



# Rodinné firmy

## Výzkum pro AMSP ČR

Červen 2013



# Marketingové pozadí a cíle výzkumu

## Marketingové pozadí

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR sdružuje na otevřené, nepolitické platformě malé a střední podniky a živnostníky i jejich organizace z celé republiky. Členům poskytuje především Informační servis cíleně zaměřený na segment malých a středních firem – novinky z oblasti bankovních produktů, marketingu, vzdělávání, podpory exportu, statistiky, legislativy apod. Obecně prosazuje zájmy malých a středních firem i živnostníků vůči vládě a dalším institucím ve všech oblastech své činnosti, a to především v médiích, v rámci připomínkového řízení k nové legislativě týkající se podnikání malých a středních firem, dále prostřednictvím své aktivní účasti v poradních orgánech ministrů, v hodnotitelských komisích a odborných výborech.

## Cíle výzkumu

Hlavním cílem výzkumu je zjistit postoje jednatelů a majitelů firem k rodinnému podnikání. Šetření by mělo mimo jiné zodpovědět následující otázky:

- Vnímají firmy svůj rodinný status jako výhodu?
- Jaké plusy a minusy má rodinné podnikání?
- Jaké mají rodinné firmy očekávání a cíle v budoucnu?



## **Cílová skupina a metody dotazování:**

Malé a střední rodinné firmy: CATI – telefonické dotazování

**Nástroj výzkumu:** Strukturovaný dotazník

**Velikost vzorku:** 64 rozhovorů

## **Definice rodinné firmy:**

Většina vlastnických práv nebo kontrola a rozhodování je v rámci rodiny. Alespoň jeden z rodinných příslušníků se přímo podílí na chodu firmy.

Výzkum byl zaměřen na malé a střední rodinné firmy, proto byly do šetření zahrnuty pouze společnosti, které mají 5 až 249 zaměstnanců.

# Hlavní zjištění

- Navzdory nepříznivému ekonomickému klimatu ve společnosti v příštích třech letech většina rodinných firem očekává udržení či mírný vzestup tržeb. Mírný pokles očekává jen 14 % oslovených společností.
- Velká většina (81 %) rodinných firem vnímá „rodinnost“ svého podnikání jako výhodu.
- Rodinné firmy jsou podle dotazovaných lépe vnímány jak v očích zákazníků, tak obchodních partnerů.
- Mezi nejvýraznější výhody rodinných společností patří jejich velká flexibilita, stabilita a etika v podnikání.
- Přestože firmy považují svůj rodinný charakter za výhodu, dílčí problém je možné vidět v potenciálním negativním vlivu na rodinné vztahy.
- Nejčastějšími cíly pro budoucnost je zlepšení efektivity a nábor, udržení kvalitních zaměstnanců. Většina rodinných firem také plánuje předat společnost v rámci rodiny.

# Výsledky v detailu

# Budoucnost

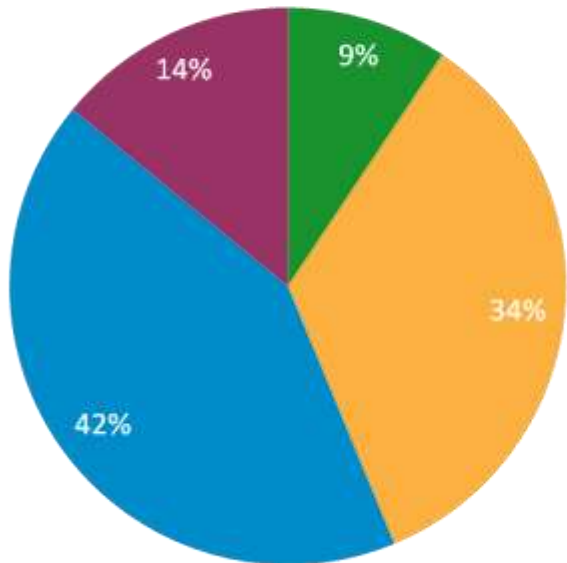
D2. Jak odhadujete vývoj Vašich tržeb v následujících 3 letech?

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

I přes nepříznivé ekonomické klima v zemi většina rodinných firem očekává v příštích třech letech mírný růst či stagnaci tržeb. Zvýšení efektivity fungování společnosti je spolu s udržením, náboem kvalitních zaměstnanců nejčastější prioritou firem.

## ODHAD TRŽEB PRO PŘÍŠTÍ 3 ROKY

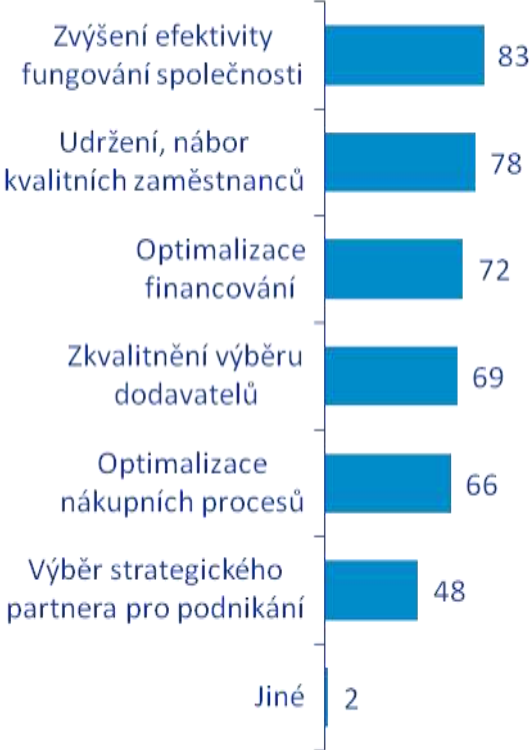
- Výrazný růst
- Mírný růst
- Stabilní, na stejné úrovni
- Mírný pokles



**Názor AMSP ČR:**  
Velmi zajímavá a nadějná informace, která je trochu v kontrastu s ostatními firmami, které smýšlejí spíše pesimisticky.

Dobrá kondice rodinných firem může být jednou z příčin toho, že přibližně 70 % společností chce firmu v budoucnu předat v rámci rodiny.

## PRIORITY

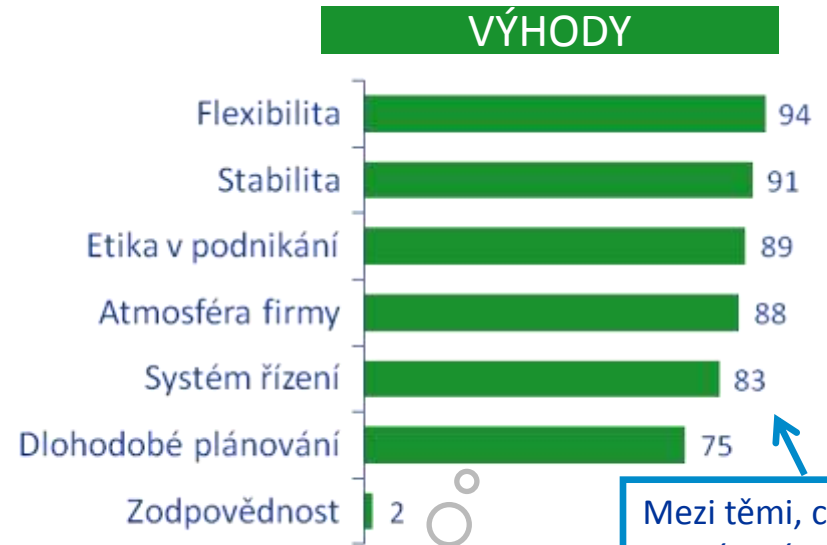
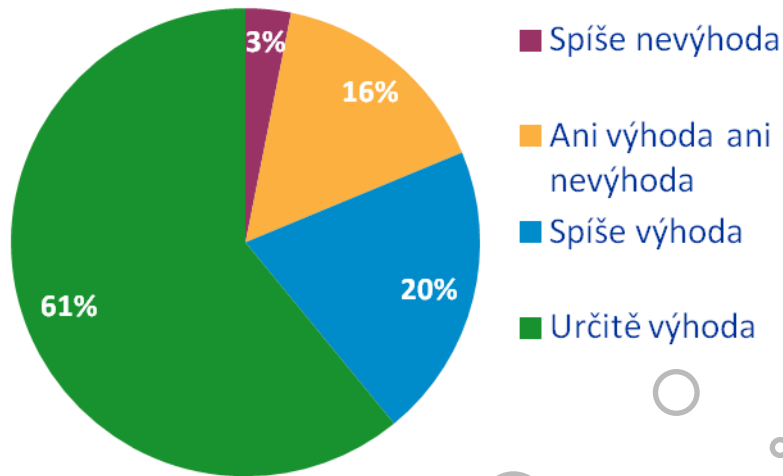


# Je být rodinnou firmou výhoda?

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

Q2a. Co konkrétně považujete za výhodu/y rodinné firmy? Vyberte prosím ze seznamu.

81 % firem vnímá svou rodinnost jako výhodu. Flexibilita, stabilita, etika v podnikání a atmosféra firmy jsou jako přednosti rodinného podnikání uváděny nejčastěji.



Mezi těmi, co nevnímají rodinnost firmy celkově jako výhodu (n=12), je systém řízení uváděn jako klad pouze v 50 % případů.

„Cizího zaměstnance člověk musí hlídat, aby něco neukradl, v rodině to nehrozí.“

„Lidem z rodiny můžu věřit.“

„Každému se můžete podívat do očí, můžete si dělat, co a kdy chcete.“

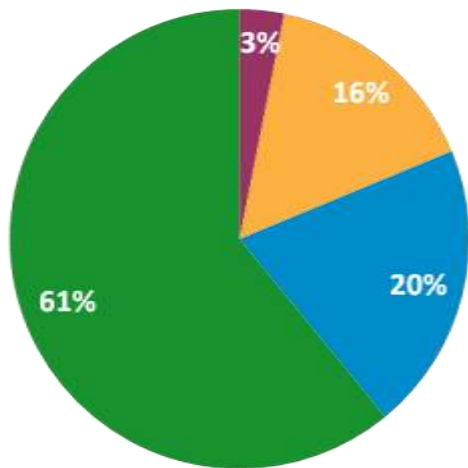


# Je být rodinnou firmou výhoda?

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

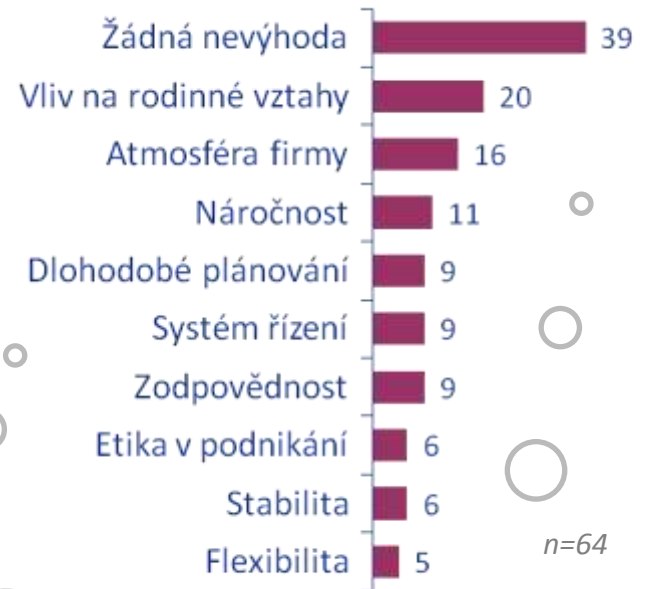
Q2b. Co konkrétně považujete za nevýhodu/y rodinné firmy? Vyberte prosím ze seznamu.

Za mírnou nevýhodu lze považovat vliv na rodinné vztahy, jako problém ho uvedlo 20 % firem. Desetina zmínila i náročnost práce, kterou vyžaduje chod rodinné firmy.



- Spíše nevýhoda
- Ani výhoda ani nevýhoda
- Spíše výhoda
- Určitě výhoda

## NEVÝHODY



„Hranice mezi soukromím a prací se smazává, práce je prioritou, chybí čas na rodinné záležitosti.“

„Členové rodiny si většinou myslí, že do toho můžou mluvit a že jim všechno projde.“

„Vztahy rodinných příslušníků v momentech rozhodování jsou problematické.“



# Jak je vnímaná „rodinnost“ firmy?

Q3. Jak vnímají Vaši zákazníci fakt, že se jedná o rodinnou firmu?

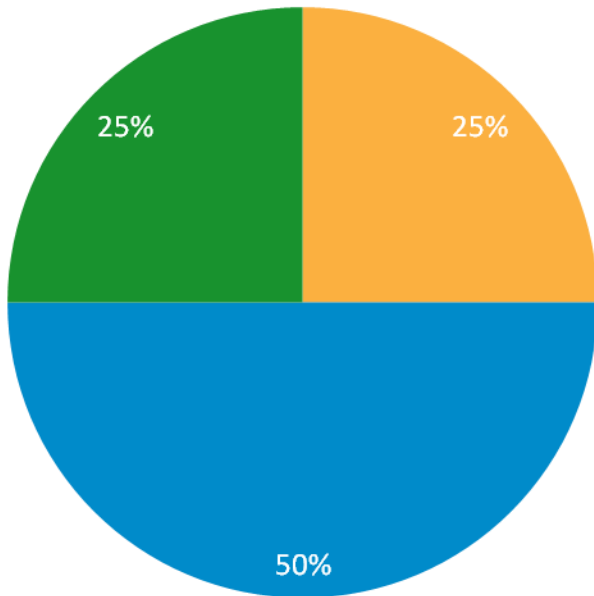
Q4. Jak přistupují podle Vás obchodní partneři k rodinné firmě z hlediska důvěry?

**Názor AMSP ČR:**  
Potvrzuje se, že spotřebitelé i firmy rádi sází na jistotu a upřednostňují tradici a dlouhodobé vztahy.

Podle velké většiny firem je rodinný status společnosti vnímán pozitivně jak v očích zákazníků, tak i obchodních partnerů.

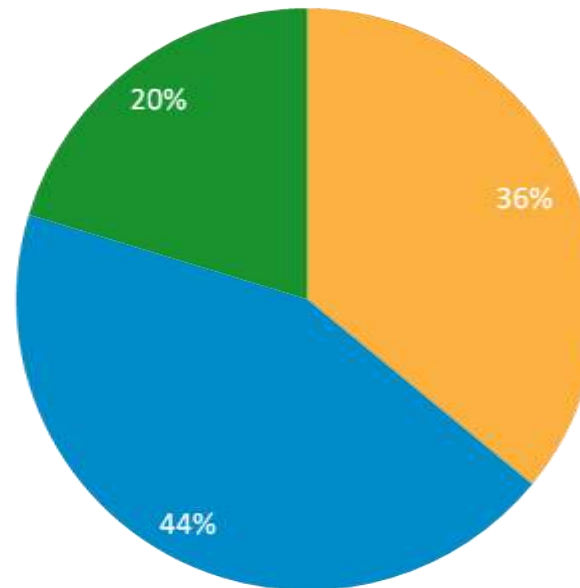
## ZÁKAZNÍCI

- Na jejich vnímání tento fakt nemá vliv
- Spíše pozitivně
- Velmi pozitivně



## OBCHODNÍ PARTNEŘI

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



Ani jeden majitel či jednatel firmy nevedl, že by rodinný status firmy zhoršoval její vnímání v očích zákazníků či obchodních partnerů.

Podnikatelé, co nevnímají rodinnost firmy jako výhodu (n=12) se většinou domnívají, že rodinný status firmy nemá na důvěru obchodních partnerů vliv (83 %)

# Práce se zaměstnanci a řešení nástupnictví

Q6\_1. Do jaké míry se hodí na Vaši firmu ... | Rodinné firmy mají problém se získáváním nových zaměstnanců, kteří nejsou členy rodiny?

Q6\_2. Do jaké míry se hodí na Vaši firmu ... | Rodinné firmy mají problém s motivací zaměstnanců, kteří nejsou členy rodiny

Q7. Je cílem Vaší firmy, aby vedení převzal některý z rodinných příslušníků (děti,...)?

Firmy většinou nevnímají nábor či motivaci zaměstnanců mimo rodinu jako problém. I přesto ale upřednostňují v budoucnu předání společnosti v rámci rodiny.

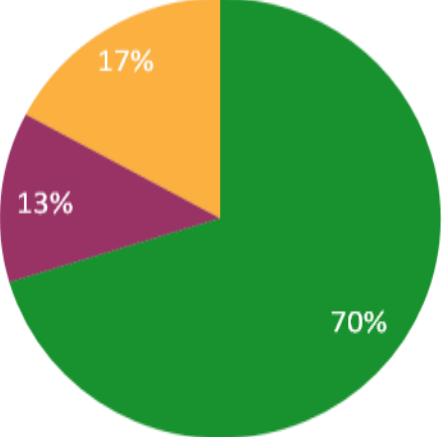
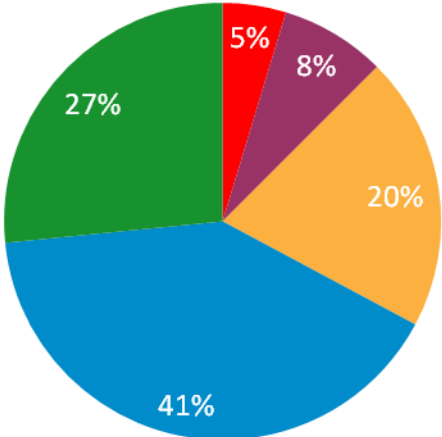
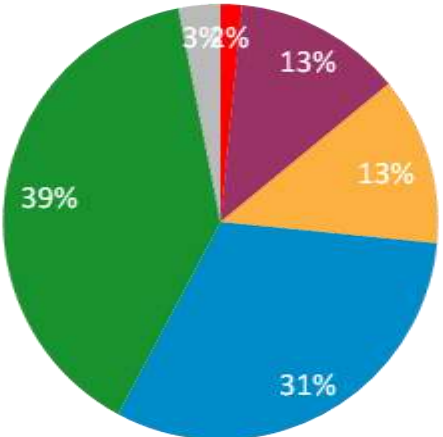
**NÁBOR**

**MOTIVACE**

**JE CÍLEM PŘEDAT SPOLEČNOST V RÁMCI RODINY ?**

■ Ano ■ Ne ■ Není to důležité

- Rozhodně je problém
- Spíše je problém
- Ani je, ani není problém
- Spíše není problém
- Rozhodně není problém
- Neví\ neuvědla



**Názor AMSP ČR:**  
 Je patrné, že rodinné firmy jsou větší optimisté než ostatní podniky, věří si, nevymlouvají se na okolí a méně si stěžují.

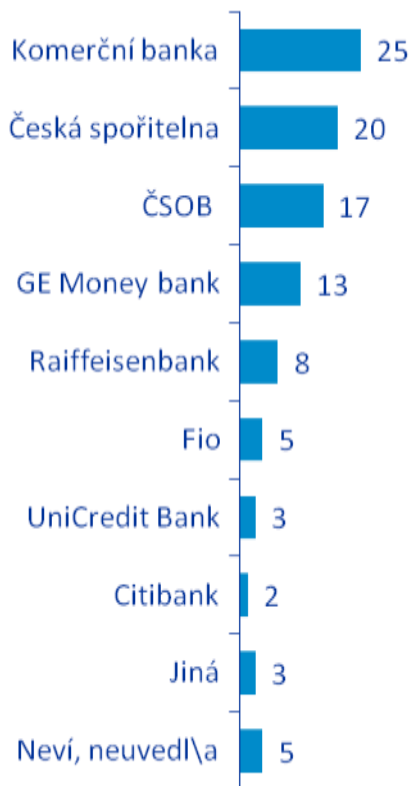
# Firemní bankovníctví a financování

**F1A.** Jakou banku, kterou v současnosti využíváte, považujete za svoji hlavní banku? **F1B.** Uvažujete o změně Vaší hlavní banky?

**F2.** Uvažujete o výhodnější formě financování Vašeho podnikání?

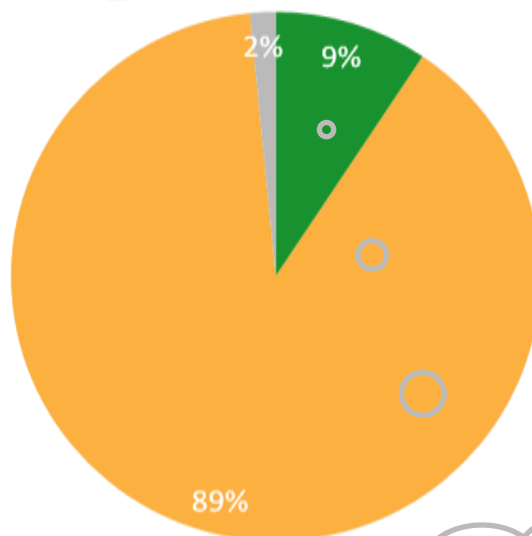
Nejvíce využívanými bankami jsou Komerční banka a Česká spořitelna. Drtivá většina firem neuvažuje o změně banky, o změně způsobu financování ovšem dvě pětiny firem přemýšlí.

## HLAVNÍ BANKA



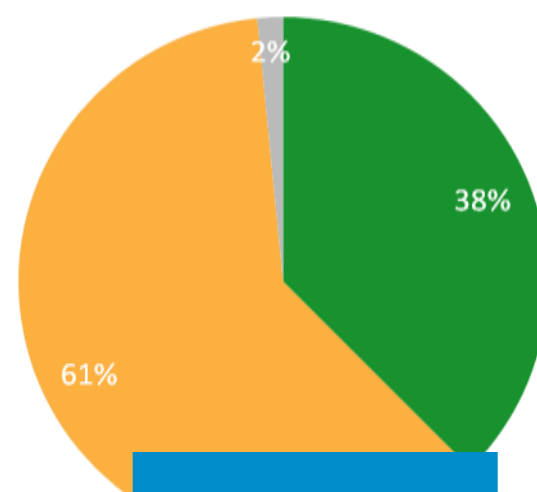
## ZMĚNA BANKY

- Uvažují o změně banky
- Neuvažují o změně banky
- Neví



## ZMĚNA FINANCOVÁNÍ FIRMY

- Uvažují o změně formy financování
- Neuvažují o změně formy financování
- Neví



### Názor AMSP ČR:

Potvrzuje se dlouhodobější trend, firmy jsou velmi konzervativní, přestože nejsou zcela spokojené se stávajícími službami svých bank.

„vysoké poplatky,“  
„snížení nákladů“  
„drahé poplatky“  
„jsou nejdražší“

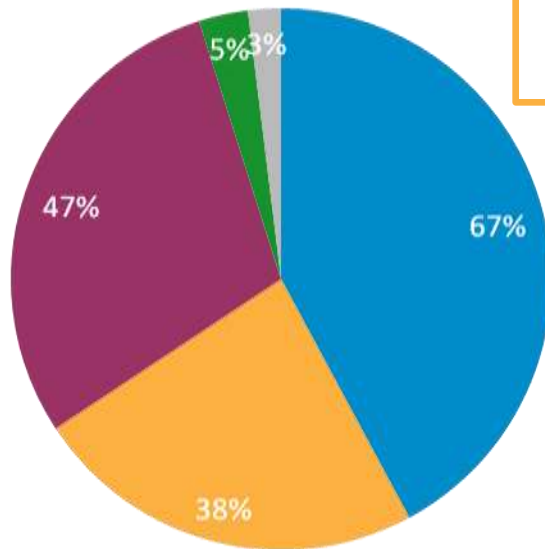
# Firemní vozidla

F3. Kolik vozidel provozujete v rámci svého podnikání?

F4. Jakým způsobem jste financovali jejich pořízení?

Průměrná firma provozuje v rámci svého podnikání 6 vozidel, nejčastěji byla financována hotovostí.

## ZPŮSOB FINANCOVÁNÍ VOZIDEL



Průměrný počet provozovaných aut: 6  
Medián: 4

Firmy využívající úvěr nad 20 zaměstnanců: 60 %  
Firmy využívající úvěr pod 20 zaměstnanců: 27 %

U firem s více než 20 zaměstnanci je průměrný počet vozů 9, u menších firem 4.

### Názor AMSP ČR:

Celkem překvapivá informace, zejména s ohledem na vysoký podíl hotovostních plateb. To nekoresponduje s evropským nebo americkým trendem, kde je automobil brán více spotřebně, méně jako hodnotné aktivum.



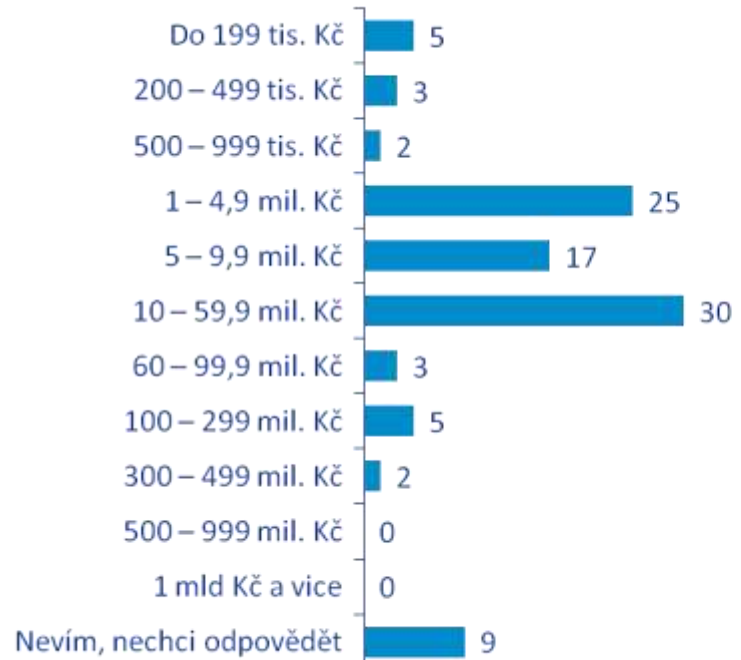
# Struktura vzorku

# Struktura vzorku

## OBOR



## OBRAT



## POČET ZAMĚSTNANCŮ



v %

n=64