

podporuje



strive



care®

60__dB

Touha prosperovat – část 4:

České mikro- a malé podniky v roce 2025

Bližší pohled na mikro- a malé podniky,
kybernetickou bezpečnost
a podnikatelské prostředí
v České republice

Zpráva 60 Decibels
pro Mastercard Strive
v Česku

O programu Mastercard Strive v Česku

Mastercard Strive v Česku 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 milionu 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 v Česku je posílit finanční odolnost a podpořit růst českých mikro- a malých podniků, usnadnit přístup k financování a k řadě klíčových podpůrných služeb včetně poradenství a koučování zaměřeného na podniky vedené ženami a podnikatele a podnikatelky vysídlené z Ukrajiny. Platforma Pro podnikavé je řešení pro všechny podnikatele, které vzniklo v rámci programu Mastercard Strive v Česku, obsahujícího 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 1 300 výzkumných pracovníků ve více než 85 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.

Obsah

Předmluva od Mastercard Česká republika a Slovensko	5
Úvodní slovo neziskové organizace CARE USA	6
Úvod	7
Co je součástí Barometru	7
Co lze očekávat od Barometru 2025	8
11 Lessons from this Barometer	9
Naše metody	11
O našich datech	12
Regionální zjištění: Zkušenosti a očekávání mikro- a malých podniků v různých regionech České republiky	15
Současný stav českých podniků: Pochopení podnikatelů a jejich podniků	17
Digitalizace mikro- a malých podniků: Co funguje a co podnikatelé potřebují	22
Kybernetická bezpečnost v podnikání	32
Podpora růstu pro české mikro- a malé podniky: Služby na podporu podnikání a přístup k externímu financování	32
České mikro- a malé podniky a externí financování	32
České mikro- a malé podniky a služby na podporu podnikání	35
Podnikatelské prostředí: Jak podnikatelé vnímají ekosystém mikro- a malých podniků	38
Výhled do budoucna: Očekávání podnikatelů	41
Závěr	42
Co dál?	43
Zvyšování finančního povědomí a odolnosti podniků	43
Snižování překážek digitalizace	43
Bridging the persistent gender gap	43
Podpora inkluzivnějšího podnikatelského prostředí	43
Expertní komentáře	44
Příloha - Dotazník	52

Poznámka k mikro- a malým podnikům

Než začneme, vysvětlíme si některé klíčové pojmy. Pro účely této zprávy definujeme mikro- a malé podniky jako samostatné podnikatele a mikro- a malé podniky. Označení samostatný podnikatel, jak název napovídá, je forma podnikání, kde všechny potřebné funkce zastává jeden člověk: je to jednotlivec, který řídí celý provoz, v Česku označovaný jako „osoba samostatně výdělečně činná“ (OSVČ). Mikropodnik má obvykle 1–9 zaměstnanců, zatímco malý podnik zaměstnává 10–49 osob. Každý podnik s 50 a více zaměstnanci je považován za střední nebo velký a nespadá do rozsahu této zprávy.

Toto zaměření má dva důvody. Zprvu vzrůstá shoda na tom, že tyto menší podniky hrají zásadní roli při podpoře hospodářského růstu a sdílené prosperity.

Ale co je důležitější, věříme, že problémy a zkušenosti mikro- a malých podniků se často výrazně liší od problémů a zkušeností velkých podniků. Abychom skutečně podpořili jejich růst, potřebujeme výzkum přizpůsobený jejich specifickým potřebám a situacím.

Tato zpráva, čtvrtá publikace Barometru z programu Mastercard Strive v Česku, je poslední z řady publikací věnovaných zdůraznění často podceňované, avšak nepostradatelné role, kterou mikro- a malé podniky hrají při utváření struktury našich místních ekonomik a komunit.



podporuje



strive



care

60__dB

Předmluva od Mastercard Česká republika a Slovensko

Když jsme v roce 2022 spustili program Mastercard Strive v Česku, věděli jsme, že mikro- a malé podniky hrají klíčovou roli v místní ekonomice, ale čelí specifickým výzvám. Mnohým z nich chyběl přístup k financování, digitálním dovednostem nebo mentoringu a neexistoval žádný komplexní podpůrný systém. Dnes, o tři roky později, vidíme jasný posun: podnikání se dostalo do popředí i v regionech, kde dříve chybělo, a témata jako digitální transformace, rovnost žen a mužů v podnikání nebo přístup k mentoringu – i pro ty nejmenší firmy – jsou dnes součástí veřejné debaty.

Za poslední tři roky jsme nepodporovali pouze jednotlivé podnikatele, ale pomohli jsme proměnit celé prostředí kolem nich. Mastercard spustil další iniciativy, jako je Velký týden malých firem, který pomohl zvýšit povědomí o důležitosti malých firem a ocenit jejich přínos pro společnost a ekonomiku. Stejně tak naši partneři rozšířili své vlastní aktivity – vznikly nové mentoringové programy, nástroje pro podnikatele i cílené podpůrné služby, které lépe odpovídají reálným potřebám malých podniků.

Dopad programu je vidět nejen v číslech, ale především v příbězích podnikatelů. Tisíce majitelů firem získaly přístup k mentoringu, workshopům a možnostem propojování se zkušenými lidmi, kteří jim pomohli překonat bariéry, posunout jejich podnikání a najít cestu k úspěchu v digitální ekonomice. Mnozí z nich začali využívat digitální nástroje a našli odvahu investovat do růstu. Zároveň jsme byli svědky toho, jak se podnikatelská komunita sbližuje – dnes si podnikatelé častěji předávají zkušenosti, více spolupracují a aktivně se podporují, čímž si společně otevírají cestu k růstu v digitální éře.

Od prvního průzkumu v roce 2022 se trendy, které sledujeme, vyvíjejí pozitivním směrem. Čeští podnikatelé postupně více investují do digitálních technologií, povědomí o kybernetické bezpečnosti výrazně roste a podnikání se stává čím dál

atraktivnější cestou nejen pro muže, ale i pro ženy, které hledají větší finanční nezávislost. Ukazuje se také, že podnikatelé nehledají pouze finanční podporu, ale také inspiraci, možnosti pro networking a přístup ke vzdělávání – což je jedna z klíčových priorit tohoto programu.

Za tento úspěch vděčíme mnoha partnerům, odborníkům a podnikatelům, kteří byli ochotni sdílet své zkušenosti, inovovat a podporovat ostatní. Společně jsme nejen posílili české mikro- a malé podniky, ale nastavili jsme i nový standard podpory podnikání do budoucna.

Mikro- a malé podniky v České republice nejsou jen ekonomickým pilířem – jsou symbolem inovace, odvahy a přizpůsobivosti. A my pevně věříme, že jejich podpora je investicí do budoucnosti nás všech.



Jana Lvová
generální ředitelka,
Mastercard Česká republika a Slovensko

Úvodní slovo neziskové organizace CARE USA

Při představování čtvrtého a posledního vydání Barometru se na chvíli zamysleme nad cestou českých mikro- a malých podniků v uplynulých letech. Tato série přinesla podrobný pohled na výzvy, odolnost a aspirace mikro- a malých podniků a osvětlila jejich nezastupitelnou roli v ekonomice země.

V celosvětovém měřítku tvoří mikro- a malé podniky 90 % všech podniků a podílejí se na 50 % celosvětové zaměstnanosti.¹ V Evropské unii vytvářejí 50 % HDP, přesto se stále potýkají s významnými finančními a provozními překážkami. Naše zjištění v Česku jsou v souladu s těmito trendy a odhalují tři přetrvávající problémy: finanční zranitelnost, pomalé zavádění digitálních technologií a genderové rozdíly v podnikání.

Naléhavým problémem zůstává finanční odolnost. Téměř 77 % českých mikro- a malých podniků spoléhá na své podnikání jako na primární zdroj příjmů, avšak každý pátý nemá žádnou finanční rezervu, pokud by jeho podnikání přestalo generovat příjmy. To odráží širší celosvětový problém, kdy 50 % malých podniků na celém světě nedokáže přežít déle než tři měsíce bez příjmů. Navíc navzdory vysoké míře schvalování úvěrů požádalo v uplynulém roce o financování pouze 20 % českých mikro- a malých podniků, přičemž mnohé z nich uvádějí jako hlavní překážky podmínky úvěrů a požadavky na záruky. To odráží celosvětové údaje, podle nichž 70 % malých podniků stále nemá přístup k odpovídajícímu financování.

Digitální transformace českých podniků probíhá, ale zůstává omezená. Přestože 47 % českých podnikatelů považuje zavádění technologií za klíčové pro svůj budoucí úspěch, téměř 45 % z nich vyčleňuje na digitalizaci pouze 1–5 % svých rozpočtů, což poukazuje na finanční a technické překážky omezující rozvoj. Kybernetická bezpečnost, navzdory svému rostoucímu významu, zůstává podfinancovaná – 40 % mikro- a malých podniků investuje do kybernetické bezpečnosti méně než 500 Kč měsíčně, přestože 69 % ji považuje za důležitou. Celosvětově je 43 % kybernetických útoků zaměřeno na malé podniky, avšak pouze 14 % z nich je na ně dostatečně připraveno, což podtrhuje naléhavost řešení tohoto problému.

Genderové rozdíly nadále brání růstu podniků. Podniky vedené ženami v Česku jsou častěji podniky bez zaměstnanců, které navíc mají menší šance pro získání externího financování (15 % oproti 29 % podniků vedeným muži) a které častěji uvádějí, že nevyužívají žádné služby na podporu podnikání (53 % oproti 49 %). To odráží širší celosvětový problém, kdy podnikatelky mají o 20 % nižší pravděpodobnost, že si zajistí financování, a čelí větším překážkám v přístupu k digitálním nástrojům a sítím. Řešení tohoto rozdílu není jen morálním imperativem – důvody jsou i ekonomické, přičemž odhady

ukazují, že odstranění genderového rozdílu by mohlo zvýšit globální HDP o 5–6 bilionů amerických dolarů.

Tento poslední Barometr není jen odrazem současného stavu českých mikro- a malých podniků, je také výzvou k akci. Politici, finanční instituce a podpůrné organizace se musejí spojit, aby zajistili, že mikro- a malé podniky budou mít přístup ke zdrojům, financování a digitálním nástrojům, které potřebují k tomu, aby se jim dařilo. Snižováním překážek financování, podporou zavádění digitálních technologií a vytvářením politik zohledňujících rovnost žen a mužů můžeme posílit základy pro růst a odolnost malých podniků.

Při příležitosti závěrečného vydání Barometru děkujeme podnikatelům, kteří se s námi podělili o své zkušenosti, partnerům, kteří podpořili tento výzkum, a všem, kteří se zavázali podporovat inkluzivnější a udržitelnější podnikatelské prostředí v České republice.

Cesta, která nás čeká, vyžaduje odvážné iniciativy, inovativní řešení a společné úsilí – společně totiž můžeme českým mikro- a malým podnikům pomoci zvládnout výzvy, využít příležitosti a vybudovat odolnější budoucnost. Vzniká ekosystém spolupráce zahrnující vlády, soukromý sektor a nevládní organizace, který může vést k efektivnějším systémům podpory, politikám šitým na míru a zdrojům pro mikro- a malé podniky. Využití regionálních partnerství poskytne zásadní podporu, sdílení znalostí a možnosti mentoringu, zejména pro podnikatelky. Díky programům, jako je Mastercard Strive v Česku, které se zaměřují na podniky vedené ženami, se klade stále větší důraz na řešení specifických výzev, kterým podnikatelky čelí, což pomáhá překlenout rozdíly v podnikání mezi muži a ženami. Vzhledem k tomu, že digitalizace se stále více prosazuje, bude pravděpodobně k dispozici více zdrojů, které pomohou mikro- a malým podnikům zavádět digitální technologie, otevřít nové trhy, zlepšit efektivitu a zvýšit konkurenceschopnost. Odolnost a přizpůsobivost podpořená těmito výzvami nakonec umožní českým mikro- a malým podnikům, aby se staly silnějšími a inovativnějšími a hrály ještě významnější roli při podpoře hospodářského růstu a inovací v České republice.

Budoucnost českých mikro- a malých podniků, zejména těch, které vedou ženy, je slibná.



Rathni Mani-Kandt,
ředitelka pro finanční inkluzi a podnikání žen, CARE USA

¹ Financování malých a středních podniků Světovou bankou

podporuje



60 __ dB

Úvod

Vítejte v Barometru 2025, čtvrtém a posledním díle celé série, který přináší hloubkovou analýzu stavu mikro- a malých podniků v České republice. Toto vydání se vrací k našemu předchozímu výzkumu a zároveň se hlouběji zabývá novými trendy, zejména v oblasti digitální transformace, kybernetické bezpečnosti a podnikatelského prostředí.

České mikro- a malé podniky hrají v ekonomice země i nadále klíčovou roli a významně přispívají k zaměstnanosti a hospodářskému růstu. Potýkají se však s přetrvávajícími problémy, včetně omezené finanční odolnosti, pomalého zavádění digitálních technologií a genderových rozdílů, které ovlivňují jejich růstový potenciál. Mnoho podnikatelů dává přednost stabilitě před agresivní expanzí, ale zároveň si uvědomují potřebu digitálních nástrojů, aby si udrželi konkurenceschopnost. Přesto jsou investice do technologií stále nízké a kybernetická bezpečnost zůstává pro mnoho z nich problematickou oblastí.

Tato zpráva představuje faktory ovlivňující výkonnost mikro- a malých podniků, včetně překážek, kterým podnikatelé čelí přístupu k financování, podpůrným službám pro podnikání a zdrojům pro řízení digitálních a kybernetických bezpečnostních rizik. Upozorňuje také na systémové problémy, které ovlivňují podnikatelky, jako jsou společenské předsudky a problémy s rovnováhou mezi pracovním a soukromým životem, které brání jejich růstovému potenciálu.

Tato studie, která se vrací ke klíčovým tématům z dřívějších zpráv a přináší nové poznatky, nabízí realizovatelná doporučení, která pomohou posílit české podnikatelské prostředí. Doufáme, že se zaměřením na zlepšení finančního přístupu, podporu zavádění digitálních technologií a řešení specifických genderových výzev podpoříme prostředí,

ve kterém budou české mikro- a malé podniky prosperovat a přispívat k dlouhodobé hospodářské prosperitě.

Co je součástí Barometru

Stejně jako v našich předchozích zprávách jsou i v tomto Barometru prezentovaná zjištění založena na dvou klíčových zdrojích. Jádrem této analýzy je průzkum mikro- a malých podniků, který je doplněn o přehled sekundárních údajů a literatury. Společně se snažíme pomocí těchto zdrojů vytvořit bohatý, vícerozměrný kontext současného stavu mikro- a malých podniků v Česku. Toto vydání se konkrétně snaží vrátit k některým klíčovým tématům, která jsme v průběhu let zkoumali, a také se hlouběji ponořit do zkušeností mikro- a malých podniků s digitalizací a kybernetickou bezpečností. Podrobnější informace o našich výzkumných metodách najdete v části Naše metody.

V této zprávě, která je posledním dílem čtyřdílné série (předchozí zprávy byly zveřejněny v listopadu 2022, prosinci 2023 a září 2024), se vracíme k předchozím zjištěním a prohlubujeme znalosti o českých mikro- a malých podnicích za poslední tři roky. Pokud jste si je nestihli přečíst před touto zprávou, v tomto závěrečném vydání upozorňujeme na všechny podstatné trendy z předchozích výzkumů. Přesto vás vyzýváme k přečtení celé série, protože celý příběh za to stojí.

Vždy si rádi vyslechneme zpětnou vazbu. Pokud máte nápady nebo návrhy, na co by se budoucí výzkum mohl/měl zaměřit, budeme rádi, když se o ně s námi podělíte prostřednictvím tohoto odkazu. Zajímají nás zejména názory majitelů mikro- a malých podniků, ale vítáme příspěvky od všech. Neváhejte se na nás obrátit!



Co lze očekávat od Barometru 2025

Toto závěrečné vydání Barometru se snaží navázat na poznatky z předchozích zpráv a vrací se ke klíčovým otázkám všech našich předchozích průzkumů, aby bylo možné sledovat probíhající trendy. Nejedná se však pouze o ohlédnutí zpět, nýbrž také o hlubší zkoumání otázek kybernetické bezpečnosti a aspirací podnikatelů s cílem určit prioritní oblasti pro ekosystém do roku 2025.

Zpráva je strukturována do pěti klíčových témat. Nejprve zkoumáme **současný stav českých podniků**, přičemž se zaměřujeme na zdraví podniků a jejich finanční odolnost. Dále zkoumáme **digitální transformaci** mikro- a malých podniků, všímáme si, co funguje, a identifikujeme konkrétní potřeby podnikatelů v této oblasti.

Třetí téma se zaměřuje na **podporu růstu českých** mikro- a malých podniků, včetně dostupnosti a účinnosti služeb na podporu podnikání a výzev, kterým čelí při získávání externí

podpory. Ve čtvrtém tématu se věnujeme širšímu pohledu na **podnikatelský ekosystém** a zkoumáme, jak podnikatelé vnímají prostředí, ve kterém působí, a jaké vnější faktory ovlivňují jejich úspěch.

Nakonec se podíváme dopředu a prozkoumáme **aspirace podnikatelů** do budoucna a faktory, které by jim mohly pomoci dosáhnout jejich růstových cílů. Cílem této části je zachytit naděje a výzvy, kterým čelí podnikatelé na své cestě vpřed.

Prostřednictvím těchto témat chceme poskytnout prakticky využitelné poznatky, které nejen podpoří růst mikro- a malých podniků, ale zároveň vytvoří základ pro zapojení aktérů napříč celým ekosystémem a podporu podnikatelek a podnikatelů na cestě k úspěchu a dalšímu rozvoji.



podporuje



strive



care®

60__dB

11 poučení z tohoto Barometru

- 1. Podnikatelé jsou finančně stabilní, ale mají omezené rezervy.** Mnoho majitelů mikro- a malých podniků je zcela závislých na svém podnikání, ale nemají finanční rezervy potřebné k tomu, aby mohli čelit ekonomickým otřesům. Z našeho průzkumu vyplývá, že 77 % majitelů mikro- a malých podniků spoléhá na své podnikání jako na primární zdroj příjmů. Navzdory tomu nemá každý pátý žádný záložní finanční zdroj, pokud by jeho podnikání přestalo generovat příjmy – tento trend odpovídá zjištěním z loňského Barometru. Mezi těmi, kteří mají finanční rezervy, jich pouze 20 % dokáže udržet provoz po dobu jednoho roku. Významnou roli v těchto rozdílech hrají faktory jako gender, stáří a velikost podniku a region, ve kterém podnik působí. Tyto údaje také odpovídají širším trendům pozorovaným ve schopnosti podnikatelů zvládat neočekávané výdaje. V roce 2022 každý pátý podnikatel uvedl, že není schopen pokrýt nenadálé výdaje, a v roce 2024 už to byl každý čtvrtý.
- 2. Většina českých mikro- a malých podniků usiluje o stabilitu místo agresivního růstu.** Podnikatelé dávají přednost stabilitě a stále častěji se snaží o mírný růst než o rychlou expanzi, což signalizuje celkově opatrné podnikatelské prostředí. Letošní studie ukazuje pozitivní trend, neboť méně podniků chce zůstat stejně velkých a více podniků očekává mírný růst. Ve srovnání s 50 % z Barometru z roku 2022 chce 43 % podniků zachovat stejnou velikost a 41 % podniků usiluje o mírný růst, což je nárůst oproti 33 % v roce 2022. Navzdory těmto pozitivním změnám celkově pouze 9 % českých mikro- a malých podniků usiluje o rychlou expanzi, což naznačuje obecně nízkou ochotu riskovat. Tento trend je patrný i v dalších aspektech, jako je relativní neochota využívat externí úvěry. Zajímavé je, že častěji chtějí rychle růst mladší podniky působící na trhu 6 let nebo méně (17 %) než mikro- a malé podniky podnikající 7–12 let nebo 13 či více let (7 % a 3 %).
- 3. Podnikatelé chtějí školení v oblasti technologií a podnikání, ale služby na podporu podnikání nevyužívají.** Přestože si mnohé mikro- a malé podniky uvědomují hodnotu školení, každý druhý podnikatel v uplynulém roce nevyužil žádné služby na podporu podnikání. Mezi těmi, kteří využili služby na podporu podnikání, byly nejčastěji vyhledávané mentoring (24 %), finanční školení (20 %) a školení v oblasti kybernetické bezpečnosti (16 %). Mikro- a malé podniky častěji uvádějí, že přístup k těmto různým formám podpory je důležitý ve srovnání s podniky bez zaměstnanců.

Na otázku, co by bylo v budoucnu pro jejich podnikání užitečné, 47 % respondentů uvedlo, že by chtělo lepší přístup k technologiím, zatímco 40 % by chtělo školení v oblasti technologií, což znovu ukazuje, že podnikatelé si těchto dovedností cení, ale aktivně nehledají způsoby, jak je získat.

- 4. Podnikatelky nadále čelí nerovnováze mezi pracovním a osobním životem a společenským bariérám.** Ženy napříč generacemi si více uvědomují překážky, kterým při podnikání čelí, ve srovnání se svými mužskými protějšky. Jak opakovaně ukazují předchozí vydání Barometru, ženy, které v Česku vedou mikro- a malé podniky, nadále balancují mezi podnikáním a rodinnými povinnostmi, přičemž čelí společenským předsudkům a profesní diskriminaci, což výrazně komplikuje rozvoj jejich podnikání. Téměř 6 z 10 žen uvádí rodinné závazky jako hlavní výzvu a každá druhá žena se potýká s problémy při sladování pracovního a soukromého života. Společenské předsudky a nedůvěru okolí v jejich schopnosti uvádí 44 % podnikatelek a 38 % se setkává s profesní diskriminací. Téměř polovina žen se domnívá, že muži mají při podnikání výhodu. Dlouhodobě se potvrzuje, že břemeno péče o domácnost a rodinu leží ve větší míře na ženách. Podle mezinárodních studií tráví ženy v průměru o 2,7 hodiny denně více neplacenou péčí o rodinu a domácnost než muži.² Není tedy překvapením, že podnikatelky všech věkových kategorií častěji souhlasí s tím, že muži mají v podnikání v Česku výhodu (souhlasí 59 % žen oproti 37 % mužů), což ukazuje, že vnímání genderové nerovnosti přetrvává napříč generacemi žen.
- 5. Vytváření cílené podpory s ohledem na genderovou perspektivu stejně jako aktivní motivace k jejímu využívání mohou přispět k růstu a prosperitě podniků v Česku vedených ženami.** Ženy podnikají bez zaměstnanců přibližně 1,3krát častěji než muži. Zároveň podnikatelky častěji než podnikatelé uvádějí, že nevyužívají žádné služby na podporu podnikání (53 % oproti 49 %). Poskytnutí nástrojů, které jim umožní vstoupit do systémové podpory a zároveň rozvíjet potřebné dovednosti, může těmto podnikatelkám pomoci zvládnout náročný přechod od sebezaměstnání k mikropodniku a následně k malému podniku. Potřeba této podpory se odráží také v tom, že podniky vedené ženami méně často vyčleňují rozpočet na digitalizaci a technologickou oblast obecně neřadí mezi své priority.

² Muži věnují neplacené péči v průměru 6,5 % svého dne (tedy přibližně 1,6 hodiny), zatímco ženy téměř 18 % – tedy zhruba 4,3 hodiny denně. Zdroj: Prognóza času stráveného neplacenou péčí a domácími pracemi | UN WOMEN.

Využití forem podpory, které ženy preferují častěji než muži – například zapojení do podnikatelských sítí a skupin, přístup k financím nebo školení v oblasti lidských zdrojů a podnikání –, může představovat vhodný vstupní bod pro posilování kapacit žen v podnikání.

6. Přístup k úvěrům zůstává problematický, přestože míra schvalování žádostí je vysoká. Čeští podnikatelé jsou i nadále obezřetní vůči zadlužení a externímu financování. Ti, kteří o financování usilují, často narážejí na složité postupy a přísné požadavky, i když většina žádostí bývá nakonec schválena. Pouze 20 % podnikatelů požádalo v uplynulém roce o úvěr, což odpovídá trendu zaznamenanému již v Barometru z roku 2022. Mezi těmi, kteří žádost podali, bylo 70 % úspěšných, avšak 41 % uvedlo jako překážku neúnosné podmínky a 38 % požadavky na zajištění. Předchozí vydání Barometru opakovaně upozorňovala na potřebu zvyšovat povědomí o možnostech externího financování – jak ze soukromých, tak ze státních zdrojů – a aktuální data potvrzují, že tato potřeba nadále přetrvává.

7. Digitální transformace je pro mikro- a malé podniky prioritou, avšak investice do této oblasti zůstávají minimální. Podnikatele brzdí vysoké náklady, časová náročnost a omezené zkušenosti. Ačkoliv si podnikatelé uvědomují nezbytnost digitálních nástrojů, investice do této oblasti zůstávají nízké kvůli rozpočtovým a dalším omezením. Od roku 2023 se zvýšil počet podniků, které považují zavádění technologií za klíčové pro budoucí úspěch svého podnikání ze 40 % na 47 %. Aktuální šetření však ukazuje, že 45 % podnikatelů plánuje v roce 2025 vyčlenit na digitalizaci pouze 1–5 % svého rozpočtu. Pouze 5 % podnikatelů plánuje investovat více než 10 %, což poukazuje na propast mezi deklarovanou prioritou a reálnými investičními rozhodnutími. Hlavními bariérami zůstávají finanční a časová omezení (23 %) a nedostatek financí (22 %), což odpovídá i zjištěním z předchozích vydání Barometru.

8. Podobně roste povědomí o kybernetické bezpečnosti, avšak mnoho podniků do této oblasti stále investuje nedostatečně. Majitelé mikro- a malých podniků si sice uvědomují rizika spojená s kybernetickou bezpečností, ale vzhledem k omezeným rozpočtům a nedostatku odborných znalostí tuto oblast často odsouvají na vedlejší kolej. Až 7 z 10 používá antivirový software a 6 z 10 pravidelně aktualizuje software a používá dvoufaktorové ověřování. Zajímavé je, že 31 % podnikatelů se setkala s kybernetickým incidentem, přesto se 10 % z nich kybernetických rizik vůbec neobává, což poukazuje na potřebu posílit informovanost o naléhavosti tohoto tématu v čím dál více digitalizovaném prostředí. Až 42 % respondentů je ochotno investovat do nástrojů kybernetické bezpečnosti maximálně 500 Kč měsíčně.

9. Cenová dostupnost a nedostatek odbornosti brání kvalitnější praxi v oblasti kyberbezpečnosti. Mnoha mikro- a malým podnikům chybí rozpočet, dovednosti nebo pocit naléhavosti, aby zlepšily svou kybernetickou bezpečnost. Přesně 31 % uvádí jako hlavní překážku náklady, zatímco 26 % postrádá potřebné odborné znalosti. Pro 27 % není kybernetická bezpečnost prioritou a 21 % nemá na její řešení dostatek času. V odpovědi na otázku, co by pomohlo lépe zvládat kybernetická rizika, podnikatelé nejčastěji zmiňují nabídku cenově dostupných nástrojů (40 %), vzdělávací programy (35 %) a odbornou podporu (31 %).

10. Pražští podnikatelé vykazují ve srovnání s podnikateli z jiných regionů vyšší míru digitálního zapojení a stabilitu podnikání. Podnikatelé v Praze vykazují vyšší stabilitu podnikání, výraznější digitální zapojení a větší míru sebedůvěry. Zatímco 20 % mikro- a malých podniků sídlících v Praze uvádí i další zdroje příjmů, právě tyto podniky nejčastěji vykazují vyšší tržby – 12 % z nich dosahuje ročního obrátu přes 12,5 milionu Kč. Zároveň 26 % pražských podniků vyčleňuje na digitalizaci více než 6 % svého rozpočtu, zatímco v ostatních regionech je to pouze 20 % podniků. Kybernetickou bezpečnost řadí mezi priority 70 % podniků z Prahy. Oproti tomu v severozápadních Čechách a Moravskoslezském kraji, zavádějí digitální nástroje pomaleji a méně než čtvrtina tamních mikro- a malých podniků v současné době nezavádí žádná opatření v oblasti kybernetické bezpečnosti. Tyto regiony také uvádějí nižší důvěru v podnikání, například v Moravskoslezském kraji hlásí zvýšenou sebedůvěru v řízení svého podniku pouze 28 % podnikatelů, zatímco v Praze je to 39 %. To poukazuje na jasný rozdíl v zavádění digitálních technologií i v celkovém rozvoji podnikání v jednotlivých regionech.

11. Většina podnikatelů vnímá podnikatelské prostředí jako neměnné a zaznamenává jen malé pokroky v dostupnosti podpory. Celkově většina podnikatelů vnímá podnikatelské prostředí v posledních letech jako víceméně neměnné. Až 56 % se domnívá, že nedošlo k žádné změně v dostupnosti služeb na podporu podnikání. Přestože více než třetina uvádí, že nevnímá žádnou změnu v podnikatelském prostředí, přibližně 22 % zmiňuje zlepšení. Rovněž 57 % respondentů uvádí, že se nezměnila jejich sebedůvěra ve své schopnosti podnikat. Na celkové vnímání má pochopitelně vliv velikost, stáří a sídlo podniku a věk podnikatele. Mikro- a malé podniky častěji uvádějí, že se dostupnost služeb na podporu podnikání zvýšila ve srovnání s podniky bez zaměstnanců (34 % oproti 21 %) a podobně vnímají pozitivní posun i mladší podniky, což ukazuje, jak se vnímání ekosystému liší v závislosti na celé řadě faktorů.

Naše metody

Naše dotazníkové šetření, jehož otázky si můžete v plném znění přečíst v příloze, bylo provedeno v češtině. Respondenti z mikro- a malých podniků byli prověřeni, aby se potvrdilo, že pracují na úrovni vedoucího pracovníka nebo vyšší. Podniky, které měly 50 a více zaměstnanců, byly z této studie vyloučeny.

Vzorek majitelů mikro- a malých podniků, se kterými jsme hovořili, se mírně liší od celkové populace těchto podniků v České republice. Záměrně jsme se rozhodli pro větší vzorek určitých méně zastoupených skupin, abychom zajistili statisticky spolehlivé srovnání. Čtenář by proto měl vědět, že z hlediska vykreslení celkového stavu českých mikro- a malých podniků jsou data mírně zkreslena směrem k názorům relativně větších malých podniků (10–49 zaměstnanců). To je v souladu s naším přístupem u předchozích studií a nedomníváme se, že by to mělo podstatný vliv na hlavní zjištění této zprávy.

Rozdíly ve velikosti vzorku v našem průzkumu lze přičíst dvěma hlavním faktorům: respondenti vynechávají některé otázky a otázky jsou přizpůsobeny konkrétním skupinám. Pokud respondenti některé otázky vynechali, ovlivnilo to velikost vzorku pro tyto konkrétní otázky. Kromě toho otázky určené pro specifické skupiny přirozeně vedly k menší velikosti vzorku ve srovnání s otázkami určenými pro širší skupinu respondentů. Při interpretaci výsledků našeho průzkumu mějte prosím tyto skutečnosti na paměti.

Kromě toho jsme údaje z primárního průzkumu doplnili o sekundární zdroje, abychom získali komplexnější pohled na situaci v segmentu mikro- a malých podniků. Mezi klíčové zdroje patřily mimo jiné zprávy Global Entrepreneurship Monitor, Trendy financování malých a středních podniků Světového ekonomického fóra a Mezinárodní finanční korporace a údaje Světové banky o úrovni příjmů v zemi.



podporuje



strive



60__dB

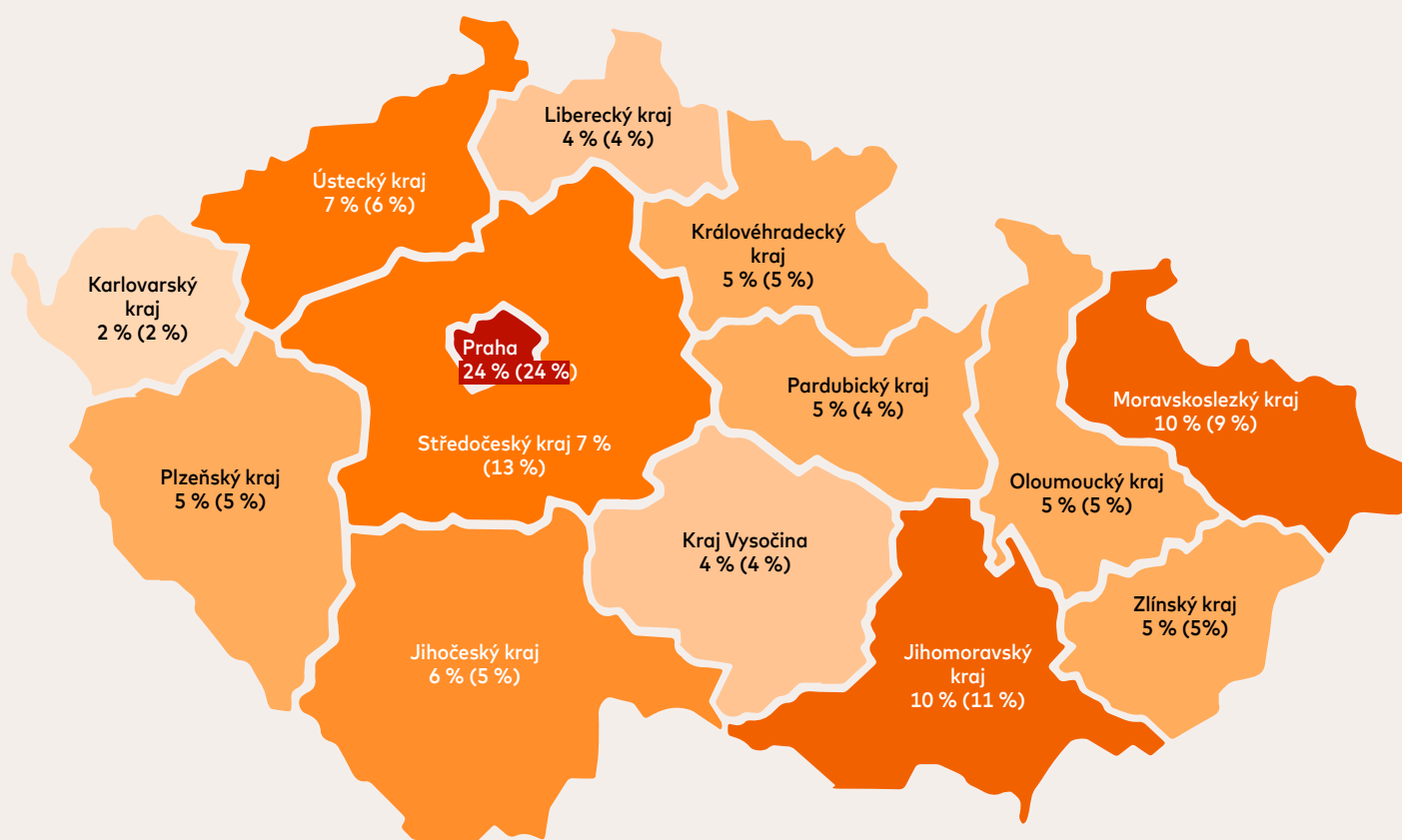
O našich datech

Jádrem letošní studie jsou data získaná od 613 majitelů, vedoucích pracovníků, ředitelů nebo manažerů mikro- a malých podniků v České republice v období od prosince 2024 do ledna 2025. Dotazované podniky jsou různorodé co se týče jejich sídla, odvětví, velikosti a doby trvání, jakož i věku a pohlaví majitelů podniků.

Jak je patrné z obrázku 1, podniky jsou soustředěny především v Praze (24 %), Jihomoravském a Moravskoslezském kraji (10 %) a Středočeském kraji (7 %). Toto rozložení se přesně shoduje s celostátními statistikami podnikání, kde největší podíl podniků stále sídlí v Praze, podobně jako tomu bylo v předchozích letech.³

Obrázek 1: Sídlo podniku

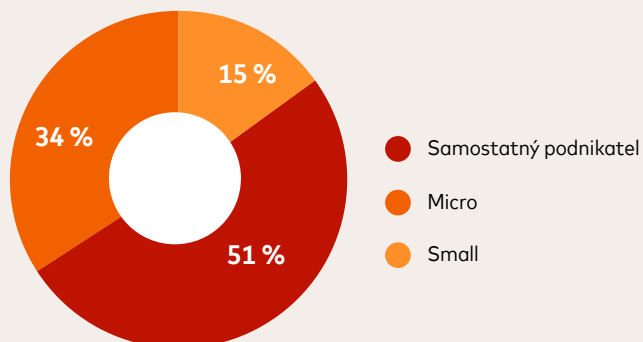
x% = údaje z průzkumu
(x%) = aktuální data



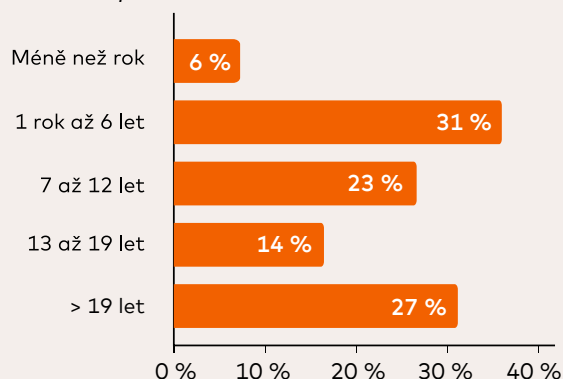
³ Počet podnikatelů a živnostenských oprávnění podle krajů | Zpráva za 4. čtvrtletí 2024 | Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR

Pokud jde o velikost, více než polovina dotazovaných podnikatelů nemá zaměstnance (51 %), více než třetina (34 %) vlastní nebo vede mikropodniky (1–9 zaměstnanců) a zbývajících 15 % respondentů provozuje malé podniky (10–49 zaměstnanců). V souladu s předchozími zjištěními pozorujeme, že bez zaměstnanců podnikají častěji ženy než muži – výrazná část podniků vedených ženami (68 %) spadá do této kategorie, zatímco u podniků vedených muži je tento podíl nižší (49 %). Tyto hodnoty odpovídají evropským i světovým trendům, které ukazují, že podnikatelky častěji vedou své podnikání samostatně, bez zaměstnanců.^{4,5}

Graf 2: Velikost podniku



Graf 3: Délka podnikání



Pokud jde o délku podnikání, přibližně třetina podniků je v provozu 6 let nebo méně (37 %), 23 % je v provozu 7–12 let, 14 % je na trhu 13–19 let a 27 % funguje déle než 19 let. Zajímavé je, že mladší podniky (do 6 let) jsou častěji ve vlastnictví žen (43 %) než mužů (35 %).

Kdy se ženy začínají věnovat podnikání?

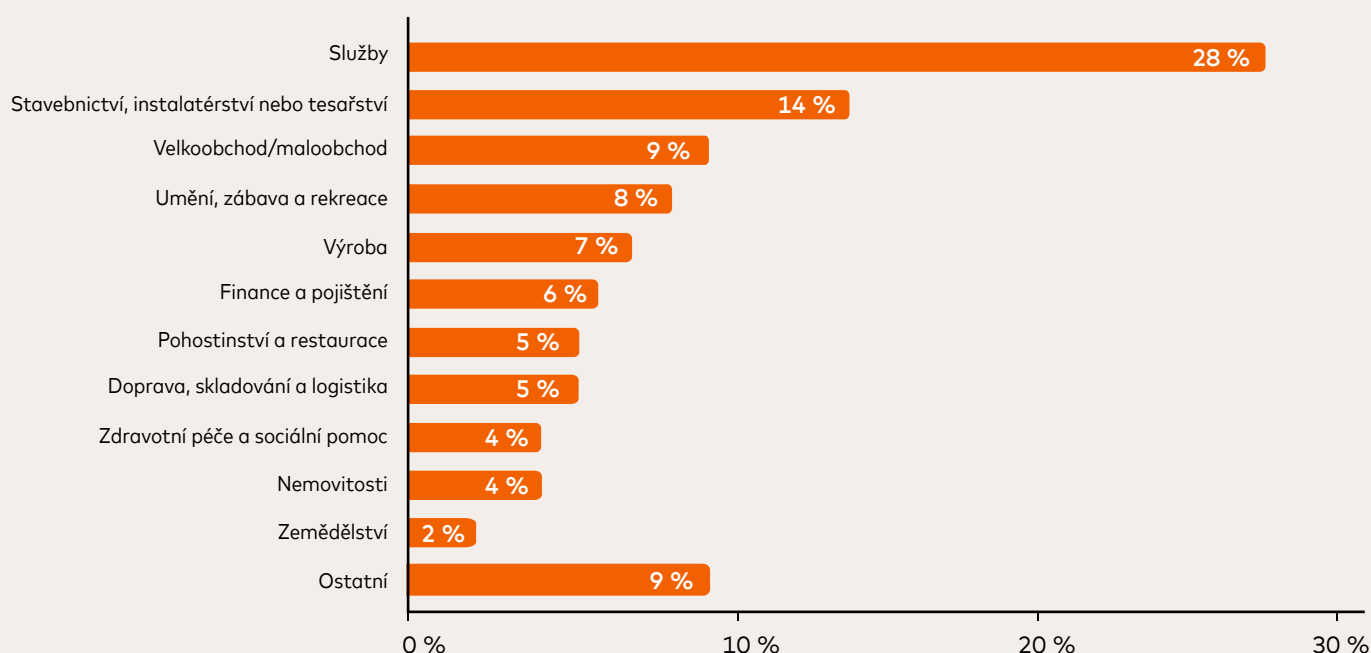
Zeptali jsme se žen, kdy se na své životní cestě rozhodly pro podnikání, a dočkali jsme se zajímavých odpovědí. Častou odpovědí byla volba být svým vlastním šéfem po dokončení formálního vzdělání. Stejný počet žen se svěřil, že začaly podnikat „bokem“ ještě v době, kdy byly zaměstnané, zvažovaly změnu kariéry nebo začaly podnikat po mateřské dovolené. Jen nepatrnou část tvořily velmi mladé podnikatelky, které podnikaly již během studia na vysoké škole, nebo naopak ženy, které o podnikání uvažovaly jako o možnosti po odchodu do důchodu.



⁴ Šest globálních trendů, které ukazují, jak podporovat podnikatelky (2021) | Světové ekonomické fórum.

⁵ Zpráva Global Entrepreneurship Monitor 2022/23 Women's Entrepreneurship Report uvádí, že na jednoho muže na světě připadá 1,47 samostatných podnikatelek.

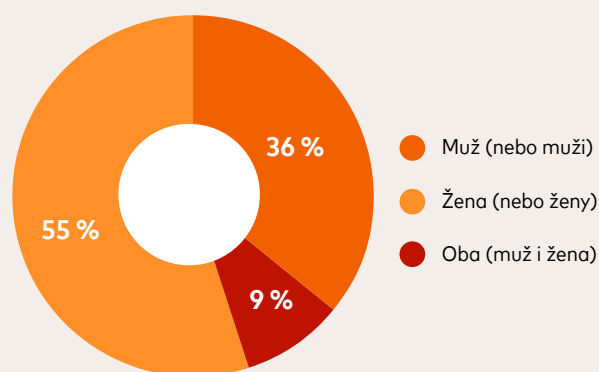
Graf 4: Odvětví činnosti



Hlavními oblastmi podnikání zůstávají služby, stavebnictví, instalatérství, truhlářství a velkoobchod/maloobchod. V sektoru služeb podniká větší podíl žen než mužů (34 % oproti 24 %). Naproti tomu většinu podniků ve stavebnictví provozují muži (23 %), zatímco ženy v tomto odvětví tvoří pouze velmi malý podíl (2 %). Podobně jako v předchozích letech se většina (64 %) řídí modelem B2C (podnikání zaměřené na koncové zákazníky), zatímco 44 % podniká v režimu B2B (podnikání mezi firmami).

Většinu podniků vedou muži (55 %), 36 % podniků vedou ženy a zbývajících 9 % vedou muži a ženy společně, jak je vidět v grafu 5. Toto genderové rozložení zůstává napříč předchozími vydáními Barometru poměrně stabilní, což naznačuje, že se schopnost žen zakládat vlastní podniky v průběhu let výrazně nezměnila.

Graf 5: Pohlaví majitele podniku

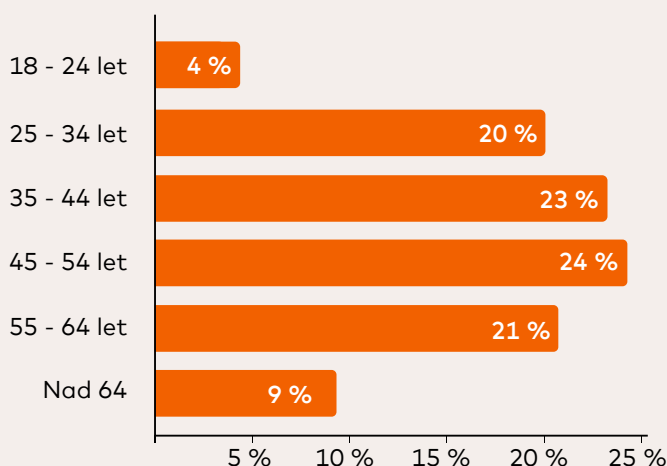


Rodinné podniky tvoří i nadále významnou část vzorku, do této kategorie spadají zhruba 3 z 10 podniků.⁶

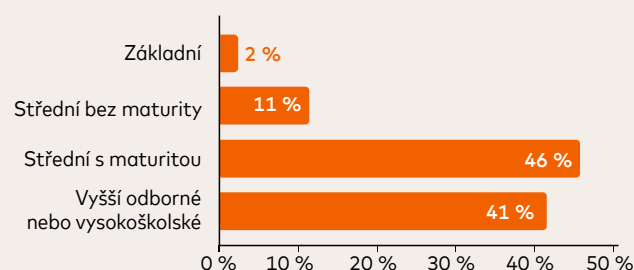
Pokud jde o demografické údaje majitelů podniků, polovina respondentů je ve věku 35–54 let, zatímco téměř každý desátý respondent je starší 64 let (graf 6).

Téměř polovina respondentů (46 %) má středoškolské vzdělání s maturitou a přibližně dva z pěti (41 %) dosáhli vyššího odborného nebo vysokoškolského vzdělání (graf 7).

Graf 6: Věk podnikatele



Graf 7: Úroveň vzdělání podnikatele



Stejně jako v předchozích letech mohou rozdíly ve velikosti vzorku u jednotlivých otázek souviset s tím, že respondenti některé otázky přeskočili, že byly určité otázky cíleny jen na konkrétní skupiny nebo že došlo k odlišnostem mezi jednotlivými verzemi dotazníku. Tyto faktory je třeba zohlednit při interpretaci zjištění uvedených v této zprávě.

Regionální zjištění: Zkušenosti a očekávání mikro- a malých podniků v různých regionech České republiky

V celé studii jsme provedli regionální analýzu tak, že jsme respondenty seskupili do oblastí za použili územní klasifikaci OECD pro Českou republiku na úrovni 2.⁷ V příslušných částech zprávy jsou tyto regionální rozdíly zvýrazněny, aby poskytly hlubší vhled do toho, jak se podnikatelská zkušenost v jednotlivých částech země liší.

Ačkoli velikost vzorků zhruba odpovídá rozložení populace, je důležité mít na paměti, že tato zjištění mají pouze orientační charakter. Uvědomujeme si dvě omezení: nadreprezentaci malých podniků a chybějící kvóty pro jednotlivé regiony. Tato omezení je třeba zohlednit při interpretaci regionálních zjištění, která i přes uvedené limity nabízejí cenné poznatky o trendech.

⁶ Rodinný podnik je podnik, na kterém se svou prací nebo majetkem podílejí nejméně dva členové téže rodiny, např. manžel a manželka, rodiče a děti, sourozenci apod.

⁷ Tato klasifikace odpovídá nomenklatuře územních statistických jednotek (NUTS) Evropské unie.

Regionální analytická skupina (oblast)	Regiony (kraje)	Velikost vzorku	Procento vzorku	Hodnoty Ministerstva průmyslu a obchodu ČR ⁸
Praha	Praha	148	24 %	24 %
Severovýchod	Liberecký kraj Královéhradecký kraj Pardubický kraj	88	14 %	13 %
Jihovýchod	Kraj Vysočina Jihomoravský kraj	87	14 %	15 %
Jihozápad	Plzeňský kraj Jihočeský kraj	67	11 %	10 %
Moravskoslezsko	Moravskoslezský kraj	64	10 %	9 %
Střední Morava	Olomoucký kraj Zlínský kraj	61	10 %	10 %
Severozápad	Karlovarský kraj Ústecký kraj	55	9 %	8 %
Střední Čechy	Středočeský kraj	43	7 %	13 %

Podnikání v krajích – detailní pohled

Největší podíl podniků vedených ženami ve vzorku vykazují oblasti Jihozápad a Střední Čechy, a to 45 %, resp. 44 %. Podniky v těchto oblastech také častěji uvádějí společné vedení (muži a ženy), což možná naznačuje příznivější podnikatelské prostředí pro ženy. Naopak v oblasti Severovýchod je zastoupení žen ve vedení podniků nejnižší – pouze přibližně čtvrtina podniků je vedená ženami. V souladu s tím jsou podniky v oblastech Severozápad a Severovýchod nejčastěji vedené muži (67 % a 63 %).

Pokud jde o vlastnictví podniků, v oblastech Severozápad a Jihozápad se nejčastěji jedná o rodinné podniky (49 %, resp. 40 %). Naopak pouze 19 % podniků v oblasti Jihovýchod a 23 % podniků v oblasti Střední Čechy je rodinných.

Téměř každý druhý majitel podniku v oblasti Severozápad je starší 55 let. Nejvyšší podíl mladších podnikatelů mají oblasti Jihozápad a Moravskoslezsko, kde je 30 % podnikatelů ve věku 18–34 let. Polovina podnikatelů v Praze uvádí, že má vysokoškolské vzdělání, oproti oblasti Severovýchod, kde to uvádí necelých 30 % podnikatelů.

Pokud se podíváme na velikost podniku, 6 z 10 podnikatelů v oblastech Střední Čechy a Severovýchod uvádí, že podnikají bez zaměstnanců. Nejvyšší podíl mikro- a malých podniků je zaznamenán v Praze, kde 55 % podniků uvádí, že mají více než jednoho zaměstnance.

⁸ Počet podnikatelů a živnostenských oprávnění podle krajů | Zpráva za 4. čtvrtletí 2024 | Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. Pravděpodobně kvůli zaokrouhlování celkové údaje z ministerstva dosahují hodnoty 102 %.

Současný stav českých podniků:

Pochopení podnikatelů a jejich podniků

Na úvod se snažíme poskytnout ucelený přehled o současném stavu českých mikro- a malých podniků. Tato část zkoumá zdraví těchto podniků a odhaluje charakteristiky, které ovlivňují jejich provozní schopnosti a růstový potenciál.

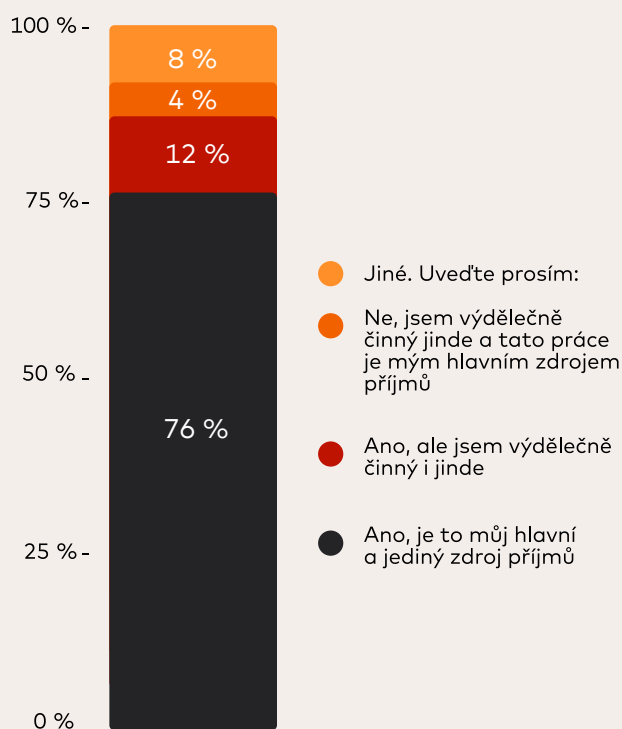
Začínáme důkladnou analýzou těchto podniků a zkoumáme faktory, jako jsou trendy příjmů, ziskovost a finanční odolnost, abychom získali komplexní představu o jejich celkovém zdraví. Zároveň se snažíme letošní zjištění zasadit do širšího ekonomického kontextu a tam, kde je to relevantní, uvádíme srovnání s výsledky z předchozích vydání Barometru.

Z údajů (graf 8) vyplývá, že zhruba 3 ze 4 respondentů (76 %) spoléhají na své podnikání jako na hlavní a jediný zdroj příjmů, což je v souladu se zjištěními z předchozího vydání (v roce 2024 uvedlo podnikání jako hlavní zdroj svých příjmů 78 % respondentů). Existuje zde mírný rozdíl mezi muži a ženami –

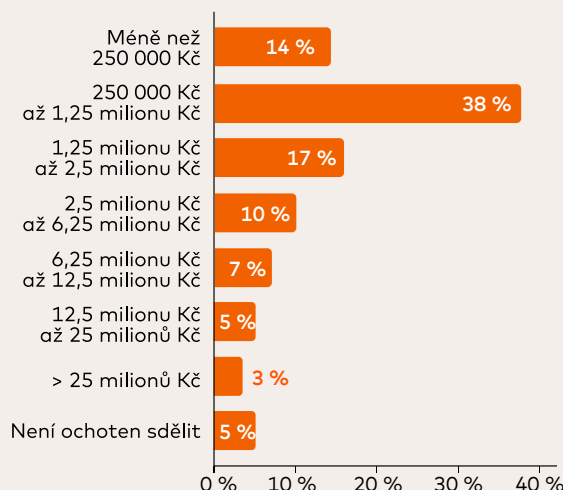
72 % podnikatelek spoléhá na své podnikání jako na primární zdroj příjmů, zatímco u mužů je to 79 %. Podnikatelky často čelí strukturálním překážkám při řízení a zároveň obvykle podnikají při souběžném plnění různých pečovatelských povinností, což může ovlivňovat jejich ochotu riskovat a zvyšovat pravděpodobnost, že budou diverzifikovat své zdroje příjmů. Je také důležité poznamenat, že tyto údaje neznamenají, že tyto mikro- a malé podniky jsou výhradním zdrojem příjmů domácností těchto podnikatelů – více než polovina (54 %) respondentů uvádí další zdroj příjmů v rámci své domácnosti. Třetina (33 %) těchto podnikatelů však uvádí, že fungují jako domácnosti s jedním příjmem, což je staví do potenciálně zranitelné finanční situace.

Dynamika příjmů a zisků nadále odráží rozdílnou kapacitu jednotlivých obchodních modelů v rámci prostředí mikro- a malých podniků (viz grafy 9 a 10). Více než třetina dotázaných podniků (38 %) vykázala roční příjmy v rozmezí 250 000 až 1,25 milionu Kč, zatímco každý pátý podnik (22 %) vykázal zisk v rozmezí 250 000 až 625 000 Kč. Tyto údaje se oproti loňskému průzkumu v podstatě nezměnily, což naznačuje, že celková ziskovost se nijak výrazně neposunula.

Graf 8: Zdroj příjmů

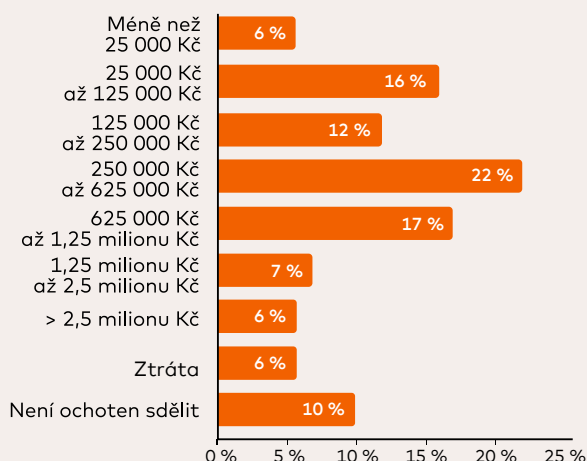


Graf 9: Tržby z podnikání

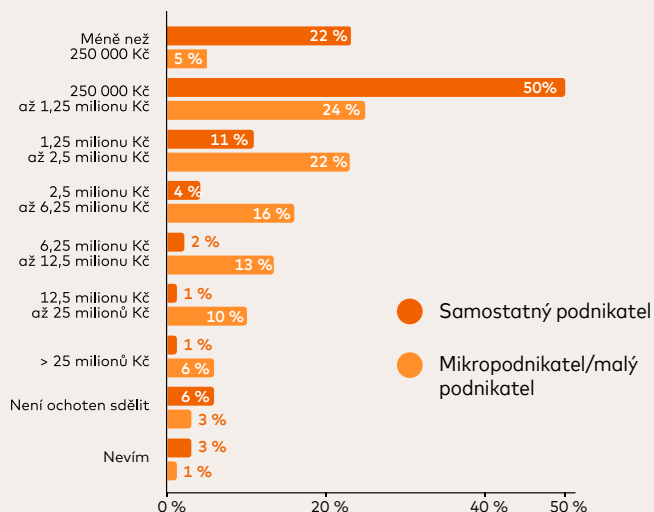


Samostatní podnikatelé, kteří tvoří podstatnou část sektoru mikro- a malých podniků, vykazují smíšené finanční výsledky; 22 % z nich uvádí výdělek do 250 000 Kč, polovina však vydělává mezi 250 000 Kč a 1,25 milionu Kč. Mikro- a malé podniky mezitím vykazaly širší rozložení příjmů: téměř čtvrtina (24 %) vykazala příjmy v rozmezí 250 000 až 1,25 milionu Kč, 22 % vydělalo mezi 1,25 a 2,5 milionu Kč a dalších 16 % spadalo do rozmezí 2,5 až 6,25 milionu Kč.

Graf 10: Ziskovost podnikání



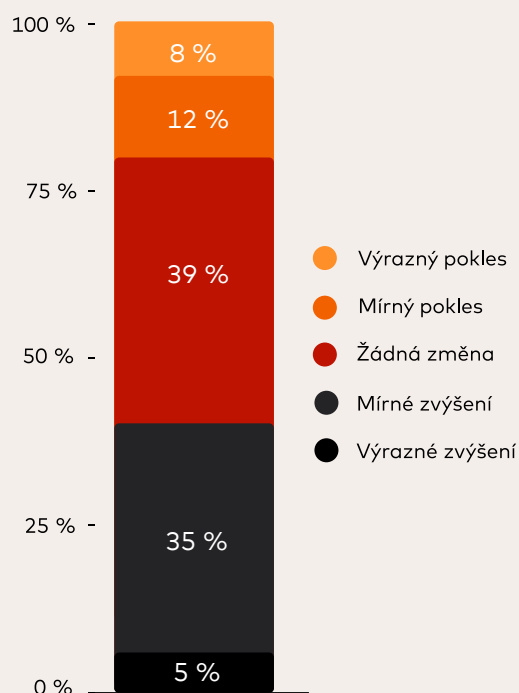
Graf 11: Tržby z podnikání podle velikosti podniku



V předchozím roce zůstaly trendy příjmů stabilní, i když v některých oblastech lze pozorovat určité posuny. Přibližně 2 z 5 podnikatelů zaznamenali určitou úroveň růstu příjmů – 35 % zaznamenalo mírný nárůst a 5 % výrazný růst. Více než třetina (39 %) podnikatelů neuvedla žádnou změnu příjmů, zatímco 20 % se potýkalo s poklesem – 12 % zaznamenalo mírný pokles a 8 % výrazný pokles (graf 12). V porovnání s předchozím rokem zůstaly trendy v oblasti příjmů do značné míry konzistentní, i když došlo k mírnému poklesu podílu podniků, které zaznamenaly pokles příjmů (z 25 % na 20 %), spolu s nepatrným nárůstem těch, které hlásí růst příjmů. Tyto trendy odrážejí širší ekonomické vzorce v rámci EU, kde kolísající spotřebitelské výdaje a inflační tlaky omezují příležitosti k růstu.⁹

Navzdory těmto změnám v příjmech většina majitelů podniků (72 %) uvedla, že se jejich schopnost platit účty včas nezměnila. Přibližně 9 % však uvedlo potíže – 7 % zaznamenalo mírný pokles a 2 % hlásila výrazné potíže při zvládání svých finančních závazků (graf 13). Tyto údaje zůstávají do značné míry podobné jako v předchozím vydání Barometru, kdy 70 % podnikatelů uvedlo, že se jejich situace nezměnila, a přibližně 9 % čelilo obtížím, což naznačuje, že finanční tlak na podniky se zásadně nezměnil.

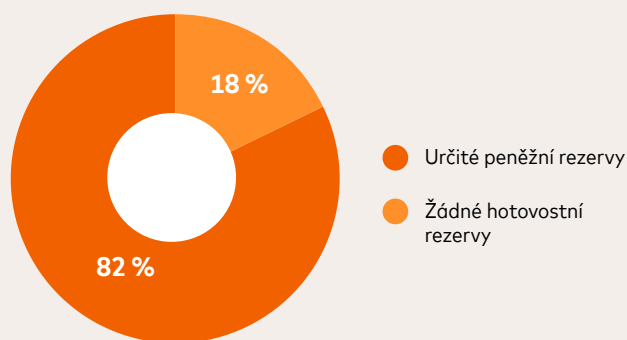
Graf 12: Růst tržeb z podnikání

⁹ Eurostat, 2024

Velikost podniku má i nadále vliv na finanční výsledky. Mikro- a malé podniky dosáhly lepšího růstu tržeb než podnikatelé bez zaměstnanců – nárůst tržeb zaznamenalo 46 % z nich, zatímco u samostatně podnikajících osob to bylo 35 %. Tento trend potvrzuje zjištění z roku 2024, kdy větší podniky prokázaly větší odolnost a schopnost růstu.

Kromě toho zůstává finanční odolnost kritickým problémem v celém prostředí mikro- a malých podniků. Každý pátý podnik nemá žádnou finanční rezervu, tj. není schopen pokrýt provozní výdaje v případě výpadku příjmů (graf 14). Jedná se o stejný podíl, který jsme zjistili v loňském průzkumu, což naznačuje, že v odolnosti těchto mikro- a malých podniků nedošlo k výraznému posunu. Z těch, které mají rezervy, jich 20 % uvedlo schopnost pokrýt provoz až na šest měsíců a dalších 20 % by zvládlo udržet provozní činnost až po dobu jednoho roku. Tyto údaje jsou znepokojivé zejména při pohledu na údaje z předchozích let, kdy více než 20 % podnikatelů uvedlo potíže s pokrytím mimořádných výdajů na své podnikání. V Barometru 2022 hlásila potíže pětina podnikatelů, v roce 2024 se toto číslo zvýšilo přibližně na čtvrtinu. Tato čísla obecně vypovídají o potřebě posílit finanční zdraví českých mikro- a malých podniků a pochopit cesty k budování kapacit podnikatelů v tomto směru.

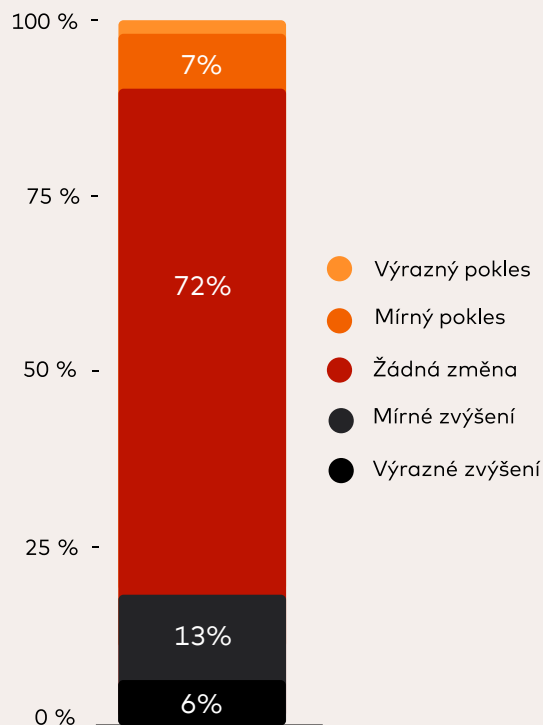
Graf 14: Finanční rezervy



Svou roli hraje i stáří podniku – nejvíce ohrožené jsou podniky mladší šesti let, z nichž 21 % nemá finanční rezervy, zatímco u podniků fungujících 7–12 let je to 13 %. Zajímavé je, že podniky starší 13 let jsou také zranitelnější než tento střední segment, neboť 19 % z nich nemá žádné finanční rezervy. Tyto údaje poukazují na křehkost mladších a menších podniků při překonávání finančních nejistot, ale také naznačují, že starší podniky nejsou ze své podstaty odolnější a mohou potřebovat větší podporu při přizpůsobování se měnícímu se podnikatelskému prostředí.

Vidíme také, že podnikatelky stále čelí specifickým strukturálním překážkám, k nimž se přidávají společenská očekávání a profesní předsudky, které zvyšují jejich provozní zátěž. Mezi nejčastěji uváděné problémy patří větší rodinné závazky a povinnosti ve srovnání s muži (59 %), obtíže při dosahování rovnováhy mezi pracovním a soukromým životem (48 %) a přetrvávající pochybnosti o jejich schopnostech (44 %). Tyto výzvy dále umocňují kulturní a společenské stereotypy (44 %) a diskriminace v profesním prostředí (38 %). Podnikatelky také častěji uváděly diskriminaci v práci a nedostatek

Graf 13: Schopnost platit účty včas



Rozdíly ve finanční odolnosti jsou napříč segmenty výrazné, zejména mezi podnikateli a podnikatelkami a mezi různě velkými podniky. Podniky vedené ženami častěji postrádají finanční rezervu (22 %) ve srovnání s podniky vedenými muži (16 %). Mezi nimi jsou nejzranitelnější samostatné podnikatelky, které ve 24 % případů uvádějí, že nemají žádnou finanční rezervu. Tento podíl je vyšší než u mužů podnikajících samostatně (17 %) i u žen, které vlastní mikro- nebo malý podnik (17 %). Bez ohledu na to, zda podnik vede žena nebo muž, podniky bez zaměstnanců jsou obecně nejzranitelnější vůči finančním šokům – 21 % z nich nemá žádné finanční rezervy, zatímco u mikro- a malých podniků je to 15 %.

finanční podpory ve srovnání s podniky vedenými muži (15 % oproti 6 %). Tato zjištění odrážejí výsledky našeho genderově zaměřeného výzkumu z Barometru 2023, podle něhož 30 % respondentů v Česku věřilo, že muži mají oproti ženám výhodu, a téměř polovina (49 %) uvedla, že podniky vedené ženami vydělávají méně než podniky vedené muži. Tato zjištění jsou také v souladu s širším výzkumem EU, který nadále upozorňuje na systémové překážky, jež brání podnikání žen v členských státech.¹⁰



Na problém genderových nerovností nejen v podnikání se zaměřuje také Strategie rovnosti žen a mužů na roky 2021–2030, jejíž aktualizaci schválila vláda ČR v říjnu loňského roku. Specifický cíl v kapitole Práce a péče se soustředí právě na podporu podnikatelských aktivit žen – a to formou rozvoje jejich podnikání, informování o možných rizicích spojených s podnikáním či podporou vhodných legislativních změn.

Klára Šimáčková Laurenčíková,
náměstkyně ministra pro evropské záležitosti, zmocněnkyně pro lidská práva

Letošní zjištění ukazují na křehkou stabilitu českých mikro- a malých podniků. Přestože značná část podniků zůstává zisková, možnosti růstu jsou omezené a mnoho podniků, zejména podniků bez zaměstnanců a podniků vedených ženami, zůstává finančně nestabilních. Přetrvávající genderové rozdíly ve zdrojích příjmů, finanční odolnosti a vnímaných překážkách podtrhují potřebu cílených intervencí pomocí politik zaměřených na podporu inkluzivnějšího a robustnějšího podnikatelského ekosystému pro ženy.

Pochopení této dynamiky je zásadní pro aktéry, kteří se snaží posílit udržitelnost a růst českých mikro- a malých podniků. Klíčovými strategiemi pro zajištění dlouhodobé ekonomické odolnosti a spravedlivého růstu bude posílení finančních rezerv, odstraňování systémových překážek, kterým čelí podnikatelky, a poskytování podpory přizpůsobené stáří a velikosti podniků.



¹⁰ Evropský institut pro rovnost žen a mužů, 2024

Současný stav mikro- a malých podniků v regionech

Zajímavé je, že podnikatelé v Praze nejméně často uvádějí, že jejich podnikání je jejich jediným zdrojem příjmů – téměř 2 z 10 podnikatelů se sídlem v hlavním městě uvádějí, že jsou zaměstnanci i jinde. Nejčastěji na podnikání jako hlavní a jediný zdroj příjmů spoléhají podnikatelé v oblasti Jihozápad (uvádí to 87 %) a Střední Čechy (81 %).

V průměru každý druhý podnik ve všech regionech vykazuje roční příjmy v rozmezí 250 000 až 2,5 milionu Kč. Více než 1 z 10 mikro- a malých podniků v Praze uvádí tržby v uplynulém roce vyšší než 12,5 milionu Kč. Naopak více než 2 z 10 podniků v oblasti Jihozápad uvádí tržby do 250 000 Kč. Pokud jde o roční zisk, téměř každý druhý podnik v Praze uvádí roční zisk vyšší než 250 000 Kč. Zajímavé je, že 1 ze 2 podniků v oblasti Severovýchod rovněž vykazuje zisk vyšší než 250 000 Kč, což naznačuje, že podniky v této oblasti mohou klást důraz na ziskovost jako na nezbytný předpoklad ekonomické udržitelnosti a produktivity.

Navzdory vykázaným tržbám a ziskům podniky v Praze ve srovnání s podniky v ostatních regionech nejčastěji uvádějí, že jejich příjmy se nezměnily (43 % oproti přibližně 37 % v ostatních regionech). Pražské mikro- a malé podniky také nejčastěji uvádějí, že nedošlo k žádné změně v jejich schopnosti platit účty včas, což do jisté míry naznačuje stabilní stav jejich podnikání (80 % ve srovnání s přibližně 72 % v ostatních regionech).

Při pohledu na finanční zdraví a existenci finanční rezervy u mikro- a malých podniků pozorujeme i regionální rozdíly. V oblastech Jihozápad a Střední Čechy – tedy oblastech s nejvyšším podílem podniků vedených ženami – nejčastěji uvádějí, že nemají finanční rezervy; vytvořenou finanční rezervu zde nemá více než čtvrtina podniků. Každý pátý podnik v oblasti Severozápad rovněž uvádí, že nemá žádné finanční rezervy. Naopak více než 85 % podniků v Praze, v oblastech Jihovýchod a Střední Morava uvádí, že mají alespoň nějaké finanční rezervy na udržení chodu svého podnikání.



Barometr jasně ukazuje výzvy v oblasti digitalizace a financování. Detailnější pohled na výsledky dle regionů odhalil významné rozdíly mezi kraji a právě tam, kde jsou výsledky nejhorší, by měla směřovat cílená podpora. To by následně mohlo zlepšit i vnímání podnikatelů ohledně dostupnosti a relevance služeb podnikatelského ekosystému – jednotná strategie pro všechny regiony jednoduše nefunguje. Podpora musí být nastavena tak, aby reflektovala specifické podmínky a výzvy jednotlivých krajů – pojďme cílit podporu tam, kde je to nejvíce potřeba.

Radka Murasová,
ředitelka, Inovační centrum INION



podporuje



strive



60__dB

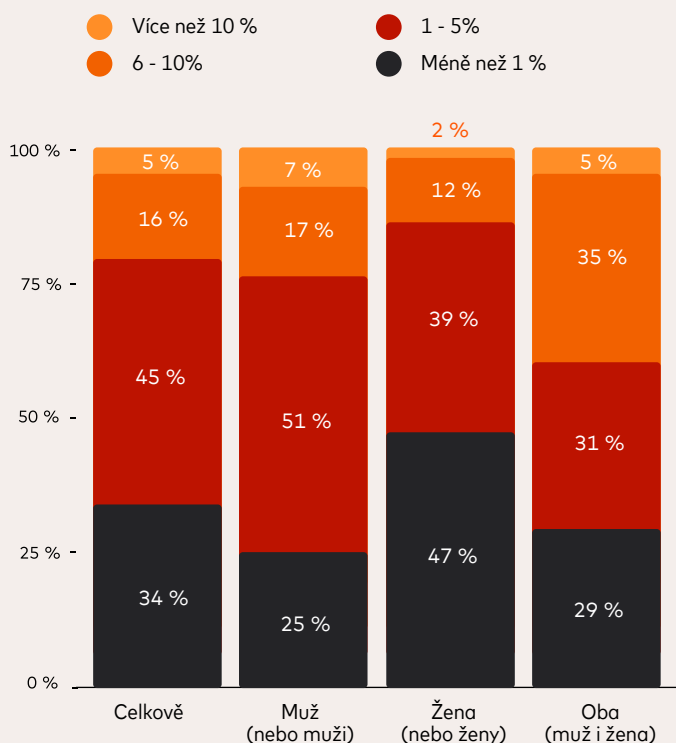
Digitalizace mikro- a malých podniků: Co funguje a co podnikatelé potřebují

Kromě zkoumání zdraví mikro- a malých podniků jsme se dále zabývali vývojem digitalizace v těchto podnicích. Vidíme, že integrace digitálních nástrojů do českých mikro- a malých podniků se postupně vyvíjí, ačkoli přetrvávají problémy týkající se financování a technických znalostí a objevují se nové výzvy týkající se kybernetické bezpečnosti.

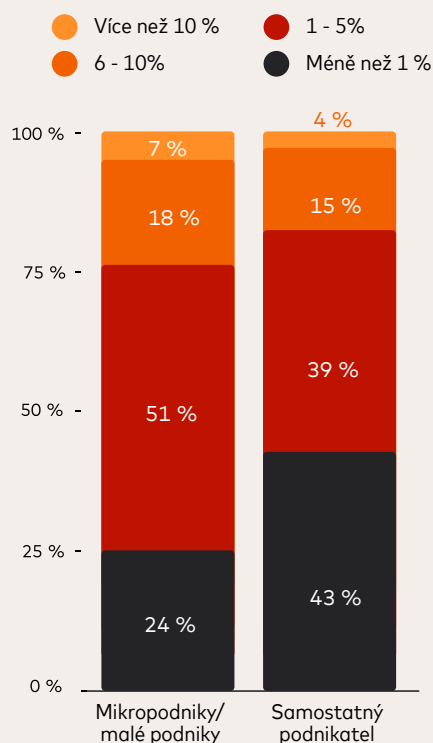
V celosvětovém měřítku se digitalizace stala klíčovou hnací silou provozní efektivity, expanze na trhu odolnosti vůči ekonomickým výkyvům. Cesta k plně digitalizovanému prostředí mikro- a malých podniků v Česku je však nerovnoměrná – vyznačuje se rozdílnou mírou adopce digitálních nástrojů a přetrvávajícími nedostatky, které je třeba řešit, aby byl zajištěn dlouhodobý úspěch.

Investice do digitalizace zůstávají mezi českými mikro- a malými podniky omezené. Téměř polovina (45 %) podnikatelů vyčlenila na digitalizaci pro rok 2025 1–5 % svého investičního rozpočtu, jak je vidět v grafu 15, zatímco pouze malá část (5 %) věnuje více než 10 %. V Barometru 2024 14 % podnikatelů uvedlo, že digitalizace je důvodem, proč plánují v následujících měsících čerpat externí financování. Zde jsou patrné genderové rozdíly – podniky vedené ženami častěji vyčleňují na digitalizaci méně než 1 % svého rozpočtu (47 % oproti 25 % podniků vedených muži). Naopak podniky vedené muži mají tendenci investovat důsledněji – 51 % z nich vyčleňuje na digitalizaci 1–5 % svého rozpočtu oproti 39 % podniků vedených ženami.

Graf 15: Investice do digitalizace



Graf 16: Investice do digitalizace



Velikost a stáří podniků také ovlivňuje, do jaké míry digitalizaci upřednostňují. Samostatní podnikatelé bez zaměstnanců (43 %) častěji investují méně než 1 %, zatímco mikro- a malé podniky vykazují větší ochotu – přibližně polovina (51 %) vyčleňuje 1–5 % svého rozpočtu. Zajímavé je, že starší podniky (13 a více let) jsou ve svých investicích do digitalizace nejkonzervativnější – 2 z 5 (40 %) vyčleňují méně než 1 %. Je to pravděpodobně proto, že již investovaly do digitalizace v průběhu svého růstu a nyní se jejich výdaje související s digitalizací zaměřují spíše na údržbu než na zásadní počáteční investice.

podporuje



strive



care®

60__dB

Digitální nástroje, které v současné době využívají české mikro- a malé podniky, odrážejí důraz na základní technologie (graf 17). Základní hardwarové nástroje, jako jsou chytré telefony a vysokorychlostní internet, využívají téměř dvě třetiny podniků (64 %), následuje pokročilý hardware, jako jsou počítače a tablety, který využívá 51 % podniků. Podobně více než polovina (51 %) podniků udržuje online přítomnost prostřednictvím firemních webových stránek a sociálních sítí, 49 % využívá nástroje pro komunikaci a spolupráci (např. Microsoft Office Suite nebo Google Workspace) a 28 % používá software pro řízení lidských zdrojů. Stejně jako v Barometru 2022 zaměřeném na technologie zůstávají nejčastěji využívanými technologiemi systémy plánování podnikových zdrojů (60 %), sociální sítě (54 %) a elektronická fakturace (51 %). Více než 75 % podniků navíc uvádí, že používá tři a více digitálních nástrojů, což potvrzuje pokračující rozšířenost využívání několika technologií současně.

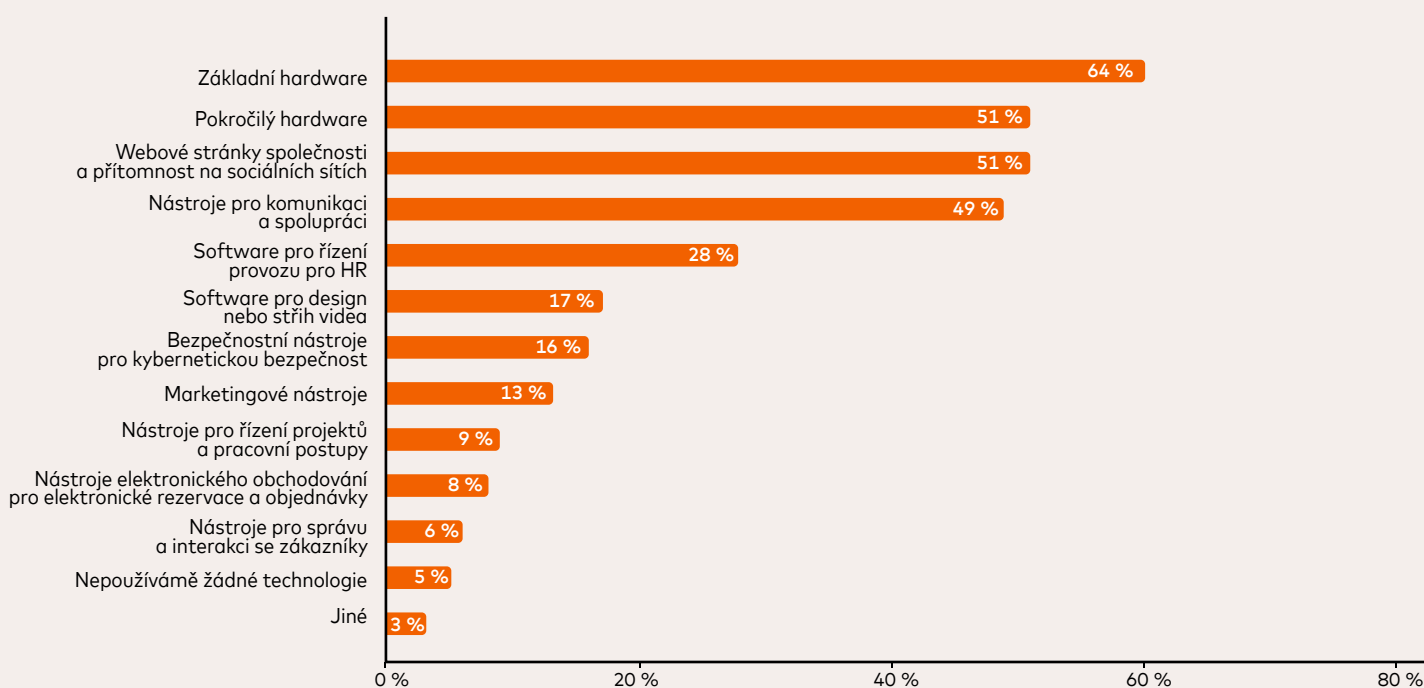
Jak se dalo očekávat, digitální nástroje využívají častěji větší podniky než samostatní podnikatelé, pravděpodobně v důsledku odlišných potřeb spojených se zaměstnáváním dalších osob. Mikro- a malé podniky vedou v používání moderního hardwaru (54 % oproti 47 %) a v budování online přítomnosti (54 % oproti 47 %) a předstihují tak samostatné podnikatele.

Jak bylo uvedeno výše, roli hraje také délka trvání podnikání; starší podniky, tj. ty, které fungují déle než 13 let, vykazují nejvyšší míru využívání základního (71 %) i pokročilého

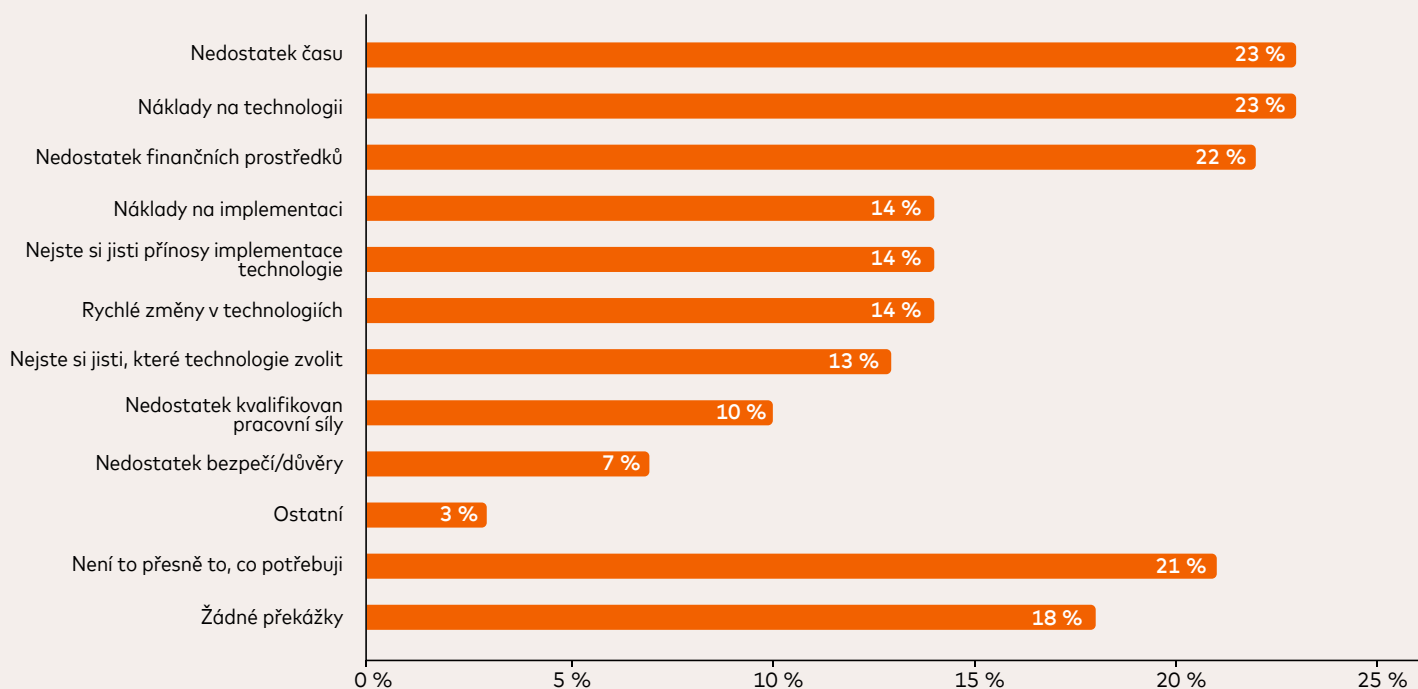
hardwaru (56 %), což podtrhuje jejich trvalý posun směrem k digitalizaci. Zajímavé je, že mladší podniky (fungující 6 let a méně) jsou agilnější v zavádění moderních nástrojů pro spolupráci (58 % uvádí zavádění základních hardwarových nástrojů), ale často mají problémy s dražším pokročilým hardwarem (45 % uvádí zavádění pokročilých hardwarových nástrojů).

Navzdory těmto pozitivním trendům brání širšímu užívání digitálních nástrojů významné překážky. Nejčastěji uváděnými překážkami jsou nedostatek času a vysoké náklady na technologie, které uvedlo 23 % mikro- a malých podniků. Nedostatek finančních prostředků (22 %) tento problém dále prohlubuje, zejména u samostatných podnikatelů, kteří často operují s omezenějším rozpočtem. Zajímavé je, že 18 % mikro- a malých podniků uvádí, že při zavádění technologií nečelí žádným překážkám, což naznačuje, že pro část podniků stávající digitální infrastruktura vyhovuje jejich potřebám. Významným faktorem je zde stáří podniku; starší podniky (13 a více let) nejméně často uvádějí překážky v oblasti digitalizace, zatímco mladší podniky se více potýkají s nedostatkem času a financí. To pravděpodobně souvisí jak s větší provozní stabilitou starších podniků, tak s tím, že měly více času zapojit se do procesů digitalizace. Novějším podnikům často chybějí finanční a lidské zdroje potřebné pro rychlou digitální integraci a mohly by tak mít prospěch z cílené podpory, která by jim pomohla vytvořit plán pro zavádění digitálních nástrojů.

Graf 17: Používané digitální nástroje



Graf 18: Překážky pro implementaci technologie



Kybernetická bezpečnost v podnikání

V tomto vydání Barometru jsme se také hlouběji zabývali otázkami kybernetické bezpečnosti. Vzhledem k tomu, že digitalizace se v celém ekosystému dostává do popředí, stává se kybernetická bezpečnost pro mikro- a malé podniky klíčovou otázkou. Podle zjištění Agentury Evropské unie pro kybernetickou bezpečnost (ENISA) se více než 80 % evropských malých a středních podniků domnívá, že kybernetické incidenty by měly velmi významný negativní dopad na jejich podnikání během prvního týdne.¹¹ Podobně Národní úřad pro kybernetickou a informační bezpečnost České republiky (NÚKIB) upozornil na rekordní počet 262 kybernetických útoků v roce 2023, který se oproti předchozímu roku téměř zdvojnásobil, což poukazuje na eskalující hrozby pro české podniky.¹²

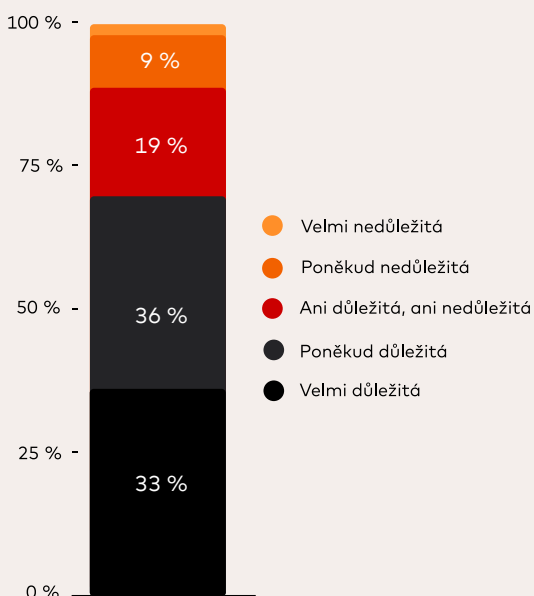


Efektivní ochrana nemusí nutně znamenat vysoké náklady – často pomůže i základní právní hygiena, compliance a využití dostupných nástrojů a školení. Z výsledků průzkumu vyplývá, že osvěta o kybernetických rizicích je u českých firem stále nedostatečná. Přitom společnosti, které budou kybernetickou bezpečnost považovat za prioritu, se vyhnou nejen potenciálním finančním ztrátám, pokutám a personální odpovědnosti členů statutárního orgánu, ale také ochrání svou reputaci a důvěru zákazníků.

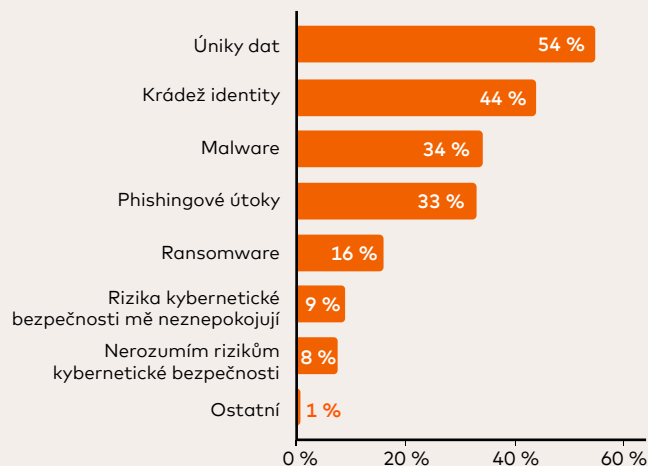
Tomáš Ščerba, partner, DLA Piper

Zjistili jsme, že kybernetická bezpečnost se stala prioritou napříč ekosystémem – 33 % podniků ji považuje za velmi důležitou a 36 % za docela důležitou (graf 19). Hloubka a povaha jejich obav se však liší. Více než polovina podnikatelů vyjadřuje obavy z úniku dat, zatímco 44 % se obává krádeže identity (graf 20). Třetina respondentů také uvádí jako hlavní riziko útoky malwaru. Přesto téměř každý desátý podnikatel neprojevuje žádné obavy z kybernetických hrozeb, což poukazuje na nedostatečnou informovanost o jejích rizicích. Na povahu obav podnikatelů má vliv také genderové hledisko; podniky vedené ženami se častěji obávají krádeže identity (47 % oproti 43 % podniků vedeným muži), zatímco podniky vedené muži se výrazně častěji obávají útoků malwaru (38 % oproti 28 %).

Graf 19: Význam kybernetické bezpečnosti



Graf 20: Rizika kybernetické bezpečnosti, kterých se mikro- a malé podniky obávají



¹¹ Kybernetická bezpečnost pro malé a střední podniky, ENISA 2021

¹² Zpráva o stavu kybernetické bezpečnosti v České republice v roce 2023, NÚKIB

Zkušenosti s kybernetickými incidenty z minulosti výrazně ovlivňují přístupy ke kybernetické bezpečnosti podnikatelů v současnosti. Jak ukazuje graf 21, téměř 3 z 10 podnikatelů se setkali s kybernetickým incidentem. Mikro- a malé podniky byly postiženy častěji (34 %) než samostatně podnikající osoby (28 %). To možná není překvapivé vzhledem k tomu, že mikro- a malé podniky zavádějí sofistikovanější digitální nástroje a procesy častěji než samostatní podnikatelé. Ti, kteří se setkali s kybernetickým incidentem, jsou také ochotnější investovat do ochranných opatření – 84 % uvádí, že pravděpodobně budou investovat do nástrojů kybernetické bezpečnosti, ve srovnání se 76 % těch, kteří incidentu nečelili.



Největší překážkou není jen nedostatek financí, ale také nedostatek času a jasných důkazů, jak digitální nástroje skutečně usnadňují práci. Českému podnikatelskému prostředí zásadně chybí jasná vize posunu směrem k technologiím a podpora ze strany státu. Navíc mě zarazí, jak málo firem investuje do kybernetické bezpečnosti, i když třetina už zažila nějaký incident. Digitalizace bez ochrany dat je jako stavět dům bez dveří. Potřebujeme proto nejen více podpory pro digitalizaci, ale i konkrétní kroky, jak podnikům usnadnit její reálné využití.

Lukáš Benzl, ředitel, Česká asociace umělé inteligence



podporuje



strive



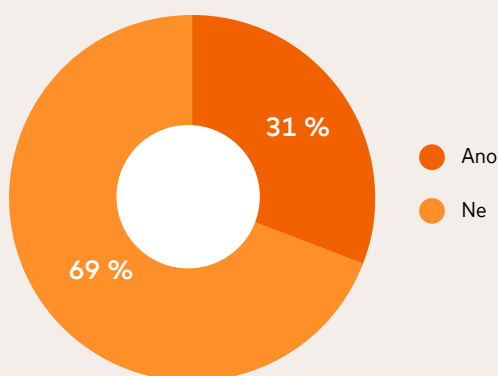
care®

60__dB

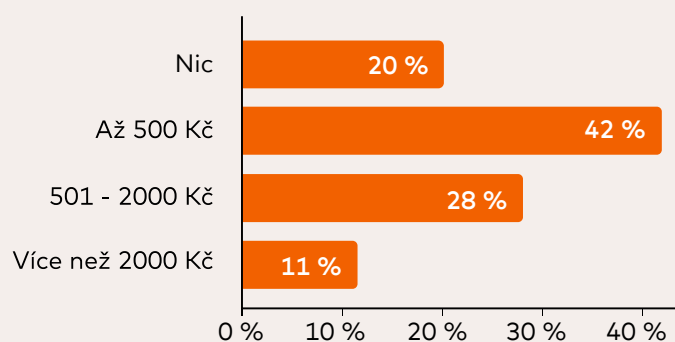
Celkově je ochota investovat do kybernetické bezpečnosti stále omezená. Čtyři z 10 mikro- a malých podniků jsou ochotné vynakládat na nástroje kybernetické bezpečnosti maximálně 500 Kč měsíčně, zatímco přibližně 3 z 10 by investovaly mezi 501 – 2 000 Kč. Svou roli zde hraje i pohlaví – podniky vedené muži jsou ochotnější investovat do vyšších částek (31 % je ochotno investovat mezi 501 – 2 000 Kč oproti 22 % podniků vedených ženami), zatímco podniky vedené ženami jsou s výdaji opatrnější (polovina podniků vedených ženami je ochotna investovat maximálně do 500 Kč oproti 38 % jejich mužských protějšků). Podniky působící na trhu déle než 13 let investují do nových opatření v oblasti kybernetické bezpečnosti nejméně.

Pokud jde o současná opatření kybernetické bezpečnosti, nejběžnější ochranou je antivirový software, který používá 7 z 10 mikro- a malých podniků, jak je vidět v grafu 23. Pravidelné aktualizace softwaru a dvoufaktorové ověření jsou rovněž rozšířené, používá je téměř 6 z 10 podniků. Pouze polovina však používá firewally, a ještě méně šifruje data nebo poskytuje zaměstnancům školení v oblasti kybernetické bezpečnosti. Překážky bránící zavádění silnějších opatření v oblasti kybernetické bezpečnosti odrážejí podobné bariéry jako v případě širší digitalizace – 31 % uvádí rozpočtová omezení, 27 % je nepovažuje za prioritu a 26 % uvádí nedostatek technických znalostí. Pozoruhodné je, že 1 z 10 podnikatelů vůbec nerozumí přínosům zavedení opatření kybernetické bezpečnosti, což ukazuje na potřebu zvýšit povědomí a vzdělávání v této oblasti.

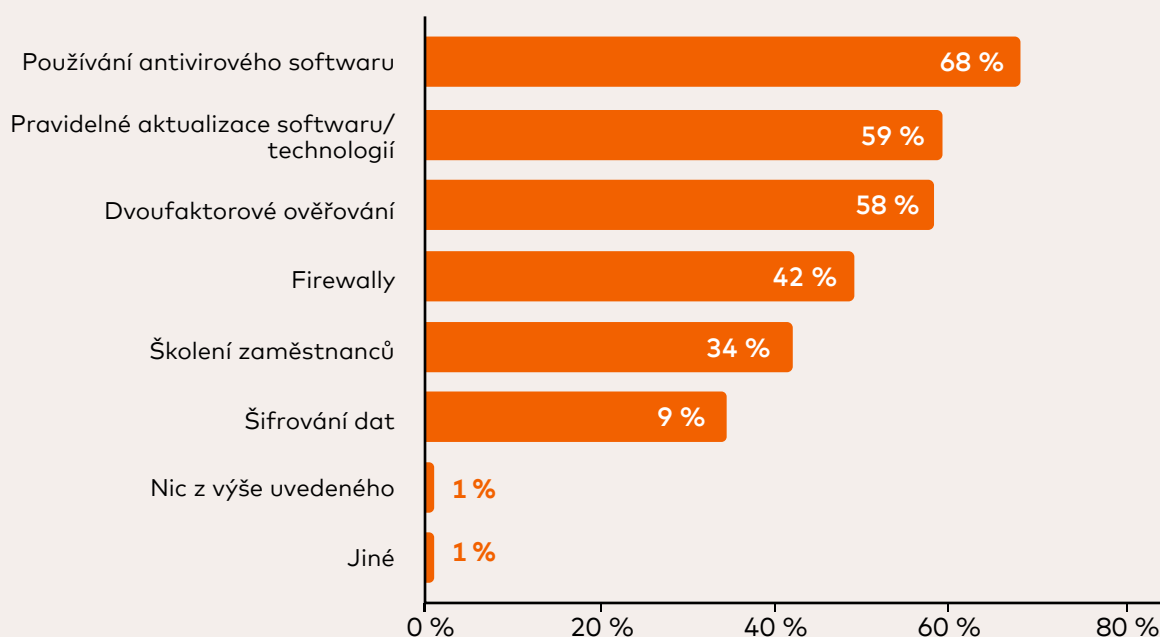
Graf 21: Historie kybernetických incidentů



Graf 22: Investice do opatření kybernetické bezpečnosti

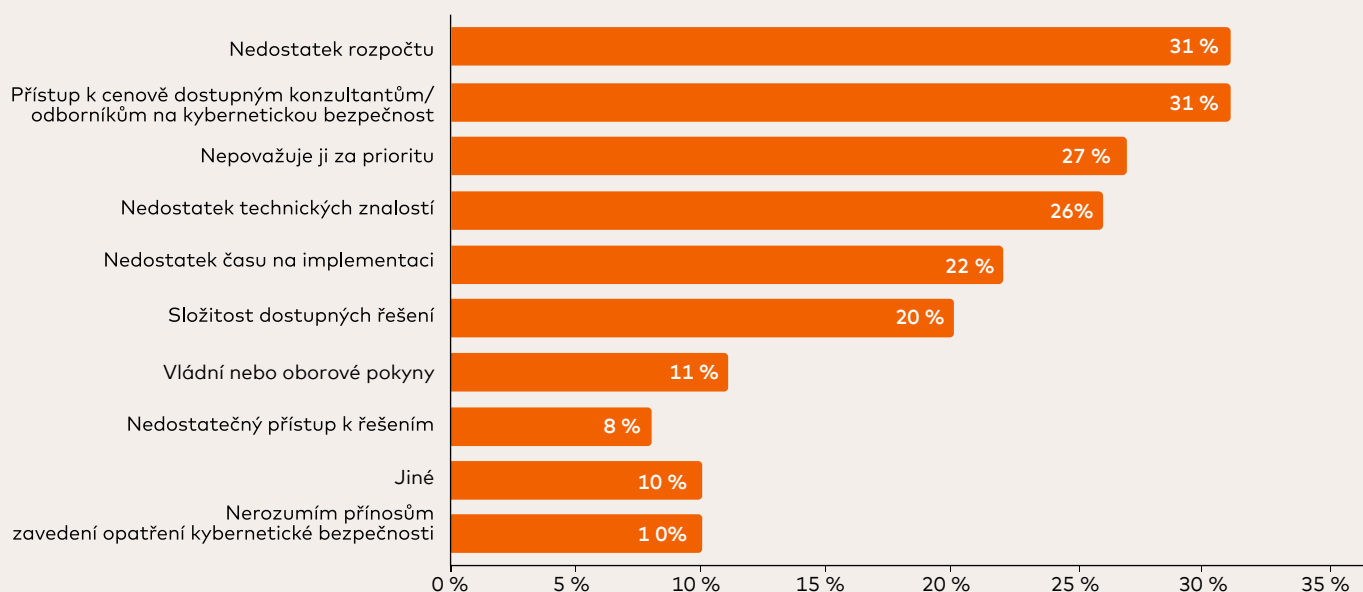


Graf 23: Zavedená opatření kybernetické bezpečnosti



Požadavky na podporu, která by pomohla překonat tyto překážky, jsou zřejmé z grafu 24. Klíčová je cenová dostupnost – více než 30 % podnikatelů se domnívá, že jim v zavádění lepších opatření v oblasti kybernetické bezpečnosti brání nedostatečný rozpočet. Stejně tak by 31 % uvítalo přístup k cenově dostupným konzultantům a odborníkům, kteří by jim pomohli s kybernetickou bezpečností a digitalizací. Vidíme, že podniky vedené ženami častěji usilují o školení a vzdělávací programy, což naznačuje hlubší nedostatek povědomí o tom, co kybernetická bezpečnost obnáší, ve srovnání s podniky vedenými muži. Naopak mikropodniky a podniky bez zaměstnanců kladou důraz zejména na přístup k cenově dostupným konzultantům.

Graf 24: Překážky při zavádění opatření kybernetické bezpečnosti



Hlubší pohled na potřeby jednotlivých odvětví ukazuje, že mikro- a malé podniky ve zdravotnictví, financích a logistice se více zaměřují na rizika kybernetické bezpečnosti a jsou ochotny více investovat do pokročilých řešení. Je to pravděpodobně dáno tím, že v jejich odvětvích se nakládá s citlivějšími informacemi. Naopak podniky v oblasti maloobchodu a pohostinství často tyto obavy odsouvají na vedlejší kolej, pravděpodobně kvůli nižším maržím, vyšším každodenním provozním nákladům a méně citlivé povaze klientských dat. Pochopení těchto odvětvových rozdílů je zásadní pro pochopení specifických potřeb jednotlivých mikro- a malých podniků a může pomoci při formování cílené podpory zaměřené na sektory, které jsou více ohrožené.



Menší podniky často jednájí ad hoc, což zvyšuje jejich zranitelnost. Stále častěji dochází k útokům s fatálními následky, včetně paralýzy provozu a výpalného ve výši 10–15 % ročního obrátu. Firmy bez školení zaměstnanců a aktualizací softwaru jsou snadným cílem hackerů. Klíčem ke zlepšení je dostupnost cenově přijatelných nástrojů, školení a odborné podpory. Je nutné šířit zkušenosti napadených firem a varovat ostatní. Zároveň je důležité komunikovat kybernetickou bezpečnost srozumitelným „byznysovým“ jazykem, nikoli složitou IT terminologií, aby ji firmy mohly reálně uchopit a zavést do praxe.

Eva Svobodová, členka představenstva a generální ředitelka, Asociace malých a středních podniků a živnostníků České republiky

Závěrem lze uvést, že digitalizace postupně zapouští kořeny mezi českými mikro- a malými podniky. Svědčí o tom ochota podnikatelů investovat část svého rozpočtu do digitalizace a také důraz, který vlastníci podniků kladou na přístup k technologiím a s nimi souvisejícímu vzdělávání. V oblasti investic, zavádění digitálních nástrojů a postupů v oblasti kybernetické bezpečnosti však stále přetrvávají značné mezery. Přístup podniků k digitální transformaci nadále ovlivňuje kombinace finančních omezení, technických překážek a různé úrovně informovanosti. Mikro- a malé podniky mají jasno v tom, jakou podporu potřebují – ať už jde o cenově dostupné nástroje, nebo cílená školení. Poskytnutí této podpory, přizpůsobené konkrétním potřebám jednotlivých odvětví či typů podniků, bude zásadní pro to, aby mohly naplno využít přínosy digitalizace. S pokračující modernizací české ekonomiky bude pro podporu odolnosti, inovací a dlouhodobého růstu klíčové zajistit, aby podniky měly k dispozici odpovídající zdroje a znalosti pro zapojení do digitální ekonomiky.

Budoucí výzkum by se mohl zabývat dlouhodobými dopady digitalizace na výkonnost podniků a zkoumat souvislosti mezi zaváděním technologií a ziskovostí. Cenným přínosem by rovněž bylo hlubší zkoumání role vládních pobídek a partnerství veřejného a soukromého sektoru při urychlování digitalizace mikro- a malých podniků. Řešení digitální propasti není jen otázkou technologického pokroku – jde o vytvoření spravedlivých příležitostí pro všechny podniky, aby mohly prosperovat ve stále více digitalizovaném světě.

Případová studie: Jiří – cesta k digitalizaci v personální agentuře

Jiří vede malou personální a headhuntingovou firmu se sídlem v Královéhradeckém kraji, která působí v oblasti poradenství a ICT služeb. Jeho společnost se zaměřuje na B2B služby, spolupracuje především s výrobními, stavebními a zdravotnickými firmami a poskytuje jim personální řešení na míru. Přestože zastává roli regionálního manažera, obchodní model se do značné míry opírá o externí pracovníky, což umožňuje flexibilní fungování, ale zároveň přináší jedinečné výzvy, zejména v oblasti finanční stability a zavádění technologií.

Jiřího společnost vynakládá značné úsilí na integraci technologií do každodenního provozu. Využívá několik databází, sociální sítě, jako jsou LinkedIn a Facebook, pro oslovování zájemců, a vlastní databázový systém Datacruit, který hojně využívají personální firmy po celé republice. Tento propojený systém usnadňuje bezproblémovou komunikaci a koordinaci mezi zaměstnanci v České republice i v Německu. Používání systému Datacruit zvýšilo efektivitu při správě pracovních nabídek, sledování kandidátů a plánování pohovorů, čímž umožnilo pružnější a efektivnější náborový proces.

Významnou překážkou však zůstávají náklady. V reakci na ekonomické tlaky vyvolané rusko-ukrajinskou krizí a následnou inflací byla Jiřího společnost nucena přistoupit k úsporným opatřením, včetně omezení předplatného prémiových databází. Přestože si uvědomuje hodnotu pokročilých digitálních nástrojů, rozpočtová omezení jim brání v optimalizaci nebo

rozšíření těchto technologií. Jiří vyjádřil frustraci z toho, že musí upřednostnit krátkodobé finanční přežití před dlouhodobým technologickým růstem, což odráží dilema, kterému čelí mnoho mikro- a malých podniků. Kybernetická bezpečnost, ačkoli je považována za zásadní, není v Jiřího společnosti hlavním tématem. Odpovědnost za dodržování standardů kybernetické bezpečnosti nese majitel společnosti. Základní soulad s nařízením GDPR zajišťuje zavedení protokolů o ochraně údajů, ale Jiří přiznává, že se na rozhodování o kybernetické bezpečnosti podílí jen omezeně, což zanechává mezeru v komplexním řízení rizik. Tento pasivní přístup je pravděpodobně typický pro mnoho malých podniků, kde je kybernetická bezpečnost často vnímána spíše jako formální požadavek pro splnění předpisů než jako strategická investice.

Jiřího podnik se v posledních letech potýkal se značnou finanční zátěží a jeho tržby klesly z 20 milionů Kč na méně než 8 milionů Kč – tento pokles si vynutil přehodnocení provozních strategií. Decentralizovaný model společnosti, který se spoléhá na externí pracovníky, sice nabízí flexibilitu, ale zároveň omezuje schopnost firmy absorbovat ekonomické šoky. Za jednu z nejvíce frustrujících výzev označil Jiří zpožděné platby od klientů. Uvedl, že klienti často hradí faktury se zpožděním nebo žádají o prodloužení splatnosti, což dále narušuje cash flow. Tento problém tak zvyšuje finanční zátěž a omezuje dostupné prostředky na investice do digitalizace.

Zajímavé je, že Jiří zůstává opatrný vůči tradičním formám financování, jako jsou bankovní úvěry. Takové finanční produkty považuje za potenciálně rizikové, zejména pokud jsou spojeny s neatraktivními podmínkami, které by mohly firmu dostat do horší finanční situace. Místo toho Jiří klade důraz na hledání nových klientů a diverzifikaci zdrojů příjmů jako hlavní způsoby k oživení podnikání. Tento jeho postoj zároveň odráží širší tendenci českých podnikatelů vyhýbat se riziku, zejména pokud jde o zadlužování.

Jiřího případ ukazuje realistický pohled na digitalizaci v prostředí mikro- a malých podniků. Jeho společnost sice aktivně využívá digitální nástroje, ale hlubší technologické integraci brání finanční omezení a tlaky na úkor optimalizace technologické infrastruktury a kybernetická bezpečnost zůstává spíše okrajovou záležitostí.



Digitalizace napříč regiony

Mikro- a malé podniky se sídlem v Praze s největší pravděpodobností budou v roce 2025 investovat více než 6 % svého investičního rozpočtu do digitalizace – uvedlo to 26 % z nich, zatímco ve zbytku republiky se tento podíl pohybuje okolo 20 %. Naopak mikro- a malé podniky v oblasti Severovýchod a Severozápad budou investovat více než 6 % svých rozpočtů do digitalizace nejméně často – má to v plánu pouze 15 %, resp. 18 % z nich. Zajímavé je, že ačkoli oblast Střední Čechy obklopuje technologicky zaměřené hlavní město, tamější podnikatelé chtějí do digitalizace investovat nejméně – téměř polovina podniků uvedla, že v roce 2025 plánuje na digitalizaci vyčlenit méně než 1 % svých investičních rozpočtů.

Na otázku týkající se překážek při zavádění technologií téměř čtvrtina mikro- a malých podniků v oblastech Severovýchod a Střední Čechy uvádí, že v této oblasti žádné překážky nevnímají. Tato zjištění – v kombinaci s nižší ochotou podnikatelů z těchto oblastí České republiky investovat do digitalizace – poukazují na potřebu cíleného zvyšování povědomí a budování kapacit digitálních dovedností.

Co se týče povědomí o kybernetické bezpečnosti, vyniká oblast Střední Morava a Praha, kde více než 80 %, resp. 70 % mikro- a malých podniků uvedlo, že kybernetickou bezpečnost považují za důležitou pro své podnikání. Podniky v Praze patří mezi ty, které si rizika v oblasti kybernetické bezpečnosti uvědomují nejvíce. To odráží celkově vyšší úroveň povědomí a vztahu k technologiím mezi podnikateli v hlavním městě.

Pozitivní přístup k ochraně svého podnikání před budoucími riziky se projevuje i v tom, že 40 % pražských mikro- a malých podniků je ochotno investovat do posílení kybernetické bezpečnosti víc než 500 Kč měsíčně. Na druhou stranu více než čtvrtina mikro- a malých podniků v oblasti Severovýchod a Severozápad uvádí, že za nástroje kybernetické bezpečnosti není ochotna zaplatit vůbec nic.

Tento postoj k technologiím je evidentní i u středočeských mikro- a malých podniků, které nejčastěji považují kybernetickou bezpečnost za

„nedůležitou“ pro své podnikání (21 %). Navíc 37 % středočeských mikro- a malých podniků uvádí, že kybernetickou bezpečnost v současné době nepovažují za prioritu. Podnikatelé ze středočeského kraje také nejčastěji uvádějí, že nechápou rizika spojená s kybernetickou bezpečností (19 %). Rozdíl oproti mikro- a malým podnikům ze sousední Prahy, které kladou větší důraz na technologie a kybernetickou bezpečnost, je pozoruhodný a může být způsoben několika faktory. Jak jsme již v této zprávě zmínili, podniky vedené ženami přijímají digitalizaci pomaleji. Jak bylo v této zprávě dříve uvedeno, mikro- a malé podniky vedené ženami přijímají digitalizaci pomaleji. Právě v oblasti Střední Čechy je přitom téměř 45 % podniků vedených ženami, zatímco v Praze je to 37 %. Podniky ve Středočeském kraji také dvakrát častěji působí v odvětvích, jako je stavebnictví, instalatérství a truhlářství – tedy v sektorech s nízkou mírou technologizace, kde digitalizace nepřináší okamžité provozní přínosy. Tyto faktory mohou přispívat k tomu, že region zaostává za jinými částmi země v míře adopce digitálních technologií.

Pouze čtvrtina podnikatelů z Moravskoslezska uvádí, že ve svém podniku již zavedla opatření v oblasti kybernetické bezpečnosti, a 44 % z nich uvádí, že se k tomu v nejbližší době nechystá. Tato čísla poukazují na rozdíly v informovanosti a praxi v jednotlivých regionech a upozorňují na potřebu cílených opatření.

Když se podíváme hlouběji na opatření kybernetické bezpečnosti zavedená mezi podniky, které je již využívají, zjistíme, že vedou mikro- a malé podniky na jihovýchodě republiky. Tyto mikro- a malé podniky nejčastěji uvádějí, že ve svém podnikání zavedly používání antivirového softwaru, šifrování dat a firewallů. Mikro- a malé podniky na jihovýchodě zároveň častěji uvádějí, že pro ně představuje problém dostupnost cenově přijatelných nástrojů kybernetické bezpečnosti. To naznačuje, že cílená podpora zaměřená na překlenutí propasti mezi povědomím a finanční dostupností může v tomto regionu sehrát klíčovou roli.

Podpora růstu pro české mikro- a malé podniky: Služby na podporu podnikání a přístup k externímu financování

Přístup k službám na podporu podnikání a externímu financování hraje klíčovou roli na cestě k růstu mikro- a malých podniků. Tyto zdroje poskytují podnikatelům nástroje, znalosti a kapitál nezbytné k překonání provozních problémů, zvýšení produktivity a expanzi jejich podnikání. Ať už se jedná o zajištění finančních prostředků na podporu růstu, nebo získání odborných znalostí prostřednictvím mentoringu a školení, podpůrné služby umožňují mikro- a malým podnikům

posílit svou pozici na trhu a orientovat se v konkurenčním prostředí. Finanční podpora pomáhá podnikům udržovat likviditu, řídit cash flow a využívat příležitosti k růstu, zatímco přístup ke specializovanému školení umožňuje podnikatelům přizpůsobit se měnícím se požadavkům trhu a zlepšovat své podnikání. Tyto zdroje tak nejsou jen prostředkem k přežití, ale také rozhodujícím faktorem dlouhodobého úspěchu a udržitelnosti mikro- a malých podniků.



Výsledky výzkumu jasně ukazují, že podnikatelé si uvědomují hodnotu školení a podpůrných služeb, ale často je nevyužívají. CzechInvest se snaží tento trend změnit prostřednictvím široké škály aktivit a programů zaměřených na podporu podnikatelů a firem.

Michal Urban, ředitel divize podnikatelského prostředí, CzechInvest

Česká republika nabízí řadu služeb na podporu podnikatelů a podnikatelek prostřednictvím vládních agentur, jako je CzechInvest, který aktivně podporuje začínající a inovativní podnikatele financováním a podporou při rozvoji podnikání.¹³ Podnikatelům jsou k dispozici také oficiální portály jako Businessinfo.cz, které poskytují informace o službách na podporu podnikání, včetně přístupu k dotačním programům. Státní instituce, jako jsou kraje, spolu s vysokými školami rovněž zřídily několik krajských inovačních center, která poskytují inkubátory, mentoring a networking pro mladé podniky a začínající firmy.

Kromě iniciativ, na kterých se podílí stát, existují sdružení, jako je Hospodářská komora ČR a Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, která kromě několika dalších poskytují podporu mikro- a malým podnikům. Tato část se zaměřuje na aktuální trendy a zkušenosti českých mikro- a malých podniků, které hledají přístup k různým formám podpory podnikání.

České mikro- a malé podniky a externí financování

Přístup k financování je zásadní součástí cesty mikro- a malých podniků k růstu. Vhodné a včasné financování je nutné, protože podniky chtějí nejen přežít, ale i prosperovat, ať už jde o pokračování v běžném provozu, nebo o růst a expanzi. Mikro- a malé podniky na celém světě čelí značnému deficitu financování ve výši přibližně 5,7 bilionu USD, zejména na rozvíjejících se trzích.¹⁴

Nedávné zprávy OECD poukazují na všeobecný pokles úvěrů poskytovaných malým a středním podnikům v různých regionech.¹⁵ Pro stimulaci hospodářského oživení

a růstu je zásadní usilovat o zlepšení přístupu k financování. Kromě toho by řešení genderově specifických překážek a zlepšení přístupu k financím pro podniky vedené ženami mohlo do roku 2030 potenciálně přispět k českému HDP dodatečnými 20 miliardami eur, což by znamenalo 7,8% růst oproti situaci, kdy by k těmto zlepšením nedošlo.¹⁶

Strategie české vlády na podporu malých a středních podniků (2021–2027) zahrnuje iniciativy zaměřené na diverzifikaci finančních zdrojů mimo tradiční bankovníctví.¹⁷ Tato strategie usiluje o zavedení širší škály možností financování

¹³ Agentura pro rozvoj podnikání a investic CzechInvest

¹⁴ MSME Finance | Mezinárodní finanční korporace

¹⁵ Zpráva OECD | Financování malých a středních podniků

¹⁶ Odstraňování genderových rozdílů v České republice | Zpráva společnosti

McKinsey & Company

¹⁷ STRATEGIE PODPORY MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ V ČESKÉ REPUBLICCE (2021–2027) | Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR

podporuje



strive



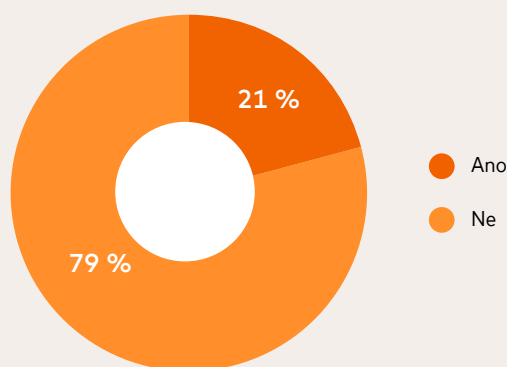
60__dB

pro podniky v každé fázi jejich rozvoje.¹⁸ Mezi hlavní cíle patří podpora většího zájmu o financování prostřednictvím kapitálových trhů a rozšíření využívání rizikového kapitálu. Na rozšíření možností financování českých podniků spolupracují např. Evropská investiční banka (EIB) a Česká spořitelna. V roce 2019 poskytla EIB České spořitelně záruku ve výši 110 milionů eur na podporu úvěrování těchto podniků.¹⁹

Co nám však podnikatelé říkají o svých zkušenostech s přístupem k financím? Z dat vyplývá, že přibližně každý pátý podnikatel se v uplynulých 12 měsících pokoušel získat úvěr.

Přesto mezi podnikateli stále existují výrazné rozdíly, a to zejména podle velikosti podniku, pohlaví a délky podnikatelské činnosti. Tato čísla jsou v zásadě v souladu s Barometrem 2022, kde 20 % podnikatelů uvedlo, že během uplynulého roku čerpali úvěr. To naznačuje, že míra, s jakou mikro- a malé podniky vyhledávají externí financování, zůstává v posledních třech letech víceméně stabilní.

Graf 25: Přístup k úvěrům v posledním roce



Zejména je třeba poukázat na to, že výrazně častěji se pokoušejí získat úvěr podniky vedené muži než ty vedené ženami – úvěr čerpalo 29 % mužů oproti 15 % žen. Podnikatelky zároveň častěji uvádějí, že mají potíže získat finanční podporu, což může souviset s řadou překážek, které omezují velikost a růst podniků, které vlastní ženy. Patří sem i to, že ženy častěji podnikají samy, bez zaměstnanců, a jejich podniky bývají menší. Oproti podnikům vedeným muži mají nižší tržby a zisky a častěji také obtížněji dosahují na potřebné zajištění pro získání úvěru. Celkově lze konstatovat, že realita finančních systémů je taková, že při schvalování úvěrů upřednostňují tradiční ukazatele, jako jsou příjmy, zisk a velikost podniku, což podnikatelky staví do nevýhodné pozice – zvláště pokud čelí systémovým a vzájemně se překrývajícím bariérám.



Podnikání žen v ČR má obrovský potenciál, ale chybí mu cílená podpora a funkční systém růstu. Podnikatelky často samy sebe nevidí jako podnikatelky, chybí jim vzory a přístup k inspiraci. Méně využívají technologie, což vede k tomu, že pracují víc hodin, ale s menším výsledkem. Místo efektivity je jejich čas pohlcen operativou. Podpora růstu musí zahrnovat nejen financování a digitalizaci, ale i přístup ke komunitám, mentoringu a vzorům, které ukazují, že podnikání žen má svou váhu. Nestačí jen mluvit o rovnosti. Musíme vytvořit podmínky, kde budou podnikatelky nejen existovat, ale i prosperovat.

Andrea Boháčková, CEO & Founder, M.artier

Pokud jde o velikost podniku, mikro- a malé firmy si berou úvěry výrazně častěji než ti, kteří podnikají sami. Zatímco mezi mikro- a malými podnikateli využilo úvěr 29 %, mezi samostatně podnikajícími to bylo jen 12 %. Vzhledem k rozsáhlejšímu a složitějšímu provozu mají mikro- a malé podniky zpravidla nejen větší potřebu financování, ale také vyšší důvěryhodnost a potenciálně lepší přístup k úvěrům – přesto však určité překážky nadále přetrvávají.

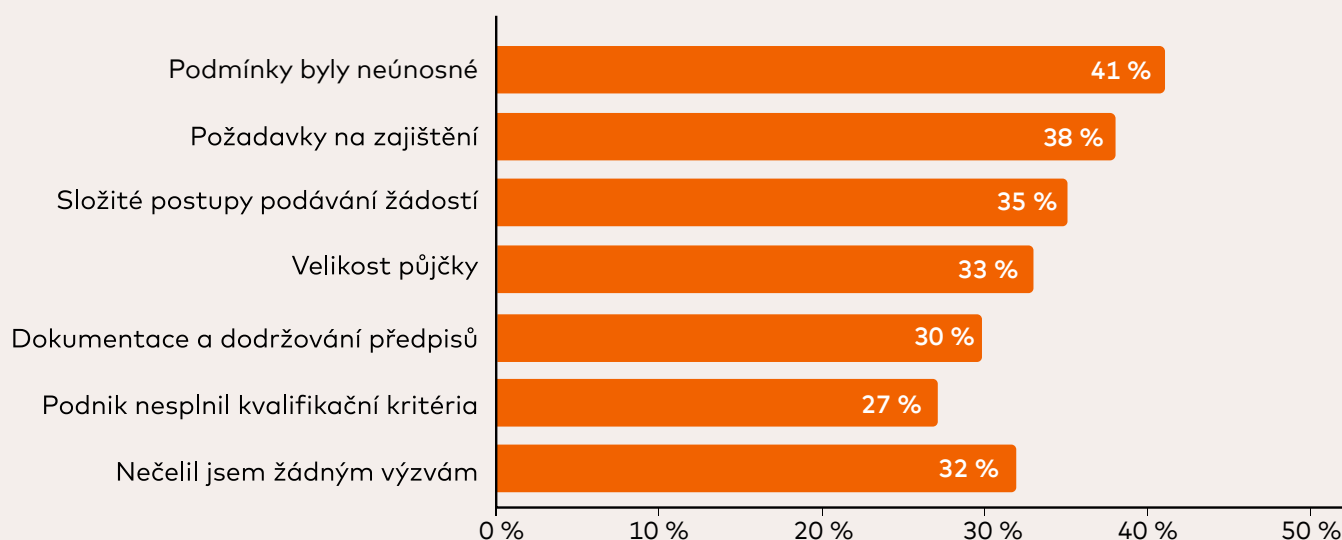
¹⁸ STRATEGIE PODPORY MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ V ČESKÉ REPUBLICCE (2021–2027) | Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR

¹⁹ Česká republika: EIB podepsala s Českou spořitelnou dohodu o úvěrových zárukách na podporu úvěrování malých a středních podniků a podniků se střední kapitalizací

Tato čísla se shodují s výsledky Barometru 2024, kde jsme zjistili, že podniky bez zaměstnanců sice představují rostoucí segment českého podnikatelského prostředí, ale častěji se potýkají s finančními omezeními a mají méně příležitostí k přístupu k externímu financování. K nižšímu zájmu o úvěry u samostatně podnikajících může přispívat i to, že řada z nich záměrně zůstává u individuální formy podnikání a nemá ambice růst v takové míře jako mikro- či malé podniky.

Pokud jde o překážky, s nimiž se podnikatelé setkávají během procesu žádosti o úvěr, uvádějí několik významných problémů. Nejčastěji zmiňují příliš přísné podmínky (41 %) a požadavky na zajištění (38 %), následované složitostí samotného procesu žádosti (35 %). Tyto překážky odpovídají i zjištěním z naší studie z roku 2024, kde mikro- a malé podniky popisovaly podobné obtíže při získávání potřebného financování – zejména kvůli přísným podmínkám a vysokým nárokům na zajištění.

Graf 26: Překážky pro podání žádosti o úvěr



I když je míra schválení úvěrů vysoká, nízký zájem o financování signalizuje, že bariéry nejsou jen administrativní, ale i psychologické – podnikatelé se často obávají zadlužení nebo nerozumí možnostem, které mají k dispozici. Z vlastních zkušeností víme, že právě složitost procesu a požadavky na zajištění mohou odrazovat zejména menší firmy

Petr Plocek, ředitel útvaru identity a komunikace, UniCredit Bank

Klíčovým zjištěním letošní studie jsou navíc rozdíly v překážkách, které uvádějí mikro- a malé podniky ve srovnání se samostatnými podnikateli. Zatímco pro samostatné podnikatele jsou větší překážkou přísné podmínky úvěru, výše půjčky a požadavky na zajištění, mikro- a malé podniky častěji narážejí na administrativní náročnost při podávání žádosti, množství požadované dokumentace a dodržování právních předpisů. To naznačuje, že samostatní podnikatelé by mohli mít problémy s dostupností finančních prostředků kvůli omezeným osobním zdrojům, zatímco jejich větší kolegové čelí více procedurálním a byrokratickým překážkám, které vyplývají ze samotné struktury podniku a provozní složitosti.

podporuje



strive

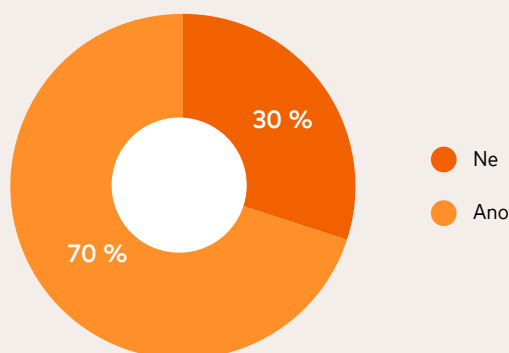


care®

60__dB

Zdá se, že klíčovou roli v dostupnosti úvěrů hraje také délka podnikání, přičemž podniky fungující méně než jeden rok čelí specifickým problémům. Hlavní překážkou je obvykle splnění kvalifikačních kritérií a vypořádání se s podmínkami úvěru, které novější podniky často považují za neúnosné. Toto zjištění navazuje na Barometr z roku 2022, který poukázal na obtíže, s nimiž se mladé mikro- a malé podniky potýkají při získávání finančních prostředků v raných fázích svého fungování. Naproti tomu podniky fungující 7 až 12 let mají k úvěrům přístup častěji – externí financování využilo 24 % z nich, zatímco u podniků starších 13 let to bylo pouze 12 %. To naznačuje možnost, že podniky fungující delší dobu mají vyšší šanci úspěšně získat financování, což může souviset s jejich lepší finanční historií a důvěrou, kterou si u poskytovatelů úvěrů vybudovaly v průběhu času. Všechny tyto skutečnosti poukazují na opakující se problém: na obtížné sladování finančních potřeb mikro- a malých podniků s úvěrovými produkty, které jsou jim skutečně dostupné. Je však povzbudivé, že navzdory různým překážkám a obecné zdrženlivosti vůči zadlužování 7 z 10 podnikatelů, kteří o financování požádali, nakonec uspělo. To naznačuje, že větší překážkou může být samotná ochota žádat o úvěr a vstoupit do úvěrového procesu – podnikatelé si o úvěr často nezažádají, protože o něj nestojí nebo protože nevěří v úspěch žádosti.

Graf 27: Úspěšnost žádostí o úvěr



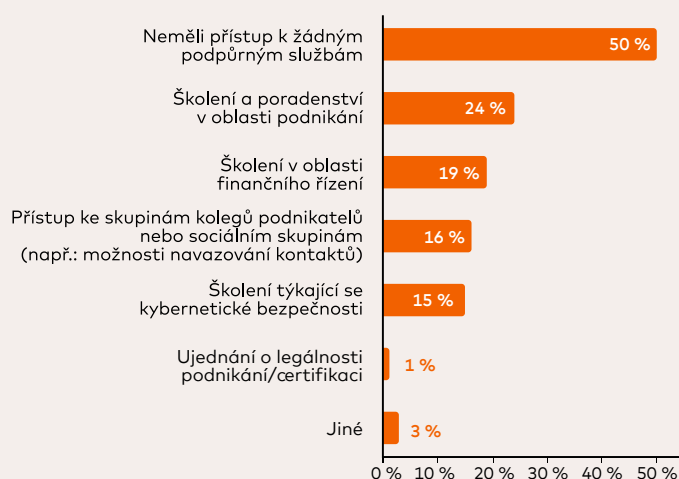
Přestože přístup k financím zůstává významným problémem, mnoho podnikatelů stále váhá s využitím externích zdrojů financování – což bylo zjevné i v loňském Barometru. Zejména v případě menších podniků a samostatných podnikatelů je patrná nechuť k zadlužování, a to kvůli obavám ze splácení, vysokým úrokovým sazbám a dopadu na finanční stabilitu. Navzdory těmto obavám však některé mikro- a malé podniky nadále vyhledávají úvěry, zejména ty, které usilují o růst nebo expanzi, neboť si uvědomují roli, kterou externí financování hraje při zajišťování dlouhodobé stability a úspěchu jejich podnikání.

České mikro- a malé podniky a služby na podporu podnikání

Dostupná data naznačují, že podíl českých podnikatelů, kteří využívají poradenské nebo podpůrné služby nad rámec financování, zůstává nízký – i když postupně roste. Podle Hospodářské komory ČR pouze přibližně 35–40 % mikro- a malých podniků v České republice uvádí, že využívá externí podpůrné služby pro potřeby rozvoje podnikání nebo poradenství.²⁰

Tato zjištění potvrzuje i náš výzkum – významná část podnikatelů uvedla, že v uplynulém roce nevyužila žádnou formu podpory. Polovina všech respondentů (50 %) nečerpala žádné podnikatelské podpůrné služby (viz graf 28). Nízká míra zapojení se dále odráží v omezeném využívání klíčových forem podpory, jako je mentoring a školení (24 %) nebo školení v oblasti finančního řízení (19 %). Ještě menší podíl podnikatelů (15 %) absolvoval školení zaměřené na kybernetickou bezpečnost nebo se zapojil do peer-to-peer sítí určených pro sdílení zkušeností a navazování kontaktů.

Graf 28: Využívané podpůrné služby pro podniky



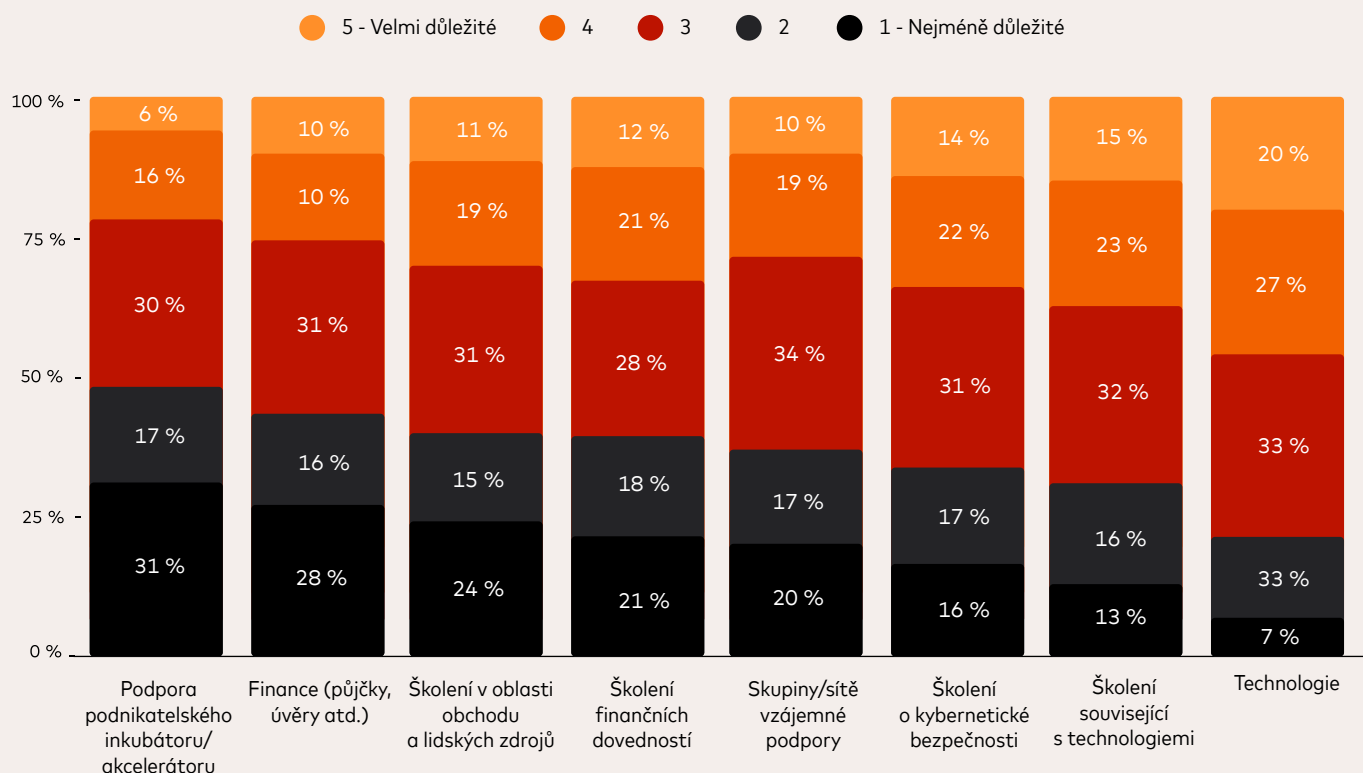
²⁰ Český statistický úřad

Tato zjištění jsou v souladu s předchozími zprávami Barometru, v nichž jsme opakovaně upozorňovali na výrazné překážky, jimž mikro- a malé podniky při využívání podpory čelí. Barometr 2023 zdůraznil, že pohlaví majitele a velikost podniku hrají zásadní roli při volbě způsobu, jakým podnikatelé využívají dostupné služby. Aktuální data tato zjištění potvrzují – podniky vedené ženami častěji uvádějí, že v uplynulém roce žádnou podporu nevyužily: uvedlo to 53 % z nich, zatímco u podniků vedených muži šlo o 49 %. Podniky vedené muži mají tendenci častěji využívat širší spektrum podpůrných služeb pro podnikání, zejména školení a mentoring v oblasti podnikání (52 % podniků vedených muži oproti 47 % podniků vedených ženami) a školení v oblasti finančního řízení (39 % podniků vedených muži oproti 35 % podniků vedených ženami). Výraznější rozdíl je patrný také v oblasti specializovaných školení – podnikatelky mnohem méně často absolvují školení v oblasti kybernetické bezpečnosti (49 % oproti 56 % u mužů).

Tato zjištění odrážejí obecnější trend, kdy podniky vedené muži častěji a aktivněji využívají dostupné podpůrné služby, zatímco podnikatelky musí mnohem častěji kombinovat podnikání s péčí o domácnost a rodinu, takže jim zbývá jen málo času na vyhledávání školení a jiných forem podpory.

Celkový přístup k technologiím a jejich zavádění kvůli dalšímu růstu se však zdá být pozitivnější než v minulosti. Zatímco v roce 2023 označilo technologickou adopci za klíčovou pro budoucí rozvoj podnikání 40 % podnikatelů, v letošním výzkumu už to bylo 47 %. Přestože tato čísla ukazují rostoucí ochotu podnikatelů digitalizovat a připravit se na budoucnost, cesta k plošnějšímu využívání technologií je stále dlouhá. Podle Mezinárodní organizace práce (ILO) je míra digitalizace v mikro- a malých podnicích úzce spjata s tím, jaké technologické možnosti jsou dostupné v jejich bezprostředním okolí. To znamená, že podnikatelé mohou být s aktuálně používanými technologiemi sice spokojeni, ale zároveň si nemusí být vědomi dalších inovativních řešení, která by mohla jejich podnikání výrazně pomoci.²¹

Graf 29: Stanovení priorit požadované podpory



²¹ Malí digitalizují: jak může digitalizace přinést produktivní růst pro mikro- a malé podniky | ILO

Když byli podnikatelé požádáni, aby určili priority dalších typů služeb, které potřebují k tomu, aby byli v budoucnu úspěšní, shodně uvedli jako zásadní potřebu rozvíjet finanční dovednosti (33 %), následovanou podnikatelským školením a poradenstvím (30 %). Stejně vysoký podíl respondentů (30 %) označil za klíčový přístup ke skupinám podobně smýšlejících podnikatelů (peer skupinám). Zajímavé je, že školení související s kybernetickou bezpečností se umístila na nižších příčkách, což poukazuje na to, že podnikatelé stále podceňují význam kybernetické bezpečnosti v dnešním podnikatelském prostředí a školení v oblasti technologií a zároveň vnímají kyberbezpečnosti jako oddělené oblasti – přestože ve skutečnosti tvoří propojené části jednoho celku.

Graf 30: Prioritizace podpůrných služeb pro podniky



Případová studie: Zkušenosti Diany s digitalizací a kybernetickou bezpečností

Diana provozuje firmu zaměřenou na plánování a organizaci akcí, která pomáhá společnostem s pořádáním firemních eventů. Její rodinný podnik se sídlem ve Středočeském kraji byl její vizí, kterou chtěla realizovat a nabídnout něco nového na trhu.

Na otázku, jakým výzvám čelí při provozování tohoto podniku, Diana odpovídá: „Určitě konkurenci. Ta je všude.“ Je také přesvědčena, že podnikatelky musí bojovat za to, aby se s nimi v zemi zacházelo stejně jako s jejich mužskými protějšky. Je zastávkyní podnikání, i když naznačuje, že je třeba se smířit s přirozeným nedostatkem stability – příjmy a mzda silně závisí na klientech, které je podnik schopen získat, a být svým vlastním šéfem s sebou nese také riziko, že budete muset pracovat o víkendech, aby firma přežila.

Využití technologických nástrojů, jako jsou chatboty s umělou inteligencí a ChatGPT, jí v podnikání velmi pomohlo. „Mohu říci, že bez technologií by mé podnikání nebylo možné,“ říká Diana s tím, že vyhledávání nových klientů by pro ni bylo velmi náročné.

Ačkoli Diana při řízení svého podniku velmi spoléhá na technologie, v oblasti kybernetické bezpečnosti prý nemá žádné zkušenosti. „Pokud mám být upřímná, ani pořádně nevím, co kybernetická bezpečnost znamená. Pokud myslíte antivirus, tak ten máme. Jinak nevím,“ říká Diana a znovu potvrzuje nedostatek znalostí, pokud jde o pochopení rizik spojených s kybernetickou bezpečností a zavedení vhodných protipatření.

Jediné služby na podporu podnikání, které Diana v minulosti využívala, byly během pandemie. Říká, že v té době získala finanční podporu ve formě kompenzačních grantů, ale „od té doby nic“.

Protože hlavním cílem jejího podnikání je získat více klientů, je pro Dianu klíčovým požadavkem grant, který by pomohl s přístupem na trh a rozšířil tak jejich klientskou základnu. Při otázce na finanční produkty se opět projevuje nechuť k zadlužování. Diana říká: „Nechceme využívat úvěry. Možná kontokorentní úvěr, ale ne půjčky, protože tak naše podnikání provozovat nechceme.“

Kdyby mohla Diana něco změnit v podnikatelském prostředí v Česku, byla by to podle ní ochrana podnikatelů. Častěji jsou chráněni spotřebitelé, ale když zákazník zadá objednávku a zruší ji, jsou drobní podnikatelé jako Diana nuceni nést náklady. „Mít v takových případech podporu státu by bylo užitečné,“ říká.

Závěrem lze konstatovat, že Dianiny zkušenosti poukazují na odolnost, kterou podnikatelky potřebují, a na význam dostupné finanční podpory a ochranných mechanismů, které mohou malým podnikům pomoci prosperovat na konkurenčním trhu.

Služby na podporu podnikání napříč regiony

Pokud jde o školení v oblasti kybernetické bezpečnosti, podnikatelé v Praze a na jihovýchodě republiky mu nejčastěji přikládají důraz pro budoucí rozvoj (40 % a 39 %), což naznačuje vyšší úroveň povědomí v těchto regionech. Pražské mikro- a malé podniky také častěji upřednostňují přístup k technologiím (49 %) a školení související s technologiemi (40 %), což potvrzuje trend, že podniky v hlavním městě jsou v oblasti digitalizace napřed.

Podniky v oblasti Jihozápad častěji, než jejich protějšky ve zbytku republiky, upřednostňují přístup ke školením zaměřeným na lidské zdroje (40 % oproti celkovým 30 %). Podniky v Praze a na střední Moravě nejvíce

upřednostňují přístup k organizacím pro rozvoj podnikání, jako jsou podnikatelské inkubátory, které by jim pomohly v rozvoji jejich podnikání (25 % a 26 % oproti celkovým 22 %).

Zajímavé je, že mikro- a malé podniky na severozápadě, severovýchodě a střední Moravě upřednostňují pro budoucí rozvoj podnikání školení v oblasti technologií (42 %, 42 % a 49 % oproti celkovým 38 %). To naznačuje, že podnikatelé v těchto regionech vnímají budování stabilních a prosperujících podniků jako ekonomickou nutnost a zároveň aktivně hledají způsoby, jak k tomu využít technologie.

Podnikatelské prostředí: Jak podnikatelé vnímají ekosystém mikro- a malých podniků

V roce 2019 se Česká republika umístila ve zprávě Světové banky Doing Business Report na 35. místě ze 190 zemí světa. V letech 2020 a 2021, kdy vrcholila pandemie covidu, se toto umístění posunulo na 40. místo.^{22,23,24} Zprávy označují za silné stránky země snadnou registraci podniků a získávání povolení, což zefektivňuje jejich činnost. Zároveň se Česko v nejnovějším žebříčku propadlo pod padesátku, pokud jde o placení daní (55. místo) a vymáhání smluv (72. místo), což poukazuje na problémy, kterým podniky čelí, pokud jde o dodržování právních předpisů.

Průzkum agentury CzechInvest v roce 2020 ukázal, že přibližně 40 % malých podniků a 15–20 % mikropodniků již využilo nějakou formu digitalizace ve svém provozu.²⁵ To však stále znamená, že mnoho mikro- a malých podniků v zavádění digitálních technologií zaostává za většími firmami. Tento průzkum také poukázal na problémy, kterým malé podniky čelí, pokud jde o finanční a lidské zdroje potřebné ke školení zaměstnanců nebo najímání digitálních specialistů.

Veřejný sektor si však uvědomuje důležitost a naléhavost digitalizace. Česká vláda zavedla strategický plán digitalizace Česka do roku 2030, jehož cílem je podpořit mikro- a malé podniky nabídkou dotací na digitální nástroje, školení digitálních dovedností apod.²⁶ Prostřednictvím programu Digitální Česko poskytuje vláda finanční prostředky podporované EU na podporu mikro-, malých a středních podniků při zavádění digitálních technologií.

Pokud jde o podpůrné služby, organizace jako OPERO nabízejí českým podnikatelům v posledních třech letech mentoringové služby, které dosud poskytly více než tisícovce mikro- a malých podniků. Inovační centra napříč různými regiony rovněž poskytují podnikatelům prostor pro přístup k podpoře v podnikání a růstu. Vznikly také agentury jako CzechInvest a platformy jako Businessinfo.cz a Pro podnikavé, které konsolidují a poskytují českým mikro- a malým podnikům relevantní užitečné zdroje a informace.

Jak se tato čísla promítají do zkušeností podnikatelů? To se dočtete dále.

²² Doing Business (2019) | Světová banka

²³ Doing Business (2020) | Světová banka

²⁴ Doing Business (2021) | Světová banka

²⁵ Digitální transformace malých a středních podniků v Česku (2020) | CzechInvest

²⁶ Česká digitální ekonomika 2030 | Ministerstvo průmyslu a obchodu

podporuje



strive



care®

60__dB

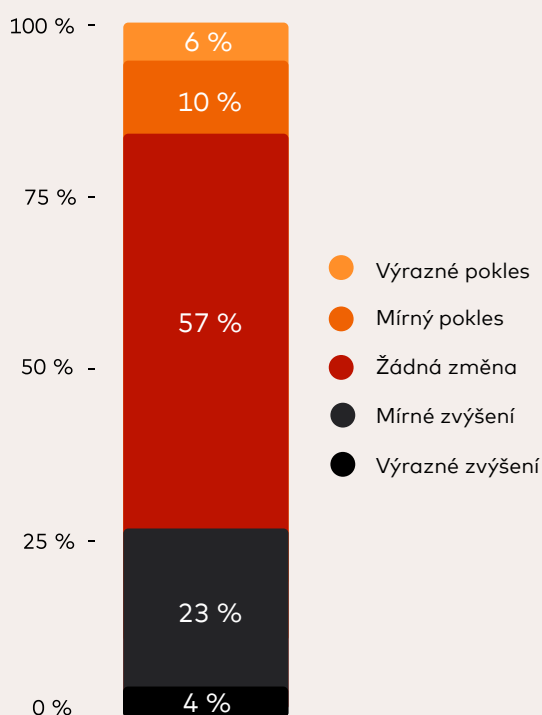
Pokud jde o podpůrné služby, více než polovina podnikatelů (57 %) uvádí, že dostupnost podpůrných služeb pro podnikání se za poslední tři roky nezměnila, a pouze 27 % uvádí nárůst (graf 31). Tato zjištění naznačují, že podpůrné služby zůstávají relativně statickým prvkem českého podnikatelského ekosystému, i když více mikro- a malých podniků uvádí zlepšení na rozdíl od samostatných podnikatelů (34 % oproti 21 %).

Podnikatelky často čelí překážkám, které jsou dále ztěžovány jejich rodinnými a pečovatelskými povinnostmi – 59 % z nich je označuje za jednu z hlavních bariér. Tato zjištění navazují na předchozí zprávy, které upozorňovaly na to, že neplacená péče o domácnost stále disproporčně zatěžuje ženy. Kvůli tomu mají méně času na profesní rozvoj, využívání podpůrných služeb nebo si jen obtížně dopřávají volno od každodenního provozu svého podnikání. Ve vydání Barometru z roku 2024 například uvedla třetina žen, že si za celý rok vzala méně než dva týdny volna, zatímco mezi muži to byla čtvrtina.

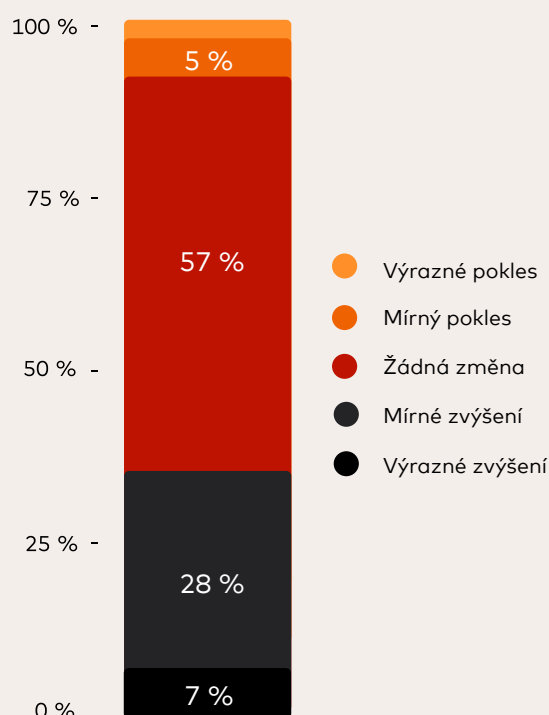
Pokud jde o dostupnost digitálních nástrojů a aplikací pro mikro-amalépodniky, 49 % podnikatelů uvádí, že se za poslední tři roky nabídka zlepšila. Naopak 43 % nezaznamenalo žádnou výraznou změnu. Tento posun dává naději zejména těm firmám, které se chtějí pustit do digitalizace, i když přínosy zřejmě nepocituje celý sektor rovnoměrně. Nárůst dostupnosti digitálních zdrojů je výraznější u podniků, které fungují šest a více let – ty pravděpodobně disponují většími kapacitami pro jejich efektivní zavedení.

Pokud jde o sebedůvěru podnikatelů, 57 % podnikatelů uvádí, že jejich jistota v řízení a vedení podniku se v uplynulém roce nezměnila, zatímco 35 % tvrdí, že se jejich sebevědomí zvýšilo (graf 32). Zajímavé je, že majitelé mikro- a malých podniků hlásí nárůst sebedůvěry častěji než samostatní podnikatelé (48 % oproti 25 %), což odráží širší trend, že podniky se zaměstnanci a delší provozní historií se cítí jistěji při zvládání ekonomických výzev.

Graf 31: Změna dostupnosti podpůrných služeb pro podniky



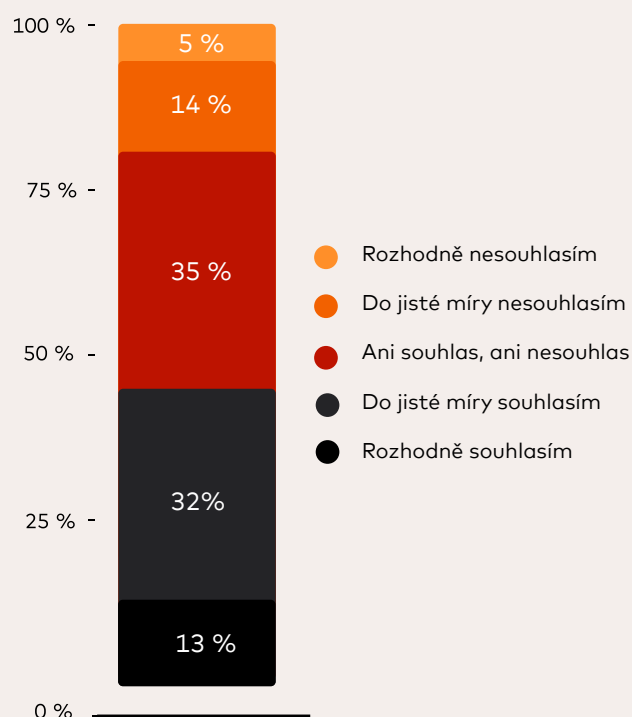
Graf 32: Změna sebedůvěry



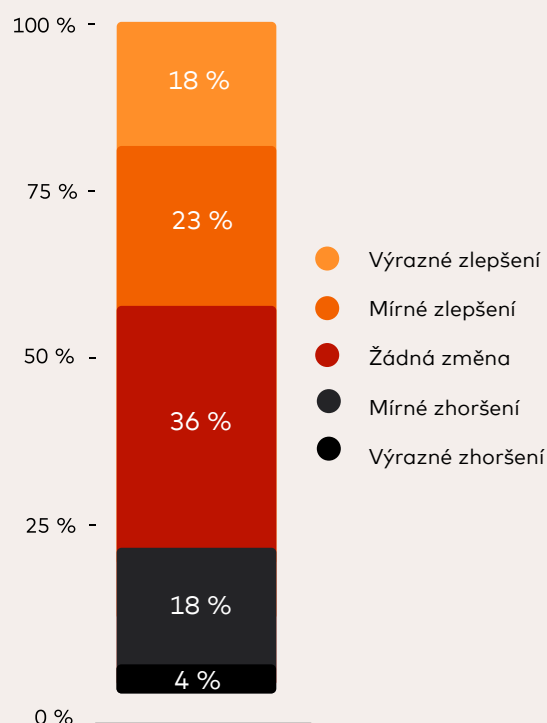
Kromě toho je vnímání podnikatelského prostředí v širším slova smyslu smíšené. Více než třetina (36 %) podnikatelů se domnívá, že se podnikatelské prostředí pro malé podniky v Česku nezměnilo, zatímco 22 % uvádí zlepšení (graf 34). Podniky vedené muži hlásí mírné zlepšení (27 %) ve srovnání s podniky vedenými ženami (19 %), což poukazuje na přetrvávající rozdíly mezi pohlavími v podnikatelském ekosystému.

Data zároveň ukazují, že rozdíl přetrvává i v samotném vnímání podnikatelského prostředí – zejména z pohledu podnikatelek. Téměř polovina všech respondentů věří, že muži mají v Česku při podnikání výhodu, což odráží přetrvávající genderové nerovnosti v podnikatelském prostředí (graf 33). Toto vnímání je patrné ve všech věkových skupinách žen – celkově 59 % podnikatelek souhlasí s tím, že muži mají v podnikání v Česku výhodu, oproti 37 % mužů. To ukazuje, že povědomí o genderové nerovnosti přetrvává napříč generacemi žen.

Graf 33 : Vnímání podnikatelů a podnikatelek: Mají muži v podnikání výhodu?



Graf 34: Změna podnikatelského prostředí v České republice



Vnímání podnikatelského prostředí v jednotlivých regionech

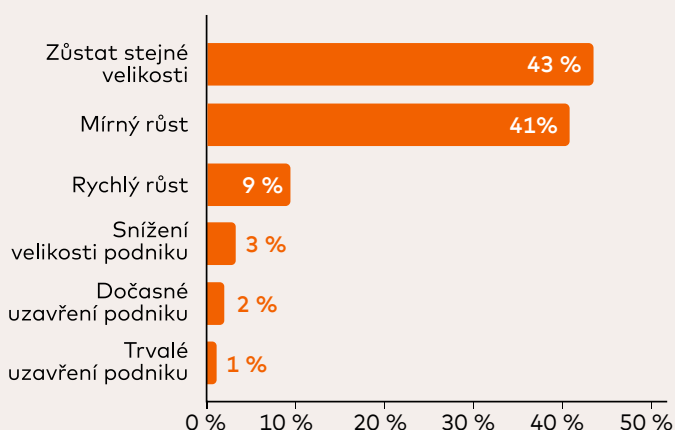
Mikro- a malé podniky v Moravskoslezském kraji nejčastěji uvádějí pokles dostupnosti digitálních nástrojů (14 %), což může naznačovat nízkou míru povědomí o možnostech využití technologií v podnikání – jak naznačují i další zjištění v této zprávě. Nejvíce podnikatelů, kteří v poslední době zaznamenali nárůst sebedůvěry, je v Praze (39 %), následováno podnikateli na jihovýchodě republiky (37 %). Naopak podnikatelé na střední Moravě nejčastěji hlásí pokles sebedůvěry (13 %).

Podnikatelé z Moravskoslezského kraje nejméně často uvádějí, že se celkové podnikatelské prostředí za poslední tři roky zlepšilo (17 % oproti celorepublikovému průměru 22 %). Stejně tak zde nejnižší podíl podnikatelů zaznamenal zvýšení dostupnosti podpůrných služeb (19 % oproti průměru 27 %). To ukazuje na regionální nerovnosti v přístupu k podpoře i v její reálné dostupnosti.

Výhled do budoucna: Očekávání podnikatelů

Důraz na stabilitu a uvážlivý přístup k riziku zůstávají i v letošním šetření typickými rysy českých podnikatelů. Významná část podnikatelů (43 %) očekává, že jejich podniky zůstanou v příštím roce stejně velké (graf 35). Tato tendence ke stabilitě kontrastuje s očekáváním podobného podílu (41 %) podnikatelů, kteří chtějí, aby jejich podniky mírně rostly, zatímco rychlou expanzi očekává pouze 9 %. Tento umírněný výhled odráží opatrný optimismus, který je pro řadu podnikatelů typický – zejména pro ty, kteří se stále vyrovnávají s dopady pandemie a snaží se obstát v neustále se proměňujícím tržním prostředí.

Graf 35: Očekávání růstu podniků



Více než polovina majitelů podniků bez zaměstnanců (52 %) předpokládá, že velikost jejich firmy se v příštím roce nezmění. U mikro- a malých podniků je toto očekávání výrazně méně časté (32 %). Naopak mikro- a malé podniky častěji plánují mírný růst – uvádí to 55 % z nich –, zatímco mezi podniky bez zaměstnanců je to jen 32 %. Tento trend naznačuje, že podniky s většími kapacitami a rozvinutějším provozem mají obecně větší tendenci usilovat o růst. Naproti tomu podnikatelé, kteří podnikají sami a zajišťují chod firmy ve všech ohledech vlastními silami, často dávají přednost stabilitě a vyhýbají se složitostem, které s sebou expanze přinášejí.

Stáří podniku hraje rovněž významnou roli v tom, jaká mají podnikatelé očekávání. Podniky, které fungují déle než 13 let, nejčastěji preferují zachování své současné velikosti, což uvádí 52 % z nich, zatímco mezi podniky fungujícími méně než 6 let je to jen 33 %. Naopak právě mladší podniky nejčastěji usilují o rychlý růst – svižnou expanzi plánuje 17 % z nich, zatímco u těch starších než 13 let je to jen 7 %. Tato čísla naznačují, že novější firmy ve fázi růstu jsou ochotnější riskovat a rozšiřovat své aktivity, zatímco zavedenější podniky se více soustředí na stabilitu a upevnění své pozice na trhu.

Celkově tato zjištění ukazují, že většina podnikatelů usiluje spíše o mírný růst nebo udržení stávající velikosti. Zároveň se však ukazují rozdíly mezi podniky bez zaměstnanců a většími mikro- a malými firmami – ty větší častěji počítají s růstem

a rozvojem. Významnou roli přitom hraje i stáří podniku: mladší firmy se více orientují na rychlejší růst, zatímco ty zavedenější upřednostňují stabilitu a udržení současného rozsahu podnikání.

Závěr

České mikro- a malé podniky se nadále pohybují v komplexním a proměnlivém podnikatelském prostředí, které se vyznačuje opatrnou stabilitou a přetrvávajícími rozdíly ve finanční odolnosti, míře digitalizace a přístupu k podpoře podnikání. Zatímco mnoho mikro- a malých podniků zůstává ziskových, finanční zranitelnost je zvláště patrná u podniků bez zaměstnanců a podniků vedených ženami, které čelí strukturálním překážkám při zajišťování stabilních příjmů a externího financování. Digitalizace postupně mění prostředí mikro- a malých podniků, ale investice do ní zůstávají omezené, a to zejména kvůli finančním nárokům, technickým bariérám a rozdílné úrovni povědomí. Obavy o kybernetickou bezpečnost sice rostou, přesto řada podniků investice do ochranných opatření stále odsouvá na vedlejší kolej, často právě kvůli nákladům nebo nedostatku technických znalostí. Tato zjištění zdůrazňují potřebu cílených intervencí na zvýšení finanční odolnosti, podporu digitální transformace a řešení genderových rozdílů v rámci podnikatelského ekosystému.



Ministerstvo průmyslu a obchodu aktivně rozvíjí digitální projekty s cílem zjednodušit a zefektivnit pro podnikatele vyhledávání a plnění povinností souvisejících s jejich podnikatelskou činností. Klíčovým projektem je Portál podnikatele, který se v budoucnu stane centrálním místem pro podnikatele, kde budou dostupné elektronické služby veřejné správy i další podpůrné nástroje pro rozvoj podnikání. Součástí portálu bude také Databáze informačních povinností, jejímž cílem je zpřehlednit legislativní povinnosti vyplývající z platných zákonů.

Pavel Vinkler, ředitel odboru podnikatelského prostředí a vnitřního obchodu,
Ministerstvo obchodu a průmyslu ČR

Udržitelný rozvoj a dlouhodobý růst českých mikro- a malých podniků bude do budoucna vyžadovat strategickou podporu, která bude odpovídat jejich konkrétním potřebám. Podnikatelé ve výzkumu jasně pojmenovali své priority – častěji volají po mentoringu, školení v oblasti finančního řízení a možnostech propojování s dalšími podnikateli, aby dokázali lépe čelit nárokům současného trhu. S tím, jak se česká ekonomika postupně modernizuje, bude zásadní zajistit rovný přístup těchto podniků ke zdrojům i příležitostem.

Právě to je předpokladem pro podporu inovací, posílení odolnosti a udržitelný růst celého segmentu. Naplnění tohoto cíle vyžaduje spolupráci zástupců státu, finančních institucí a organizací poskytujících podporu podnikání – tak, aby vzniklo prostředí, ve kterém se mohou mikro- a malé podniky rozvíjet bez ohledu na svou velikost, odvětví, sídlo nebo na to, zdá ho vlastní muž či žena.

Co dál?

České mikro- a malé podniky hrají zásadní roli při podpoře hospodářského růstu a zaměstnanosti. Čelí však přetrvávajícím výzvám v oblasti finanční stability, digitalizace a genderových nerovností. Řešení těchto problémů vyžaduje cílenou podporu, která posílí jejich odolnost, konkurenceschopnost a dlouhodobou udržitelnost. Následující doporučení představují hlavní strategické směry, jak podpořit finanční stabilitu, urychlit digitální transformaci a vytvořit inkluzivnější podnikatelské prostředí pro mikro- a malé podniky v Česku.

Zvyšování finančního povědomí a odolnosti podniků

Finanční stabilita zůstává pro české mikro- a malé podniky, zejména pro podniky bez zaměstnanců a podniky vedené ženami, významnou výzvou. Jak už ukázala předchozí vydání Barometru, společné úsilí, vedoucí ke zvýšení povědomí o možnostech financování a jejich dopadu na zdraví podniku, může mít výrazný a dlouhodobý efekt. Rozšíření přístupu k úvěrům prostřednictvím méně restriktivních úvěrových podmínek může pomoci překlenout finanční mezery. Finanční instituce by měly vyvinout produkty přizpůsobené potřebám mikro- a malých podniků, například s nižšími úrokovými sazbami a flexibilními podmínkami splácení. Zároveň je vhodné podporovat i alternativní formy financování, například hledání zdrojů, jako je rizikový kapitál nebo crowdfunding a peer-to-peer půjčky.

Zlepšení povědomí o budování finančního zdraví je klíčem k posílení odolnosti mikro- a malých podniků. Cílené programy finančního vzdělávání mohou majitele podniků vybavit základními dovednostmi v oblasti řízení peněžních toků a plánování investic. Mentoring a finanční koučink mohou podnikatele dále podpořit v orientaci ve složitém prostředí externího financování.

Snížování překážek digitalizace

Pomalejší tempo digitalizace mezi českými mikro- a malými podniky je z velké části způsobeno finančními omezeními, technickými překážkami a omezenou informovaností. Rozšíření přístupu k cenově dostupným digitálním nástrojům, včetně softwaru pro řízení podniku a e-commerce platform, může digitální transformaci urychlit. Vládní iniciativy a iniciativy soukromého sektoru by se měly zaměřit na poskytování dotací nebo programů financování, aby se snížily náklady na zavádění nových technologií. Dalším způsobem ke zvýšení cenové dostupnosti může být spolupráce s významnými poskytovateli služeb, kteří nabízejí řešení vhodná pro mikro- a malé podniky.

Školení v oblasti digitálních dovedností jsou klíčová pro řešení technických nedostatků. Praktická interaktivní školení v oblasti digitálních nástrojů, kybernetické bezpečnosti a online marketingu by měla být snadno a plošně dostupná. Smysl má podpora zapojení podnikatelů do sítí a mentoringových programů, které pomáhají sdílet zkušenosti a budovat jistotu při využívání digitálních nástrojů. Posílení digitální infrastruktury je zásadní pro zajištění rovného přístupu k online trhům a službám.

Odstraňování přetrvávajících genderových nerovností

Podniky vedené ženami čelí specifickým výzvám – od omezeného přístupu k financování, přes vyšší zátěž v oblasti péče o rodinu až po nedostatek cílené podnikatelské podpory. Pro podporu podnikatelek je důležité zavádět cílené finanční nástroje, například speciální úvěrové programy nebo grantové výzvy. Klíčovou roli hraje také rozšiřování dostupnosti péče o děti a podpora flexibilních forem práce, které ženám usnadní sladit podnikání s rodinnými povinnostmi.

Školení a mentoringové programy určené speciálně pro podnikatelky mohou nabídnout podporu v oblasti finančního řízení, zavádění technologií a obchodní strategie. Vytvoření komunit a sítí partnerů pro mikro- a malé podniky vedené ženami vytvoří podpůrný ekosystém, kde si podnikatelky mohou vyměňovat své poznatky, sdílet zdroje a spolupracovat.

Podpora inkluzivnějšího podnikatelského prostředí

Mikro- a malé podniky vyžadují podnikatelské prostředí, který podporuje inovace, odolnost a udržitelný růst. Klíčem je posílení spolupráce mezi zástupci státu, finančními institucemi a organizacemi na podporu podnikání – právě tato synergie může vytvořit podmínky, ve kterých se malé podniky budou moci rozvíjet. Zjednodušení administrativních procesů, snížení byrokratické zátěže a transparentní regulační rámec pomohou podnikatelům zvládat každodenní provozní výzvy.

Zapojování do networkingových akcí, podnikatelských fór a oborových sdružení může podnikům přinést cenné kontakty i aktuální informace z trhu. Kampaně zvyšující povědomí veřejnosti o významu malých podniků pro ekonomiku mohou přispět k budování důvěry spotřebitelů a větší společenské podpoře. Význam mají i iniciativy, které pomáhají zapojit mikro- a malé podniky do větších dodavatelských řetězců – čímž se otevírají nové příležitosti pro jejich růst a stabilitu. Díky cíleným opatřením mohou české mikro- a malé podniky posílit svou finanční odolnost, zvládnout digitální transformaci a překonat genderové nerovnosti. Zajištění rovného přístupu ke zdrojům a příležitostem bude zásadní pro rozvoj dynamického a konkurenceschopného podnikatelského prostředí.

Expertní komentáře



Eva Lacinová

Social Impact Manager, Centrum pro inkluzivní růst společnosti Mastercard

Mohla bych mluvit o číslech, o tisících podnikatelů, které jsme podpořili, o nových službách, které jsme vytvořili, nebo o nových partnerstvích, která jsme navázali. Ale pro mě je nejdůležitějším úspěchem tohoto programu to, že jsme podporu malých podniků posunuli na novou úroveň a ukázali, že jde o zásadní téma pro českou ekonomiku i společnost, které si zaslouží opravdovou pozornost.

Dokázali jsme, že Česko je plné talentovaných lidí, kteří jen potřebují správnou podporu, aby mohli růst – a dali jsme jasně najevo, že jsme plně odhodláni tuto podporu poskytovat. Mastercard Strive v Česku se propojil s programem Česko platí kartou a sehrál klíčovou roli při spuštění našich nových iniciativ jako Velký týden malých firem nebo Kde začít podnikat.

V příštích letech budeme na výsledcích programu Mastercard Strive v Česku stavět a představíme nová řešení pro malé podniky. Podpora malých podniků pro nás není jednorázová aktivita; je to dlouhodobý závazek ke zlepšování podnikatelského prostředí v Česku. Když se daří podnikatelům, daří se celé ekonomice – a my jsme připraveni být součástí této cesty a poskytovat naše znalosti i řešení.



Barbora Florková

Národní ředitelka, CARE Česká republika

Jsmo opravdu poctěni, že CARE Česká republika mohla být realizačním partnerem tak smysluplné iniciativy, jakou je Mastercard Strive v Česku. Od samého začátku jsme program stavěli na hlubokém porozumění českému podnikatelskému prostředí. Díky tomu jsme dokázali identifikovat výzvy, kterým mikro- a malé podniky opravdu čelí, a navrhnout podporu, která na jejich potřeby skutečně reaguje.

Jednou z nejvýraznějších překážek zůstává digitalizace. Přestože většina podnikatelů dnes již nějaké digitální nástroje používá, mnozí stále tápou, kde začít, jak je efektivně využívat nebo na koho se obrátit. Právě tato propast mezi povědomím a konkrétními kroky zůstává zásadní výzvou. Proto jsme spustili platformu Pro podnikavé – jedno místo, na kterém drobní

podporuje



strive



60__dB

podnikatelé a podnikatelky nalezou digitální nástroje, testy silných a slabých stránek, mentoring, poradenství na míru, workshopy i online kurzy a akademie. S podporou více než 60 odborných garantů jsme vybudovali ekosystém, který je praktický a dostupný i pro ty nejmenší podniky.

Naším cílem bylo také zajistit, aby alespoň 40 % podpořených podniků vedly ženy. Díky dlouhodobému zaměření CARE na posilování postavení žen a dívek se nám podařilo tuto hranici překročit – dnes tvoří ženy více než 60 % podnikatelů zapojených do komunity Pro podnikavé. Společně s partnery jsme vytvořili prostor, kde mohou podnikatelé a podnikatelky rozvíjet své dovednosti, navazovat kontakty a růst. Prostřednictvím mentoringu, workshopů a inspirativních akcí jsme je motivovali k objevování nových nástrojů, posilování kompetencí a vzájemné podpoře.

Bylo nesmírně inspirativní sledovat, jak se tato komunita malých podnikatelů spojila – sdílela zkušenosti, podporovala se a budovala něco, co přesahuje jednotlivce. Věříme, že základy položené programem Mastercard Strive v Česku jsou teprve začátkem. Jsou odrazovým můstkem pro další podporu malého podnikání a my jsme hrdí na to, že jsme mohli být součástí této cesty.



Eva Svobodová

Členka představenstva a generální ředitelka, Asociace malých a středních podniků a živnostníků České republiky

V Asociaci malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) dlouhodobě usilujeme o podporu digitalizace malých a středních firem, včetně těch nejmenších – mikrofírem a samostatných podnikatelů. Jsme si vědomi, že přístup k moderním technologiím a digitálním dovednostem je pro tyto podnikatele zásadní, protože jim umožňuje efektivněji řídit své podnikání, zvyšovat konkurenceschopnost a lépe reagovat na dynamicky se měnící tržní prostředí.

V tomto kontextu si velmi vážíme spolupráce s programem Mastercard Strive v Česku, který od roku 2022 hraje klíčovou roli při posilování finanční stability a růstu mikro- a malých podniků. Tento program přináší inovativní přístup k podpoře malých podnikatelů a pomáhá jim zvládnout výzvy spojené s digitalizací a udržitelným rozvojem.

Mikropodniky a drobní podnikatelé se často potýkají s velkými výzvami – s finanční nejistotou a omezenými možnostmi financování svého růstu. Na rozdíl od větších firem nemají vždy přístup k dostatečnému kapitálu, který by jim umožnil investovat do nových technologií, zlepšení procesů nebo rozšíření svého podnikání. Tyto bariéry mohou podnikatelům bránit v inovacích a v adaptaci na nové tržní podmínky.

Programy jako Mastercard Strive v Česku pomáhají tyto překážky překonat tím, že podnikatelům poskytují digitální nástroje, odborné poradenství, koučování a mentorství. Díky těmto prvkům mohou podnikatelé nejen zefektivnit svou práci, ale také lépe plánovat své finance, rozvíjet nové obchodní strategie a posilovat svou konkurenceschopnost.

V AMSP ČR pevně věříme, že technologie a umělá inteligence zásadně mění podnikatelské prostředí a jsou motorem podnikatelských změn. Digitální nástroje a umělá inteligence dnes dokážou podnikatelům ušetřit nejen čas, ale také výrazně snížit provozní náklady a zvýšit efektivitu podnikání. Automatizace procesů, chytré řízení zásob, analýza zákaznického chování nebo efektivní online marketing – to vše jsou oblasti, kde technologie přináší malým podnikům konkurenční výhodu.

podporuje



strive



60__dB

Například umělá inteligence pomáhá podnikatelům lépe pochopit potřeby zákazníků, optimalizovat cenové strategie nebo předpovídat budoucí poptávku. Moderní digitální nástroje jim umožňují efektivněji spravovat účetnictví, komunikovat se zákazníky nebo řídit dodavatelské řetězce. To vše vede k větší flexibilitě, růstu a dlouhodobé udržitelnosti jejich podnikání.

V AMSP ČR si uvědomujeme, že skutečná změna v českém podnikatelském ekosystému nastane pouze tehdy, pokud budou mít podnikatelé k dispozici odpovídající podporu a přístup k moderním technologiím. Proto Mastercard Strive v Česku vnímáme jako klíčového partnera, který pomáhá mikro- a malým podnikům nejen přežít, ale také dlouhodobě prosperovat.

Díky iniciativám, které tento program nabízí, mají podnikatelé možnost získat cenné know-how, zlepšit své dovednosti a připravit své firmy na budoucnost. Věříme, že tato spolupráce přispívá ke zlepšení podnikatelského prostředí v České republice a otevírá nové příležitosti pro inovace a růst malých firem.

V AMSP ČR budeme i nadále podporovat digitalizaci a moderní technologie jako cestu k silnější a konkurenceschopnější ekonomice. Společně s programem Mastercard Strive v Česku chceme podnikatelům pomoci uspět v digitální době a využít všech výhod, které moderní technologie nabízejí.



Lucie Mairychová
Provozní ředitelka, Czechitas

V Czechitas umožňujeme ženám naplno využít jejich potenciál a aktivně utvářet digitální budoucnost České republiky. Přístup k digitálním dovednostem, technologiím a silným sítím je pro ženy podnikatelky klíčový, a proto si vážíme naší spolupráce s programem Mastercard Strive v Česku. Od roku 2022 hraje tento program klíčovou roli při posilování finanční odolnosti a růstu mikropodniků a malých podniků.

Podniky vedené ženami jsou zásadní hnací silou inovací a zaměstnanosti, přesto se ve srovnání s muži stále potýkají s finanční nejistotou a překážkami v oblasti investic. Programy, jako je Mastercard Strive v Česku, pomáhají tuto propast překlenout poskytováním digitálních nástrojů, koučování a mentorství, což ženám umožňuje budovat udržitelné podniky.

Osobně pevně věřím, že technologie a umělá inteligence mění pravidla hry pro podnikatelky. Na vlastní oči jsem viděla, jak digitální nástroje mohou ušetřit čas, snížit náklady a zvýšit efektivitu, což ženám umožňuje rozšiřovat své podnikání a zároveň zachovat rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem. Mnoho žen z naší komunity se svěřilo, že digitalizace byla zlomovým bodem v jejich úspěchu.

V Czechitas uznáváme Mastercard Strive v Česku jako klíčového partnera, který přispívá ke skutečným změnám v českém podnikatelském ekosystému. Společně vybavujeme ženy dovednostmi a zdroji, které jim umožní nejen udržet jejich podnikání, ale skutečně prosperovat a vytvářet inkluzivnější a inovativnější ekonomiku.

podporuje



strive



60__dB



Martin Mára
Manažer programu DoToho!, Opero

Když jsme s platformou DoToho! v roce 2022 vstupovali do programu Mastercard Strive v Česku, věděli jsme, že jde o významnou příležitost posílit český podnikatelský ekosystém.

V průběhu našeho partnerství jsme společně realizovali řadu konkrétních projektů, mimo jiné například podporu ukrajinských uprchlíků. Došlo k rozvoji přímé podpory podnikatelů o novou službu stínování firemních postupů a k realizaci mnoha workshopů a networkingových akcí. Tyto aktivity nejen pomohly podnikatelům zlepšit své know-how a rozšířit obchodní a dodavatelské sítě, ale také přispěly k rozšíření kultury sdílení zkušeností mezi podnikateli v České republice.

Barometr chápeme jako jeden z nejcennějších výstupů programu Mastercard Strive v Česku. Tato série výzkumů umožňuje systematicky mapovat potřeby a výzvy mikro- a malých podniků, což se promítlo i do našeho strategického rozhodování a pomohlo nám lépe kalibrovat služby programu DoToho!. Barometr je jedním z důležitých nástrojů pro pochopení českého podnikatelského prostředí a identifikaci oblastí, kde je potřeba cílené podpory.



Petr Plocek
Ředitel útvaru identity a komunikace, UniCredit Bank

Z pohledu banky, která dlouhodobě podporuje živnostníky, malé a střední podniky, vnímáme výsledky Barometru 2025 jako potvrzení dlouhodobých výzev v oblasti financování tohoto segmentu. I když je míra schválení úvěrů vysoká, nízký zájem o financování signalizuje, že bariéry nejsou jen administrativní, ale i psychologické – podnikatelé se často obávají zadlužení nebo nerozumí možnostem, které mají k dispozici. Z vlastních zkušeností víme, že právě složitost procesu a požadavky na zajištění mohou odrazovat zejména menší firmy. Pracujeme proto na zjednodušení úvěrového procesu, posílení poradenství a nabídce flexibilních řešení, která respektují specifika malého podnikání. Klíčové je i zvyšování finanční gramotnosti a osvěta o možnostech externího financování, což vnímáme jako společný úkol nás všech – bank, státu i podnikatelských asociací. Jsme přesvědčeni, že právě malé a střední podniky mají obrovský potenciál stát se motorem české ekonomiky – jsou flexibilní, inovativní a tvoří páteř mnoha odvětví. Je proto klíčové hledat cesty, jak jim financování zpřístupnit: zjednodušit procesy, nabídnout poradenství na míru a posílit povědomí o dostupných možnostech. Jako banka chceme být partnerem, který podnikatele podporuje nejen v růstu, ale i v překonávání výzev.

podporuje



strive



60__dB

**Pavel Vinkler**

Ředitel odboru podnikatelského prostředí a vnitřního obchodu,
Ministerstvo obchodu a průmyslu ČR

Ministerstvo průmyslu a obchodu aktivně rozvíjí digitální projekty s cílem zjednodušit a zefektivnit pro podnikatele vyhledávání a plnění povinností souvisejících s jejich podnikatelskou činností. Klíčovým projektem je Portál podnikatele, který se v budoucnu stane centrálním místem pro podnikatele, kde budou dostupné elektronické služby veřejné správy i další podpůrné nástroje pro rozvoj podnikání. Součástí portálu bude také Databáze informačních povinností, jejímž cílem je zpřehlednit legislativní povinnosti vyplývající z platných zákonů.

**Klára Šimáčková Laurenčíková**

Náměstkyně ministra pro evropské záležitosti, zmocněnkyně
pro lidská práva

Velmi vítám vznik nového Barometru podnikatelského prostředí zaměřeného na mikro- a malé podniky v Česku. Výsledky mimo jiné ukazují, že ženy v podnikání čelí větším výzvám než muži. Na problém genderových nerovností nejen v podnikání se zaměřuje také Strategie rovnosti žen a mužů na roky 2021–2030, jejíž aktualizaci schválila vláda ČR v říjnu loňského roku. Specifický cíl v kapitole Práce a péče se soustředí právě na podporu podnikatelských aktivit žen – a to formou rozvoje jejich podnikání, informování o možných rizicích spojených s podnikáním či podporou vhodných legislativních změn. Klíčovou součástí této podpory ze strany státu je také navazování partnerství s byznysem a neziskovým sektorem. O to více mě těší, že nadále pokračuje spolupráce s programem Mastercard Strive v Česku, který nám pomáhá tuto oblast posouvat vpřed.

**Michal Urban****Ředitel divize podnikatelského prostředí, CzechInvest**

Výsledky výzkumu jasně ukazují, že podnikatelé si uvědomují hodnotu školení a podpůrných služeb, ale často je nevyužívají. CzechInvest se snaží tento trend změnit prostřednictvím široké škály aktivit a programů zaměřených na podporu podnikatelů a firem. Máme velký dosah na malé a střední podniky díky síti našich regionálních kanceláří, které nám umožňují poskytovat podporu přímo na míru podle detailní znalosti jejich potřeb. Naše podpora zahrnuje odborné rady, pomoc při získávání financování, exportní poradenství, organizaci networkingových akcí a seminářů zaměřených na digitalizaci, udržitelnost a další aktuální témata. Navíc se zaměřujeme na inovace a technologický rozvoj, což je klíčové pro konkurenceschopnost českých podniků na globálním trhu.

**Radka Murasová****Ředitelka, Inovační centrum INION**

Barometr jasně ukazuje výzvy v oblasti digitalizace a financování. Detailnější pohled na výsledky dle regionů odhalil významné rozdíly mezi kraji a právě tam, kde jsou výsledky nejhorší, by měla směřovat cílená podpora. To by následně mohlo zlepšit i vnímání podnikatelů ohledně dostupnosti a relevance služeb podnikatelského ekosystému – jednotná strategie pro všechny regiony jednoduše nefunguje. Podpora musí být nastavena tak, aby reflektovala specifické podmínky a výzvy jednotlivých krajů – pojďme cílit podporu tam, kde je to nejvíce potřeba.



Lukáš Benzl
Ředitel, Česká asociace umělé inteligence

Dle mého názoru není problém v tom, že by české mikro- a malé podniky nechtěly digitalizovat. Podnikatelé naopak chápou, že technologie jsou klíčem k růstu. Ale pokud 45 % firem plánuje investovat do digitalizace jen 1–5 % rozpočtu, ukazuje to, že role digitalizace je podceňována. Z vlastní zkušenosti vidím, že největší překážkou není jen nedostatek financí, ale také nedostatek času a jasných důkazů, jak digitální nástroje skutečně usnadňují práci. Českému podnikatelskému prostředí zásadně chybí jasná vize posunu směrem k technologiím a podpora ze strany státu. Navíc mě zarazí, jak málo firem investuje do kybernetické bezpečnosti, i když třetina už zažila nějaký incident. Digitalizace bez ochrany dat je jako stavět dům bez dveří. Potřebujeme proto nejen více podpory pro digitalizaci, ale i konkrétní kroky, jak podnikům usnadnit její reálné využití.



Tomáš Ščerba
Partner, DLA Piper

České mikro- a malé podniky si stále více uvědomují význam kybernetické bezpečnosti, ale jejich investice do této oblasti zůstávají nízké. Přestože 70 % z nich používá antivirový software a 60 % pravidelně aktualizuje software a využívá dvoufaktorovou autentizaci, přetrvávají značné mezery v zabezpečení. Alarmující je, že třetina podniků se již setkala s kybernetickým incidentem, a přesto 10 % z nich nepociťuje žádné obavy z kybernetických hrozeb. Nedostatečná je i ochota podniků investovat do zabezpečení – podle průzkumu je 40 % podniků ochotno investovat do kybernetické bezpečnosti méně než 500 Kč měsíčně. Efektivní ochrana nemusí nutně znamenat vysoké náklady – často pomůže i základní právní hygiena, compliance a využití dostupných nástrojů a školení. Z výsledků průzkumu vyplývá, že osvěta o kybernetických rizicích je u českých firem stále nedostatečná. Přitom společnosti, které budou kybernetickou bezpečnost považovat za prioritu, se vyhnou nejen potenciálním finančním ztrátám, pokutám a personální odpovědnosti členů statutárního orgánu, ale také ochráně svou reputaci a důvěru zákazníků.



Andrea Boháčiková
CEO & founder, M.arter

Podnikání žen v ČR má obrovský potenciál, ale chybí mu cílená podpora a funkční systém růstu. Podnikatelky často samy sebe nevidí jako podnikatelky, chybí jim vzory a přístup k inspiraci. Méně využívají technologie, což vede k tomu, že pracují víc hodin, ale s menším výsledkem. Místo efektivity je jejich čas pohlcen operativou. Podpora růstu musí zahrnovat nejen financování a digitalizaci, ale i přístup ke komunitám, mentoringu a vzorům, které ukazují, že podnikání žen má svou váhu. Nestačí jen mluvit o rovnosti. Musíme vytvořit podmínky, kde budou podnikatelky nejen existovat, ale i prosperovat.



Příloha

Dotazník

Otázka	Možné odpovědi				
1. Vlastníte nebo provozujete malý podnik? (malým podnikem se rozumí podnik se 49 nebo méně zaměstnanci)	Ano, vlastním malý podnik se 49 nebo méně zaměstnanci Ano, řídím podnik se 49 nebo méně zaměstnanci Ano, jsem OSVČ (osoba samostatně výdělečně činná) - jsem majitelem a jediným zaměstnancem tohoto podniku Ne				
1a. Kromě Vás, kolik má váš podnik v současné době zaměstnanců?	1 zaměstnanec Micro	2–9 zaměstnanců Micro		10–49 zaměstnanců Small	
2. Je toto podnikání Vaším hlavním zdrojem příjmů?	Ano, je to můj hlavní a jediný zdroj příjmů Ano, ale jsem zaměstnán i jinde Ne, jsem zaměstnán jinde a toto zaměstnání je mým hlavním zdrojem příjmů Jiné. Uveďte prosím:				
3. Jde o rodinný podnik? Rodinný podnik je firma, na které se svou prací nebo majetkem podílí alespoň dva členové jedné rodiny, např. manžel a manželka, rodiče a děti, sourozenci atd.	Ano	Ne		Nevím nebo nedokážu říct	
4. Kdo řídí tento podnik?	Žena (nebo ženy)	Muž (nebo muži)	Oba (muž i žena)	Jiné uspořádání. Upřesněte prosím	
5. Můžete mi sdělit věk majitele podniku?	a. Mladší 18 let	b. 18–24 let		c. 25–34 let	
	d. 35–44 let	e. 45–54 let	f. 55–64 let	g. Nad 64	
6. Který model nejlépe vystihuje vaše podnikání?	a. B2B (mezi firmami)	b. B2C (pro koncové zákazníky)		c. Jiné. Uveďte prosím	
7. Můžete uvést, v jakém odvětví podnikáte?	Výroba	Velkoobchod nebo maloobchod	Služby (např. poradenství, IT)	Umění, zábava a rekreace	
	Stavebnictví, instalatéřství nebo truhlářství	Pohostinství a restaurace	Doprava, logistika a skladování	Zdravotnictví a sociální péče	
	Nemovitosti	Finance a pojišťovnictví	Zemědělství	Jiné. Uveďte prosím	
8. Kolik let je váš podnik v provozu?	Méně než rok	1 rok až 6 let	7 až 12 let	13 až 19 let	>19 let

Otázka	Možné odpovědi
9. Můžete uvést přibližný roční obrát vašeho podniku v roce 2024?	Méně než 250 000 Kč 250 000 Kč až 1,25 milionu Kč 1,25 milionu Kč až 2,5 milionu Kč 2,5 milionu Kč až 6,25 milionu Kč 6,25 milionu Kč až 12,5 milionu Kč 12,5 milionu Kč až 25 milionů Kč > 25 milionů Kč Nejsem ochoten/a sdílet Nevím
9a. Můžete uvést přibližný roční zisk vašeho podniku v roce 2024?	Nebyl zisk Méně než 25 000 Kč 25 000 Kč až 125 000 Kč 125 000 Kč až 250 000 Kč 250 000 Kč až 625 000 Kč 625 000 Kč až 1,25 milionu Kč 1,25 milionu Kč až 2,5 milionu Kč > 2,5 milionu Kč Nejsem ochoten/a sdílet Nevím
10. Jakou část podnikového rozpočtu jste vyčlenili na digitalizaci (hardware, software, služby) pro rok 2025?	méně než 1 % 1–5% 6–10% více než 10%
11. Kde sídlí Váš podnik?	Praha Středočeský kraj Jihočeský kraj Plzeňský kraj Karlovarský kraj Ústecký kraj Liberecký kraj Královéhradecký kraj Pardubický kraj Kraj Vysočina Jihomoravský kraj Olomoucký kraj Zlínský kraj Moravskoslezský kraj
12. Pokoušeli jste se v posledních 12 měsících získat půjčku nebo úvěr pro svůj podnik?	Ano Ne
13. Jaké byly tři největší potíže (pokud nějaké byly) během procesu podávání žádosti?	a. Složitě postupy podávání žádosti b. Podnik nesplňoval kvalifikační kritéria c. Podmínky byly nevýhodné d. Požadavky na zajištění e. Dokumentace a dodržování právních předpisů f. Výše půjčky g. Nesetkal/a jsem se s žádnými potížemi h. Jiné. Uveďte prosím:
14. Byli jste úspěšní při získávání tohoto úvěru/půjčky?	Ano Ne

Otázka	Možné odpovědi				
15. V posledních 12 měsících jste pro své podnikání využili jaký typ podpůrných služeb:	Školení v oblasti finančního řízení Podnikatelské školení a mentoring Školení kybernetické bezpečnosti Přístup ke skupinám vrstevníků nebo sociálním skupinám např. networking Ujednání o zákonnosti podnikání/certifikaci Jiné: Uveďte prosím Nevyužil-a jsem žádné podpůrné služby				
16. Seřadte prosím podpůrné služby od nejcennější po nejméně cennou	Školení v oblasti finančního řízení Podnikatelské školení a mentoring Školení kybernetické bezpečnosti Přístup ke skupinám vrstevníků nebo sociálním skupinám např. networking Ujednání o zákonnosti podnikání/certifikaci				
17. Vysvětlete prosím svou odpověď					
18. Vyberte prosím typy technologií (pokud nějaké používáte), které váš podnik používá	Základní hardware: Chytré telefony, vysokorychlostní internet Pokročilý hardware: počítače, tablety Webové stránky společnosti a přítomnost na sociálních sítích. (např. Facebook, Instagram, TikTok). Software pro design nebo stříh videa. (např. Canva, invideo) Marketingové nástroje (např. MailChimp, SmartEmailing, HubSpot, Google Analytics) Software pro řízení provozu pro personalistiku, správu času, účetnictví, fakturaci a plánování podnikových zdrojů (např. Pohoda, ABRA, iDoklad, Microsoft Dynamics) Nástroje pro správu a interakci se zákazníky (např. Salesforce, Pipedrive, Raynet) Nástroje pro řízení projektů a pracovních postupů (např. Trello, Notion, Microsoft Project) Nástroje pro komunikaci a spolupráci (např. Microsoft Office Suite, Google Workspace, WhatsApp). Bezpečnostní nástroje pro kybernetickou bezpečnost, správu hesel, elektronický podpis (např. Digitální podpis OKdokument, Docusign,) E-commerce nástroje pro elektronické rezervace a objednávky, systémy pro zpracování plateb (např. Shoptet, Dotykačka, Profi Účtenka) Jiné. Uveďte prosím: Nepoužíváme žádnou technologii				
19. Jaké jsou překážky zavádění nových technologií ve vaší firmě?	Náklady na technologii Náklady na implementaci Nejistota, které technologie zvolit Nevhodné technologie Nejistota přínosů zavedení technologií Nedostatek finančních prostředků Nedostatek bezpečnosti/důvěry Rychlé změny v technologiích Nedostatek času Nedostatek kvalifikované pracovní síly Jiné. Uveďte prosím: Žádné překážky (exclusive option)				
20. Jak důležitá jsou podle vás opatření kybernetické bezpečnosti pro vaše podnikání?	Velmi důležitá	Spíše důležitá	Ani důležitá, ani nedůležitá	Spíše nedůležitá	Velmi nedůležitá

Otázka		Možné odpovědi			
21.	Která z následujících rizik kybernetické bezpečnosti vás nejvíce znepokojují?	Phishingové útoky (podvodné získávání citlivých údajů) Ransomware (vyděračský software) Úniky dat Malware (škodlivý software) Krádeže identity (zneužití osobních údajů) Jiné. Uveďte prosím: Nerozumím rizikům kybernetické bezpečnosti Žádná rizika kybernetické bezpečnosti mě neznepečují			
22.	Zažili jste v minulosti nějaké incidenty spojené s kybernetickou bezpečností (např. úniky dat, pokusy o phishing atd.)?	Ano	Ne	Nechci odpovědět	Nevím/ nedokážu říct
23.	Vysvětlete prosím svou odpověď				
24.	Kolik jste ochotni měsíčně investovat do nástrojů a aplikací pro kybernetickou bezpečnost?	Nic	Do 500 Kč	501 – 2 000 Kč	Více než 2 000 Kč
25.	Máte v současné době zaveden systém nebo program kybernetické bezpečnosti?	Ano	Plánuje se implementace	Ne	Nevím nebo nedokážu říct
26.	Která z následujících opatření pro kybernetickou bezpečnost vaše firma zavedla?	Používání antivirového softwaru Firewally Šifrování dat Dvoufaktorové ověřování Pravidelné aktualizace softwaru/technologií Školení zaměstnanců Jiné. Uveďte prosím: Žádné z výše uvedených			
27.	Jaké jsou největší překážky, kterým vaše firma čelí při zavádění nebo zlepšování opatření kybernetické bezpečnosti?	Nedostatek financí Nedostatek technických znalostí Nedostatek přístupu k řešením Nedostatek času na implementaci Nepovažování za prioritu Složitost dostupných řešení Nerozumím přínosům zavedení opatření pro kybernetickou bezpečnost Jiné. Uveďte prosím:			
28.	Jaký typ podpory by vaší firmě pomohl zavést lepší postupy v oblasti kybernetické bezpečnosti?	Školení a programy zvyšování povědomí Přístup k cenově dostupným nástrojům pro kybernetickou bezpečnost Vládní nebo oborová doporučení Přístup k cenově dostupným konzultantům/odborníkům na kybernetickou bezpečnost Finanční pomoc (granty, dotace) Jiné. Uveďte prosím:			

Otázka	Možné odpovědi				
29. Jaký očekáváte růst svého podniku v příštích 12 měsících? Růst podniku se může týkat jedné nebo více z následujících oblastí - zvýšení tržeb, zisku, investic, počtu zaměstnanců, počtu zákazníků, otevření nových poboček.	To grow rapidly To grow moderately To remain same size To downsize business Close business temporarily Close business permanently				
30. Mohl/a byste prosím vysvětlit svou odpověď?					
31. Na stupnici od 1-5, kde 1 znamená, že není vůbec důležitý, a 5 znamená, že je velmi důležitý, jak důležité jsou pro růst vašeho podniku v příštích 12 měsících následující faktory? Přístup k financím (půjčky, úvěry atd.) Přístup ke školení v oblasti podnikání a lidských zdrojů Přístup k technologiím Přístup ke skupinám vzájemné podpory/networking Přístup ke školení o finančních dovednostech Podpora podnikatelských inkubátorů/akceleratorů Přístup ke školení v oblasti technologií Přístup ke školení v oblasti kybernetické bezpečnosti	1-2-3-4-5				
32. Představte si, že vaše podnikání přestalo generovat příjmy. Kolik měsíců byste mohli pokrýt běžné provozní výdaje z úspor/rezerv, které máte?	Počet měsíců: Nemám žádné hotovostní rezervy				
33. Změnily se za posledních 12 měsíců následující skutečnosti?... a. ... příjmy z podnikání? b. ... schopnost vaší firmy platit faktury/účty včas? c. ...kolik času trávíte děláním si starosti o svou finanční situaci?	Výrazně zvýšené	Mírně zvýšené	Beze změny	Mírně snižené	Výrazně snižené
34. Do jaké míry souhlasíte s následujícím tvrzením? Muži mají v České republice při provozování podniku výhodu před ženami.	Rozhodně souhlasím	Spíše souhlasím	Ani souhlasím, ani nesouhlasím	Spíše nesouhlasím	Spíše nesouhlasím

Otázka	Možné odpovědi				
35. [Pouze pro podniky vedené ženami] Vyberte prosím, s jakými problémy se podniky řízené ženami potýkají?	Nedostatek důvěry nebo pochybnosti o jejich schopnostech Nedostatek rovnováhy mezi pracovním a soukromým životem Omezený přístup k financování a investicím Diskriminace v profesionálním prostředí Více rodinných závazků nebo povinností ve srovnání s muži Omezené možnosti podpory podnikání (školení, přístup k navazování kontaktů, rozvoj dovedností atd.) Kulturní a společenské postoje a stereotypy Regulační a politické překážky Jiné. Uveďte prosím: Podniky vedené ženami se nepotýkají se specifickými problémy Nevím nebo nedokážu říct				
36. [Pouze pro podniky vedené ženami] Kdy jste začali podnikat? (OE) Začal/a jste podnikat až po ukončení vzdělání? Začal/a jste podnikat při jiné práci apod.? Začal/a jste podnikat během přerušení kariéry?					
37. Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?	a. základní	b. Středoškolské bez maturity	c. Středoškolské s maturitou	d. Vyšší odborné/ vysokoškolské	Nechci odpovědět
38. Jste ochotni sdílet počet osob, které žijí ve vaší domácnosti?	Ano		Ne		
39. Kolik nezletilých dětí žije ve vaší domácnosti?					
40. Jaký je jejich věk?	0-3	4-6	7-12	13-17	
41. Jste hlavním přispěvatelem do rozpočtu vaší domácnosti?	Ano	Ne	Nevím nebo nedokážu říct		
42. Jak se za poslední tři roky změnily následující skutečnosti ... dostupnost služeb na podporu podnikání pro malé podniky v České republice?	Výrazné zvýšení	Mírné zvýšení	Žádná změna	Mírný pokles	Výrazný pokles
43. ... dostupnost digitálních nástrojů a aplikací, které mohou malé podniky využívat?	Výrazné zvýšení	Mírné zvýšení	Žádná změna	Mírný pokles	Výrazný pokles
44. ... vaše důvěra v řízení/vedení podniku	Výrazné zvýšení	Mírné zvýšení	Žádná změna	Mírný pokles	Výrazný pokles
45. ... podnikatelské prostředí v Česku pro malé podniky	Výrazné zvýšení	Mírné zvýšení	Žádná změna	Mírný pokles	Got much worse

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. 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.