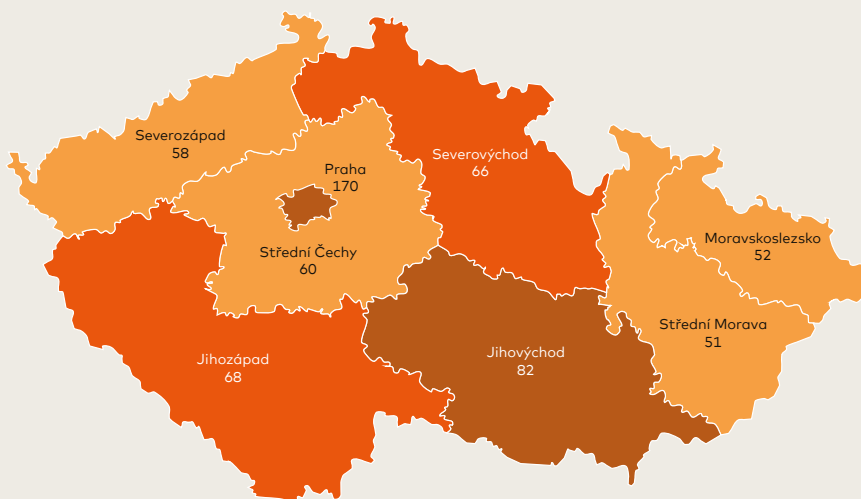
**Založení firmy:** V Praze se počet samostatně podnikajících osob v loňském roce zvýšil, a to tak, že na každých 10

zaniklých podniků připadlo 14 nových.<sup>21</sup> V roce 2022 začalo podnikat 77 016 nových podnikatelů, což je o 10 604 více než v roce 2021. Tento nárůst byl konzistentní ve všech krajích, nejvíce ale v Praze a Karlovarském kraji.<sup>22</sup> Počet ukončených živností však narostl mnohem výrazněji, a to napříč všemi regiony. V roce 2022 ukončilo podnikání v celkem 78 357 fyzických osob, tedy o 36 000 více než v roce 2021. Meziročně se počet zaniklých oprávnění k podnikání fyzických osob zvýšil o 86 %, nejvíce v Olomouckém a Moravskoslezském kraji, dále v Libereckém kraji a Vysočině. Počet žen, které se rozhodly ukončit podnikání, se meziročně zvýšil o 120 %, zatímco u mužů to bylo „pouze“ 69 %. V předchozích letech rostl počet podnikatelek rychleji než počet podnikatelů, v loňském roce byl nárůst v obou případech stejný.

**Finanční sebevědomí:** Region Severovýchod se může pochlubit nejsebevědomějšími podnikateli a podnikatelkami – 53 % mikro a malých podniků uvádí, že jsou finančně stabilní. To je překvapivě více než v Praze, hlavním městě a ekonomickém centru země, kde se cítí finančně stabilních 47 % respondentů. Jedním z důvodů mohou být vyšší životní náklady a náklady na podnikání v hlavním městě, větší konkurence nebo koncentrace odvětví v Praze – to vše může být pro podniky nepříznivé, například pro segment odborných služeb. Nicméně samotný fakt, že téměř polovina pražských podnikatelů a podnikatelek se považuje za finančně stabilní, poukazuje na významnou úlohu, jakou město hraje v podpoře rozvoje podnikání a poskytování příležitostí.

Obr. 12: Regionální zastoupení

Reportovaná / analyzovaná skupina (region)	Kraje	Vzorek (Max)
Praha	Hlavní město Praha	170
Jihovýchod	Kraj Vysočina a Jihomoravský kraj	82
Jihozápad	Plzeňský a Jihočeský kraj	68
Severovýchod	Liberecký, Královéhradecký a Pardubický kraj	66
Severozápad	Karlovarský a Ústecký kraj	58
Střední Čechy	Středočeský kraj	60
Moravskoslezsko	Moravskoslezský kraj	52
Střední Morava	Olomoucký a Zlínský kraj	51



<sup>19</sup> Tato klasifikace koresponduje s Nomenklaturou územních statistických jednotek Evropské unie – <https://cs.wikipedia.org/wiki/CZ-NUTS>

<sup>20</sup> [https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/uploads.mangoweb.org/shared-prod/aspeninstitutece.org/uploads/2023/11/Studie\\_Aspen\\_GARI\\_Mikro-a-mal%C3%A9-podniky-1.pdf](https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/uploads.mangoweb.org/shared-prod/aspeninstitutece.org/uploads/2023/11/Studie_Aspen_GARI_Mikro-a-mal%C3%A9-podniky-1.pdf)

<sup>21</sup> <https://www.informaceofirmach.cz/crif-zivnostnici-v-lonskem-roce-zacali-ve-velkem-zanechavat-podnikani/>

<sup>22</sup> Důvody tohoto nárůstu jsou komplexní a částečně jsou způsobeny tzv. švarcsystémem v České republice, kdy oficiálně samostatně výdělečně činná osoba vykonává závislou práci pro firmu na základě obchodní smlouvy, ačkoliv správně by měla mít uzavřenu pracovní smlouvu.

Podnikatelé v regionech Jihozápad (58 %) a Jihovýchod (54 %) významně častěji uváděli, že si jsou jisti svou finanční stabilitou, než podnikatelky v těchto regionech (33 %, resp. 28 %). Jediným regionem, kde se ženy z mikro a malých podniků cítily jistější oproti svým mužským protějškům, pokud jde o finanční stabilitu, bylo Moravskoslezsko (52 % žen oproti 27 % mužů), nejvýchodnější region Česka. To může být potenciálně způsobeno koncentrací mikro a malých podniků vlastněných ženami v Moravskoslezském kraji v odvětvích, která jsou ekonomicky stabilnější, anebo vlivem regionálních iniciativ na podporu podnikání žen.

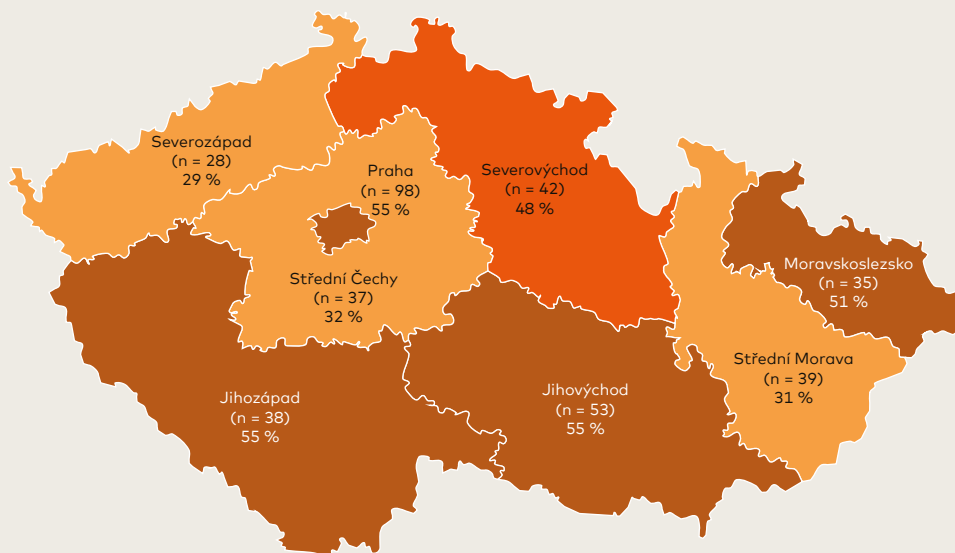
**Digitální dovednosti a jejich využití:** Úroveň digitálních dovedností se v jednotlivých regionech významně liší. Střední Morava má sice poměrně vysoký podíl „nových“ podniků, potýká se ale s velkým problémem v oblasti digitálních dovedností, protože 22 % respondentů vyjádřilo nedůvěru v používání technologií. Naproti tomu pouze 8 % respondentů z regionů Jihozápad, Severovýchod a Prahy vyjádřuje nedůvěru. Ve všech regionech by se více než 46 % respondentů rádo naučilo novým dovednostem a věří, že učení se digitálními dovednostem by bylo zajímavé. Při získávání digitálních dovedností dávají respondenti přednost samostudiu, jako je sledování videí nebo používání výukových platform.

**Důvěra v technologie:** Střední Čechy vynikají negativním vztahem k technologiím, což kontrastuje s pozitivním vztahem podniků z Prahy. V regionu Střední Čechy při rozhodování o podnikání technologiím nedůvěřuje 38 % respondentů; stejný postoj vyjadřuje 29 % respondentů z regionu Severozápad. Naopak v regionech Jihozápad, Praha a Jihovýchod je 55 % respondentů přesvědčeno o tom, že jim technologie pomáhají s důležitými obchodními rozhodnutími. Pokud jde o ochranu citlivých informací, 41 % respondentů v regionu Střední Čechy rovněž vyjádřilo naprostou nedůvěru v technologie – tato obava je méně výrazná v Praze, kde technologiím nedůvěřuje 26 %, a v Moravskoslezském kraji 22 % respondentů.

**Dopady technologií:** Potenciálních negativních dopadů technologií, jako je ohrožení kybernetické bezpečnosti nebo přesun pracovních míst, se v menší míře obávají v regionech Jihovýchod (57 % nemá obavy), Praha (50 %) a Severovýchod (47 %) země. Moravskoslezsko, Severozápad a Střední Čechy naproti tomu vykazují větší míru znepokojení. Nezdá se, že by to ukazovalo na souvislost mezi důvěrou v technologie a regionálním ekonomickým rozvojem České republiky; zatímco Praha má nejvyšší HDP na obyvatele v České republice, Středočeský kraj je druhým nejbohatším regionem. Spíše to ukazuje na větší dostupnost IT odborníků v metropolitních regionech díky přítomnosti většího

**Obr. 13: Technologie a důležitá rozhodnutí podle regionů**

% respondentů, kteří věří, že jim technologie pomohou v důležitých obchodních rozhodnutích.





počtu univerzit a IT společností. Mezi tři česká města s nejkvalifikovanějšími IT specialisty patří Praha s více než 60 000 IT specialisty, Brno (Jihovýchod) s více než 20 000 IT specialisty a Ostrava (Moravia-Silesia) s téměř 5 000 specialisty.<sup>23</sup> V regionu Jihovýchod pomohly od roku 2003 regionální inovační iniciativy, jako je JIC Brno, vytvořit více než 1500 pracovních míst v oblasti špičkových technologií ve více než 200 firmách.<sup>24</sup>

**Gender:** Střední Morava, kde 55 % mikro a malých podniků vlastní nebo provozují ženy, vyniká jako region s významným zastoupením žen v našem vzorku a zdá se, že nabízí ženám nejpříznivější prostředí pro podnikání. Pouze 23 % respondentů je toho názoru, že jsou muži ve vedení podniku oproti ženám zvýhodněni. V těsném závěsu za Střední Moravou jsou regiony Jihozápad a Střední Čechy, kde ženy vlastní nebo provozují 48 % mikro a malých podniků. Ve Středních Čechách je pravděpodobné, že muži dojíždějí za prací do Prahy, zatímco ženy, které v tomto regionu bydlí, zde také podnikají, což vysvětluje vyšší podíl podnikatelek.

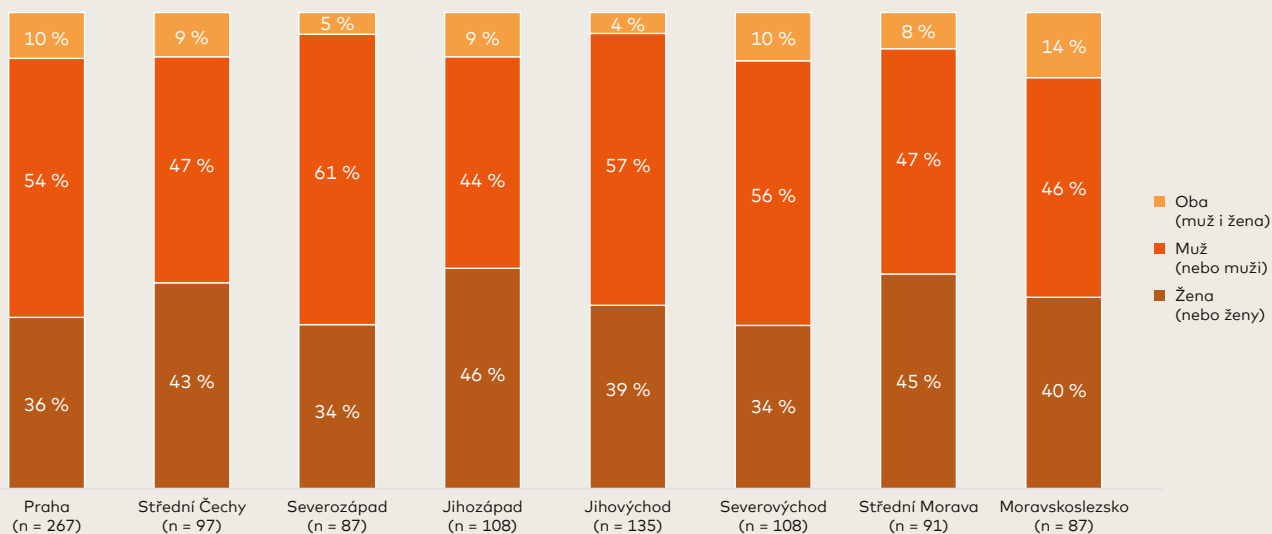
“

*Myslím, že je zde spousta příležitostí k podnikání. Když někdo něco umí opravdu dobře a umí to udělat sám. Taková osoba bude mít větší svobodu. Tam, kde žiji, vnímám velký potenciál. Pomohla by lepší legislativa v České republice, ale to už bychom možná chtěli až moc.*

**Mikropodnik, Služby (např. poradenství, ICT), Muž, 42**

**Obr. 14: Rozdělení podle pohlaví v jednotlivých regionech**

O: Kdo tento podnik řídí?



<sup>23</sup> <https://mobility.com/blog/software-development-in-czech-republic/>

<sup>24</sup> <https://www.euronews.com/business/2017/02/24/meet-central-europe-s-hi-tech-world-beater-south-moravia>

**Postoje mikro a malých podniků:** V regionech Střední Morava a Moravskoslezsko je nejnižší pravděpodobnost toho, že podnikatelé a podnikatelky doporučí vlastnictví podniku svým příbuzným a blízkým, s hodnocením Net Promoter Score -45, resp. -44. Region Jihozápad je naopak jeho největším propagátorem s hodnocením (sice stále negativním, ale výrazně vyšším) Net Promoter Score -5. To je patrně výsledkem příznivého podnikatelského prostředí pro mikro a malé podniky, kde je 52 % respondentů optimistických ohledně svého dlouhodobého podnikatelského úspěchu, což je nejvíce ze všech regionů. Přestože má region Moravskoslezsko nízké hodnocení Net Promoter Score, má také nejvyšší podíl vlastníků mikro a malých podniků, kteří věří v jejich pozitivní dopad na komunitu (71 %).

“

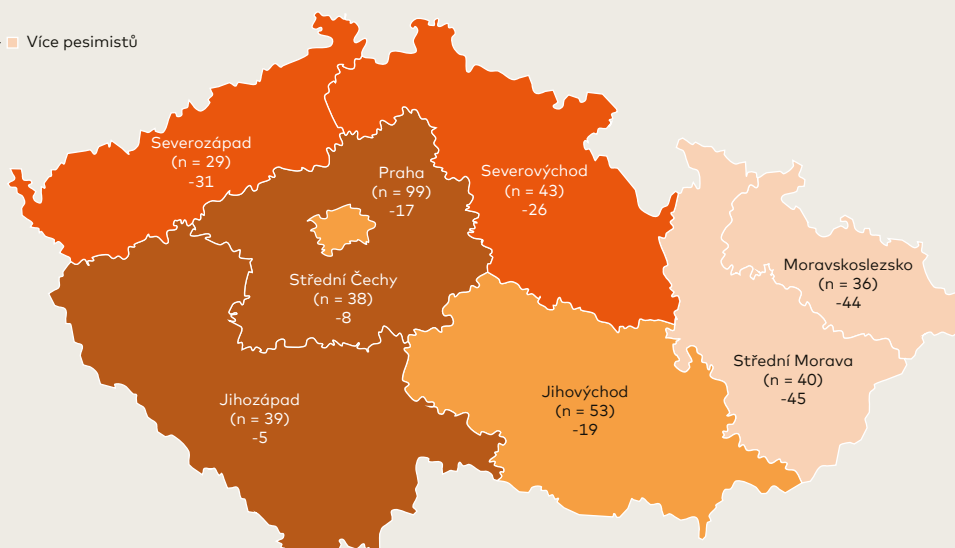
*Samozřejmě, že jsou tu i překážky, musela jsem se ve svém podnikání naučit používat nové technologie. Například jsem začala používat e-mailové seznamy, do kterých můžete přidávat víc než jen text. Vytvářím plakáty a letáky (pro sociální média nebo tisk) a používám k tomu aplikaci. Všechny tyto nástroje jsem se musela naučit používat. Také jsem si s pomocí své dcery vytvořila vlastní webové stránky. To jsou překážky v mém podnikání.*

**Samostatná podnikatelka, Vzdělávání, Žena, 44 let**

**Obr. 15: Hodnocení NPS podle regionů**

O: Číslem od 0 do 10 ohodnoťte, nakolik byste doporučili samostatné podnikání či vedení/vlastnění malého podniku svému příteli nebo členovi rodiny. Číslo 0 znamená „vůbec“ a číslo 10 „maximální doporučení“.

■ Více optimistů — ■ Více pesimistů



# Téma 1: Technologie a digitalizace

Ať už se vám to líbí, nebo ne, technologie jsou pro úspěch v podnikání stále důležitější. To platí ve stejné míře jak pro start-up ze Silicon Valley, tak pro malou tradiční firmu působící v Olomouci. Firmy, které prošly digitální transformací, hlásí celosvětově zvýšení produktivity pracovníků o 52 % a nárůst spokojenosti zákazníků o 46 %.<sup>25</sup> Z evropských výzkumů vyplývá, že by digitalizace mohla do roku 2025 zvýšit HDP v regionu střední a východní Evropy o více než 200 miliard amerických dolarů (tj. přibližně 4,55 bilionu českých korun).<sup>26</sup>

Pro lepší pochopení příležitostí pro technologickou transformaci mezi českými mikro a malými podniky je potřeba identifikovat aktuální stav technologií. Dostupnost digitálních nástrojů a technologií zpravidla není problémem; s čím se mikro a malé podniky přirozeně potýkají, je to, že neví, jak poznat, které technologie jim přinesou užitek a které tedy mají nakoupit.

Prostřednictvím našeho průzkumu jsme požádali malé podnikatele, aby zhodnotili své digitální dovednosti, uvedli, co se chtějí naučit, a popsali dostupnost a kvalitu přístupné technické podpory.

## Typy technologií

Nejdříve ta dobrá zpráva: podniky technologie v nejširším slova smyslu zavádějí – více než 4 z 5 mikro a malých podniků (84 %) uvedlo, že ve svém podnikání využívají dvě nebo více technologií. Navíc existují jen malé rozdíly v jejich implementaci ve vztahu k velikosti podniku, genderu vlastníka nebo odvětví, ve kterém podnik působí. Míra jejich využití však podle všeho není ve všech regionech stejná, když podniky z regionů Jihozápad, Severozápad a Moravskoslezsko častěji uvádějí, že technologie nepoužívají. V našem vzorku je patrný znatelný nedostatek v digitálních dovednostech v regionu Střední Morava, kde 22 % respondentů vyjádřilo nedostatek důvěry v používání technologií, zatímco v Praze je to méně než 8 %. To představuje příležitost k posunu v oblasti digitalizace mezi podnikateli v regionu Střední Morava.

Nyní ty problematictější zprávy: v zaváděných technologiích podle všeho převládají především ty základní. Nejčastěji využívanými typy technologií jsou hardware a sociální média. Chytré telefony, vysokorychlostní internet, počítače a tablety jsou velmi rozšířené, stejně tak i sociální média a aplikace jako jsou Facebook a WhatsApp. Podobně jako většina vlastníků malých podniků na celém světě mají i čeští majitelé

a majitelky podniků sklon k užívání nástrojů, které znají z osobního života, také na svá pracoviště. To je dáno omezenými technologickými dovednostmi, dostupností technologií a jejich cenovou dostupností.<sup>27</sup> Podle Zprávy o digitálním desetiletí 2023 využívání sofistikovanějších technologií stále zaostává. Pouze 9 % českých podniků využívalo v roce 2020 technologie zpracování velkých dat (big data), a 5 % podniků v roce 2021 používalo technologie umělé inteligence (AI).<sup>28</sup>

Když se na tato data podíváme podrobněji, vidíme, že jen málo českých mikro a malých podniků používá nástroje, které zvyšují efektivitu podnikání. Například technologie určené speciálně pro podniky, včetně účetního softwaru nebo softwaru pro elektronické obchodování, využívá pouze každý čtvrtý, respektive každý šestý podnik. To ukazuje na jakousi mezeru v „produktivních technologiích“, kterou je třeba zaplnit. Tyto technologie bývají pro mikro a malé podniky složitější, a proto je ještě důležitější, aby se jim při zavádění nových technologií dostalo podpory od důvěryhodných osob a institucí.



<sup>25</sup> <https://forbytes.com/blog/top-most-impressive-cases-when-technology-helped-businesses/>

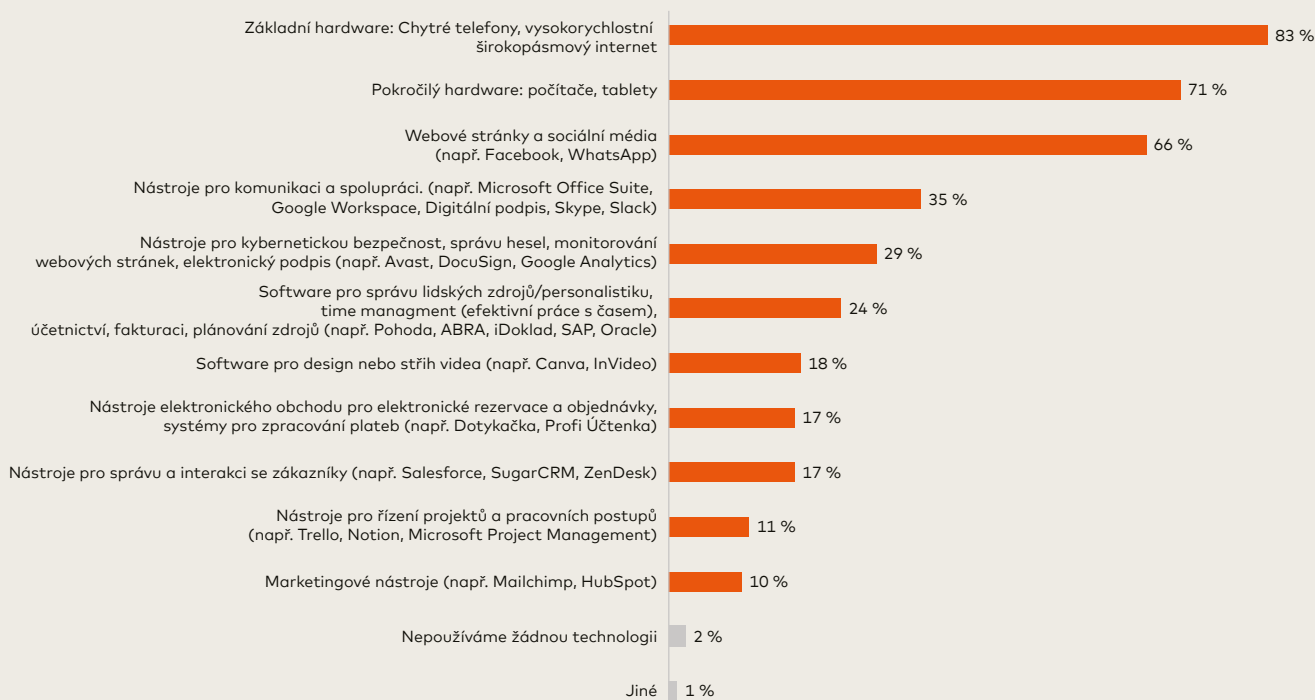
<sup>26</sup> <https://www.mckinsey.com/-/media/mckinsey/featured%20insights/europe/central%20and%20eastern%20europe%20needs%20a%20new%20engine%20for%20growth/the-rise-of-digital-challengers-ashx>

<sup>27</sup> [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/ed\\_emp/-/emp\\_ent/-/ifp\\_seed/documents/publication/wcms\\_808632.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/ed_emp/-/emp_ent/-/ifp_seed/documents/publication/wcms_808632.pdf)

<sup>28</sup> <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/country-reports-digital-decade-report-2023>

**Obr. 16: Nejpoužívanější technologie**

O: Vyberte prosím typy technologií, které ve vašem podniku používáte? (Vyberte všechny platné možnosti) (n = 612)



## Zavádění základních technologií vede k vlažným postojům

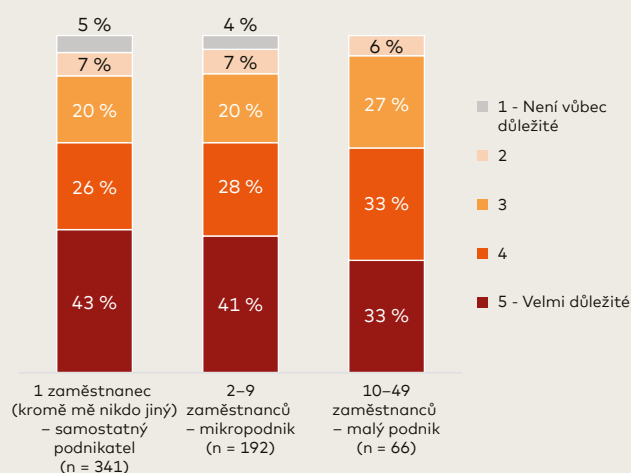
Zdá se, že české mikro a malé podniky v oblasti používaných technologií příliš neriskují. Obecně jsou mikro a malé podniky k významu technologií spíše skeptické – pouze 4 z 10 majitelů a majitelek podniků uvedlo, že technologie a digitalizace jsou pro jejich úspěch „velmi důležité“, a zbývající většina je pak buď neutrální, nebo jen mírně pozitivní (obr. 16).

Podobně 7 z 10 majitelů a majitelek firem uvádí, že je spokojeno s využíváním technologií ve svém podnikání, což naznačuje, že jen málokdo spěchá s objevováním nových technologických a digitálních možností. Mezinárodní organizace práce (International Labour Organization, dále jen ILO) zjistila, že digitalizace mikro a malých podniků je do značné míry ovlivněna celkovým rozšířením technologií v lokálním prostředí,<sup>29</sup> což znamená, že zatímco majitelé a majitelky podniků mohou být spokojeni s mírou zavádění svých technologií, nemusí si uvědomovat, jaké další užitečné technologie jsou jim dostupné. Z toho vyplývá, že podniky hrají na jistotu, používají technologie, které znají, a jsou s nimi spokojeny, takže nevidí výhody, které by mohly přinést méně známé, ale potenciálně užitečnější technologie.

Těm, kteří chtějí podpořit větší rozšíření technologií v České republice, může být tato mírná apatie vůči technologiím na překážku. Čeká nás ještě hodně práce, abychom dokázali mikro a malé podniky nadchnout pro možnosti, které jim technologie nabízejí.

**Obr. 17: Technologický optimismus**

O: Na stupnici od 1 do 5, kde 1 znamená zcela nedůležité a 5 znamená velmi důležité, jak důležité je podle vás využívání technologií pro budoucí úspěch vašeho podniku?



<sup>29</sup> [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/publication/wcms\\_808632.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_808632.pdf)

## České podniky je třeba posunout za hranice jejich komfortní zóny

Pouze 1 ze 3 mikro a malých podniků se při využívání technologií ve svém podnikání potýká s problémy. Na první pohled se to může zdát povzbudivé, ale při pohledu na typy používaných technologií to nemá moc společného s dobrodružnými výpravami za novými technologiemi. České podniky většinou používají již etablované technologie, a když už se potýkají s nějakými překážkami, jedná se podle všeho o běžné potíže, protože hlavními uváděnými problémy jsou výpadky elektřiny a internetu, což jsou pravděpodobně problémy, kterým čelí mikro a malé podniky podnikající mimo města s bohatou infrastrukturou, jako je Praha. Následuje nedostatek znalostí a problémy se softwarem, které ukazují na potřebu rozšíření digitálního povědomí a školení. 32 % mikro a malých podniků v našem vzorku se již bohužel také setkalo s problémy souvisejícími s kybernetickou bezpečností, které vedly k ztrátám financí nebo dat.

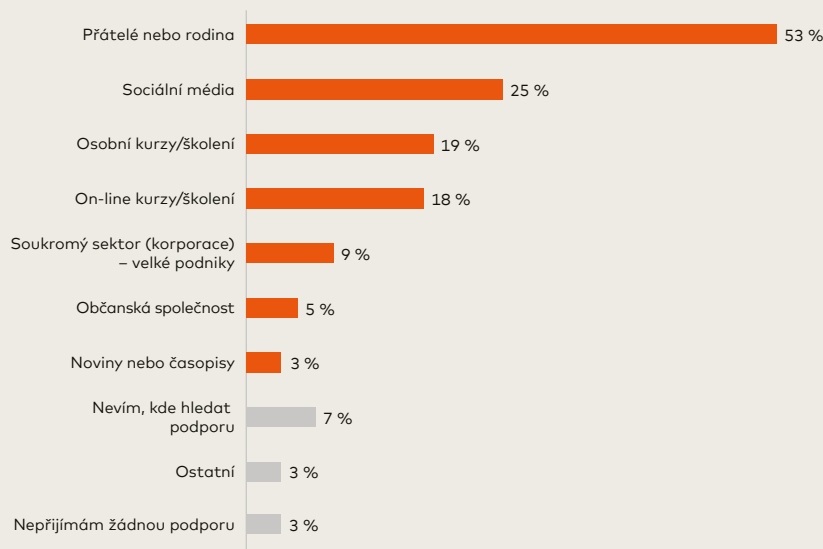
S tímto tématem koresponduje i skutečnost, že hlavním kanálem pro získávání informací o nových technologiích a jejich následné osvojení bývají přátelé nebo rodina. Více než polovina (53 %) mikro a malých podniků se v případě technologických problémů spoléhá na podporu svých



nejbližších a hned potom na sociální média. Z výzkumu ILO vyplývá, že pokud se mikro a malé podniky v oblasti technologií spoléhají na vlastní síly, jsou jejich vyhlídky na digitalizaci přímo závislé na síti jejich nejbližších kontaktů.<sup>30</sup> Majitelky se obracejí na své přátele nebo rodinu častěji než jejich mužské protějšky, což podtrhuje důležitost kultivace podpůrných sítí a mentorských programů mezi podnikatelkami, aby se podpořilo zavádění digitálních technologií. Podobný trend pozorujeme u samostatně podnikajících osob a majitelů a majitelek mikropodniků v porovnání s vlastníky malých podniků.

**Obr. 18: Podpora při řešení technologických problémů**

O: Kdybyste ve svém podniku řešili digitální nebo technologický problém, na koho byste se obrátili s žádostí o pomoc? (zvolte 3 nejdůležitější, které se vás týkají) (n = 523)



**Poznámka:** graf nezahrnuje možnosti s 0 %, jako Státní správa – místní úroveň (starosta, místní samospráva) Státní správa – národní úroveň (ministerstvo, CzechInvest atd.)

<sup>30</sup> [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/publication/wcms\\_808632.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_808632.pdf)

Pokud chtějí české podniky co nejlépe využít příležitostí, které nabízí digitalizace, je potřeba najít způsoby, jak jim umožnit přístup ke vzdělávání a poradenství v oblasti technologií, které byly speciálně navrženy pro podnikání. Rozsah tohoto problému je dobře vidět na stále vysokém podílu podnikatelů, kteří uvádějí, že si nejsou jisti, jakou technologii použít, nebo pro které představuje udržení kroku s rychlými změnami zásadní problém (obr. 19). 85 % firem v EU se při svých investicích potýká s nedostatkem kvalifikovaných technologických odborníků, přičemž mikro a malé podniky mají větší problém obsadit volná místa v oblasti ICT.<sup>31</sup>

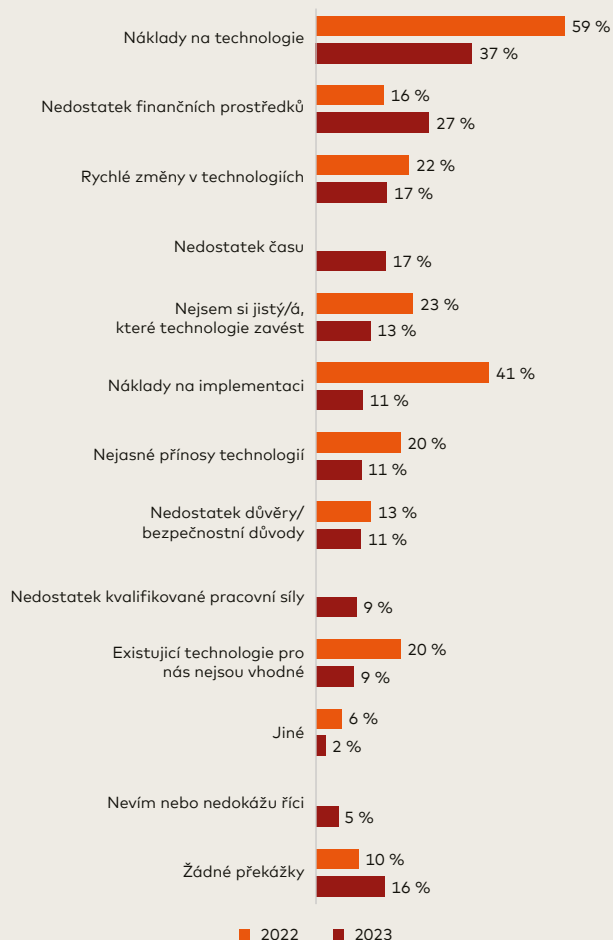
V tomto kontextu hrají pro mikro a malé podniky zásadní roli podpůrné sítě a mentoringové programy, protože díky

nim mají možnost učit se, adaptovat se a řešit problémy s ostatními podnikateli. Jedná se o mimořádně důležitý nástroj pro ženy a ženské skupiny. V Barometru 1 uvedlo 19 % podniků vedených ženami podpůrné skupiny a sítě jako „velmi důležité“ faktory pro zachování odolnosti nebo pro růst jejich podniku v následujících 12 měsících, zatímco u podniků vedených muži to bylo jen 10 %. Podobně studie uskutečněná v roce 2017 mezi irskými podnikatelkami zjistila, že 86 % žen považuje vzájemnou podporu za velmi nebo mimořádně důležitou při rozvoji svého podnikání, přičemž hlavním prostředkem jsou programy pro ženy v oblasti podnikání.<sup>32</sup> Podpůrné sítě a mentoringové programy mohou také poskytnout důležité obchodní konexe a přístup na trh, což může být pro odolnost podniků rozhodující.

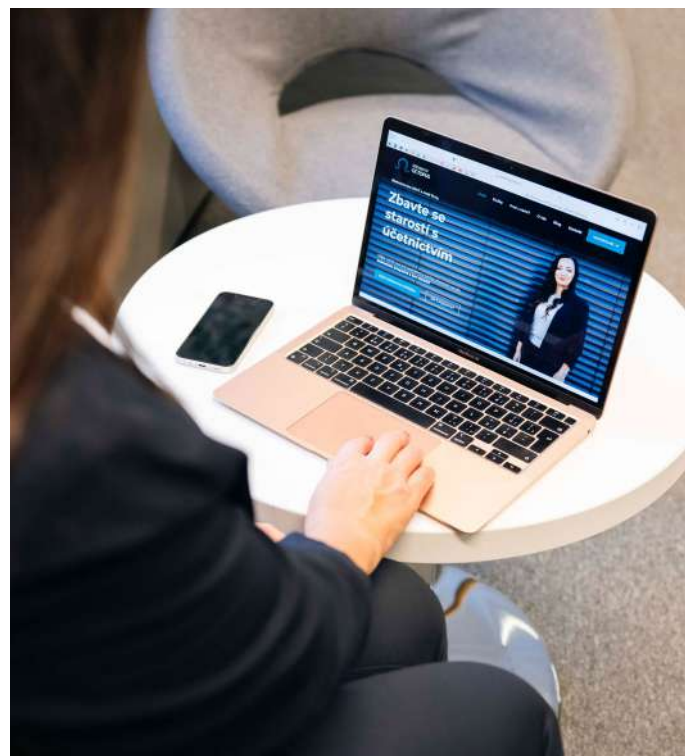
Další překážkou, která brání mikro a malým podnikům v zavádění technologií, je jejich cena, která jde ruku v ruce s nedostatkem finančních prostředků. Oba tyto faktory se objevují jako dvě klíčové překážky rozšíření technologií v Barometrech 1 a 2. Nejvíce se s náklady na technologie potýkal Moravskoslezský kraj (47 %), nejméně Praha (31 %). To není překvapivé zjištění, protože podnikatelé v hlavním městě jsou pravděpodobněji bohatší, případně mají lepší přístup k financování. Zásadní je, že o 4 % více podniků vedených ženami oproti podnikům vedeným muži považuje přístup k finanční podpoře za obtížný, což dále prohlubuje obtíže, se kterými se podniky vedené ženami při digitalizaci musí potýkat.

**Obr. 19: Překážky v zavádění technologií 2022 vs. 2023**

O: Jaké jsou překážky pro zavádění nových technologií ve vašem podniku? (Vyberte 3 nejdůležitější překážky.) (2022: n = 833; 2023: n = 612)



**Poznámka:** v roce 2022 otázka nezahrnovala možnosti odpovědi „Nedostatek kvalifikované pracovní síly“ a „Nedostatek času“. V roce 2022 odpovídala možnost odpovědi „Nedostatek finančních prostředků“ odpovědi: „Nedostatek finanční podpory od státu“.



<sup>31</sup> [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_en)

<sup>32</sup> <https://aline.ie/the-value-of-peer-support-in-female-business-venturing/>

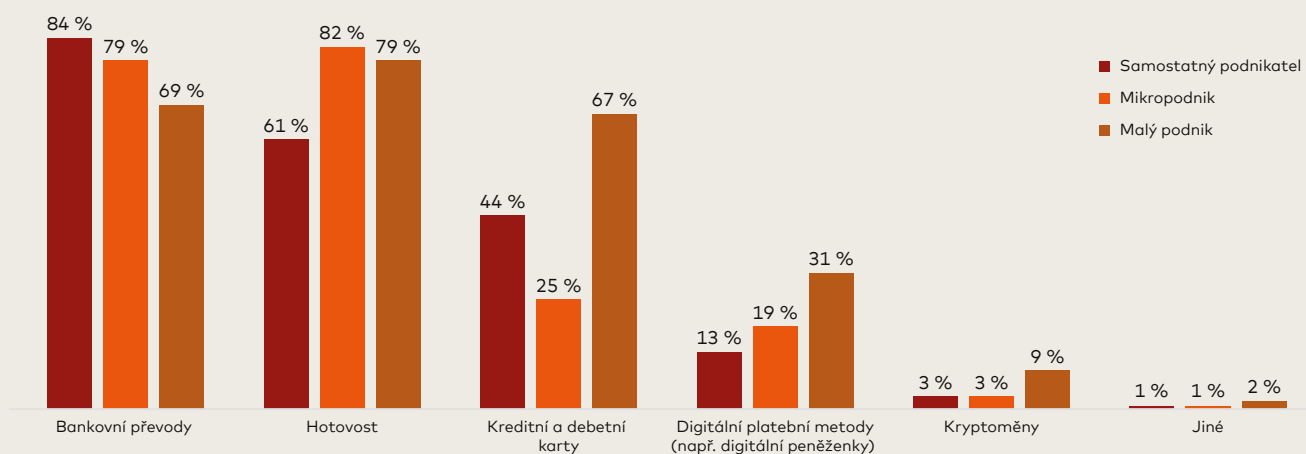
## (Pozvolný) Přechod na bezhotovostní platební styk

Jedním z prvních kroků na cestě k větší digitalizaci je přechod k většímu využívání bezhotovostních plateb. Ačkoliv se ve světě přechází na digitální peněženky a platby – zčásti kvůli úsporám na nákladech (je levnější a pohodlnější používat k placení dodavatelům a přijímání plateb od zákazníků digitální služby) – v České republice jejich využívání stále relativně zaostává. Bez ohledu na možnost bankovních převodů zůstává na prvním místě hotovost, na druhém místě je pak placení pomocí kreditních/debetních karet.

Potenciální příležitostí k zvyšování kvalifikace by proto mohlo být vybudování větší infrastruktury pro digitální peněženky a „mobilní peníze“ (mobile money).<sup>33</sup> Podle všeho tu je značný prostor pro růst bezhotovostního obchodu, zejména pokud jde o používání kreditních/debetních karet a digitálních platebních metod.

**Obr. 20: Typy plateb podle velikosti podniku**

O: Jaké typy plateb přijímáte nebo používáte ve vašem podnikání?  
(Vyberte všechny platné možnosti) (n = 612)



<sup>33</sup> Termín „mobilní peníze“ (angl. mobile money) značí finanční služby poskytované prostřednictvím mobilního telefonu.

## Chuť k digitálnímu vzdělávání

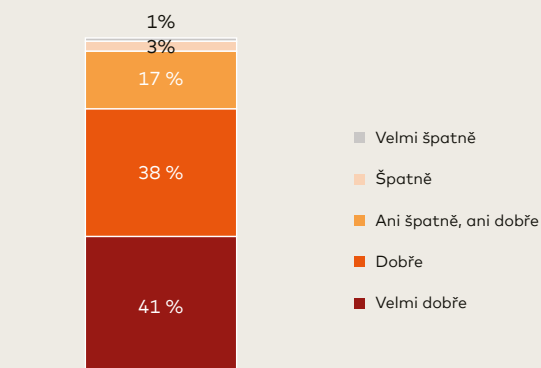
Celkově pozorujeme značnou důvěru v základní digitální dovednosti, jako je schopnost vyhledat si a používat informace na internetu a profesionálně komunikovat online např. e-mailem. Téměř 4 z 5 mikro a malých podniků hodnotí své základní digitální dovednosti jako dobré, téměř 2 z 5 se pak hodnotí jako „velmi dobré“. Zdá se, že české mikro a malé podniky jsou dobře připraveny na provádění klíčových digitálních úkolů spojených s podnikáním, přičemž externí údaje ukazují, že 60 % Čechů má alespoň základní digitální dovednosti, což je o 6 % více, než je průměr EU.<sup>34</sup> Naše údaje ukazují na souvislost mezi důvěrou v digitální dovednosti a přesvědčením o důležitosti technologií, což dále podtrhuje pozitivní dopady, které má poskytování podpory na zvyšování kompetencí mikro a malých podniků.

Více než polovina (54 %) malých podnikatelů také tvrdí, že se ráda učí a že jim prohlubování digitálních dovedností připadá zajímavé. Možnosti k tomu by přitom měly mít české mikro a malé podniky tam, kde podnikají, protože 3 z 5 majitelů a majitelek firem dává přednost osvojování digitálních dovedností prostřednictvím postupného samostudia. Klíčové bude přizpůsobit tuto výuku rušnému a stresujícímu životu podnikatelů a zajistit, aby výuka probíhala formou na míru šitých a vysoce praktických lekcí.

V souladu s mnoha jinými závěry v této zprávě jsme zjistili, že preference v oblasti vzdělávání se liší podle pohlaví, velikosti podniku a věku majitele/majitelky podniku. Muži (34 %) dávají ve větší míře než ženy (27 %) přednost osobnímu školení. Samostatně podnikající osoby častěji preferují samostudium (66 %) než vlastníci malých podniků (50 %) nebo mikropodniků (59 %).

**Obr. 21: Digitální dovednosti**

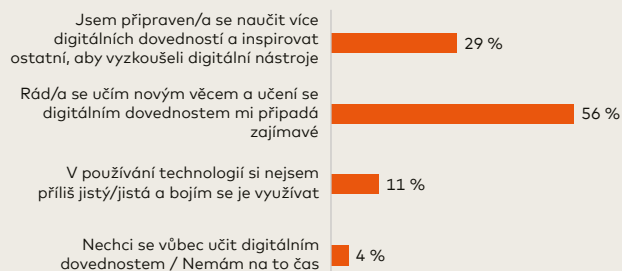
O: Jak byste se ohodnotili z hlediska základních digitálních dovedností? (n = 608)



Mladí podnikatelé a podnikatelky upřednostňují online semináře více než ti starší. Zásadním faktorem bude vytvoření služeb podle preferencí těchto skupin podnikatelů. Online kurzy mohou být užitečné zejména pro podnikatelky, které nemají k dispozici potřebné technické vybavení. Vzhledem k tomu, že je na ženy kladeno větší břemeno neplacené domácí práce a péče o blízké, online kurzy často šetří čas, který by jinak bylo potřeba strávit cestováním, a je tak možné je zařadit do jejich nabídkového programu.

**Obr. 22a: Prohlubování digitálních kompetencí**

Přečtěte si prosím následující tvrzení a vyberte jedno, se kterým souhlasíte (n = 588)



**Obr. 22b: Prohlubování digitálních kompetencí**

Jaký preferujete způsob učení se digitálním dovednostem? (Vyberte všechny platné možnosti.) (n = 571)



<sup>34</sup> <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi>

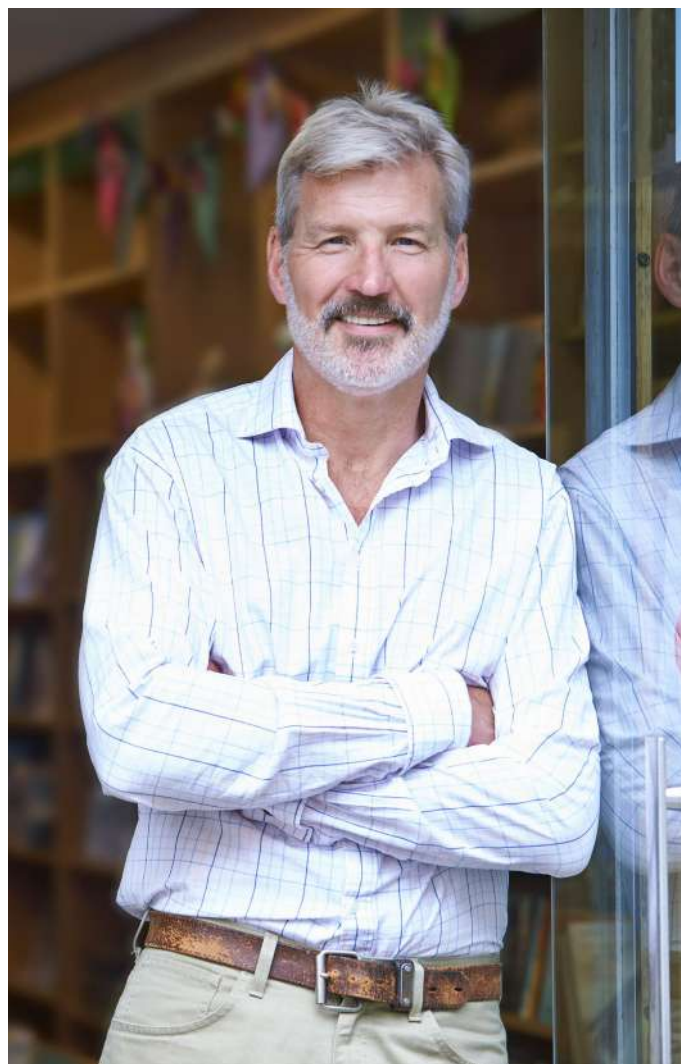


## Nejdůležitější je vyřešit důvěru v technologie

Zdá se, že zdaleka nejvýznamnějším problémem, který uvádějí mikro a malé podniky a který pravděpodobně brání jejich zavedení, je nedostatek důvěry v ně. Více než polovina mikro a malých podniků (53 %) plně nedůvěřuje tomu, že jim technologie pomohou při důležitých obchodních rozhodnutích, a více než tři z pěti mikro a malých podniků (67 %) plně nedůvěřují tomu, že by technologie zajistily bezpečnost jejich citlivých obchodních informací. Vlastníci firem nebo osoby na manažerských postech mladší 44 let a malé podniky jsou ve větší míře než jiné věkové skupiny nebo velikosti podniků přesvědčeni o tom, že jim technologie pomohou přijímat zásadní rozhodnutí a chránit informace.

Přibližně tři z pěti mikro a malých podniků (56 %) mají určité obavy z možných negativních dopadů technologií na jejich podnikání, například se obávají ohrožení kybernetické bezpečnosti. Historické údaje OECD ukazují, že menší podniky méně často než větší společnosti odhalují a hlásí narušení digitální bezpečnosti.<sup>35</sup> Řešením tohoto problému jsou osvětové programy zaměřené na technickou bezpečnost a kybernetickou ochranu, školení, zvyšování povědomí o IT v místních komunitách a lepší přístup ke podpůrným sítím a mentoringovým programům, které prohlubují důvěru v technologie a poskytují lokální pomoc.

Zajímalo nás, jestli se důvěra mikro a malých podniků liší od důvěry běžné populace v České republice. Celkově vykazovaly mikro a malé podniky nepatrně vyšší míru důvěry v technologie a nižší míru nedůvěry než obecná populace. Očekávali jsme však, že rozdíly budou výraznější, protože podnikatelé mají lepší důvody používat technologie a důvěřovat jim.



**Obr. 23: Důvěra v technologie**

O: Na škále od 1 do 5, kdy 1 znamená „zcela“ a 5 „vůbec“ ...

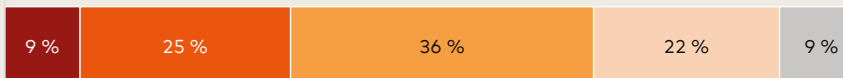
Jak pohodlné je pro vás ve srovnání se zavedenými technologiemi (např. e-mail, vyhledávače) používat nové technologie (např. umělá inteligence, blockchainy)?  
(n = 361)



Nakolik věříte tomu, že vám technologie mohou pomoci udělat důležitá obchodní rozhodnutí. (např. finanční plánování, řízení zásob, vztahy se zákazníky)?  
(n = 378)



Nakolik důvěřujete tomu, že technologie bezpečně uchovávají citlivé údaje o vašem podniku?  
(n = 373)



- 1 – Zcela
- 2
- 3
- 4
- 5 – Vůbec

<sup>35</sup> <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/cb2796c7-en/index.html?itemId=/content/component/cb2796c7-en>



strive



60\_\_dB



## Případová studie: Anna a její CareTech

V centru Prahy sídlí Anna, 41letá podnikatelka, která vlastní mikropodnik v segmentu zdravotní a sociální péče. Její firma je sice malá, ale v komunitě hraje významnou roli a nabízí péči a podporu přímo těm, kteří ji potřebují.

Anna se na podnikatelskou cestu vydala sama, od srdce toužila po tom, aby měla její práce pozitivní dopad. „Doufám, že se nám podaří pomoci lidem v nouzi,“ říká a zdůrazňuje svůj zájem o prospěch svých klientů.

Překonání problémů spojených s vedením mikro podniku, zejména jako žena v podnikání, kde tradičně dominují muži, se neobešlo bez komplikací. Anna často vnímá rozdíl v tom, jak je přijímána v porovnání se svými mužskými protějšky. „Cítím to tak,“ přemítá. „Se ženami se zachází jinak.“ Přesto se s houževnatostí a odhodláním nevzdává a neodradily ji ani společenské předsudky.

V rámci moderních obchodních postupů Anna nedávno začala používat terminál pro platby kartou; tím vytvořila komfortní podmínky pro své klienty a přizpůsobila se měnícím se potřebám trhu. Její vztah k technologiím je však složitý. „Technologie mohou vždycky selhat,“ uvažuje, „nemůžu říct, že jim věřím, ale spoléhám se na ně.“ Tento názor odráží rozpolcenost, která je typická pro mnoho podnikatelů, kteří se na jedné straně na technologie spoléhají, na druhé straně jim však úplně nedůvěřují.

Pro Annu není podnikání pouhým zaměstnáním, ale závazkem. „Jestliže do toho někdo nejde naplno, nemůžu to doporučit,“ říká. Podnikání je o odhodlání, adaptabilitě a neustálé snaze se zlepšovat a rozvíjet.

Annin příběh na pozadí genderové dynamiky, technologického pokroku a podstaty podnikání osvětluje cestu majitelky mikropodniku, která se rozhodla změnit svou komunitu k lepšímu.



strive



60\_\_dB

## Téma 2: Gender a mikro a malé podniky

Významnou pozornost věnoval Barometr 1 genderové problematice a to z dobrého důvodu. Odhaduje se, že podpora ekonomické emancipace žen by mohla obohatit globální ekonomiku do roku 2030 až o 10 bilionů dolarů (tj. přibližně 227,27 miliard českých korun).<sup>36</sup> Česko má také značný prostor pro pokrok, pokud jde o snižování rozdílů mezi muži a ženami. Česká republika se v Indexu rovnosti žen a mužů pro rok 2023 umístila na třetím místě od konce – na 25. místě a oproti roku 2022 si tak pohoršila o dvě místa. Hůře než Česká republika jsou na tom pouze Maďarsko a Rumunsko.<sup>37</sup>

Naše první zjištění z Barometru 1 ukazují na to, že podnikatelky musí čelit značným překážkám. Patří sem nejen menší sklon k zavádění technologií a důvěra v jejich používání, ale v neposlední řadě (stejně jako ve většině zemí světa) také nedostatečný přístup ke kapitálu. O třetinu více podniků vedených muži než podniků vedených ženami uvádí, že v předchozích 12 měsících využilo úvěr nebo půjčku. Mezi další přitěžující faktory patří společenské předsudky a očekávání kladená na podnikatelky v péči o domácnost a osoby blízké. Mnoho z podnikatelek uvádí, že postrádá víru ve své schopnosti, často ze strany mužských protějšků, a zároveň se snaží zachovat určitou rovnováhu mezi svými pracovními úkoly a očekáváními v rámci domácnosti a rodiny.

Tyto problémy dohromady vedly k tomu, že podnikatelky hlásí nižší úroveň finanční odolnosti a hospodářských výsledků podniku, přičemž u podniků vedených ženami je také dvakrát vyšší pravděpodobnost, že ohlásí významný pokles tržeb a úspor. Je zřejmé, že toto téma má mnoho rovin a v Barometru 2 se budeme dále zabývat jedinečnými překážkami, kterým musí čelit podniky vlastněné a vedené ženami v České republice.

### Genderové předsudky (opětovný pohled)

Koho jiného se zeptat na rozdíly mezi muži a ženami, pokud jde o vedení podniku než samotných podnikatelů a podnikatelek. V celé Evropě jsou ženy v podnikání zastoupeny v nedostatečné míře. V roce 2018 měly ženy v EU oproti mužům zhruba 60 % pravděpodobnost, že začnou samostatně podnikat, a tento rozdíl mezi pohlavími začíná již v mládí. U mladých žen (20-29 let) byla pravděpodobnost, že začnou samostatně podnikat, oproti mladým mužům rovněž zhruba 60 %. Od roku 2002 se sice rozdíl mezi pohlavími napříč všemi



věkovými kategoriemi mírně snížil, ale spíše v důsledku poklesu počtu samostatně podnikajících mužů než v důsledku růstu počtu samostatně podnikajících žen.<sup>38</sup> Rozdíly mezi muži a ženami v podnikání dále prohlubuje nedostatečné zastoupení žen ve vedoucích funkcích – jen jedna z deseti vedoucích pozic v České republice je obsazena ženou.<sup>39</sup>

To potvrzují i naše údaje, podle kterých v České republice každý třetí respondent (30 %) souhlasí s tím, že muži jsou oproti ženám zvýhodněni. Dopad genderových stereotypů na podnikatelky je dobře zdokumentován. 70 % podnikatelek uvádí, že stereotypy negativně ovlivnily jejich podnikatelskou činnost; 61 % zmiňuje dopad na rozvoj podnikání, 49 % pak dopad na ziskovost.<sup>40</sup> Podniky vedené ženami jsou často vnímány jako horší kvůli stereotypům, dle kterých je podnikání spojováno s mužskými charakteristikami.<sup>41</sup>

Naše údaje překvapivě ukázaly, že méně majitelek (21 %) než majitelů (36 %) firem si myslí, že jsou muži v podnikání zvýhodněni. To je vede k tomu, že profesní překážky považují za osobní nebo vsugerované, a ne za důsledek mužské převahy na pracovišti.<sup>42</sup> Proč některé podnikatelky ignorují nerovné podmínky, které uznávají i jejich mužské protějšky? To by mohlo být způsobeno mimořádně škodlivým dopadem genderových předsudků, když si je ženy nevědomky osvojí. Ženy se pak více zdráhají začít podnikat nebo se ucházet o vedoucí pozice kvůli nedostatku sebedůvěry, někdy jsou dokonce předpojaté vůči jiným ženám.<sup>43</sup>

<sup>36</sup> <https://www.gatesfoundation.org/ideas/articles/melinda-french-gates-how-leaders-boost-womens-economic-power>

<sup>37</sup> <https://eige.europa.eu/gender-equality-index/2023/country/CZ>

<sup>38</sup> <https://www.oecd.org/cfe/smes/inclusive-entrepreneurship/gender.htm>

<sup>39</sup> <https://www.mckinsey.com/cz/our-work/closing-the-gender-gap-in-the-czech-republic>

<sup>40</sup> <https://cherieblairfoundation.org/what-we-do/research/gender-stereotypes-report/>

<sup>41</sup> <https://www.insead.edu/news/insead-study-finds-how-women-entrepreneurs-can-overcome-gender-bias>

<sup>42</sup> <https://online.sbu.edu/news/gender-barriers-and-gender-bias-in-the-workplace>

<sup>43</sup> <https://www.forbes.com/sites/pragyaagarwaleurope/2018/12/17/here-is-how-unconscious-bias-holds-women-back>

Další rozdíly pozorujeme mezi regiony. 38 % respondentů z regionu Moravskoslezsko souhlasí s tím, že jsou muži při podnikání v České republice oproti ženám zvýhodněni, zatímco v regionu Střední Moravě sdílí toto přesvědčení pouze 23 % dotazovaných osob. To naznačuje, že některé regiony mohou nabízet příznivější podmínky pro podnikatelky než jiné.

Pokud jde o konkrétní nevýhody, kterým ženy čelí, téměř polovina respondentů (49 %) uvádí, že podle jejich názoru podniky vedené ženami vydělávají méně než podniky vedené muži. Pokud nedojde ke změně současných trendů, budou mít ženy v České republice rovný příjem až v roce 2121.<sup>44</sup>

Podniky vedené ženami navíc častěji uvádějí diskriminaci v práci a nedostatek finanční podpory.

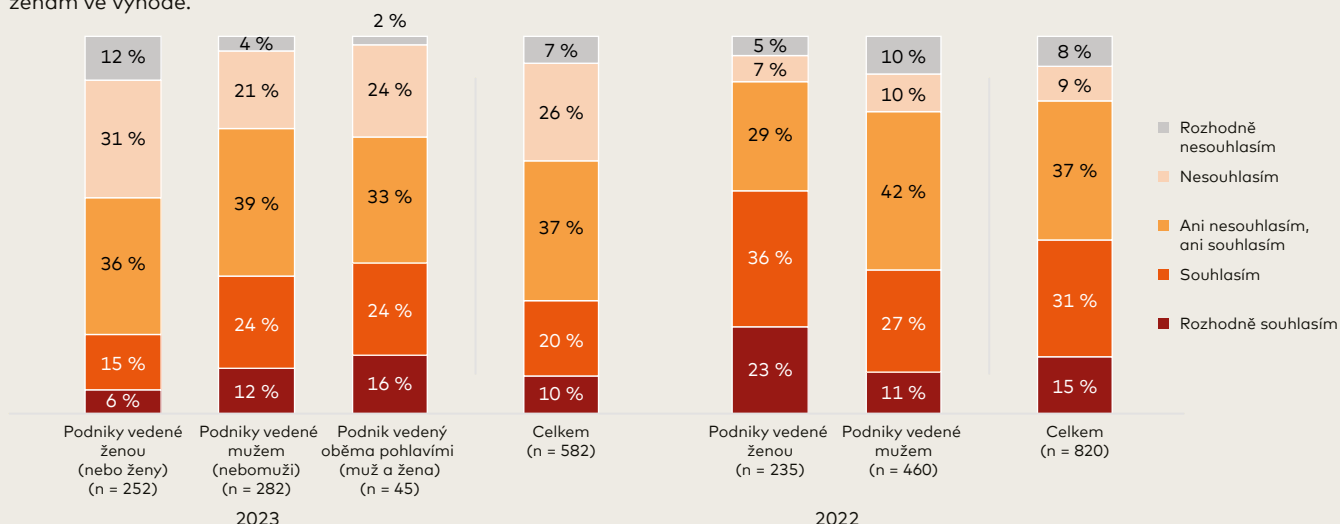


*Protože stále existuje mnoho mužů a možná i žen, kteří podnikají, ale nedůvěřují ženám. Myslí si, že se ženy řídí pouze emocemi. Myslí si, že ženy něco slíbí, ale nedokážou to dodržet. S těmito předsudky nesouhlasím, ale myslím, že v podnikání stále přetrvávají.*

Mikropodnik, Finance a pojištění, Muž, 69

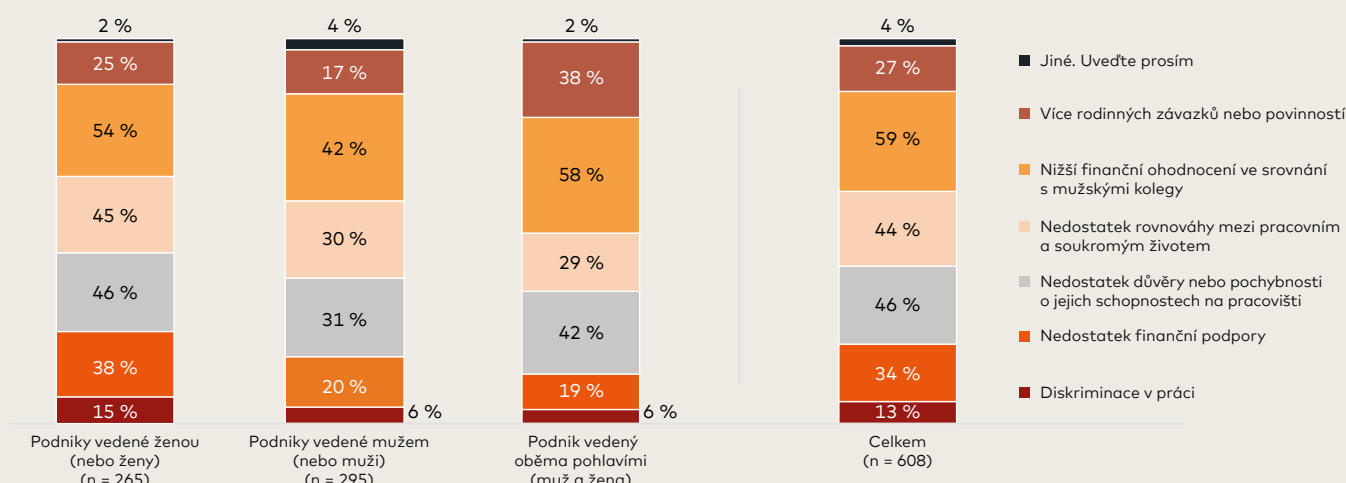
**Obr. 24: Výhoda v podnikání**

O: Do jaké míry souhlasíte nebo nesouhlasíte s následujícím tvrzením: Mám za to, že muži jsou v ČR v podnikání oproti ženám ve výhodě.



**Obr. 25: Problémy, kterým čelí podniky řízené ženami**

O: Můžete uvést, s jakými potížemi se potýkají ženy ve vedení podniků?



<sup>44</sup> <https://www.etic.org/en/pressrelease/eu-gender-pay-gap-wont-end-until-2104-without-action>



## Společnost to ženám neusnadňuje

V náročném světě podnikání bychom mohli doufat v to, že stejně jako mnoho jiných podnikatelů, naleznou i majitelky podniků podporu u své rodiny. Bohužel tomu tak není vždy. Naše údaje ukázaly, že zatímco tři pětiny podnikatelů a podnikatelek přiznávají, že jejich rodina podporuje jejich podnikání, ženy to uvádějí v daleko menší míře než muži, konkrétně ve 22 % případech.

S tím souvisí i to, že pokud se podniky dědí z generace na generaci, je podle všeho s ohledem na společenské předsudky méně pravděpodobné, že jejich vedením budou pověřeny ženy. Z rodinných podniků je pouze 34 % řízeno ženami oproti 40 %, které jsou vedeny muži.

Navíc platí, že podnikatelky (70 %) častěji než jejich mužští kolegové (56 %) uvádějí, že musí sladit podnikání se svým osobním životem. Externí data ukazují na to, že i když se české ženy po rodičovské dovolené vrátí ke své práci, věnují domácím pracím a péči o děti až dvakrát více času než muži – jedná se o 5 až 6 hodin denně.<sup>45</sup> Tento problém dále zhoršují strukturální faktory, jako je rozdílná dostupnost předškolní péče o děti, kdy zejména v městských oblastech, jako je Praha, je omezený počet míst v mateřských školách. To vše naznačuje, že dvojitá zátěž spojená s očekáváním na zvládnání pracovních a domácích povinností omezuje možnosti podnikatelek v porovnání s jejich mužskými protějšky.

“

*Protože muži musí jen pracovat. Málokdy se starají o domácnost a děti. Ženy se vracejí domů a tam na ně čeká další práce. Na muže ne.*

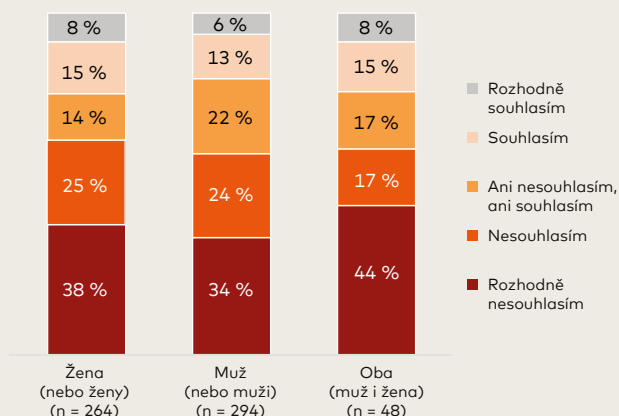
Samostatná podnikatelka, Služby (např. poradenství, ICT), Žena, 52 let

## Majitelky mikro a malých podniků jsou dostatečně silné, aby to zvládly samy

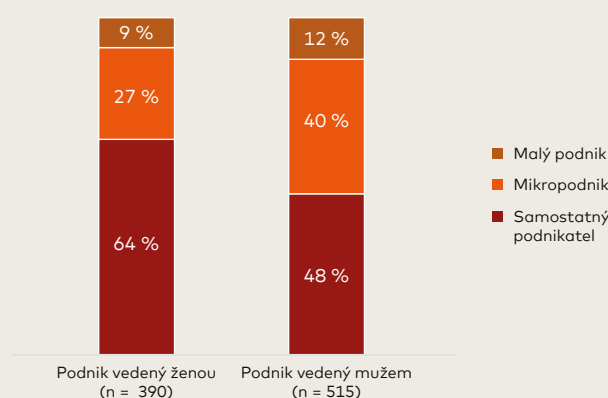
Majitelky firem jsou naštěstí houževnaté a odolné. Ať už vzhledem k okolnostem nebo proto, že mají kuráž, mají podniky vedené ženami ve významně větším počtu případů podobu samostatného podnikání (64 %), než je tomu u podniků vedených muži (48 %). To je v souladu s výzkumem Global Entrepreneurship Monitor, který zjistil, že v celosvětovém měřítku budou ženy oproti mužům podnikat samostatně s o 50 % vyšší pravděpodobností, přičemž jedna z nejvyšších měř samostatného podnikání u žen byla zjištěna v Evropě.<sup>46</sup> To s sebou sice nese tlak, riziko a nižší finanční odolnost, na druhou stranu se ale zdá, že to ženám dává větší volnost. Obecně pozorujeme, že majitelé a majitelky větších a rodinných podniků uvádějí, že jsou více omezeni ve své svobodě rozhodování – a tomu se zřejmě není co divit, když si uvědomíme, že v rozvíjejícím se podniku bývají rozhodovací pravomoci rozděleny mezi více osob.

Obr. 26: Podpora rodiny

O: Reagujte prosím na následující výrok - Moje rodina nepodporuje mé podnikání



Obr. 27: Rozdělení podle velikosti podniku a pohlaví

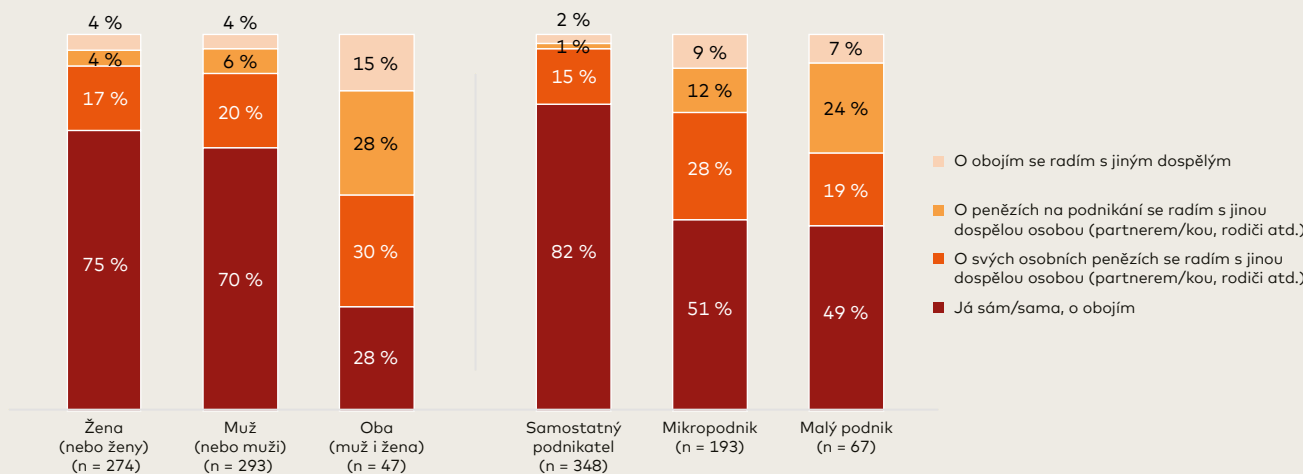


<sup>45</sup> <https://ferovadomocnost.cz/problem>

<sup>46</sup> <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>

**Obr. 28: Volnost při rozhodování o financích v podnikání a osobním životě**

O: Kdo rozhoduje o vašich obchodních a osobních financích?



## Ženy začínají podnikat později

Ženy mají také sklon začínat podnikat v o něco vyšším věku než muži. V naší studii byla téměř polovina podniků řízených ženami (45 %) založena ve věku 31 až 45 let jejich majitelky, zatímco polovina podniků vedených muži vznikla ve věku 21 až 30 let jejich majitele. Průměrná česká podnikatelka začíná podnikat ve 32 letech, což je o 2 roky později než její mužský protějšek. To nemusí být nutně špatně, protože některé studie ukázaly, že pokročilejší věk je pro úspěch příznivější, přičemž 45 let je pro úspěšné zakladatele/zakladatelky firem „ideálním věkem“, protože mají více zkušeností ve svém oboru.<sup>47</sup> Mladší podnikatelé/podnikatelky se zase hlásí k lepšímu přístupu k digitalizaci a jejímu využití<sup>48</sup>, zatímco pro starší podnikající ženy a muže může být náročnější využít výhody technologií ve svém podnikání.

Tyto údaje vyvolávají otázku, proč více žen nezačíná podnikat v nižším věku. Analýza Global Entrepreneurship Monitor předpokládá, že podnikání lidí ve vyšším věku v Evropě lze vysvětlit faktory, jako je dobrý zdravotní stav, pozdější (a pozvolnější) odchod do důchodu a potřeba generovat příjem v pozdějším věku. Vyplácení rodičovského příspěvku, k němuž v České republice často dochází do 3 nebo 4 let věku dítěte, pomáhá udržovat zaseté genderové stereotypy mužechlebodárce a matky-pečovatelky. Jedním z důvodů, proč by mohlo více žen ve vyšším věku začít podnikat, je to, že se jim zdá příliš náročné skloubit péči o děti a kariéru. Návrat do pracovního procesu je pro ně časově i společensky jednodušší ve chvíli, kdy mohou jejich děti navštěvovat vzdělávací instituce.

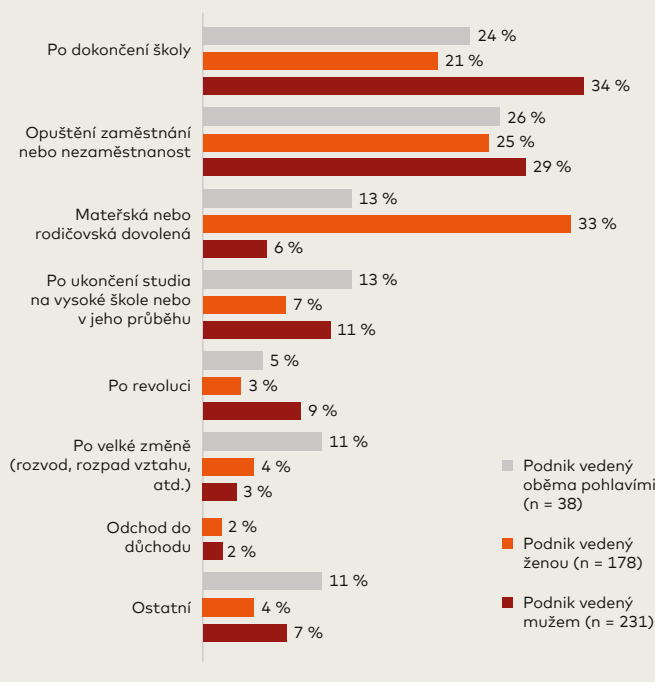
Studie mezi mladými studentkami mezitím ukázala, že 73 % mladých žen uvádí jako demotivující faktor pro zahájení

podnikání strach z neúspěchu, 64 % dotazovaných pak uvádí, že neví, jak financovat počáteční náklady.<sup>49</sup> Mladým ženám mohou bránit také faktory, jako je nedostatečné sebevědomí a nedostatek pozitivních vzorů<sup>50</sup>, o to více je potřeba vytvořit cílenou podporu zaměřenou na mladé podnikatelky.

**Obr. 29: Životní období, ve kterém vlastníci mikro a malých podniků začínají podnikat.**

O: V jakém životním období jste začal/začala podnikat?

Otevřená otázka s kódy 60 Decibels



<sup>47</sup> <https://hbr.org/2018/07/research-the-average-age-of-a-successful-startup-founder-is-45>

<sup>48</sup> <https://intapi.sciendo.com/pdf/10.2478/picbe-2023-0085>

<sup>49</sup> <https://www.forbes.com/sites/biancabarratt/2019/03/27/advice-for-young-women-dont-let-fear-prevent-you-from-starting-your-own-business/>

<sup>50</sup> <https://www.youthbusiness.org/resource/women-face-gender-specific-barriers-to-entrepreneurship>



strive



60\_\_dB

## K podnikání ženy dovádí nutnost

Ženy často vysvětlují své rozhodnutí začít podnikat nedostatkem alternativ. Ačkoliv to samo o sobě není velké číslo, dvakrát více podniků vedených ženami (8 %) přisuzuje své rozhodnutí začít podnikat vnějšímu tlaku nebo omezením v porovnání s podniky vedenými muži (4 %). Téměř 25 % žen začalo podnikat během mateřské a rodičovské dovolené a uvedlo, že jejich rozhodnutí ovlivnila očekávání se sladěním práce a péče o děti. Oproti tomu 30 % mužů uvádí, že začalo podnikat během studia nebo hned po něm a aktivně upřednostnilo podnikání před zaměstnáním.

Dalšími příklady těchto vnějších omezení mohou být předsudky vůči ženám při přijímání do zaměstnání, které omezují počet dostupných atraktivních pracovních příležitostí. Z výzkumu vyplývá, že celosvětově je poměr žen a mužů, kteří začínají podnikat z důvodu nedostatku pracovních příležitostí: 1,08 ženy na 1,0 muže, přičemž 72,9 % žen uvádí nedostatek pracovních příležitostí jako základní důvod k zahájení podnikání, oproti 67,2 % mužů.<sup>51</sup> Mezi další faktory patří potřeba flexibility při sladění pečovatelských povinností a také rozdíl v odměňování žen a mužů na pracovištích.<sup>52</sup>

### Obr. 30: Požadovaná podpora podle pohlaví vlastníka

O: Na stupnici od 1 do 5, kde 1 znamená, že vůbec nejsou důležité, a 5 znamená, že jsou velmi důležité, jak důležité jsou pro růst vašeho podnikání v příštích 12 měsících následující možnosti?

	Žena (n = 249)	Muž (n = 284)	Oba (n = 48)	Celkem (n = 560)
Ceny a dostupnost energií, surovin a materiálů	33%	36%	57%	36%
Kvalifikovaná pracovní síla	35%	29%	32%	32%
Podpůrné skupiny a sítě	8%	21%	9%	14%
Technologie	35%	19%	34%	28%
Nové školení nebo inkubátor	13%	16%	14%	15%
Další (nové) regulace	7%	6%	9%	7%
Omezení regulací	8%	5%	11%	7%
Finanční služby (půjčky, úvěry atd.)	0%	0%	0%	0%
Jiné	2%	5%	5%	16%
Nevím nebo nedokážu říct	16%	17%	11%	4%

V roce 2019 pobíraly ženy v České republice v průměru o 19 % nižší mzdu než jejich mužské protějšky.<sup>53</sup>

### Podpora podniků vedených ženami v České republice

Podniky vedené ženami vyžadují podporu, přičemž nejčastěji potřebují tu finanční. To odpovídá obtížím, s nimiž se podnikatelky potýkají při získávání klíčového kapitálu nebo dalšího financování, a to kvůli faktorům, jako je nedostatek záruk a společenské předsudky ve finančním odvětví. Jak jsme zjistili v Barometru 1, je mezi podniky vedenými muži, kteří uvedli, že v předchozích 12 měsících využili úvěr nebo půjčku, a podniky vedenými ženami rozdíl pět procentních bodů. Řešení odlišností mezi muži a ženami v přístupu k financování by mohlo být přínosné jak pro zaměstnance, tak pro komunitu. Analýza Evropské investiční banky (European Investment Bank, EIB) ukazuje, že podniky vedené ženami dosahují vyššího hodnocení ESG<sup>54</sup> a častěji podporují své zaměstnance možnostmi školení a zvyšování kvalifikace.<sup>55</sup> Aby instituce pomohly podnikatelkám, měly by se postarat o odstranění diskriminace na základě pohlaví při poskytování úvěrů.

Druhá nejvýše uváděná oblast potřeb, školení, ukazuje na problémy, se kterými se podnikatelky potýkají, pokud jde o možnosti zvyšování kvalifikace, zejména v digitální oblasti. Údaje z Barometru 1 ukázaly, že podniky vedené muži používají tři a více technologií, zatímco podniky vedené ženami využívají spíše dvě nebo méně technologií. Zdá se, že podle pohlaví se liší také typy používaných technologií. Z výzkumu vyplývá, že podniky vlastněné ženami (74 %) používají sociální média častěji než muži (66 %).<sup>56</sup>

“

*Podnikat jsem začala ve 43 letech, když už byla dcera starší a já měla na podnikání více času.*

**Samostatný podnikatel, Finance a pojištění, Žena, 55-64 let**

“

*Když jsem byla na mateřské dovolené a řešila jsem, co budu dělat a jak se postarat o potřeby dětí (odvést je a přivést do školky, zajít s nimi k lékaři, ...), abych byla více pánem svého času.*

**Mikropodnik, Velkoobchod nebo maloobchod, Žena, 35-44 let**

<sup>51</sup> <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>

<sup>52</sup> <https://www.forbes.com/sites/carolinecastrillon/2019/02/04/why-more-women-are-turning-to-entrepreneurship/>

<sup>53</sup> <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1331677X.2023.2263510>

<sup>54</sup> Environmental, Social and Corporate Governance (ESG) je hodnocení kolektivní odpovědnosti firmy v oblasti sociálních a environmentálních faktorů.

<sup>55</sup> [https://www.eib.org/attachments/lucalli/support\\_for\\_female\\_entrepreneurs\\_en.pdf](https://www.eib.org/attachments/lucalli/support_for_female_entrepreneurs_en.pdf)

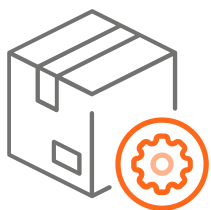
<sup>56</sup> <https://clutch.co/resources/how-small-businesses-use-social-media-in-2018>



strive



60\_\_dB



## Případová studie pro technologii: Cesta Leny v digitálním věku

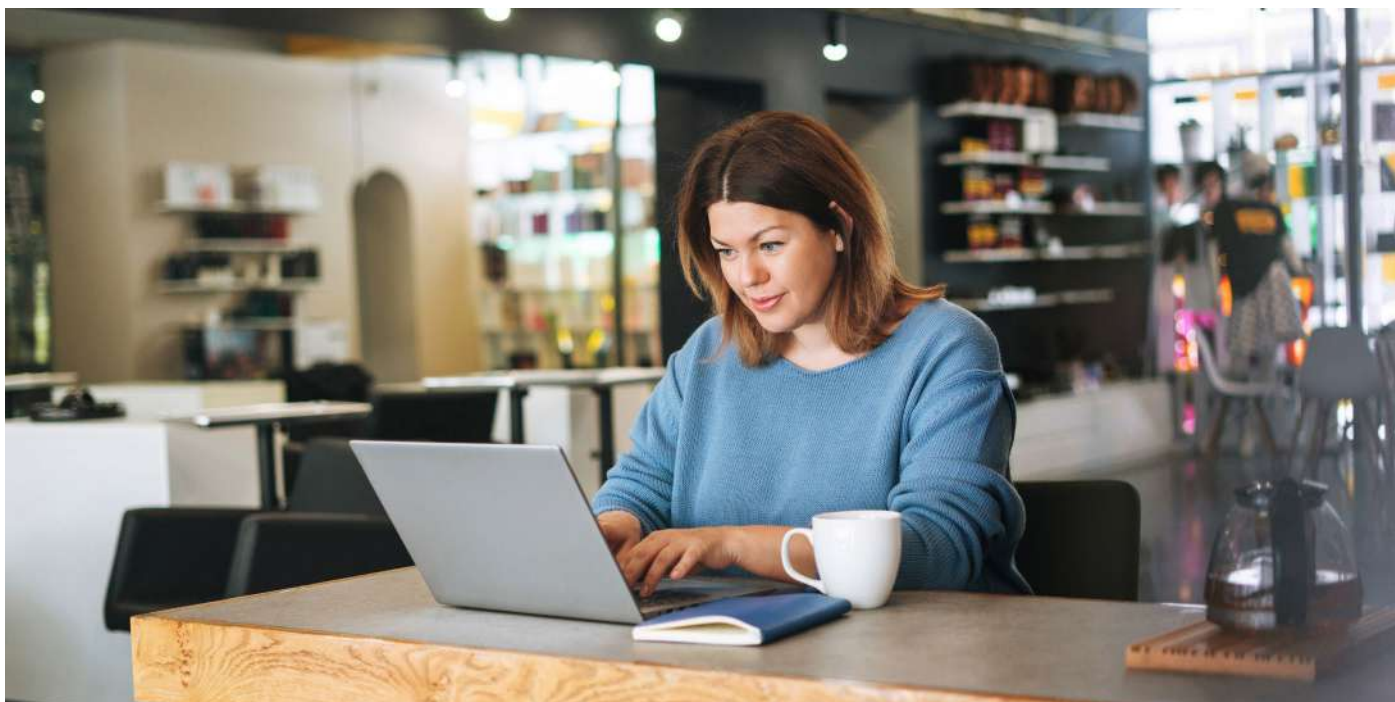
Lena, 31letá podnikatelka, je majitelkou prosperující dopravní a logistické firmy v České republice. S týmem 10 až 49 motivovaných zaměstnanců si její malý, ale vlivný podnik vydobyl své místo v sektoru B2C (business-to-consumer) a stará se o to, aby se zboží rychle a bezpečně dostalo na místo určení. Zatímco mnoho podniků v jejím oboru se dědí z generace na generaci, Lenin podnik je nezávislým podnikem, který není svázán rodinnými závazky.

Stejně jako v každém moderním podniku hrají i v činnosti Leniny společnosti klíčovou roli technologie. Digitální nástroje jsou základem pro zajištění bezproblémového průběhu práce – od řízení zásob až po sledování zásilek. Toto spoléhání se na technologie se však neobejde bez výhrad z její strany. „Vždycky mám trochu obavy, když jde o technologie,“ přiznává Lena. „Neopouští mě strach z toho, že se něco pokazí, zejména pokud jde o zabezpečení dat.“ Tyto obavy nevyplývají z nedůvěry k inovacím, ale ze skutečnosti, že v dnešní digitální době je v sázce mnoho.

Navzdory těmto problémům Lena podnikatelskou činnost neochvějně obhájí. Je přesvědčena, že vlastnictví podniku jí dává jedinečnou možnost přímo ovlivnit pozitivní změny v komunitě. „Naše podnikání není jen o zisku,“ vysvětluje. „Kdykoliv dosáhneme dobrých výsledků, postaráme se o to, abychom se o náš prospěch rozdělili s ostatními a podpořili tak cyklus růstu a naše dobré jméno v naší komunitě.“

I když Lena zvládá všechny nástrahy podnikání, přiznává, že tato cesta není prostá společenských předsudků. „V České republice panuje základní stereotyp,“ přemýšlí. „Muži jsou často vnímáni jako lovci – agresivní podnikavci, zatímco ženy jako sběračky, které jsou ve svém přístupu pasivnější.“ Tento pohled podle ní někdy dává mužům v obchodní sféře nespravedlivou výhodu.

Svým nezlomným duchem a odhodláním k prvotřídním výsledkům je však Lena příkladem překonávání bariér a nové definice úspěchu. Její příběh je plný inspirace a zdůrazňuje, že s nadšením, houževnatostí a trochou vynalézavosti je možné se vypořádat s překážkami, efektivně využívat technologie a trvale ovlivňovat dění v komunitě.



strive



care®



60\_\_dB



# Téma 3: Mikro a malé podniky – jak je vnímá jejich okolí a jaký je jejich pohled

V minulém Barometru jsme zjistili, že hospodářské výsledky českých mikro a malých podniků byly smíšené. Dva z pěti podniků hlásily zvýšení tržeb, přičemž čtvrtina z nich vykázala výrazný nárůst. Třetina podniků však zaznamenala pokles příjmů. Mezi samostatně podnikajícími osobami a malými podniky byl přítom znatelný rozdíl: zvýšené příjmy vykázalo 27 % samostatně podnikajících, zatímco u malých podniků to bylo 52 %. Navzdory těmto kolísavým ekonomickým výhledům jsme zjistili, že české mikro a malé podniky zůstávají optimistické a téměř třetina z nich očekává v příštích 12 měsících mírný růst. Chtěli jsme lépe pochopit, co motivuje malé podnikatele k vytrvalosti a jaké nastavení myslí jim pomáhá dosáhnout úspěchu.

V této zprávě navazujeme na loňská zjištění a zkoumáme postoje, které přispívají k úspěchu mikro a malých podniků v České republice. Jde o celou škálu faktorů, od přesvědčení a přístupů majitelů a majitelek mikro a malých podniků k jejich zkušenostem z podnikání a potřebám podpory až po to, jak široká veřejnost vnímá podnikatele a jak jim důvěřuje. Důvěra je mocná síla, která má zásadní význam pro koncept sociálního kapitálu, jak ho vnímá politolog Roberta D. Putnam<sup>57</sup> – když si lidé vzájemně důvěřují, prohlubuje to jejich schopnost spolupracovat a navzájem se podporovat při řešení problémů. Důvěra je také základem podnikání. Všechny obchodní transakce obsahují prvek důvěry a všechny společnosti jsou závislé na důvěře, kterou do nich vkládají jednotlivé zainteresované strany. V celé naší analýze se zaměřujeme na identifikaci kritických sítí důvěry v rámci komunit, které podporují mikro a malé podniky a umožňují jim uspět.



## Čeští vlastníci mikro a malých podniků by podnikání nedoporučili

Přestože jsou malé podniky důležité, nemají to vždy snadné – to je patrné i z opatrnosti českých majitelů a majitelek mikro a malých podniků při doporučování vlastní podnikatelské cesty. Pouze 21 % podnikatelů by doporučilo podnikání svým přátelům nebo rodinným příslušníkům. 44 % dotázaných ze segmentu mikro a malých podniků uvádí, že podnikání nedoporučuje, 35 % na to nemá jasný názor.

Z regionálního hlediska vykazují nejmenší nadšení z výsledků své práce podniky z regionů Střední Morava a Moravskoslezsko se skóre NPS (Net Promoter Score) -45, resp. -44.<sup>58</sup> Region Jihozápad se může pochlubit nejvyšším skóre NPS -5, což ukazuje na relativně vyšší pravděpodobnost doporučení provozování malého podniku jako zdroje obživy.

29 % odpůrců uvádí nestabilitu a nedostatek finančních úspěchů jako důvod, proč nedoporučují vlastnictví mikro nebo malého podniku. Kromě Česka je to celosvětový fenomén, kterému čelí mikro a malé podniky – studie Světového ekonomického fóra zjistila, že 43,8 % podnikatelů uvádí jako hlavní problém přežití a další rozvoj.<sup>59</sup> Mezi dvě klíčové oblasti podpory, které jsou pro komunitu mikro a malých podniků zcela zásadní, patří finanční pomoc a zdroje na podporu stability, a to jako protíváha nejistému charakteru podnikání.

Nemůže nás tak překvapit, že očekávaný růst je nízký, pouze 33 % mikro a malých podniků věří, že mají tyto podniky potenciál k dlouhodobému růstu. To je o něco méně než 39 % podnikatelů, kteří v Barometru 1 očekávaly růst; pravděpodobně je to důsledek zvýšených tlaků na makroekonomické prostředí v roce 2023. V rámci těchto podniků vede v důvěře region Jihozápad, kde 52 % respondentů optimisticky věří v dlouhodobý úspěch svého podnikání. Poměrně nižší důvěru naopak vyjadřují regiony Moravskoslezsko, Střední Morava a Severovýchod, kde úspěch svých podniků předpovídá méně než třetina respondentů.

Regionální rozdíly ve vnímání udržitelnosti podnikání nepřekvapují, protože rychlý hospodářský růst v Praze v letech 2000–2018 měl za následek vytvoření regionálních rozdílů v HDP na obyvatele.<sup>60</sup> Moravskoslezsko, Střední Morava a Severovýchod republiky se v průběhu historie setkávaly s řadou problémů. V roce 2019 patřily mezi čtyři nejhorší regiony v České republice, pokud jde o HDP na obyvatele

<sup>57</sup> [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-531-92646-9\\_3](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-531-92646-9_3)

<sup>58</sup> Připomeňme, že NPS je oblíbeným nástrojem pro průzkum trhu, který se ptá respondentů na to, s jakou pravděpodobností by doporučili společnost, produkt nebo službu svým přátelům nebo kolegům, a to na stupnici od 0 do 10. Samotné skóre se vypočítá odečtením podílu „optimistů“ s hodnocením 9 nebo 10 od „pesimistů“ s hodnocením 6 anebo méně. Do výpočtu nejsou zahrnuti „nerozhodnutí“ s hodnocením 7 nebo 8.

<sup>59</sup> <https://www.weforum.org/press/2021/11/small-businesses-adapting-to-rapidly-changing-economic-landscape-study-finds/>

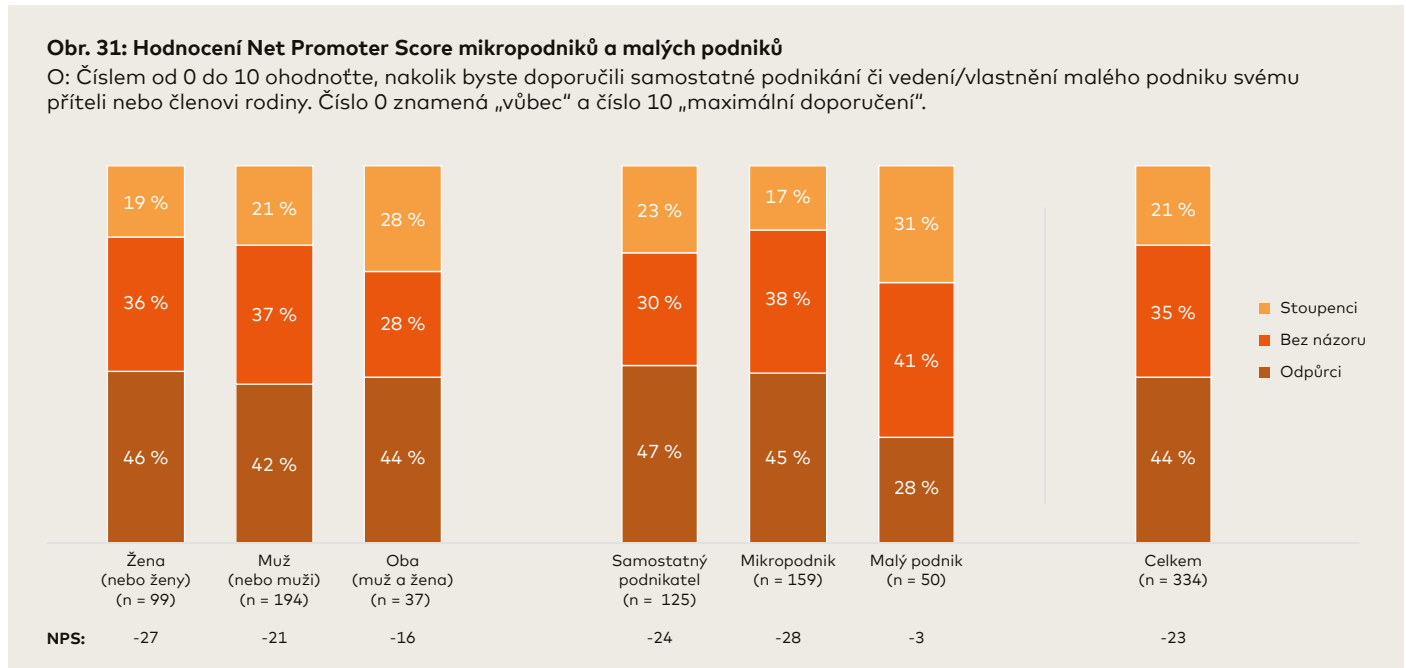
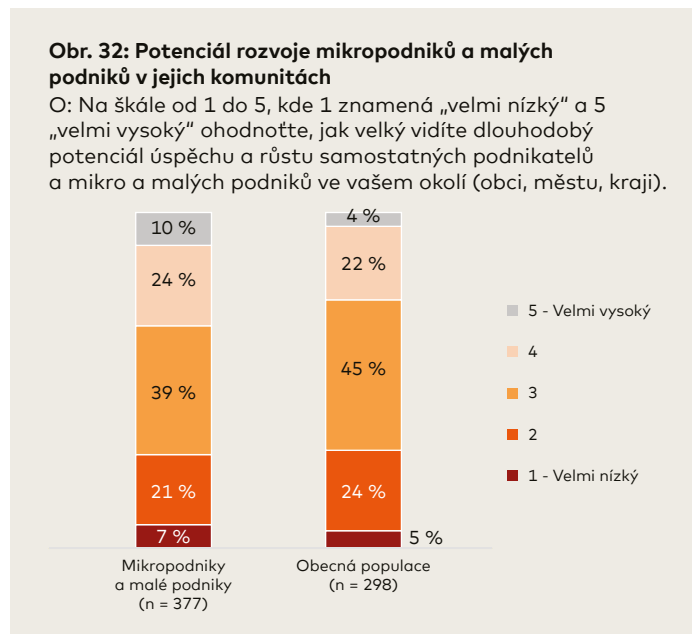
<sup>60</sup> <https://web.archive.org/2016-06-10/405520-hows-life-country-facts-czech-republic.pdf>

a produktivitu na zaměstnance<sup>61</sup>, což vysvětluje nízkou úroveň důvěry v těchto oblastech.

Navzdory problémům spojeným s vlastnictvím podniku uvádí ohromných 85 % podnikatelů jako pozitivní stránku vlastnictví podniku výhody v podobě svobody a nezávislosti. To ukazuje na to, že mnoho podnikajících je k podnikání motivováno osobními důvody a také nefinančním prospěchem z podnikání, jako jsou autonomie a možnost lépe rozhodovat o vlastním životě. Vlastnictví mikro a malých podniků není pro každého a není ani pro slabé povahy. Na druhou stranu však podnikání přináší také zadostiučinění.

**Vybrané ukazatele na regionální úrovni**

NUTS 2 Region	HDP na obyvatele (PPS)	Produktivita (HDP v PPS na zaměstnanou osobu)	Růst HDP	Růst HDP na obyvatele
	EU27 = 100, 2019	EU27 = 100, 2018	Prům. % změna na předchozí rok, 2010-2019	Prům. % změna na předchozí rok, 2010-2019
Evropská unie	100	100	1.57	1.39
Česká republika	93	85	2.47	2.30
Praha	205	131	3.07	2.62
Střední Čechy	83	84	3.31	2.39
Jihozápad	78	75	2.11	1.95
Severozápad	64	64	0.49	0.66
Severovýchod	76	74	2.65	2.57
Jihovýchod	83	77	2.35	2.13
Střední Morava	75	70	2.57	2.63
Moravskoslezsko	74	74	1.70	1.99



<sup>61</sup> [https://www.vlada.cz/assets/evropske-zalezitosti/aktualne/2022-european-semester-country-report-czechia\\_en\\_2.pdf](https://www.vlada.cz/assets/evropske-zalezitosti/aktualne/2022-european-semester-country-report-czechia_en_2.pdf)



## Porozumění výzvam

Finanční omezení společně s dodržováním právních předpisů a byrokratickou zátěží patřily mezi hlavní problémy, které uváděly mikro a malé podniky ve svých odpovědích na otázky ohledně překážek, kterým musí čelit. Navzdory snahám státu o její snížení, představuje administrativní zátěž (dokumentace apod.) v českém podnikatelském prostředí dlouhodobý problém, přičemž studie Ministerstva průmyslu a obchodu ČR z roku 2022 vyčíslila náklady podnikatelů na administrativu na zhruba 48 miliard Kč.<sup>62</sup> Tato zátěž má neúměrný dopad na mikro a malé podniky s omezenými zdroji: čtyři pětiny našich respondentů uvedly, že čelí větším administrativním problémům než jejich větší protějšky. Podle zprávy Bureaucracy Index strávila malá firma v roce 2018 v průměru 9,71 dne ročně papírováním.<sup>63</sup>

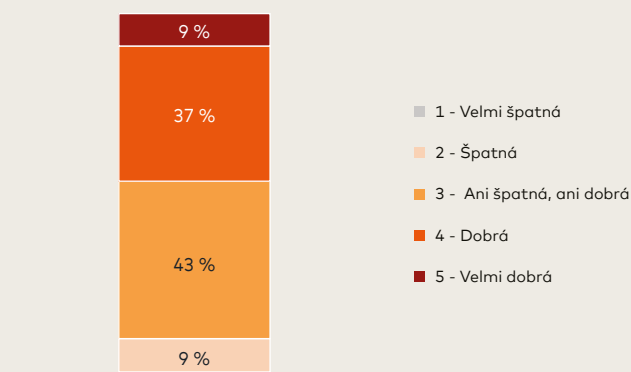
České mikro a malé podniky si musí prosperitu tvrdě vybojovat. 45 % podniků označilo svou finanční stabilitu a prosperitu za „dobrou“, což odráží střední až nízkou míru důvěry ve finanční zdraví mikro a malých podniků. Velikost podniku zde přitom hraje roli. Majitelé a majitelky malých podniků častěji označovali svou finanční stabilitu a prosperitu za „velmi dobrou“ oproti samostatně podnikajícím osobám a vlastníkům mikropodniků. Větší podniky si pravděpodobně vedou lépe, protože díky své velikosti dosahují úspor z rozsahu, což je chrání před problémy na nákladové straně.

Na finanční stabilitu mají vliv také genderové aspekty. Dobrou finanční stabilitu uvádí 42 % podniků vedených ženami oproti 47 % podniků vedených muži. Tento rozdíl byl patrný také u podniků, které hlásily špatnou finanční

stabilitu, konkrétně to bylo 15 % podniků vedených ženami a jen 9 % u jejich mužských protějšků. Dalším faktorem, který má vliv na stabilitu, je skutečnost, že velkou část podniků vedených ženami představují samostatné podnikatelky, což finanční rizika a obtíže dále prohlubuje. Ačkoliv se problémy týkají všech podniků, podnikatelky v České republice potřebují zvláštní podporu.

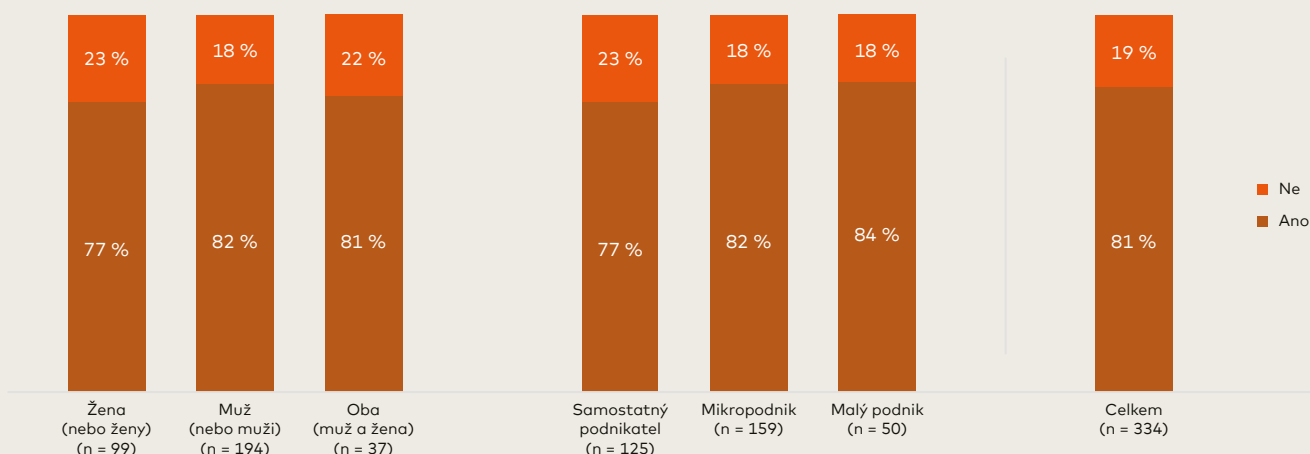
**Obr. 34: Finanční stabilita a prosperita**

O: Jak byste popsali svou finanční stabilitu a sílu?  
(n = 610)



**Obr. 33: Překážky spojené s vlastnictvím/řízením mikropodniků a malých podniků**

O: Musel/a jste někdy čelit výzvam či překážkám, které přinášejí samostatné podnikání či vedení nebo vlastnictví mikro nebo malého podniku a o kterých si myslíte, že se u velkých podniků nevyskytují



<sup>62</sup> <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/regulace-podnikani-a-snizovani-administrativni-zateze/snizovani-administrativni-zateze-podnikatelu/vysledky-premereni-zateze-podnikatelu-za-rok-2022--275161/>

<sup>63</sup> <https://4liberty.eu/review-10-government-strategy-to-reduce-administrative-burden-case-of-the-czech-republic/>

## Přístup k podpoře

Mikro a malé podniky nám sdělily, s jakými problémy se potýkají. Jakou podporu dle svého názoru potřebují k růstu? Naši respondenti uvedli jako nejpalčivější problém ceny a dostupnosti energií, komodit a materiálů, 36 % z nich to považuje za významný faktor, který ovlivní jejich růst v dalších 12 měsících. Vzhledem k prudkému nárůstu cen vlivem ruské agrese a zahájení války v Ukrajině a v důsledku krizí v dodavatelském řetězci souvisejících s pandemií COVID-19 to není žádné překvapení.

Potřeba finanční podpory se pochopitelně ukázala jako nejzásadnější u 47 % podniků. Není však jasné, zda k ní mají mikro a malé podniky snadný přístup. Naše údaje ukázaly, že pro třetinu mikro a malých podniků (33 %) není proces přístupu k finančním zdrojům, jako jsou úvěry nebo půjčky, ani obtížný, ani snadný. Tato situace by mohla odrážet úvěrové prostředí, které je předvídatelné, ale přesto představuje pro tyto malé podniky specifické překážky. Stabilní finanční systém na jedné straně umožňuje malým podnikatelům pochopit, co je potřeba k tomu, aby získaly úvěr. Překážky, jako jsou přísná kritéria pro

jejich poskytování, špatná úvěrová historie nebo nedostatečné zajištění<sup>64</sup>, však mohou mikro a malým podnikům ztížit přístup k finančním zdrojům. Jak uvádí OECD, finanční instituce v České republice jsou méně ochotné poskytovat financování malým podnikům v jejich rané fázi rozvoje (např. před a během první žádosti o financování), protože je považují za vysoce rizikové.<sup>65</sup> Mikro a malé podniky mohou váhat s přístupem k půjčkám kvůli obavám, že je nedokážou splácet.

Postoje k finanční podpoře nebyly v jednotlivých regionech shodné. Respondenti z Prahy se ve srovnání s ostatními regiony v menší míře zajímali o přístup k finančním zdrojům (34 % uvedlo, že „nemá zájem“), pravděpodobně proto, že Praha je nejbohatším místem v České republice. Největší zájem projevil respondenti z regionu Střední Moravy, což odráží nedostatečnou rozvinutost Střední Moravy jako regionu<sup>66</sup> (jen 21 % podniků zde uvedlo, že „nemá zájem“).

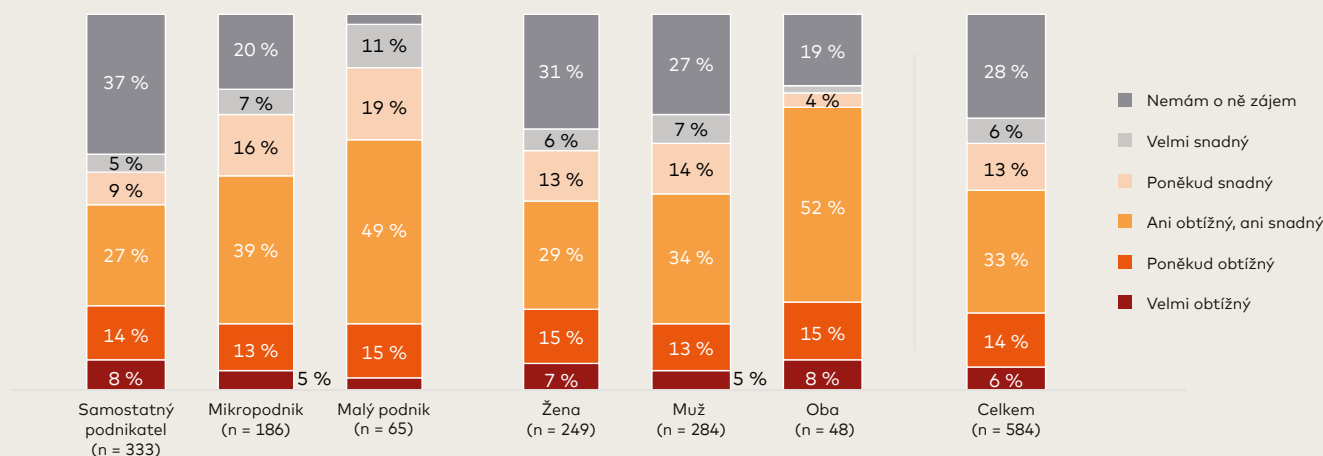
Zajímavé je, že 28 % mikro a malých podniků nestálo o přístup k finančním zdrojům. Tento postoj převládá zejména mezi samostatnými podnikateli (37 %), zatímco u mikropodniků

Obr. 35: 3 nejdůležitější věci, díky kterým bude vaše firma v následujících 12 měsících růst

	Podnik vedený mužem (n = 273)	Podnik vedený ženou (n = 239)	Podnik vedený oběma pohlavími (n = 44)	Samostatný podnikatel (n = 249)	Mikropodnik (n = 166)	Malý podnik (n = 55)
1	Technologie (35%)	Ceny a dostupnost energií/surovin/materiálů (37%)	Ceny a dostupnost energií/surovin/materiálů (57%)	Ceny a dostupnost energií/surovin/materiálů (37%)	Ceny a dostupnost energií/surovin/materiálů (54%)	Kvalifikovaná pracovní síla (58%)
2	Kvalifikovaná pracovní síla (35%)	Kvalifikovaná pracovní síla (29%)	Technologie (34%)	Technologie (31%)	Kvalifikovaná pracovní síla (51%)	Technologie (40%)
3	Ceny a dostupnost energií/surovin/materiálů (33%)	Podpůrné skupiny/sítě (21%)	Kvalifikovaná pracovní síla (32%)	Kvalifikovaná pracovní síla (25%)	Technologie (35%)	Ceny a dostupnost energií/surovin/materiálů (31%)

Obr. 36: Přístup k finančním zdrojům

O: Jak snadný nebo obtížný přístup má váš podnik k finančním zdrojům (např. úvěr, půjčka)?



<sup>64</sup> V podobě ručení nebo zástavy.

<sup>65</sup> <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/6a100d63-en/index.html?itemId=/content/component/6a100d63-en>

<sup>66</sup> <https://www.fomoso.org/eu-foerderpolitik-in-moso/eu-funds-in-czech-republic-central-moravia-region/>

to bylo 20 % a u malých podniků jen 3 %. To může naznačovat nedostatek možností vhodných pro specifické potřeby samostatných podnikatelů, jejich nižší ochotu riskovat nebo prostě jen upřednostňování financování z vlastních zdrojů. Dalším rozměrem je skutečnost, že většinu samostatně podnikajících v České republice tvoří ženy. Studie ukázaly, že podnikatelky nemají o financování tak velký zájem jako jejich mužské protějšky, protože očekávají, že proces financování pro ně bude představovat mimořádnou zátěž, a mají nižší důvěru ve své finanční schopnosti.<sup>67</sup> Naše údaje skutečně ukázaly, že o 4 % více podniků vedených ženami mělo ztížený přístup k úvěrům nebo financování než jejich mužské protějšky – je to malý, přesto však významný rozdíl. Je třeba podpořit vytvoření možností finanční podpory, které by vyhovovaly potřebám podnikatelek, a zvýšit finanční gramotnost. Jak ukazují data OECD, v České republice téměř neexistují možnosti financování, jako jsou granty nebo úvěry, které by byly ušité na míru cílovým skupinám podnikatelů, jako jsou ženy, přistěhovalci nebo nezaměstnaní.<sup>68</sup>

Vedle finanční podpory uvádí 18 % podnikatelů jako podporu nezbytnou k rozvoji svého podnikání školení. Naštěstí se zdá, že přístup k informacím, znalostem a dovednostem je snadný – za velmi či spíše snadný ho považuje 56 % respondentů. Majitelky firem přitom potřebují zejména podpůrné sítě a mentoringové programy, protože je uvádějí jako třetí nejdůležitější faktor (21 %), který by pomohl s rozvojem jejich podnikání. Přístup ke vzdělávání je pro ženy stále obtížný – o 10 % více mužů než žen jej považuje za velmi snadný a o 1 % více žen než mužů považuje přístup ke vzdělávání za obtížný. Výzkum ukázal, že pro podnikatelky má zásadní význam podpůrná síť, o kterou se mohou opřít při učení, mentoringu, zviditelnění odvětví a rozvoji dovedností.<sup>69</sup> Studie

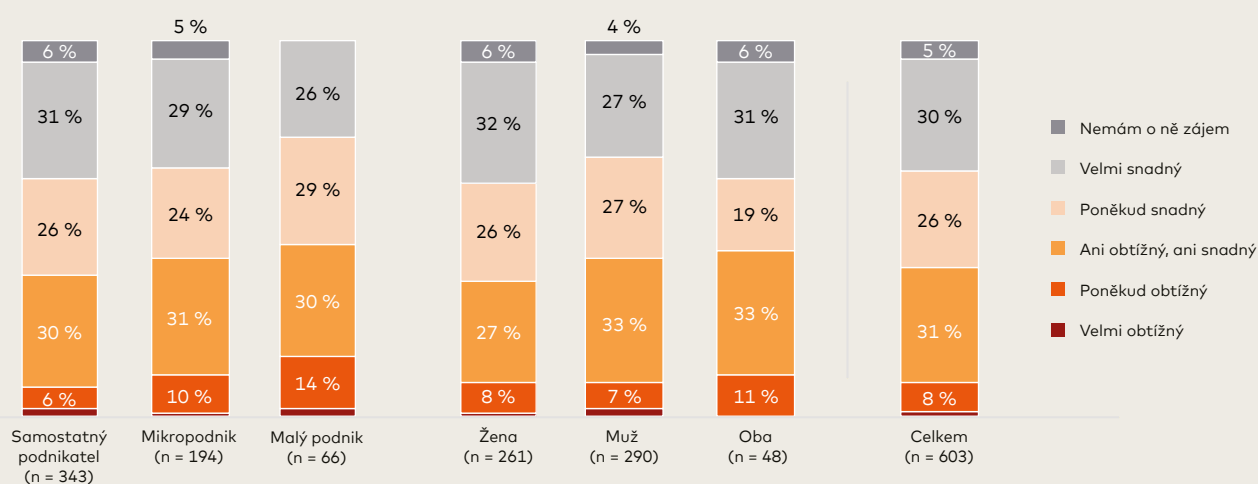


společnosti NatWest z roku 2019 ukázala, že téměř 60 % žen uvažovalo o založení vlastního podniku, ale kvůli tzv. syndromu podvodníka<sup>70</sup> tak neučinilo. 50 % profesionálek by pak chtělo vidět více pozitivních vzorů, které by jim šly příkladem.<sup>71</sup>

Za zmínku stojí, že 28 % respondentů uvádí technologie jako významný předpoklad růstu, což ukazuje na naléhavou poptávku po digitálních dovednostech a transformaci. Tato skutečnost se přitom nemění v závislosti na velikosti podniku, přičemž samostatně podnikající osoby, majitelé a majitelky mikro a malých podniků uvádí potřebu zavedení technologií jako jednu ze tří věcí, které je zajímají nejvíce.

**Obr. 37: Přístup k informacím, znalostem a dovednostem**

O: Jak snadný nebo obtížný přístup má váš podnik k informacím, znalostem, dovednostem a školením?



<sup>67</sup> <https://www.ubs.com/global/en/wealth-management/women/insights/2021/funding-gap.html#:~:text=According%20to%20research%2C%20even%20when%20female%20entrepreneurs%20receiving%20funding>

<sup>68</sup> <https://www.oecd.org/cfe/smes/Czech-Republic-IE-2020.pdf>

<sup>69</sup> <https://monentcapital.com/the-role-of-networking-in-female-small-business-owner-success/>

<sup>70</sup> Angl. impostor syndrom či impostorism.

<sup>71</sup> <https://www.natwestgroup.com/news-and-insights/feature-content/our-updates/2011-2020/60--of-women-put-off-starting-a-business-due-to-imposter-syndrom.html>

## Mikro a malé podniky si vzájemně důvěřují

Mikro a malé podniky se spoléhají na důvěryhodné zdroje podpory. Čeští podnikatelé výrazně upřednostňují vzájemnou důvěru: 52 % z nich důvěřuje ostatním drobným podnikatelům, což může být odrazem komunitního smýšlení mezi podnikateli. Státní správa a nevládní organizace se naproti tomu těší menší důvěře. Tento vzorec platí i pro běžnou populaci, kde jsou mikro a malé podniky považovány za nejdůvěryhodnější subjekty (51 %), což potvrzuje širší mínění veřejnosti zachycené Centrem pro výzkum veřejného mínění. Společnost Gallup uvádí, že již od konce 90. let většina veřejnosti trvale důvěřuje malým podnikům – a předčí tak ty, kteří důvěřují velkým podnikům nejméně dvakrát nebo třikrát.<sup>72</sup>

Důvěra se odvíjí od velikosti podniku, přičemž samostatně podnikající osoby jsou vůči institucím nedůvěřivější než mikro a malé podniky. Mikropodniky jsou zejména vůči bankám, soukromému sektoru obecně a místní samosprávě nedůvěřivější než samostatně podnikající osoby a malé podniky. To by může mít za následek problémy při přístupu k důležité finanční podpoře, školením nebo jiným zdrojům podpory. Podle průzkumu Poradní skupiny pomoci chudým (Consultative Group to Assist the Poor, CGAP) se na nedostatku důvěry mezi mikro a malými podniky a formálními poskytovateli finančních služeb podílí faktory, jako je nedostatečná transparentnost, špatné uživatelské zkušenosti, obavy z agresivních praktik při vymáhání pohledávek a historie finančního vyloučení.

I když si mikro a malé podniky vzájemně silně důvěřují, je pravděpodobné, že největší podporu jim dokážou poskytnout instituce s bohatými zdroji. Instituce by měly více usilovat o budování užších vazeb na komunitu podnikatelů jako celek.



## Nadšení veřejnosti pro drobné podnikatele

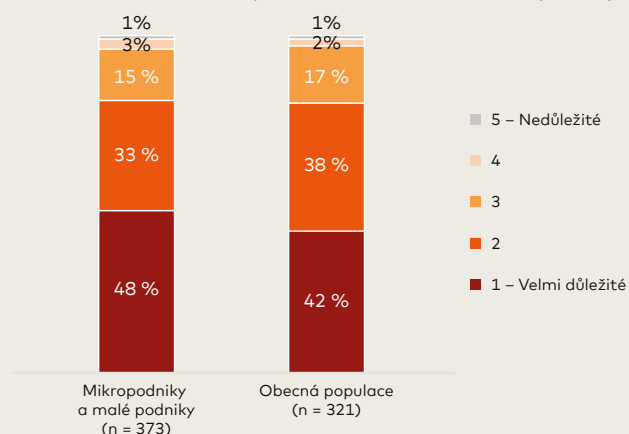
Mikro a malé podniky mají v české ekonomice a komunitě své pevné místo. Čtyři z pěti mikro a malých podniků jsou přesvědčeny, že samostatně podnikající osoby, mikro a malé podniky jsou pro ekonomiku důležité, a tento názor sdílí i veřejnost. To ukazuje na to, že hrdost a přesvědčení o tom, že mají malé podniky pozitivní dopad na své komunity, může být pro podnikatele a podnikatelky významným motivačním faktorem. Podniky z regionu Moravskoslezsko vynikají tím, že se tam působivých 71 % respondentů domnívá, že má jejich podnikání pozitivní dopad na okolí.

Je pozoruhodné, že dopad mikro a malých podniků si ještě ve větší míře uvědomují podniky vedené ženami, protože více než polovina z nich je hodnotí jako „velmi významné“ pro ekonomiku a komunitu oproti 43 % podniků vedených jejich mužskými protějšky.

Mikro a malé podniky přináší svému okolí přímý prospěch. 34 % dotazovaných si je vědomo svého ekonomického přínosu a vyzdvihuje svůj vliv na místní ekonomiku a tvorbu pracovních míst. Celkově se 66 % podnikatelů domnívá, že jejich podniky mají pozitivní dopad na regiony, přičemž 16 % z nich vnímá tento dopad jako významný. Nejvíce pozitivních efektů přitom v porovnání s ostatními kraji vnímali majitelé a majitelky mikro a malých podniků v Jihočeském, Olomouckém a Karlovarském kraji.

**Obr. 38: Přínos mikropodniků a malých podniků pro ekonomiku**

O: Na škále od 1 do 5, kde 1 znamená „velmi důležité“ a 5 „nedůležité“, vyjádřete, jak důležité jsou podle vás pro ekonomiku samostatní podnikatelé a mikro a malé podniky.



<sup>72</sup> <https://news.gallup.com/topic/small-business.aspx>

## Sociální status vlastníka mikro a malého podniku

Existuje rozdíl ve vnímaném sociálním statusu mezi běžnou populací a českými majiteli a majitelkami mikro a malých podniků. Nepodnikatelé, kteří byli požádáni, aby posoudili status podnikatelů, jim přisoudili vyšší společenské postavení, 43 % ho dokonce zařadilo až na vrchol společenského žebříčku. Naproti tomu ho tak vnímá pouze 28 % podnikatelů.

Pouze 9 % nepodnikatelů se domnívá, že postavení vlastníka mikro a malého podniku spadá do nejnižší kategorie společenského žebříčku – stejný názor má naproti tomu 19 % podnikatelů.

Studie z roku 2020 ukázala, že je pravděpodobnější, že studenti budou chtít začít podnikat, pokud veřejnost vnímá podnikání pozitivním způsobem.<sup>73</sup> Pro mnoho lidí z běžné populace se může stát cílem být podnikatelem či podnikatelkou, ale je potřeba ještě zapracovat na tom, aby to měli na své cestě o trochu jednodušší.

## Jakým zdrojům informací důvěřují mikro a malé podniky?

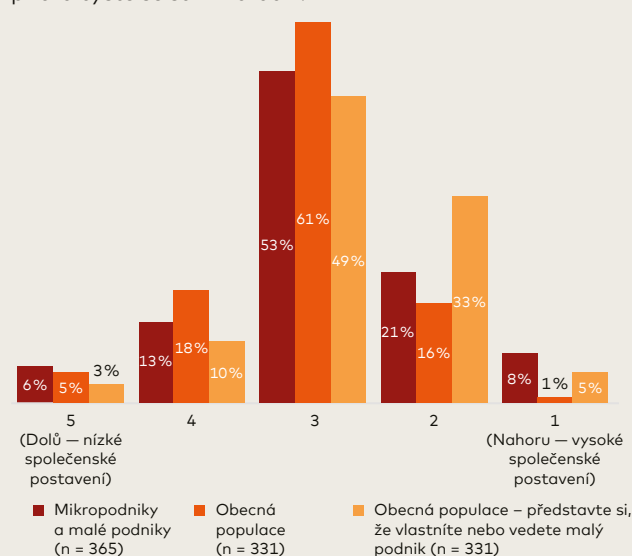
Při sledování zpráv a informací dávají české mikro a malé podniky jednoznačně přednost odborným pohledům. Více než 65 % podnikatelů důvěřuje názorům specialistů více než jiným zdrojům, například médiím. Na preferenci informací má významný vliv také věk. Mladší podnikatelé a podnikatelky, zejména ti do 24 let, se více přiklánějí k novým médiím, jako jsou vyhledávače nebo sociální média (38 %), na rozdíl od jejich protějšků starších 64 let, kteří tento zdroj preferují v 21 %. To může ukazovat na pozitivní trend směrem k digitalizaci. Vlastníci mikro a malých podniků pak celkově vykazují nízkou míru důvěry v tištěná média, jako jsou

knihy nebo časopisy – pouze 27 % z nich důvěřuje tištěným médiím. To odpovídá širším trendům v celé zemi. V roce 2023 vyhledávalo zprávy z online zdrojů (včetně sociálních médií) 83 % Čechů, ale jen 16 % využívalo tištěné zdroje.<sup>74</sup>

Pozoruhodné jsou také rozdíly mezi pohlavími: 34 % podnikatelek vyjadřuje větší důvěru v média vlastněných firmami (tj. firemní blogy, sociální média nebo webové stránky) oproti 27 % jejich mužských protějšků. To ukazuje na to, že ačkoliv odbornost zůstává klíčovým faktorem, digitální a firemní média mohou získávat na popularitě, zejména u dílčích skupin, jako jsou mladší podnikatelé a podnikatelky.

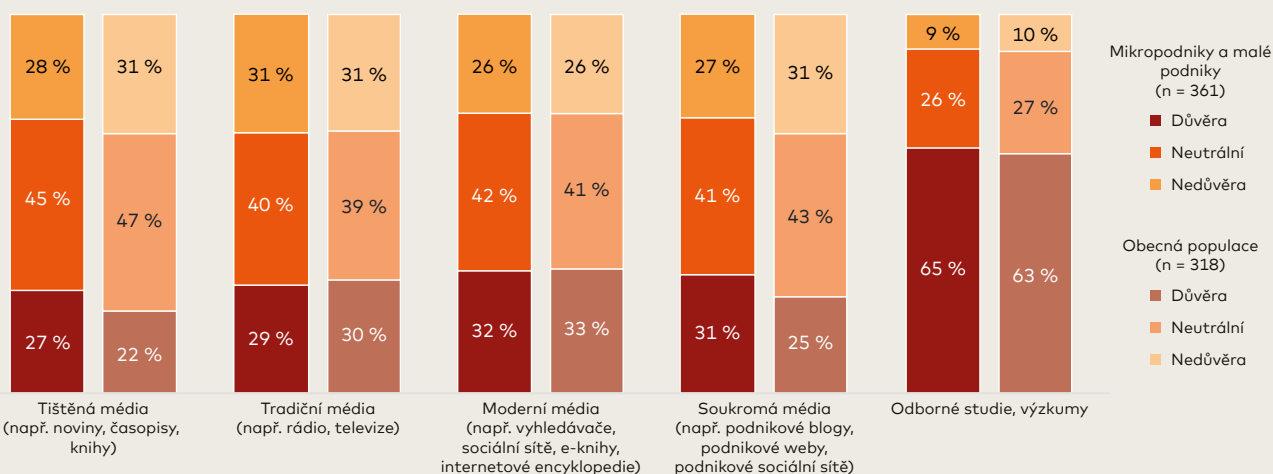
**Obr. 39: Společenský žebříček**

O: Když si představíte společenský status jako žebřík, kde společenský status stoupá s výškou žebříku, na kterou příčku byste se sami zařadili?



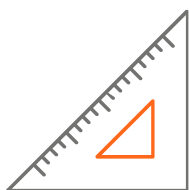
**Obr. 40: Zdroje zpráv a informací**

O: Když vyhledáváte informace a zprávy, do jaké míry věříte jednotlivým typům zdrojů?



<sup>73</sup> <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0001879120300993>

<sup>74</sup> <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/czech-republic>



## Případová studie: Malé podniky vs. velké společnosti

Martin, 51letý podnikatel, provozuje v Pardubickém kraji malou firmu, která se specializuje na stavební, instalatérské a truhlářské práce. Jeho firma, která čítá až 49 zaměstnanců, je již léta rodinným podnikem, který poskytuje služby především spotřebitelům přímo prostřednictvím modelu B2C.

V průběhu času se podnikatelské prostředí významně proměnilo. Trh ovládly větší společnosti, které disponují rozsáhlými zdroji a dokážou realizovat rozsáhlé projekty. Tito giganti je mohou realizovat během pouhých tří měsíců, zatímco menším subjektům, jako je Martinův podnik, to často trvá až půl roku. Rozdíly v rozsahu a rychlosti představují pro drobné podniky značnou nevýhodu, která jim v rostoucí míře komplikuje setrvání na trhu a konkurenceschopnost.

Martin, který je vždy optimistou, se však na situaci dívá z jiného úhlu pohledu. „*Malé podniky upadají, ale není to tak černé,*“ říká. Je přesvědčen, že na straně menších podniků jsou jiné výhody, které je možné využít. „*Máme nižší náklady,*“

zdůrazňuje Martin, „*a větší šanci uspět.*“ Podle něj se sice rozsah provozní činnosti může lišit, ale obratnost a flexibilita je pro malé podniky jednoznačnou výhodou. Mohou nabízet lepší ceny, čímž zvyšují svou konkurenceschopnost v určitých segmentech trhu. „*Malé podniky se nemusí bát,*“ prohlašuje sebevědomě.

Martinova cesta je příkladem zkoušek a útrap, kterým čelí mnoho vlastníků malých podniků. Zdůrazňuje však také odolnost a adaptabilitu, které jsou nutnými předpoklady k tomu, aby bylo možné se v tomto neustále se měnícím prostředí pohybovat. Problémy jsou skutečné, ale příležitosti také. Pro Martina není tato cesta jen o rozvoji a zisku, ale také o využití silných stránek malých podniků, zachování tradice, uspokojování potřeb spotřebitelů a strategickém přizpůsobování se neustále se měnícímu prostředí.



strive



60\_\_dB



# Závěr

V této zprávě jsme vyslechli a zohlednili názory českých mikro a malých podniků, stejně jako názory české populace na mikro a malé podniky. Hluběji jsme se zabývali tématy, jako jsou technologie a gender, a zároveň jsme věnovali pozornost regionálním rozdílům ve všech našich datech. Navíc jsme zahrnuli řadu datových zdrojů třetích stran.

## Co jsme se tedy dozvěděli?

Mnohé z těchto informací podpořily naše zjištění z prvního Barometru. Například, že převažují nerovnosti mezi muži a ženami, že je stále třeba zlepšit přístup všech mikro a malých podniků k vhodným finančním prostředkům a digitálním technologiím a že čeští podnikatelé nadále čelí značným výzvám.

Tyto problémy se odrážejí v hodnocení NPS (Net Promoter Score), které je běžným měřítkem spokojenosti; v případě doporučení podnikání přátelům nebo rodinným příslušníkům dosáhlo u českých podnikatelů znepokojivě nízké hodnoty: -23.<sup>75</sup> Je zřejmé, že zvýšení počtu mikro a malých podniků (zejména těch ve vlastnictví žen), jejich růstu a větší digitální zdatnosti je zapotřebí speciálně navržených produktů a služeb, jakož i podpůrných sítí a mentoringových programů zaměřených na podnikatelky.

Nechybí ani spousta nových poznatků. Mnohé z nich mohou pomoci programu Strive Česko a všem, kdo chtějí podpořit české podnikání. Dozvěděli jsme se například, že mezi jednotlivými regiony existují významné nerovnosti, které pravděpodobně mají významný dopad na malé podnikatele, jež v dané oblasti působí. Střední Morava vyniká jako region s nižší mírou finanční stability a digitalizace, což ukazuje na potřebu zaměřit úsilí na přístup k finančním prostředkům a zjednodušení cesty k digitalizaci.

Zaznamenali jsme také, že pokud jde o zavádění technologií, zdá se, že mikro a malé podniky sází na jistotu. Ačkoliv drobní podnikatelé obecně mají přístup k technologiím, viděli jsme, že využívají především hardware a software určený k osobnímu použití. Patří sem např. tablety a chytré telefony, a sociální média, jako je Facebook. V porovnání s tím mikro a malé podniky nedostatečně využívají digitální nástroje, které byly navrženy speciálně pro produktivní podnikatelskou činnost. Například účetní aplikace nebo software pro elektronické obchodování používá pouze každý čtvrtý, respektive každý šestý podnik. Mikro a malé podniky uvedly, že nestíhají sledovat



rychlé tempo technologických změn (17 %), nemají jasno v tom, které technologie jim přinesou okamžitou hodnotu (13 %), váhají s tím, zda důvěřovat novým technologiím, a za problém považují také jejich cenovou dostupnost.

Klíčová je podpora podnikatelek. Je zapotřebí cílená podpora, která vyjde vstříc specifickým potřebám žen a jejich podnikání, jako je financování digitalizace a poskytnutí podnikatelského kapitálu, jakož i podpůrné sítě, které posílí sebedůvěru a pomohou mladším ženám v začátcích jejich podnikání.

Zjistili jsme, že nejsilnější a nejdůvěryhodnější podporu pro malé podnikatele zpravidla představují jiné mikro a malé podniky. To naznačuje, že vytváření a budování formálnějších podpůrných sítí mezi podnikateli a podnikatelkami je způsob, jak jim poskytnout podporu, kterou potřebují a chtějí. A zatímco společnost je považuje za klíčové pro místní ekonomiky, místní samosprávy těšící se větší důvěře by mohly hrát zásadní roli při podpoře podnikání a vytvořit malým podnikům vhodné podmínky k tomu, aby mohly konkurovat větším podnikům, u kterých spotřebitelé obvykle nakupují.

Do budoucna je možné učinit mnoho pro to, aby se zlepšily podmínky pro činnost mikro a malých podniků - např.

<sup>75</sup> Připomeňme, že NPS je oblíbeným nástrojem pro průzkum trhu, který se ptá respondentů na to, s jakou pravděpodobností by doporučili společnost, produkt nebo službu svému příteli nebo kolegovi, a to na stupnici od 0 do 10. Samotné skóre se vypočítá odečtením podílu „optimistů“ s hodnocením 9 nebo 10 od „pesimistů“ s hodnocením 6 anebo méně. Do výpočtu nejsou zahrnuti „nerozhodnutí“ s hodnocením 7 nebo 8.

formou rozvoje podpůrných sítí, lepšího přístupu k vhodným nástrojům a dovednostem anebo vytvoření příznivějšího prostředí pro poskytování finančních služeb.

To se nestane ze dne na den.

V nejbližší budoucnosti se doporučujeme zaměřit tímto směrem a konkrétně ve spojení s realizací programu Strive Česko v roce 2024 učinit následující:

1. **Je potřeba udělat více pro rozšíření možností, které mohou mikro a malé podniky využít k získávání povědomí o nových technologiích.** Digitální svět je složitý. Existuje příliš mnoho nástrojů a málo těch, které jsou skutečně přizpůsobeny mikropodnikům. Když budou vědět, že je pro ně něco určeno a že je to dostupné na jednom místě, bude pro ně snazší to vyzkoušet. Kromě toho musí být nástroje vytvořené na míru doplněny o lidskou podporu. Neocenitelný je z tohoto hlediska mentoring od zkušenějších pracovníků ze stejného oboru.
2. **Zároveň je potřeba rozšířit kolegiální sítě.** Aby mikro a malé podniky skutečně začaly zavádět a používat technologie, musí jim důvěřovat. A důvěru k nim získají tak, že se o nich dozví od svých kolegů z jiných mikro a malých podniků nebo když jim přátelé a rodina ukážou, jak je používat. Cílem je využít lépe dostupných možností, nikoliv nutně vytvářet nové technologie, které budou důvěryhodné – zavedení technologie se odvíjí od toho, že vám někdo ukáže cestu (proto jsou neformální způsoby výuky, mentoring a odborníci žádanějšími a dostupnějšími typy služeb).
3. **Musíme jít za ženami tam, kde jsou.** Je důležité zajistit, aby se budování dovedností zaměřilo na existující problémy pracovního života žen, zvýšením povědomí o zátěži neplacené práce, které ženy čelí a rozšířením příležitostí, jak se mohou naučit měkkým dovednostem (jako je vyjednávání a vedení). Je potřeba podpořit schopnost žen orientovat se v odvětvích a na trzích tradičně ovládaných muži. Současně s tím hrají zásadní roli širší iniciativy, jako jsou profesní sdružení podnikatelek, které boří systémové genderové předsudky a otevírají ženám české podnikatelské prostředí.
4. **Musíme ženy do podnikání zapojit brzy.** Zdá se, že ženy začínají podnikat z nutnosti a v pozdějším věku. Mohli bychom udělat více pro to, aby se ženy rozhodly začít podnikat v mladším věku, a to tak, že oslovíme dívky a mladé ženy a ukážeme jim příležitosti, které se jim nabízejí při založení podniku v dřívějším věku.
5. **Poučme se z rozdílných regionálních dynamik.** Česko nemá rovné podmínky pro mikro a malé podniky. Některé regiony – například Střední Morava – mohou mít předpoklady k dalšímu rozvoji, například je tu dobrá úroveň důvěry, v současné době ale zaostávají v klíčových oblastech, jako je zavádění technologií. Je potřeba porozumět regionální dynamice. V regionech, jako je Moravskoslezsko a Severozápad, se nachází nejvíce mikro a malých podniků, které mají největší potenciál k dalšímu rozvoji – v současné době zaostávají v zavádění technologií a hrozí jim, že zůstanou zcela pozadu, pokud se na ně cíleně nezaměříme a nenavedeme je na tuto cestu, k čemuž můžeme využít regionální a instituce místní veřejné správy, které pomohou s financováním, rozvojem digitální infrastruktury podle potřeby a budováním dovedností



# Přílohy

## Znění dotazníků

### Barometr 2: Podrobný pohled na problematiku genderu a technologií

Znění otázky	Možné odpovědi	Základní otázky napříč Barometry
1. Jste živnostník – nebo vlastníte či řídíte malý podnik? – Malým podnikem máme na mysli firmu se 49 a méně zaměstnanci.	Ano / ne	Ano
2. Včetně vás, kolik zaměstnanců má v současné době váš podnik?	1 zaměstnanec (jsem sám/sama, kromě mě nikdo jiný)/ 2–9 zaměstnanců (včetně mě)/10–49 (včetně mě)/50 a více (včetně mě)	Ano
3. Kdo tento podnik řídí?	Žena (nebo ženy) / Muž (nebo muži) / Oba (muž i žena) / Nevím / Jiné: Uveďte prosím: _____	Ano
4. Mohli byste uvést věk majitele podniku?	Mladší 18 let / 18–24 let / 25–34 let / 35–44 let / 45–54 let / 55–64 let / Starší 64 let / Nevím nebo nedokážu říci / Raději nechci sdělovat	Ano
5. Můžete uvést, v jakém odvětví podnikáte?	Výroba a zpracovatelský průmysl / Velkoobchod nebo maloobchod / Služby (např. poradenství, ICT) / Umění, zábava a rekreace / Stavebnictví, instalatérství nebo truhlářství / Pohostinství a restaurace / Doprava, logistika a skladování / Zdravotnictví a sociální péče / Nemovitosti / Finance a pojišťovnictví / Zemědělství / Jiné: Uveďte prosím:	Ano
6. Jde o rodinný podnik?  Rodinný podnik je firma, na které se svou prací nebo majetkem podílejí alespoň dva členové jedné rodiny, např. manžel a manželka, rodiče a děti, sourozenci atd.	Ano / Ne / Nevím nebo nedokážu říci	Ano
7. Který model nejlépe vystihuje vaše podnikání? Vyberte všechny platné možnosti.	Business-to-business (B2B), nabízím služby nebo informace jiným firmám / Business-to-consumer (B2C), nabízím produkty, služby nebo informace přímo zákazníkům / Jiné: Uveďte prosím /  Nevím nebo nedokážu říci	Ano
8. Kolik let je váš podnik v provozu?	Méně než rok / 1 rok až 6 let / 7 až 12 let / 13 až 19 let / Více než 19 let / Raději nechci sdělit / Nevím nebo nedokážu říci	Ano
9. Můžete uvést, kde váš podnik sídlí?	Praha / Jihočeský kraj / Plzeňský kraj / Karlovarský kraj / Ústecký kraj / Liberecký kraj / Královéhradecký kraj / Pardubický kraj / Kraj Vysočina / Jihomoravský kraj / Olomoucký kraj / Zlínský kraj / Moravskoslezský kraj / Jiný	Ano

Znění otázky	Možné odpovědi	Základní otázky napříč Barometry
10. Na stupnici od 1 do 5, kde 1 znamená, že vůbec nejsou důležité, a 5 znamená, že jsou velmi důležité, jak důležité jsou pro růst vašeho podnikání v příštích 12 měsících následující možnosti?	Finanční služby (půjčky, úvěry atd.) / Nové školení nebo inkubátor / Technologie / Podpůrné skupiny a sítě / Ceny a dostupnost energií, surovin a materiálů / Kvalifikovaná pracovní síla / Další (nové) regulace / Omezení regulací / Jiné	Ano
11. Jak snadný nebo obtížný přístup má váš podnik k finančním zdrojům (např. úvěr, půjčka) ?	Velmi obtížný / Poněkud obtížný / Ani obtížný, ani snadný / Poněkud snadný / Velmi snadný / Nemám o ně zájem / Nevím nebo nedokážu říci / Jiné. Uveďte prosím	Ano
12. Jak snadný nebo obtížný přístup má váš podnik k informacím, znalostem, dovednostem a školením?	Velmi obtížný / Poněkud obtížný / Ani obtížný, ani snadný / Poněkud snadný / Velmi snadný / Nemám o ně zájem / Nevím nebo nedokážu říci / Jiné. Uveďte prosím	Ano
13. Jaké typy plateb přijímáte nebo používáte ve vašem podnikání? (Vyberte všechny platné možnosti.)	Hotovost / Kreditní karty / Debetní karty / Digitální platební metody (např. digitální peněženky) / Bankovní převody / Kryptoměny / Jiné. Uveďte prosím	Ano
14. Vyberte prosím typy technologií, které ve vašem podniku používáte? (Vyberte všechny platné možnosti.)	Základní hardware: chytré telefony, vysokorychlostní širokopásmový internet / Pokročilý hardware: počítače, tablety  / Webové stránky a sociální média (např. Facebook, WhatsApp) / Software pro design nebo stříh videa. (např. Canva, InVideo) / Marketingové nástroje (např. Mailchimp, HubSpot). / Software pro správu lidských zdrojů/ personalistiku, time management (efektivní práce s časem), účetnictví, fakturaci, plánování zdrojů (např. Pohoda, ABRA, iDoklad, SAP, Oracle) / Nástroje pro správu a interakci se zákazníky (např. Salesforce, SugarCRM, ZenDesk)  / Nástroje pro řízení projektů a pracovních postupů (např. Trello, Notion, Microsoft Project Management) / Nástroje pro komunikaci a spolupráci (např. Microsoft Office Suite, Google Workspace, Digitální podpis, Skype, Slack) / Nástroje pro kybernetickou bezpečnost, správu hesel, monitorování webových stránek, elektronický podpis (např. Avast, DocuSign, Google Analytics). / Nástroje elektronického obchodu pro elektronické rezervace a objednávky, systémy pro zpracování plateb (např. Dotykačka, Profi Účtenka). / Jiné. Uveďte prosím / Nepoužíváme žádné technologie	Ano
15. Jak jste na stupnici 1–5, kde 1 znamená extrémně nespokojen/a a 5 extrémně spokojen/a, celkově spokojeni s využitím technologií ve vašem podniku?	1 – Velmi nespokojen/a 5 – Velmi spokojen/a	Ano
16. Mohli byste prosím vysvětlit, proč jste zvolili toto skóre?	Otevřená otázka	

Znění otázky	Možné odpovědi	Základní otázky napříč Barometry
17. Jaké jsou překážky pro zavádění nových technologií ve vašem podniku? (Vyberte 3 nejdůležitější překážky.)	Náklady na technologie / Náklady na implementaci / Nejsem si jistý/á, které technologie zavést / Existující technologie pro nás nejsou vhodné / Nejasné přínosy technologií / Nedostatek finančních prostředků / Nedostatek důvěry / bezpečnostní důvody  / Rychlé změny v technologiích / Nedostatek času / Nedostatek kvalifikované pracovní síly / Jiné. Uveďte prosím: / Žádné překážky / Nevím nebo nedokážu říci	Ano
18. Jakou podporu potřebujete k překonání těchto překážek? Prosíme rozepište	Otevřená otázka	
19. Setkali jste se s nějakými problémy při používání technologií ve vašem podniku?	Setkali jste se s nějakými problémy při používání technologií ve vašem podniku?	Ano
20. S jakými problémy jste se setkali při používání technologií ve vašem podniku?	Otevřená otázka	
21. Pokud ve svém podnikání narazíte na digitální nebo technologické obtíže, kde budete hledat podporu? (Vyberte 3 nejdůležitější oblasti, kde byste hledali pomoc.)	Státní správa – místní úroveň (starosta, místní samospráva)/ Státní správa – národní úroveň (ministerstvo, CzechInvest atd.) / Soukromý sektor (korporace) – velké podniky / Jiní podnikatelé – např. známí podnikatelé a živnostníci / Podnikatelská sdružení – např. obchodní komory, asociace / Občanská společnost (Neziskové organizace) / Přátelé nebo rodina / Noviny nebo časopisy / Online kurzy/školení / Osobní kurzy/školení / Sociální média (např. Youtube, Facebook) / Internetový vyhledávač (např. Google, Seznam.cz) / Jiné. Uveďte prosím / Nehledali bychom žádnou podporu / Nevím, kde hledat podporu	Ano
22. Na stupnici od 1 do 5, kde 1 znamená zcela nedůležité a 5 znamená velmi důležité, jak důležité je podle vás využívání technologií pro budoucí úspěch vašeho podniku?	1 – není důležité 5 – velmi důležité	
23. Jak byste se ohodnotili z hlediska základních digitálních dovedností?  Mezi základní digitální dovednosti patří: schopnost používat zařízení jako je počítač, tablet nebo mobilní telefon, k jednoduchým osobním a pracovním úkolům, vyhledávat a používat informace na internetu, chápat, jak se chovat bezpečně a zodpovědně na internetu, komunikovat osobní a profesní záležitosti prostřednictvím e-mailu, aplikací pro posílání zpráv a sociálních médií.	Velmi špatně / Špatně / Ani špatně, ani dobře / Dobře / Velmi dobře / Nevím nebo nedokážu říci	

Znění otázky	Možné odpovědi	Základní otázky napříč Barometry
24. Přečtěte si prosím následující tvrzení a vyberte jedno, se kterým souhlasíte.	Nechci se vůbec učit digitálním dovednostem / Nemám na to čas  V používání technologií si nejsem příliš jistý/jistá a bojím se je využívat / Rád/a se učím novým věcem a učení se digitálním dovednostem mi připadá zajímavé / Jsem připraven/a se naučit více digitálních dovedností a inspirovat ostatní, aby vyzkoušeli digitální nástroje  Žádné z výše uvedených	
25. Jaký preferujete způsob učení se digitálním dovednostem? (Vyberte všechny platné možnosti.)	Online semináře/školení / Osobní semináře/školení / Samostudium (např. sledování videí nebo výukových platforem) / Studium pod vedením lektora/učitele / Individuální lekce/workshopy/mentoring / Skupinové lekce/workshopy / Nevím / Jiné. Uveďte prosím	
26. V jakém věku a v jaké fázi života jste začali podnikat? Příklad: Začal/a jsem ve 32 letech, když jsem byl/a na mateřské/rodičovské dovolené, nebo jsem začal/a v 65 letech, když jsem nastoupil/a do důchodu.	Otevřená otázka	
27. Do jaké míry souhlasíte nebo nesouhlasíte s následujícím tvrzením: Mám za to, že muži jsou v ČR v podnikání oproti ženám ve výhodě.	Rozhodně nesouhlasím / Nesouhlasím / Ani nesouhlasím, ani souhlasím / Souhlasím / Rozhodně souhlasím / Nevím nebo nedokážu říci	Ano
28. Můžete uvést, s jakými potížemi se potýkají ženy ve vedení podniků?	Nedostatek důvěry nebo pochybnosti o jejich schopnostech na pracovišti / Nedostatek rovnováhy mezi pracovním a soukromým životem / Více rodinných závazků nebo povinností / Nižší finanční ohodnocení ve srovnání s mužskými kolegy / Nedostatek finanční podpory / Diskriminace v práci / Jiné. Uveďte prosím / Nevím nebo nedokážu říci	Ano
29. Jakou podporu (pokud nějakou) potřebuje vaše podnikání k tomu, aby se mohlo dál rozvíjet?  Podpora může zahrnovat přístup k financím, školení, nástrojům nebo jiným podpůrným službám atd.	Otevřená otázka	
30. Jak byste popsali svou finanční stabilitu a sílu?	Velmi špatná / Špatná / Ani špatná, ani dobrá / Dobrá / Velmi dobrá / Nevím nebo nedokážu říci	
31. Kdo rozhoduje o vašich obchodních a osobních financích?	Já sám/sama, o obojím / O svých osobních penězích se radím s jinou dospělou osobou (partnerem/kou, rodiči atd.) / O penězích na podnikání se radím s jinou dospělou osobou (partnerem/kou, rodiči atd.) / O obojím se radím s jiným dospělým / Jiné. Uveďte prosím / Nevím nebo nedokážu říci	

Znění otázky	Možné odpovědi	Základní otázky napříč Barometry
32. Reagujte prosím na následující výroky a. Moje rodina nepodporuje mé podnikání b. Musím sladit podnikání a osobní život c. Při rozhodování o řízení podniku se musím radit s někým jiným (partnerem/kou, manželem/kou, rodinou, přáteli)	Rozhodně nesouhlasím / Nesouhlasím / Ani nesouhlasím, ani souhlasím / Souhlasím / Rozhodně souhlasím / Nevím nebo nedokážu říci	



strive



care®



60\_\_dB

**Barometr 3: Podrobný pohled na důvěru a postoje****Pro mikro a malé podniky**

Znění otázky	Možné odpovědi	Základní otázky napříč Barometry
1. Jste živnostník – nebo vlastníte či řídíte malý podnik? – Malým podnikem máme na mysli firmu se 49 a méně zaměstnanci.	Ano / ne	Ano
2. Včetně vás, kolik zaměstnanců má v současné době váš podnik?	1 zaměstnanec (jsem sám/sama, kromě mě nikdo jiný)/ 2–9 zaměstnanců (včetně mě)/10–49 (včetně mě)/50 a více (včetně mě)	Ano
3. Mohli byste uvést věk majitele podniku?	Mladší 18 let / 18–24 let / 25–34 let / 35–44 let / 45–54 let / 55–64 let / Starší 64 let / Nevím nebo nedokážu říci / Raději nechci sdělovat	Ano
4. Kdo tento podnik řídí?	Žena (nebo ženy) / Muž (nebo muži) / Oba (muž i žena) / Nevím / Jiné: Uvedte prosím:	Ano
5. Můžete uvést, v jakém odvětví podnikáte?	Výroba a zpracovatelský průmysl / Velkoobchod nebo maloobchod / Služby (např. poradenství, ICT) / Umění, zábava a rekreace / Stavebnictví, instalatérství nebo truhlářství / Pohostinství a restaurace / Doprava, logistika a skladování / Zdravotnictví a sociální péče / Nemovitosti / Finance a pojišťovnictví / Zemědělství / Jiné: Uvedte prosím:	Ano
6. Jde o rodinný podnik?  Rodinný podnik je firma, na které se svou prací nebo majetkem podílejí alespoň dva členové jedné rodiny, např. manžel a manželka, rodiče a děti, sourozenci atd.	Ano / Ne / Nevím nebo nedokážu říci	Ano
7. Který model nejlépe vystihuje vaše podnikání? Vyberte všechny platné možnosti.	Business-to-business (B2B), nabízím služby nebo informace jiným firmám / Business-to-consumer (B2C), nabízím produkty, služby nebo informace přímo zákazníkům / Jiné: Uvedte prosím /  Nevím nebo nedokážu říci	Ano
8. Kolik let je váš podnik v provozu?	Méně než rok / 1 rok až 6 let / 7 až 12 let / 13 až 19 let / Více než 19 let / Raději nechci sdělit / Nevím nebo nedokážu říci	Ano
9. Můžete uvést, kde váš podnik sídlí?	Praha / Jihočeský kraj / Plzeňský kraj / Karlovarský kraj / Ústecký kraj / Liberecký kraj / Královéhradecký kraj / Pardubický kraj / Kraj Vysočina / Jihomoravský kraj / Olomoucký kraj / Zlínský kraj / Moravskoslezský kraj / Jiný	Ano
10. Na škále od 1 do 5, kdy 1 znamená „zcela“ a 5 „vůbec, ohodnoťte, nakolik obecně důvěřujete lidem.	1 – Zcela 5 – Vůbec	



Znění otázky	Možné odpovědi	Základní otázky napříč Barometry
<p>11. Když vyhledáváte informace a zprávy, nakolik věříte jednotlivým typům zdrojů?</p> <p>Tištěná média (např. noviny, časopisy, knihy)</p> <p>Tradiční média (např. rádio, televize)</p> <p>Moderní média (např. vyhledávače, sociální sítě, e-knihy, internetové encyklopedie)</p> <p>Soukromá média (např. podnikové blogy, podnikové weby, podnikové sociální sítě)</p> <p>Odborné studie, výzkumy.</p> <p>Jiné. Uveďte prosím.</p>	<p>1 – Zcela</p> <p>5 – Vůbec</p>	
<p>12. Níže uvádíme seznam institucí. U každé z nich prosím uveďte, nakolik jí důvěřujete na škále od 1 (zcela) do 5 (vůbec)</p> <p>Místní samospráva</p> <p>Státní správa</p> <p>Média</p> <p>Neziskové organizace</p> <p>Soukromý sektor, například korporace</p> <p>Mikro a malé podniky (nejvýše 50 zaměstnanců), například místní pekař, truhlář, obchod atd.</p> <p>Poskytovatelé finančních služeb (např. banky, finanční instituce)</p>	<p>1 – Zcela</p> <p>5 – Vůbec</p>	
<p>13. Na škále od 1 do 5, kdy 1 znamená „zcela“ a 5 „vůbec“, ohodnoťte, nakolik důvěřujete tomu, že technologie bezpečně uchovávají citlivé údaje o vašem podniku.</p>	<p>1 – Zcela</p> <p>5 – Vůbec</p>	
<p>14. Na škále od 1 do 5, kdy 1 znamená „zcela“ a 5 „vůbec“, ohodnoťte, nakolik věříte tomu, že vám technologie mohou pomoci udělat důležitá obchodní rozhodnutí. (např. finanční plánování, řízení zásob, vztahy se zákazníky).</p>	<p>1 – Zcela</p> <p>5 – Vůbec</p>	
<p>15. Na škále od 1 do 5, kdy 1 znamená „zcela“ a 5 „vůbec“, ohodnoťte, jak pohodlné je pro vás ve srovnání se zavedenými technologiemi (např. e-mail, vyhledávače) používat nové technologie (např. umělá inteligence, blockchainy)</p>	<p>1 – Zcela</p> <p>5 – Vůbec</p>	

Znění otázky	Možné odpovědi	Základní otázky napříč Barometry
16. Na škále od 1 do 5 ohodnoťte, jak silné jsou vaše obavy z možného negativního dopadu technologie na vaše podnikání (například ohrožení kybernetické bezpečnosti, rušení pracovních míst apod.).	1 - Nemám vůbec žádné obavy 2 - Spíše nemám obavy 3 - Mám neutrální postoj 4 - Spíše mám obavy 5 - Mám velmi silné obavy	
17. Na škále od 1 do 5, kde 1 znamená „velmi důležité“ a 5 „nedůležité“, vyjádřete, jak důležité jsou podle vás pro ekonomiku samostatní podnikatelé a mikro a malé podniky.	1 - Velmi důležité 5 - Nedůležité	
18. Můžete uvést, proč hodnotíte právě takto?	Otevřená otázka	
19. Na škále od 1 do 5, kde 1 znamená „velmi nízký“ a 5 „velmi vysoký“ ohodnoťte, jak velký vidíte dlouhodobý potenciál úspěchu a růstu samostatných podnikatelů a mikro a malých podniků ve vašem okolí (obci, městu, kraji).	1 - Velmi nízký 5 - Velmi vysoký	
20. Kolikrát týdně nakupujete produkty či služby od jiného samostatného podnikatele či mikro nebo malého podniku?  Poznámka: Mikro a malé podniky mají nejvýše 49 zaměstnanců. Jsou to například pekařství, restaurace, hospody, prodejny elektroniky, autoservisy apod.	5krát týdně nebo častěji / 3–4krát týdně nebo častěji / 1–2 krát týdně / Nikdy	
21. Podle jakých faktorů se rozhodujete při nákupu od samostatného podnikatele či mikro a malých podniků? Vyberte 3 nejčastější	Cena / Kvalita / Praktičnost / Etické důvody a důvěryhodnost podnikatele/podniku / Rychlost / Hodnocení nebo reference / Dostupnost v místě / Země/místo původu / Množství požadovaných osobních údajů / Jiné. Uveďte, prosím.	
22. Uveďte, do jaké míry souhlasíte, nebo nesouhlasíte s následujícím tvrzením: „Pokud mám příležitost k nákupu od jiného samostatného podnikatele či mikro a malého podniku, jsem ochotný/ochotná zaplatit více.“	Naprosto souhlasím / Souhlasím / Ani souhlas, ani nesouhlas / Nesouhlasím / Naprosto nesouhlasím	

Znění otázky	Možné odpovědi	Základní otázky napříč Barometry
23. Pokud se jedná o důvěryhodnost značky, jaké jsou pro vás 3 nejdůležitější faktory?	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Dobré zabezpečení dat/údajů</li> <li>b) Vysoká spolehlivost služeb</li> <li>c) Rychlá reakční doba a kvalita zákaznické podpory</li> <li>d) Výrazná přítomnost na sociálních médiích</li> <li>e) Silné etické hodnoty</li> <li>f) Transparentní a srozumitelné nakládání s daty/údaji</li> <li>g) Dobrá pověst</li> <li>h) Vysoká míra personalizace</li> <li>i) Dobrá kvalita produktu</li> <li>j) Jasná pravidla pro vrácení zboží a záruku</li> </ul>	
24. V jakém věku a životním období jste začal/začala podnikat? Příklad: Začal/začala jsem, když mi bylo 32 a byl/byla jsem na rodičovské dovolené. Začal/začala jsem v 65 letech, když jsem odešel/odešla do důchodu.	<p>____ věk</p> <p>____ životní období</p>	
25. Vzpomeňte si na své rozhodnutí začít podnikat a na faktory či okolnosti, které tehdy k vašemu rozhodnutí přispěly.  Které z těchto tvrzení nejlépe vystihuje vaši situaci ohledně rozhodnutí začít podnikat?	Rozhodl/rozhodla jsem se svobodně a bez vnějšího tlaku a obav. / Rozhodnutí bylo do jisté míry svobodné, ale ovlivnily ho i některé vnější faktory. / Při rozhodování hrály roli externí faktory, ale nad rozhodnutím jsem měl/a kontrolu./ Při rozhodování jsem cítil/cítěla obavy či omezení, a nakonec jsem se rozhodl/rozhodla podnikat v důsledku vnějšího tlaku či obav. / Neměl/neměla jsem jinou možnost a rozhodovat jsem se musel/musela pod tlakem vnějších okolností či obav.	
26. Do jaké míry si myslíte, že má vaše podnikání vliv na vaše okolí (obec, město, kraj)?	Výrazný pozitivní efekt/ Nějaký pozitivní efekt/ Žádný efekt/ Nějaký negativní efekt/ Výrazný negativní efekt	Ano
27. Můžete svoji odpověď zdůvodnit?	Otevřená otázka	
28. Číslem od 0 do 10 ohodnoťte, nakolik byste doporučili samostatné podnikání či vedení/vlastnění malého podniku svému příteli nebo členovi rodiny. Číslo 0 znamená „vůbec“ a číslo 10 „maximální doporučení“.	0 až 10	Ano

Znění otázky	Možné odpovědi	Základní otázky napříč Barometry
<p>a) Co konkrétně vás vedlo k tomu, že byste to příteli či členovi rodiny doporučil/doporučila? (9/10)</p> <p>b) Co konkrétně vás vedlo k tomuto bodovému hodnocení? (7/8)</p> <p>c) Co by zvýšilo pravděpodobnost, že doporučíte podnikání svému příteli nebo členovi rodiny? (0–6)</p>	Otevřená otázka	Ano
29. Musel/a jste někdy čelit výzvám či překážkám, které přináší samostatné podnikání či vedení nebo vlastnictví mikro nebo malého podniku a o kterých si myslíte, že se u velkých podniků nevyskytují?	Ano/Ne	
30. Upřesněte jakým:	Otevřená otázka	
31. Jakým způsobem podle vás mohou instituce ve vašem okolí (obec, město, kraj) více podpořit a motivovat samostatné a malé podnikatele?	Navštěvování veletrhů a propagačních akcí / Doporučení podniku ostatním / Podpora mentoringu / Podpora příkladů dobré praxe / Organizování networkingových událostí / Poskytování informací a/nebo školení na různá témata / Daňové a investiční pobídky/ Propagace v médiích a/nebo inzerce / Další. Prosím uveďte	
32. Když si představíte společenský status jako žebřík, kde společenský status stoupá s výškou žebříku, na kterou příčku byste se sami zařadili?  1 (nahoru – vysoké společenské postavení) ---- 5 (dolů – nízké společenské postavení)	1 až 5	
33. Jakého jste pohlaví?	Muž / Žena / Jiné / Nechci říct	
34. Chtěli byste nám říct něco dalšího?	Otevřená otázka	

## Pro obecnou populaci

Znění otázky	Možné odpovědi
1. Jste živnostník – nebo vlastníte či řídíte malý podnik? – Malým podnikem máme na mysli firmu se 49 a méně zaměstnanci.	Ano / ne
2. Jakého jste pohlaví?	Muž / Žena / Další. Prosím, uveďte./ Nepřeji si sdělit.
3. Kolik je vám let?	18–24 let / 25–34 let / 35–44 let / 45–54 let / 55–64 let / Více než 64 let
4. Ve kterém kraji bydlíte?	Praha / Jihočeský kraj / Plzeňský kraj / Karlovarský kraj / Ústecký kraj / Liberecký kraj / Královéhradecký kraj / Pardubický kraj / Kraj Vysočina / Jihomoravský kraj / Olomoucký kraj / Zlínský kraj / Moravskoslezský kraj / Jiný
5. Na škále od 1 do 5, kdy 1 znamená „zcela“ a 5 „vůbec“, ohodnoťte, nakolik obecně důvěřujete druhým lidem?	1 – Zcela 5 – Vůbec
6. Na škále od 1 do 5, kdy 1 znamená „zcela“ a 5 „vůbec“, ohodnoťte, nakolik důvěřujete novým technologiím.	1 – Zcela 5 – Vůbec
7. Když vyhledáváte informace a zprávy, do jaké míry věříte jednotlivým typům zdrojů?  Tištěná média (např. noviny, časopisy, knihy)  Tradiční média (např. rádio, televize)  Moderní média (např. vyhledávače, sociální sítě, e-knihy, internetové encyklopedie)  Soukromá média (např. podnikové blogy, podnikové weby, podnikové sociální sítě)  Odborné studie, výzkumy.  Jiné. Uveďte prosím.	1 – Zcela 5 – Vůbec
8. Níže uvádíme seznam institucí. U každé z nich prosím uveďte, nakolik jí důvěřujete  Místní samospráva  Státní správa  Média  Neziskové organizace  Soukromý sektor, například korporace  Mikro a malé podniky (nejvýše 50 zaměstnanců), například místní pekař, obchod atd.  Poskytovatelé finančních služeb (např. banky, finanční instituce)	1 – Zcela 5 – Vůbec
9. Na škále od 1 do 5, kdy 1 znamená „zcela“ a 5 „vůbec“, ohodnoťte, nakolik věříte tomu, že technologie bezpečně uchovávají vaše citlivé údaje.	1 – Zcela 5 – Vůbec

Znění otázky	Možné odpovědi
10. Na škále od 1 do 5, kdy 1 znamená „zcela“ a 5 „vůbec“, ohodnoťte, nakolik věříte tomu, že vám technologie mohou pomoci udělat důležitá rozhodnutí. (například finanční plánování, investice, rodinná rozhodnutí)	1 – Zcela 5 – Vůbec
11. Na škále od 1 do 5, kdy 1 znamená „zcela“ a 5 „vůbec“, ohodnoťte, jak snadné je pro vás v porovnání se zavedenými technologiemi (e-mail, vyhledávače) používání nových technologií (např. umělá inteligence, blockchainy)	1 – Zcela 5 – Vůbec
12. Na škále od 1 do 5, kde 1 znamená „vůbec žádné obavy“ a 5 „velmi silné obavy“, ohodnoťte, jaké máte obavy z možného negativního dopadu technologií na svůj život (například ohrožení kybernetické bezpečnosti, rušení pracovních míst, apod.).	1 - Nemám vůbec žádné obavy 2 - Spíše nemám obavy 3 - Mám neutrální postoje 4 - Spíše mám obavy 5 - Mám velmi silné obavy
13. Na škále od 1 do 5, kde 1 znamená „velmi důležité“ a 5 „nedůležité“, vyjádřete, jak důležité jsou podle vás pro ekonomiku samostatní podnikatelé a mikro a malé podniky.	1 - Velmi důležité 5 - Nedůležité
14. Můžete uvést, proč to hodnotíte právě takto?	Otevřená otázka
15. Na škále od 1 do 5, kde 1 znamená „velmi nízký“ a 5 „velmi vysoký“ ohodnoťte, jak velký je dlouhodobý potenciál růstu a úspěchu samostatných podnikatelů a mikro a malých podniků ve vašem okolí (obci, městu, kraji).	1 - Velmi nízký 5 - Velmi vysoký
16. Kolikrát týdně nakupujete produkty či služby od samostatného podnikatele či mikro nebo malého podniku?  Poznámka: Mikro a malé podniky mají nejvýše 49 zaměstnanců. Jsou to například pekařství, restaurace, hospody, prodejny elektroniky, autoservisy apod.	5krát týdně nebo častěji / 3–4krát týdně nebo častěji / 1–2krát týdně / Nikdy
17. Jaké faktory ovlivňují vaše rozhodování, když nakupujete u samostatného podnikatele či v mikro nebo malém podniku? Vyberte 3 nejčastější	Cena / Kvalita / Praktičnost / Etické důvody a důvěryhodnost podnikatele/podniku / Rychlost / Hodnocení nebo reference / Dostupnost v místě / Země/ místo původu / Množství požadovaných osobních údajů / Jiné. Uveďte, prosím.
18. Uveďte, do jaké míry souhlasíte, nebo nesouhlasíte s následujícím tvrzením: „Pokud mám příležitost k nákupu od samostatného podnikatele či mikro a malého podniku, jsem ochotný/ochotná zaplatit více.“	Naprosto souhlasím / Souhlasím / Ani souhlas, ani nesouhlas / Nesouhlasím / Naprosto nesouhlasím
19. Pokud se jedná o důvěryhodnost značky, jaké jsou pro vás 3 nejdůležitější faktory?	Dobré zabezpečení dat/údajů / Vysoká spolehlivost služeb / Rychlá reakční doba a kvalita zákaznické podpory / Výrazná přítomnost na sociálních médiích / Silné etické hodnoty / Transparentní a srozumitelné nakládání s daty/údaji / Dobrá pověst / Vysoká míra personalizace / Dobrá kvalita produktu / Jasná pravidla pro vrácení zboží a záruku

Znění otázky	Možné odpovědi
20. Když si představíte společenský status jako žebřík, kde společenský status stoupá s výškou žebříku, na kterou příčku byste se sami zařadili?  1 (nahoru – vysoké společenské postavení) ---- 5 (dolů – nízké společenské postavení)	1 až 5
21. Teď si představte situaci, ve které místo vašeho zaměstnání vlastníte nebo vedete malý podnik. Na kterou příčku žebříku byste se zařadili teď? 1 (nahoru – vysoké společenské postavení) ---- 5 (dolů – nízké společenské postavení)	1 až 5



strive



care®



60\_\_dB

### Poděkování společnosti 60 Decibels

Tato studie by nebyla možná bez velkorysé podpory Centra pro inkluzivní růst společnosti Mastercard a spolupráce s CARE Česká republika a CARE International. Jsme také zavázáni všem partnerům, kteří Barometr a tento proces od začátku až do konce podporovali, zejména Hospodářské komoře České republiky. Především bychom pak rádi poděkovali všem respondentům, kteří se zúčastnili našich průzkumů, děkujeme za váš čas, upřímnou zpětnou vazbu a zasvěcené komentáře. Bez vás by tato zpráva nemohla vzniknout. Snažili jsme se zde prezentovat vaše názory v naději, že se z výsledků společně poučíme a dojde k pozitivním změnám.



strive



care®



60\_\_dB