Tisková zpráva, 17. 10. 2017

**Celosvětový průzkum: Nezávislé podnikání je nedoceněné**

**Dle průzkumu skupiny METRO Group provedeného v 10 zemích světa jsou nezávislí podnikatelé nedocenění. Myslí si to 69 % podnikatelů. To je také jeden z důvodů, proč se METRO (v České republice MAKRO) snaží upozornit na jejich nepostradatelnou roli pro ekonomiku i společnost a vyhlásilo 2. říjnové úterý Dnem soukromého podnikání. Letos 10. října proběhl již druhý ročník této akce jako poděkování malým podnikatelům za každodenní práci. V České republice se projektu zúčastnilo rekordních 2 573 podniků. Ve všech dvaceti pěti zemích, kde je MAKRO/METRO zastoupeno, se zapojilo více než 100 000 podnikatelů.**

Masna, pekařství, restaurace, kadeřnictví nebo autoservis, to jsou malí podnikatelé, bez kterých se málokdo obejde. Z průzkumu ale vyplývá, že se cítí nedocenění, a potvrzuje to 76 % dotázaných českých podnikatelů. Nižší uznání vnímají podnikatelé jen ve Francii a v Portugalsku. Nejlépe jsou na tom v Nizozemí.

Česká veřejnost je přitom místním obchodníkům nakloněna a necelá třetina (29 %) uvádí, že jim dává přednost před velkými řetězci. A to i přesto, že nabídku řetězců hodnotí zpravidla jako srovnatelně kvalitní a cenově výhodnější. Malé podniky zákazníci vyzdvihují především kvůli zajímavým produktům, osobnímu přístupu a přátelským vztahům. Pro 39 % Čechů je důležité, že nakupují u lidí, které znají. Posílení vztahů se zákazníky je také jeden z cílů Dne soukromého podnikání. „*Jsme podnikatelům opravdu blízko a vidíme, kolik úsilí stojí za každou prodejnou či restaurací. Den soukromého podnikání je pro nás skvělá příležitost vyjádřit své uznání nahlas,“* vysvětluje Guillaume Chêne, výkonný ředitel MAKRO ČR a METRO SR.

Čeští podnikatelé podle vlastního hodnocení intenzivně pracují v průměru 7,3 hodiny denně, což je o téměř hodinu více, než je český průměr (6,4 hodiny). Přesto sami svou práci hodnotí pozitivně. Cení si především volnosti, kterou jim podnikání přináší. Líbí se jim také být svým vlastním šéfem (63 %), a to mnohem více než podnikatelům z ostatních zemí kromě Ruska. Raději se věnují svému vlastnímu byznysu (41 %), než aby pracovali jako zaměstnanci. A v neposlední řadě 30 % podnikatelů uvedlo, že se jejich koníček stal jejich zdrojem obživy, což je nejvíce ze všech zúčastněných zemí.

Podnikatelé v České republice si nemyslí, že stát nabízí dostatečnou podporu pro nezávislé podnikání (85 %) a ke stejnému závěru došla také veřejnost (74 %). Češi vnímají jako klíčový problém pro začátek podnikání zajištění financování, ekonomickou situaci a také vysokou byrokratickou zátěž. Přesto 34 % z nich uvedlo, že by si rádi v budoucnu zkusili vedení vlastního byznysu. Čeští podnikatelé sami považují za negativní především vysokou nejistotu týkající se budoucích příjmů (41 %), ekonomickou situaci (35 %), méně dovolené (28 %), ale i vysokou administrativní a daňovou zátěž (21 %). Celých 34 % podnikatelů považuje za rizikovou i aktuální politickou situaci a její vývoj. To je nejvíce ze zkoumaných zemí. Tuto obavu akcentují i respondenti v Itálii (32 %), Turecku (32 %) a Rumunsku (28 %).

**Den soukromého podnikání**

Den soukromého podnikání je ideální příležitost, jak nezávislým podnikatelům vyjádřit uznání. Stačí si vybrat speciální nabídku na webu [www.denpodnikani.cz](http://www.denpodnikani.cz) a zastavit se v druhé říjnové úterý přímo v provozovně. *„Zákazníci nepotřebují žádné vouchery ani kupony, jen trochu času se zastavit a užít si chvíle s lidmi ve svém okolí. Popovídat si, podpořit lokálního podnikatele a dát si třeba kávu nebo nakoupit se slevou,“* vysvětluje princip Dne soukromého podnikání Guillaume Chêne.

Společnost MAKRO se dlouhodobě snaží drobné podnikatele podporovat. *„Jako partner podnikatelů má MAKRO za cíl pomoci podnikatelům úspěšně růst a překonávat překážky,* říká Chêne a dodává: *„Proto organizujeme edukační semináře, sdružujeme drobné obchodníky do nezávislé obchodní aliance Můj Obchod nebo rozšiřujeme portfolio našich aktivit tak, aby dokázalo vyhovět potřebám jednotlivých podniků. Naše cesta Od prodeje ke službám a rozvoj služeb MAKRO distribuce jsou toho nejlepším příkladem.“*

**O průzkumu**

Průzkum nechala zpracovat společnost METRO Group na reprezentativním vzorku respondentů v 10 zemích: Česká republika, Francie, Německo, Itálie, Nizozemí, Turecko, Rumunsko, Portugalsko, Čína, Rusko. V každé zemi odpovídalo 1 000 respondentů.

\*\*\*

METRO je mezinárodní lídr, který se specializuje na velkoobchodní a maloobchodní prodej potravin. Společnost je zastoupená v 35 zemích a celosvětově zaměstnává 150 000 lidí. Ve finanční roce 2015/16 METRO dosáhlo prodejů ve výši 37 mld. EUR. Zaměřuje se na poskytování služeb odpovídajících specifickým potřebám velkoobchodních i maloobchodních zákazníků, a to na regionální i mezinárodní úrovni. Prostřednictvím svých obchodních značek METRO Cash & Carry, Real, služeb přímé distribuce a digitálních iniciativ METRO nastavuje standardy pro budoucnost: orientace na zákazníka, digitální řešení a udržitelné podnikání. Více informací naleznete na [www.metroag.de](http://www.metroag.de).

METRO/MAKRO Cash & Carry je zastoupeno ve 25 zemích, kde provozuje více než 750 samoobslužných velkoobchodů a zaměstnává 100.000 lidí.

**Pro více informací kontaktujte:**

**Tereza Knířová**

Inspiro Solutions
tel.: +420 724 352 211

e-mail: tereza.knirova@inspiro-solutions.cz

**Romana Nýdrle**

Ředitelka korporátní komunikace MAKRO Cash & Carry
tel.: +420 251 111 112

e-mail: romana.nydrle@makro.cz

[www.makro.cz](http://www.makro.cz); [www.facebook.com/makro.cz](http://www.facebook.com/makro.cz); [www.twitter.com/makrocr](http://www.twitter.com/makrocr)