



SPECIFIKA RODINNÉHO PODNIKÁNÍ

Květen 2016





Metoda sběru

Telefonické dotazování



Cílová skupina

Majitelé rodinných firem od 6 do 249 zaměstnanců



Velikost vzorku

400 respondentů



**Termín sběru
dat**

Přelom dubna a května 2016



**Výzkumný
nástroj**

Standardizovaný dotazník o délce 16 minut



HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ



Rodinné podnikání čeká na zkušené následovníky

Majitelé firem vnímají spolupráci rodinných příslušníků ve firmě pozitivně. Rádi by své podnikání předali v rámci rodiny, ale předně chtějí, aby jejich potomci načerpali zkušenosti a našli si sami vztah k danému oboru podnikání.

Vnímání rodinného podnikání

Rodinné podnikání je vnímáno ve 2/3 případů jako výhoda pro fungování firmy. Nejčastějším problémem je získat kvalitní zaměstnance, kteří nejsou členy rodiny. Hlavním cílem těchto firem je udržení dobrých zaměstnanců a zefektivnění chodu společnosti. Velká část rodinných podniků očekává nárůst tržeb, a to především z důvodu zvýšení poptávky po tradičních nebo místních produktech.

Děti a rodinné podnikání

V polovině firem pracují děti majitelů. Ti mají tendence rodinné podniky předávat potomkům průběžně, a proto je ve firmě často zaměstnávají hned po dosažení plnoletosti. Mezigenerační spolupráce je pro ně důležitá i z toho důvodu, že má mladší generace větší zkušenosti s novými technologiemi. Pro majitele firem je ale také důležité, aby jejich děti načerpali zkušenosti během studia v zahraničí a praxí v jiných firmách.

Budoucnost rodinné firmy

Majitelé ve velké míře netrvají na tom, aby firmu nakonec převzal rodinný příslušník. Důležité je, aby firmu vedl někdo, kdo bude mít k danému podnikání vztah. 75 % z nich by se nebránilo tomu, kdyby byl ve vedení firmy někdo, kdo není členem rodiny. Velká část majitelů by dokoncevažovala prodej firmy v případě, že by se naskytla výhodná nabídka.



DETAILNÍ ZJIŠTĚNÍ





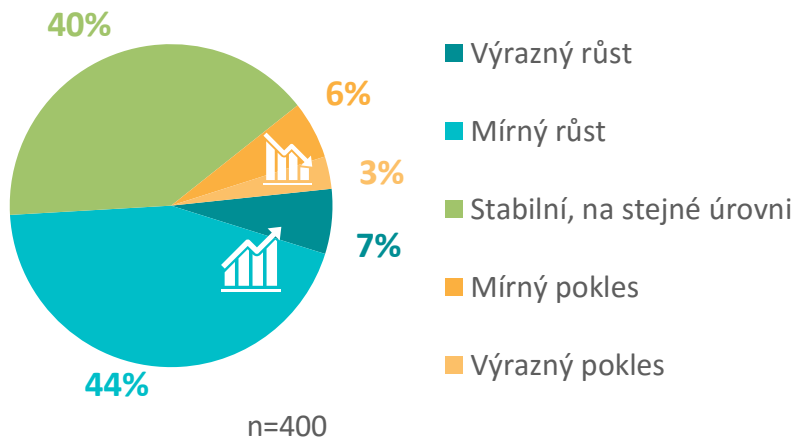
Vnímání

rodinného podnikání



D2. Jak odhadujete vývoj Vašich tržeb v následujících 3 letech?

Odhad tržeb v následujícím 3 letech

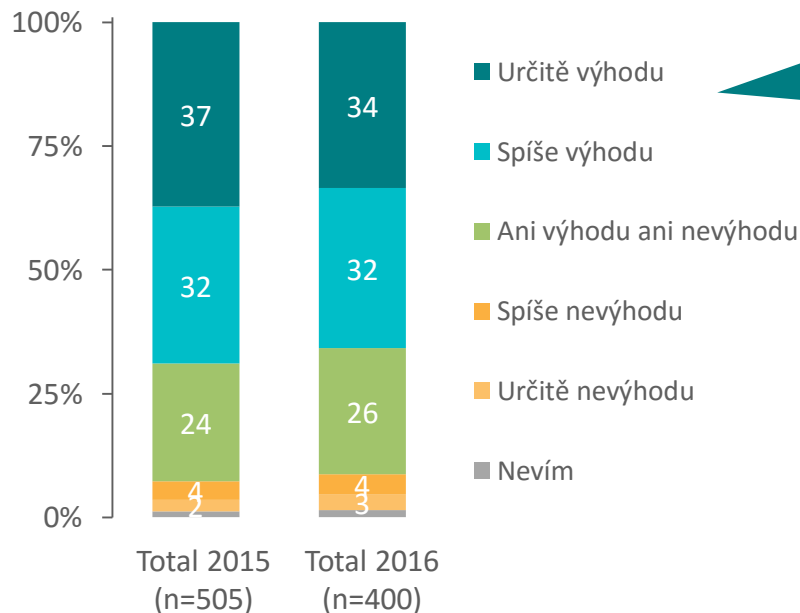


Komentář AMSP ČR:

To, že pouze 9% rodinných firem počítá s poklesem tržeb potvrzuje jak jejich vysoké sebevědomí, tak přetrvávající stabilitu trhů. Je to nejlepší hodnocení vývoje v posledních 5 letech.

Q1. Domníváte se, že fakt, že se jedná o rodinný podnik, představuje výhodu pro fungování Vaší firmy?

Rodinného podnikání jako výhoda



66 % firem , které chtějí předat podnikání rodinnému příslušníkovi, věří, že má rodinný podnik své výhody.



Komentář AMSP ČR:

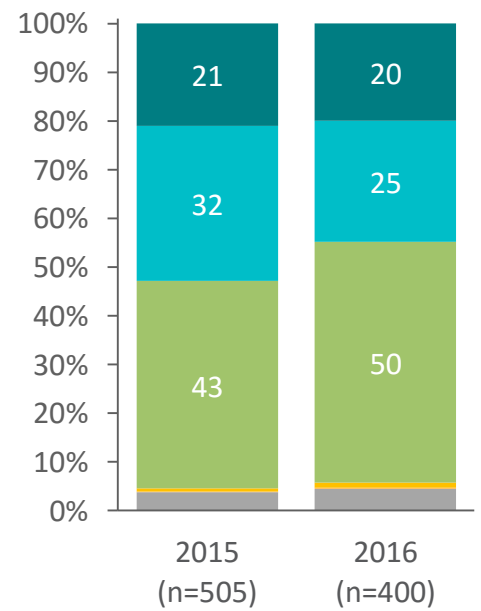
Rodinné firmy dokáží prodat na trhu benefity vyplývající z rodinného zázemí. Uvědomují si, že zákazníci, dodavatelé, zaměstnanci nebo bankéři dokáží průhledné vlastnické vztahy velmi ocenit.

Status rodinné firmy rovněž podle 45 % majitelů takových podniků budí důvěru u obchodních partnerů.

Q4. Jak přistupují podle Vás obchodní partneři k rodinné firmě z hlediska důvěry?

Důvěra obchodních partnerů v rodinné firmy

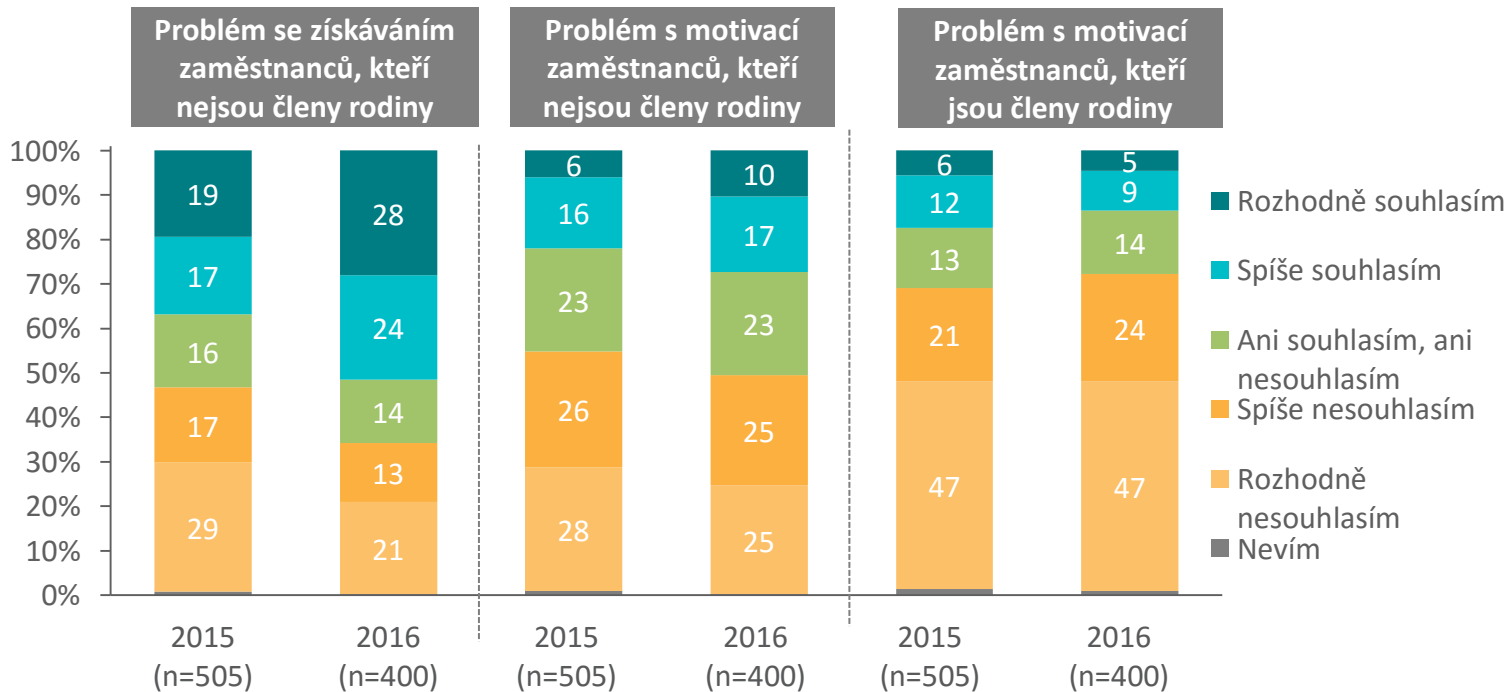
- Určitě mají větší důvěru
- Spíše mají větší důvěru
- Na jejich důvěru tento fakt nemá vliv
- Spíše mají menší důvěru
- Určitě mají menší důvěru
- Nevím



Nejčastěji se rodinné firmy potýkají s problémy při náboru nových zaměstnanců, kteří nejsou z rodiny. Motivace rodinných příslušníků není pro tyto firmy problém.

Q6. Do jaké míry se hodí na Vaší firmu následující výroky?

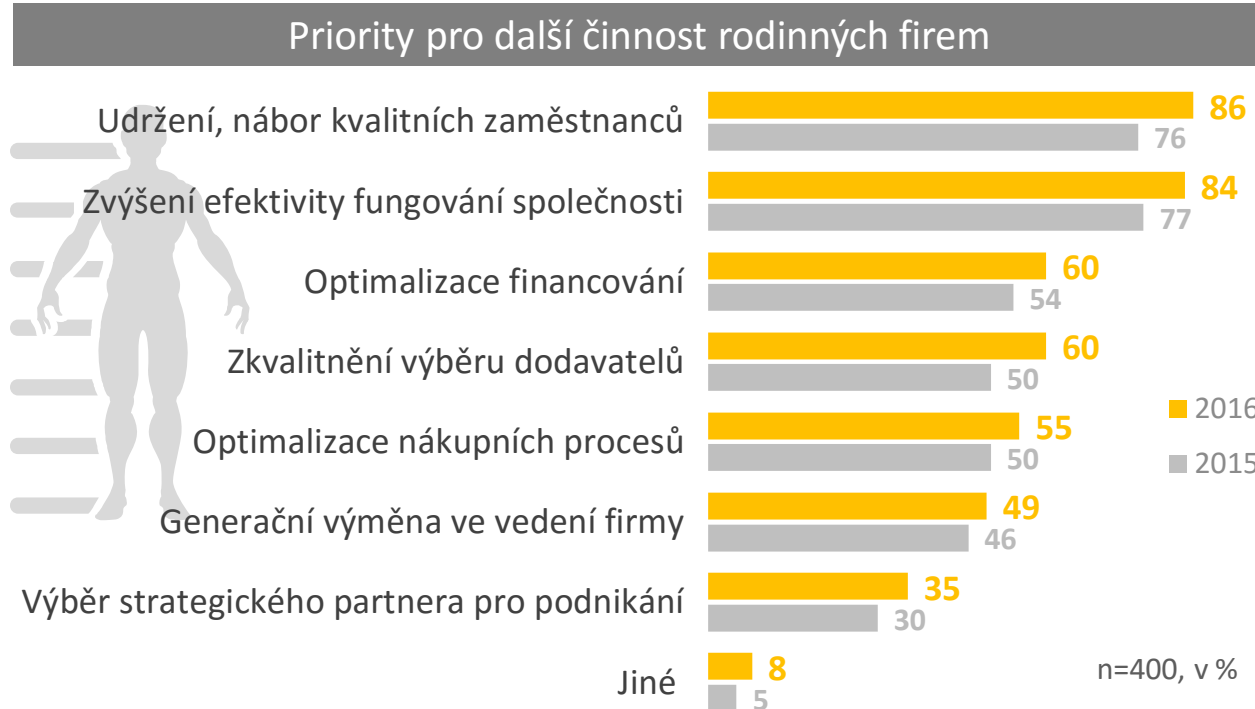
Problémy se kterými se firmy potýkají



Komentář AMSP ČR:
 Jedná se o dlouhodobý problém rodinných firem, zejména těch menších. Získat a motivovat pracovníky, kteří nejsou členy rodiny patří k největším výzvám rodinných podniků. Zajímavé je, že se tento problém prohlubuje.

Prioritou pro většinu rodinných firem je udržení dobrých zaměstnanců a zvýšení efektivity fungování společnosti.

Q5. Řekněte mi prosím, které z následujících oblastí vidíte jako priority pro Vaši další činnost?



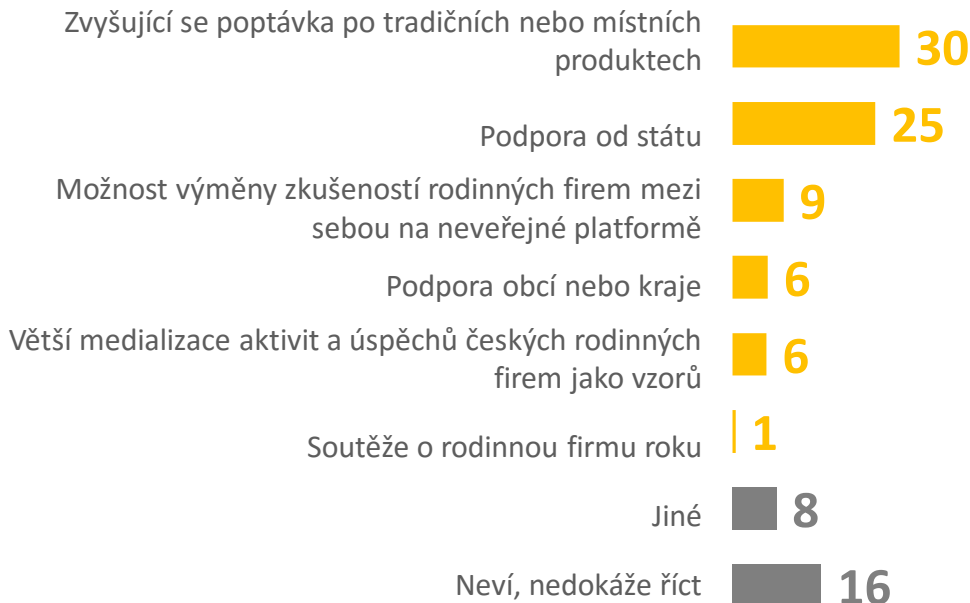
Komentář AMSP ČR:

Na meziročním srovnání je patrné, že udržení dobrých zaměstnanců může být na pracovním trhu problém a pro firmy je to tak zásadní priorita.

Jako největší podpora rodinného podnikání je vnímána zvyšující se poptávka po tradičních a místních produktech a zároveň podpora státu.

Q28. Co považujete za největší podporu rodinného podnikání?

Největší podporou podnikání je..



n=400, v %

Komentář AMSP ČR:
Rodinné firmy spoléhají více na zákazníky a jejich nákupní filosofii, než na stát. Podpora regionálních produktů a lokálních dodavatelů se tak nově stává klíčovým marketingovým artiklem pro zvýšení prodejů.

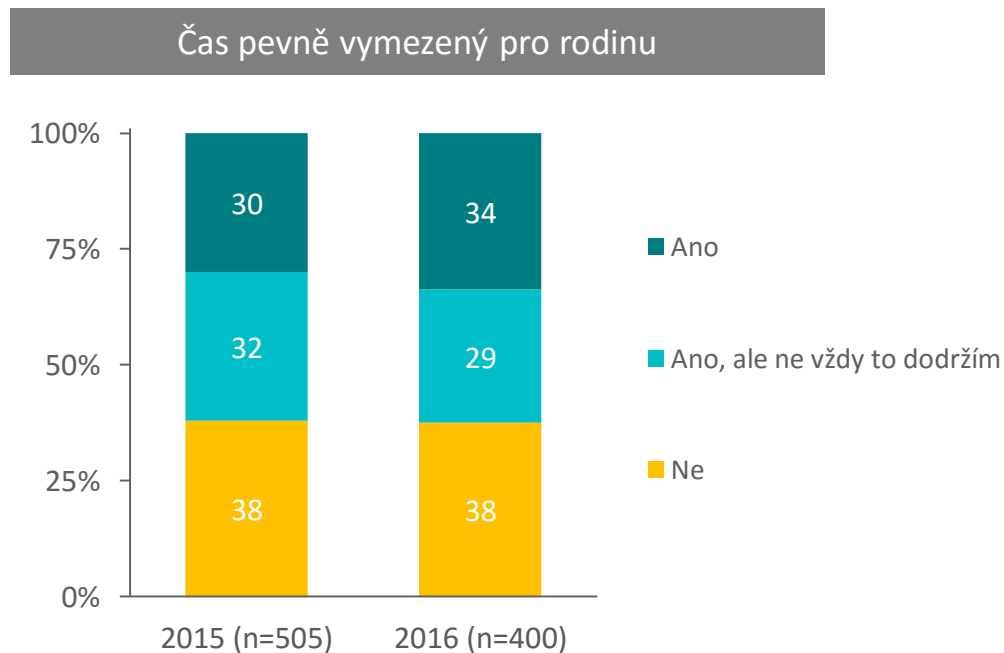
Rodina

coby základní pilíř
rodinného podnikání



Přestože se téměř dvě třetiny majitelů rodinných firem snaží držet oddělený čas pro rodinu a pro práci, ne vždy se jim to daří. 3

Q24. Máte pevně rozdělen čas na firmu a čas na rodinu (např. každou neděli neřešíte nic pracovního)?

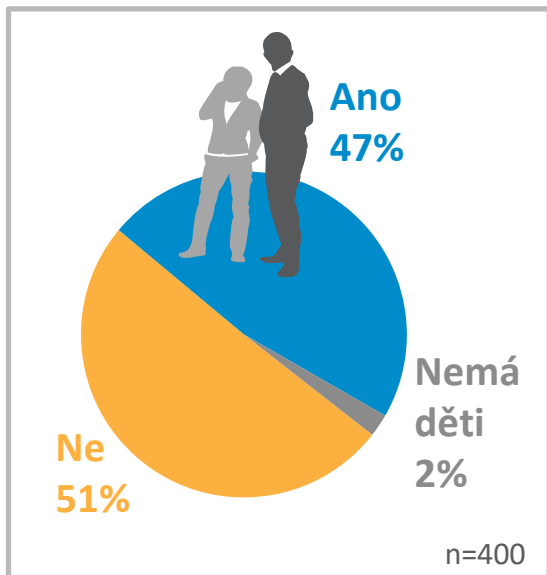


Komentář AMSP ČR:
 Vyrovnané a nepřekvapující.
 Rodinu od podnikání v rámci
 rodinných firem lze těžko oddělit.

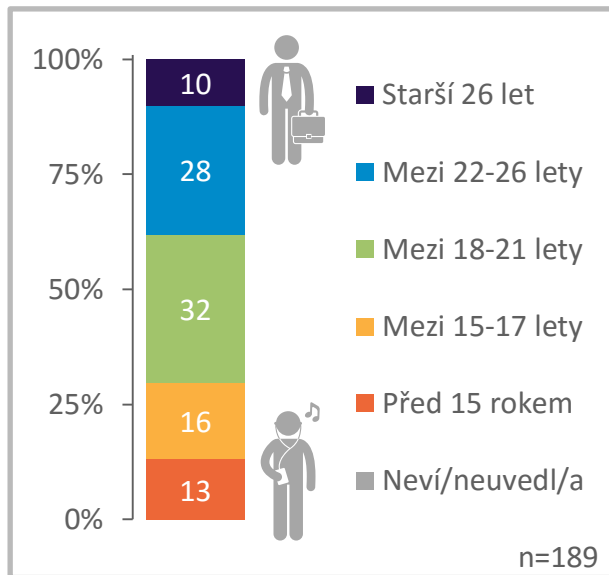
Zhruba polovina rodinných firem zaměstnává své děti, které začíná zapojovat ve velké míře krátce po dovršení plnoletosti. Většina majitelů věří, že děti do podnikání zapojili včas.

Q8. Pracují ve Vaší firmě Vaše děti? Q9. Kolik bylo Vaším dětem let, když se zapojily do práce ve Vaší firmě
 Q10. Řekl/a byste, že jste zapojil/a své děti do práce ve Vaší firmě brzy, tak akorát či pozdě?

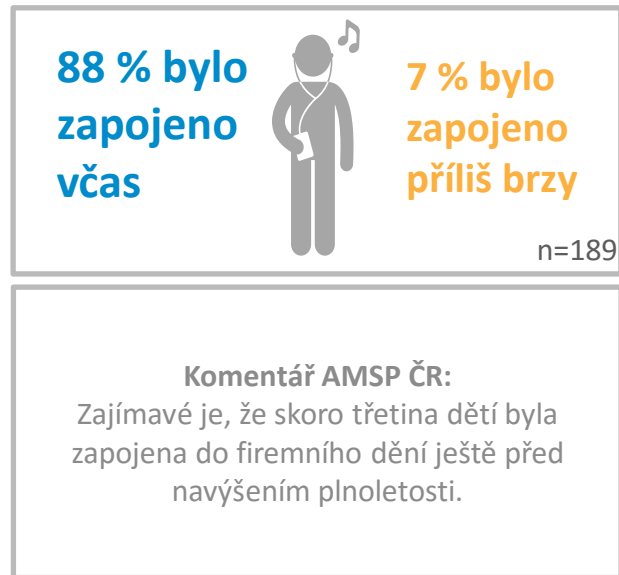
Děti ve firmě



Věk zapojení do firmy



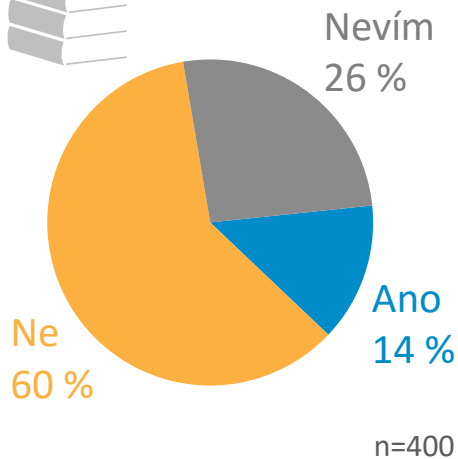
Včasnost zapojení do firmy



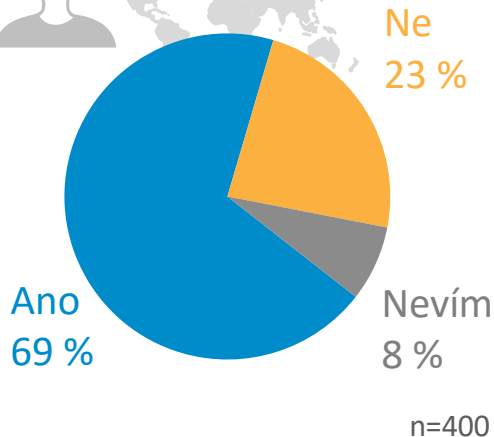
V ČR chybí školy zaměřené na podporu rodinného podnikání. Řešením této absence může být alespoň roční studium v zahraničí.

V2. Myslíte si, že je v ČR existují školy (SŠ nebo VŠ), které by se zaměřovaly na předměty přímo k rodinnému podnikání?
 V3. Je podle Vás vhodným řešením nechat studovat děti v zahraničí, aby nasbíraly více zkušeností pro práci v rodinné firmě?
 V4. Na jak dlouhou dobu byste byli ochotni vyslat Vašeho nástupníka studovat do zahraničí?

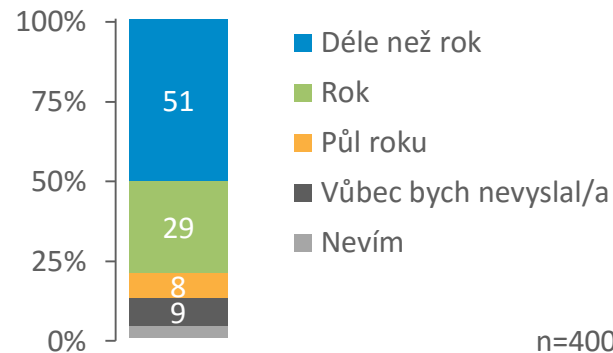
Povědomí o školách zaměřených na rodinné podnikání



Přínos studia v zahraničí



Ideální délka studia v zahraničí



Komentář AMSP ČR:

Potvrzuje se dlouhodobější trend, kdy si rodiče uvědomují, že absolvováním zahraniční školy přinese potomek do podnikání jiný pohled.



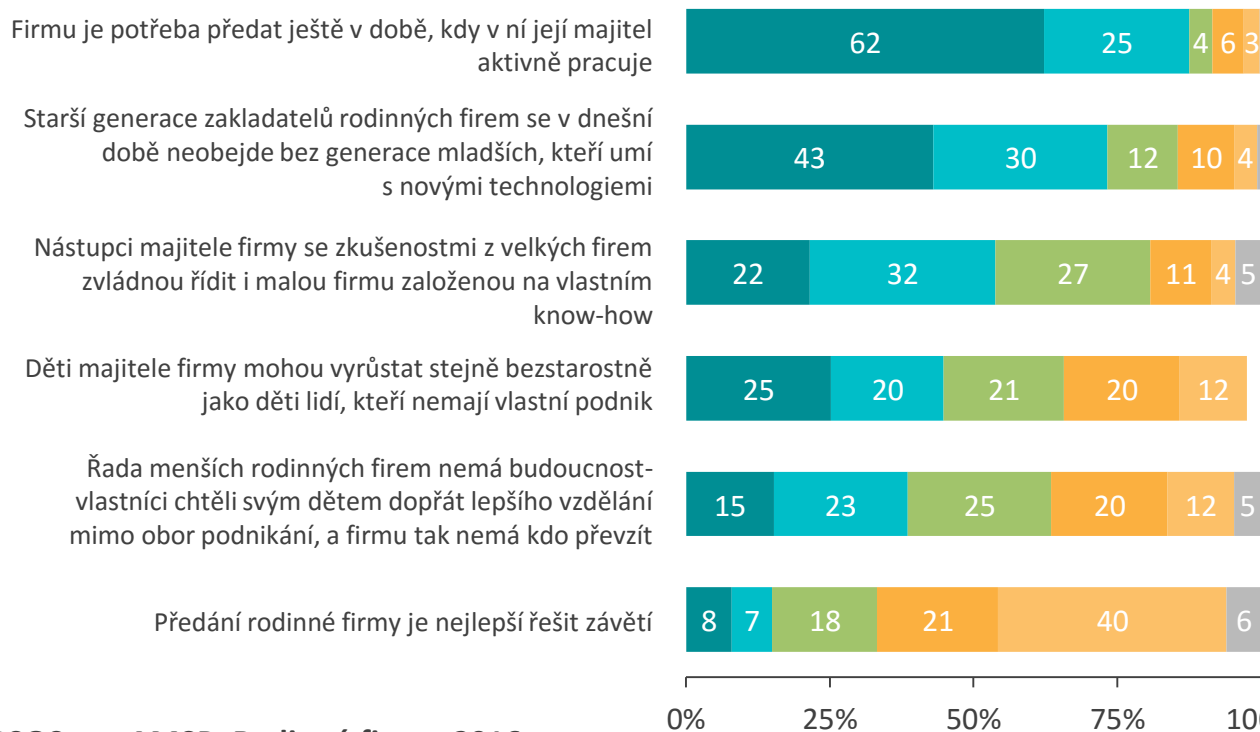
Nástupnictví

v rodinných podnicích



Majitelé rodinných firem zastávají názor, že je důležitá spolupráce mezi generacemi. Firmu je podle nich dobré předat ještě v době, kdy v ní majitel stále aktivně pracuje, předávat firmu závětí není šťastné.

Q7. Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky?



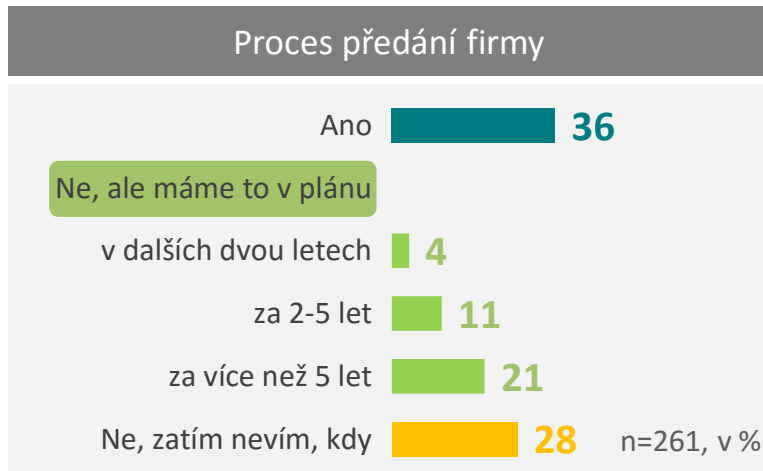
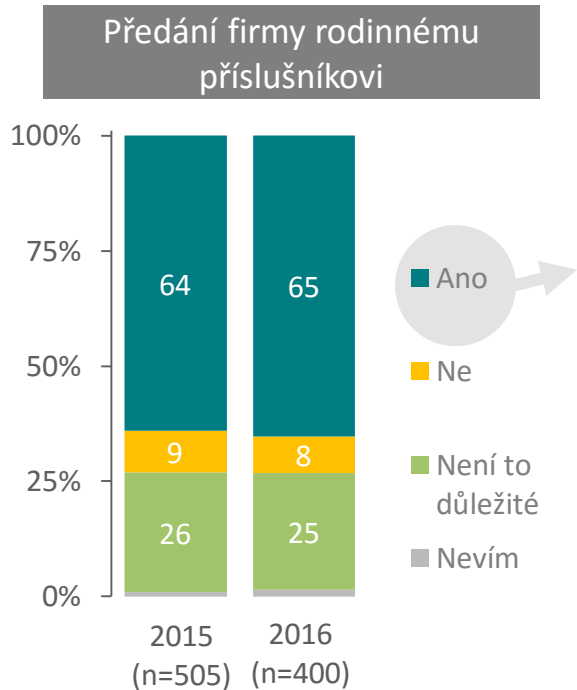
Komentář AMSP ČR:
 Důležité sdělení, majitelé si uvědomují, že včasnost předání firmy má vysoký význam. Podle zkušeností firem z AMSP ČR je důležité, aby byl nástupce vrcholově zapojen a vlastnický motivován v produktivním věku.

■ Rozhodně souhlasím
■ Spíše souhlasím
■ Ani souhlasím, ani nesouhlasím
■ Spíše nesouhlasím
■ Rozhodně nesouhlasím
■ Neví/neuvedl/a

n=400

2/3 majitelů chtějí firmu předat někomu z rodiny. Zhruba 1/3 z nich je již ve fázi předávání. Proces předání firmy trvá často více jak dva roky.

Q12. Je cílem Vaší firmy, aby vedení převzal některý z rodinných příslušníků? **Q13B.** A započali jste už fázi předávání firmy? **Q13C.** Jak dlouhou dobu pod Vás proces předávání firmy jiné osobě zabere včetně všech souvisejících právních náležitostí?

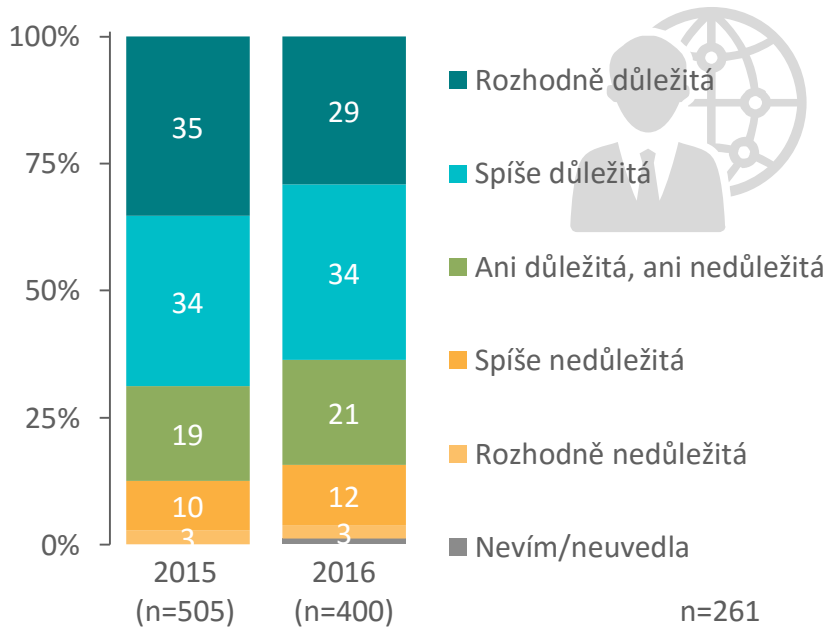


Komentář AMSP ČR:
 Jsme v první generaci předávání rodinných firem. To, že vlastníci předpokládají, že do 5 let bude předáno skoro 2/3 firem, je zásadní zpráva. Je patrné, že si na rozdíl od minulosti majitelé uvědomují, že předání podniku není krátkodobý proces, jen pětina odhaduje, že se to povede do jednoho roku.

Zkušenosti načerpané v jiné firmě hrají při předávání firmy roli pro 6 z 10 majitelů. Jakého životního partnera si vybere nástupce, je pro současné majitele rodinných firem též značným tématem.

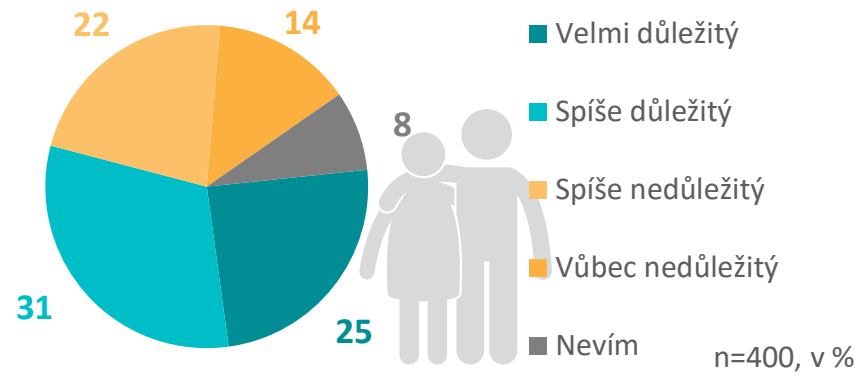
Q14. Do jaké míry je pro Vás důležitá praxe budoucího nástupce majitele v jiných firmách? **V1.** Jak moc je pro Vás důležitý výběr životního partnera Vaším nástupníkem?

Praxe nástupníka v jiných firmách



Komentář AMSP ČR:
I když 56% považuje výběr životního partnera nástupníka za důležité pro další rozvoj firmy, je to v porovnání se zahraničím stále méně. Může to být například tím, že v našich firmách stále není ještě akumulováno tolik majetku jako v zahraničí, kde dochází již k několikátému generačnímu předání firmy.

Výběr životního partnera nástupníkem



Pokud se v rodinné tradici ve firmě neplánuje pokračovat, pak hlavně proto, že majitelé nechtějí vyvíjet tlak na ostatní rodinné příslušníky, nebo proto, že směřují do jiných oborů.

Q15. Z jakého důvodu pro Vás není cílem, aby vedení převzal některý z rodinných příslušníků (dětí,...)? **Q16.** Jaké podle Vás mají nároky vzdálenější příbuzní (např. synovci, bratrance, sestřenice, ...) na vedení firmy?

Proč není cílem nástupník z rodiny?

Zda po mne převezme vedení firmy někdo z rodiny, záleží na něm, nebudu nikoho nutit. **41**

Moji rodinní příslušníci směřují do zcela jiného oboru, než je obor naší firmy. **23**

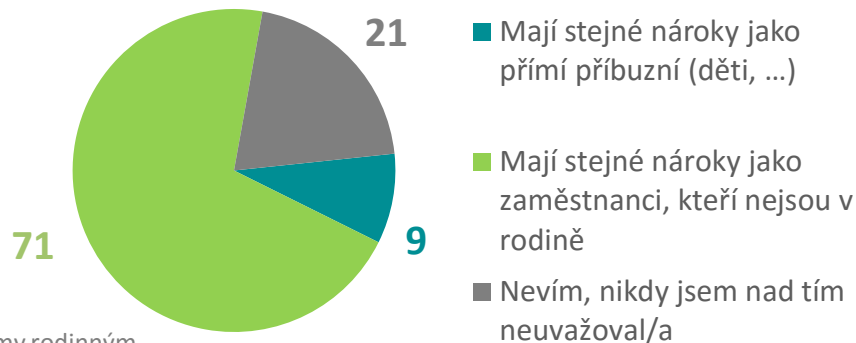
Bude pro nás výhodnější, když firmu v budoucnu prodáme. **10**

Rodinní příslušníci nemají tolik zkušeností, aby firmu dokázali vést - nehodí se pro to. **7**

Jiný důvod **32**

Nevím, nikdy jsem nad tím neuvažoval/a **8** n=133, v %
(není cílem převzetí firmy rodinným příslušníkem, či to není důležité)

Nároky vzdálenějších příbuzných n=400

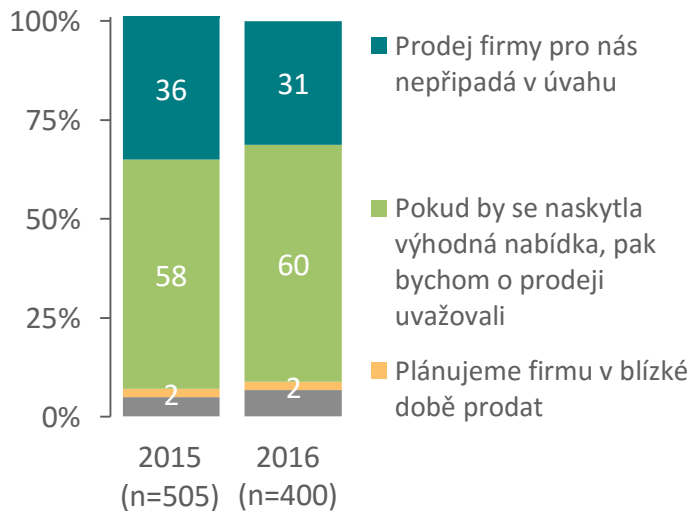


Více jak polovina majitelů by byla ochotna firmu prodat, pokud by se naskytl výhodná nabídka. V případě, že by do vedení nešel nikdo z rodiny, uvažovali by ve 3/4 případů o někom cizím.

Q19. Jak se stavíte k představě, že byste firmu v budoucnu prodali někomu mimo rodinu?

Q20. Představte si, že by v budoucnu neměl nikdo z rodinných příslušníků zájem o vedení firmy. Uvažoval/a byste v tom případě o možnosti, že by firmu vedl někdo mimo rodinu, zatímco rodinní příslušníci zůstali na pozicích, kde jsou nyní?

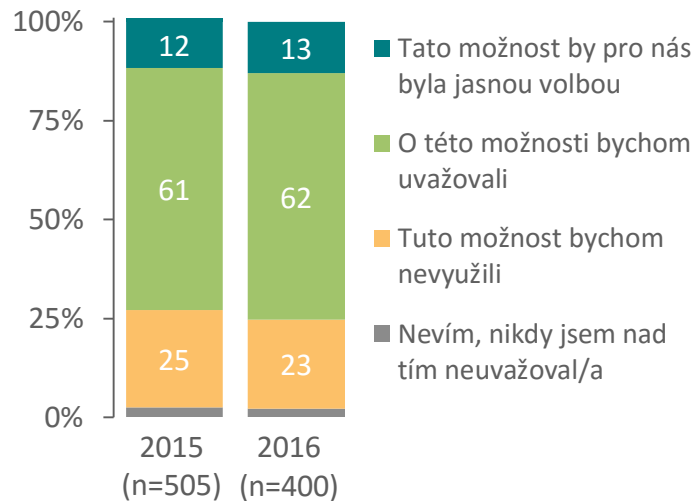
Postoje k prodeji firmy



Komentář AMSP ČR:

Již minulý rok byl v průzkumu zlomový v tom, že se více jak polovina vlastníků rodinné firmy nebrání jejímu prodeji. Trend pokračuje a potvrzuje se, že řada firem čeká na zajímavou nabídku.

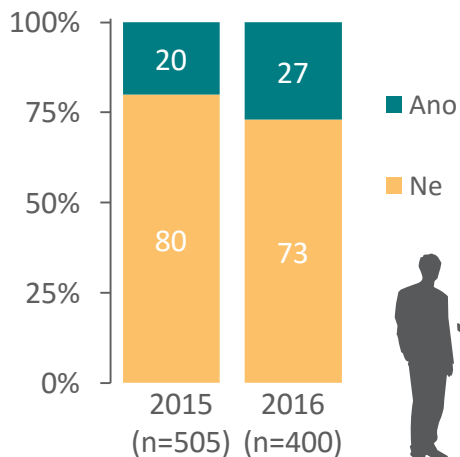
Cizí osoba ve vedení firmy, pokud by o to nestál nikdo z rodiny



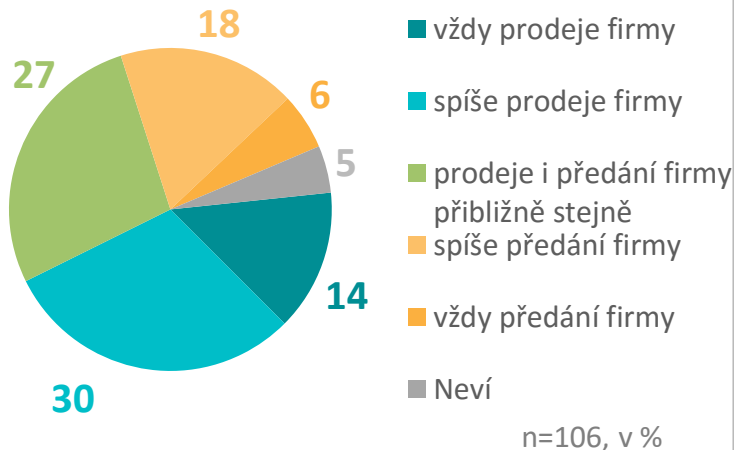
Čtvrtina firem se setkala s nabídkou konzultací na předání firmy, což je více než loni. Konzultace se týkaly především možností prodeje firmy. 8 % firem nabídky těchto poradenských služeb využilo.

Q17. Setkáváte se ve Vaší firmě s nabídkami poradenských firem ohledně konzultací na předání firmy v rodině či jejím prodejem? **Q18.** Týkají se tyto nabídky spíše prodeje firmy či konzultací o předání firmy v rámci rodiny? **Q18A.** Přijal/a jste nabídku těchto poradenských služeb pro Vaši společnost?

Nabídky konzultací ohledně předání firmy



Tyto konzultace se týkají...



Přijetí poradenských služeb



Ano
8 %

n=106

D3. Jaký je hlavní obor činnosti Vaší firmy? (v %)

