Tisková zpráva, 7. 10. 2019

**U Čechů bodují nezávislé podniky, stávají se vizitkou dobrého životního stylu**

**Podle průzkumu společnosti MAKRO je zřejmé, že si Češi oblíbili drobné nezávislé podniky a jejich nabídku produktů i služeb. Podnikání vnímají pozitivně i sami majitelé malých firem, kteří by neváhali a klidně by si firmu založili znovu, a to navzdory určitým překážkám. Výsledky reprezentativního průzkumu představila společnost MAKRO u příležitosti Dne soukromého podnikání, který připadá na 8. října.**

Studie společnosti MAKRO potvrzuje, že Češi rádi nakupují u drobných podnikatelů: 41 % dotázaných zákazníků prohlásilo, že malé podniky vedené svým majitelem mají velký podíl na budování jejich vlastního životního stylu. Více než polovina respondentů (57 %) uvedla, že dávají přednost malým kadeřnictvím nebo soukromým holičům před velkými salony. Podobně populární jsou mezi zákazníky také menší restaurace a kavárny (48 %)   
a květinářství (46 %).

Pozitivně vnímají podnikání i sami majitelé menších a středních podniků: téměř všichni (92 %) uvedli, že by znovu začali podnikat. Vyhovuje jim především to, že jsou sami sobě šéfem a zároveň dělají něco, do čeho jsou zapálení. Budování a rozvíjení vlastního podniku si celkem 46 % z nich užívá více, než kdyby byli pouhými zaměstnanci.

Podnikatelé nicméně také připustili, že téměř každý druhý měl někdy strach z nejistého výdělku (44 %), skoro každý čtvrtý (23 %) dává spoustu energie do neustálého boje o nové zákazníky a téměř třetina (29 %) považuje systém odvodu daní za přílišnou zátěž.

**Faktory úspěchu podnikatelů: vysoká kvalita, dobré služby a udržitelnost**

Oblíbenost malých a středních podniků je u Čechů mimo jiné dána i tím, zda se daná firma chová udržitelně. Pro 37 % dotázaných respondentů je to velmi důležité kritérium při rozhodování o nákupu. Téměř polovina (45 %) také uvedla, že dobrá kvalita zakoupených produktů nebo služeb je jedním z hlavních důvodů, proč nakupují u menších podnikatelů.

Tuto skutečnost potvrzuje i cukrářka Kateřina Kolbová ze Zlína. Ta pod značkou Lady Baker tvoří sladké dezerty na zakázku. Základem její práce je přitom poctivá práce a kvalitní suroviny, které zákazníci ocení. Při výběru surovin dává přednost produktům od regionálních výrobců a pěstitelů a svou nabídku obměňuje i podle ročního období. *„Pro mě je nejdůležitější, a zároveň největší odměnou, aby každému mému strávníkovi chutnalo. Aby mu mé dobroty vykouzlily velký úsměv na tváři, řekl si: „Tyyyjo, tak to je fakt bomba, příště si u té holčiny objednám znovu“. Moc si přeji, aby se lidé ke mně vraceli, byli spokojení,“* říká Kateřina Kolbová.

Malé a střední soukromé podniky jsou vyhledávány i proto, že hrají velkou roli v rozmanitosti dané lokality. To potvrdilo 35 % dotázaných Čechů, kteří využívají služby těchto podniků. Pokud by se však počet drobných podnikatelů v jejich okolí měl snižovat, postrádali by Češi nejvíce nabídku jedinečných produktů (52 %), dobrou kvalitu zboží a služeb (46 %) a osobní přístup (22 %).

**Podnikatelé vzkazují: Bez vás to prostě nejde**

Aby pomohla drobným podnikatelům zviditelnit jejich firmy, zaštiťuje společnost MAKRO ve spolupráci s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR již čtvrtý ročník Dne soukromého podnikání. Zapojit se do něj mohou všichni podnikatelé bez ohledu na lokalitu nebo obor podnikání. V samotný Den soukromého podnikání, který letos připadá na 8. října, pak zaregistrovaní živnostníci nabídnou svým zákazníkům speciální akce, například slevy nebo drobný dárek k nákupu. Právě bez jejich podpory by totiž žádná firma neměla šanci na úspěch.

Letošní ročník se více než ten předchozí bude soustředit především na propagaci živnostníků v online prostředí, jelikož digitalizace je důležitým aspektem při získávání nových zákazníků a drobní podnikatelé mají o tento způsob propagace zájem.

\*\*\*

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:**

**Martina Suková**

FleishmanHillard  
tel.: +420 606 185 593

e-mail: [sukova@fleishman.com](mailto:sukova@fleishman.com)

**Romana Nýdrle**

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

e-mail: [romana.nydrle@makro.cz](mailto: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)