



ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR
ASSOCIATION OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES AND CRAFTS CZ
DIE ASSOZIATION DER KLEINEN UND MITTLEREN BETRIEBE UND HANDWERKER CZ

AMSP ČR

Výsledky průzkumu č. 26 AMSP ČR

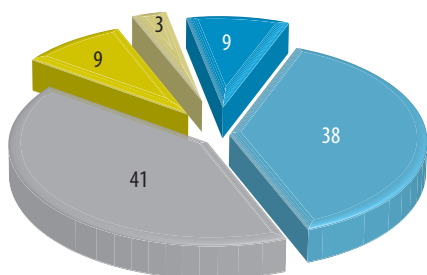
Situace rodinných firem

Cílem realizovaného výzkumu bylo zjistit, jaká je aktuální situace rodinných firem a jak se mění v čase (oproti výzkumu z r. 2013).

TRŽBY BY MĚLY RŮST NECELÉ POLOVINĚ RF, POKLES OČEKÁVÁ POUZE DESETINA. POZORNOST PŘITOM CHTĚJÍ VĚNOVAT HLAVNĚ ZVYŠOVÁNÍ EFEKTIVITY A PERSONÁLNÍ STRÁNCE.

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

Odhad tržeb pro příští 3 roky:

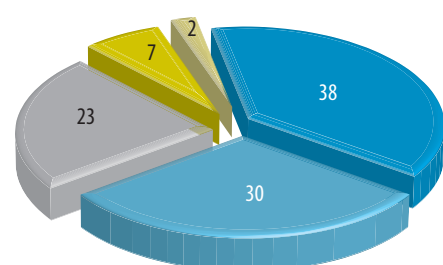


Komentář AMSP ČR

Potvrzuje se celkově pozitivní nálada v podnikatelském prostředí, RF jsou v očekávání pravidelně optimističtější než ostatní podniky, což je patrné i zde.

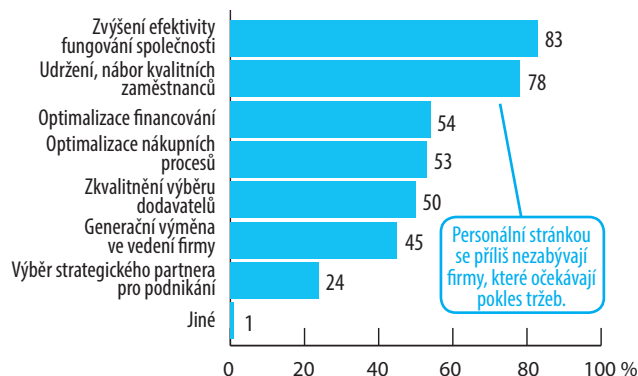
BYŤ 2/3 RF VNÍMAJÍ FUNGOVÁNÍ FIRMY NA RODINNÉ BÁZI JAKO SVOJI VÝHODU, OPROTI LOŇSKÉMU ROKU NEJSOU O TOMTO HODNOCENÍ TAK PŘESVĚDČENÍ.

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

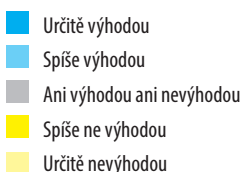


2. Řekněte mi prosím, které z následujících oblastí vidíte jako priority pro Vaši další činnost?

Priority:



Personální stránkou se příliš nezabývají firmy, které očekávají pokles tržeb.

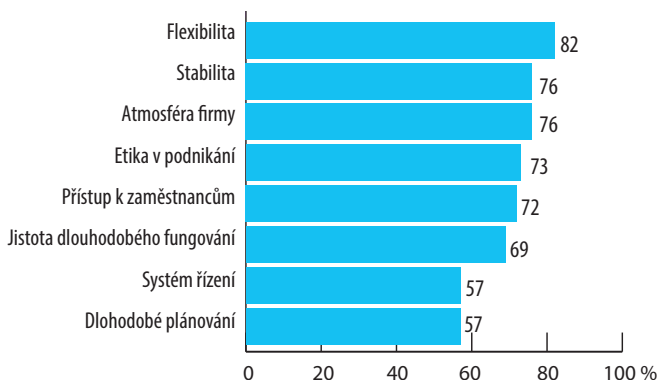


Komentář AMSP ČR

Stále je patrné, že rodinné firmy považují fakt, že fungují na rodinné bázi, jako svoji výhodu. Pokles vůči minulému roku může být v tom, že se vyjadřuje již další generace, která to může vidět jinak, než zakladatelé.

MEZI VÝHODY RF SE ŘADÍ NAPŘ. FLEXIBILITA, STABILITA, ATMOSFÉRA VE FIRMĚ, ETIKA. VNÍMANÉ NEVÝHODY JSOU OPROTI TOMU SPÍŠE MARGINÁLNÍHO CHARAKTERU.

4. Co konkrétně považujete za výhodu/rodinné firmy?



5. Co konkrétně považujete za nevýhodu/rodinné firmy?

Pro 43 % nemá RF žádnou nevýhodu



Komentář AMSP ČR

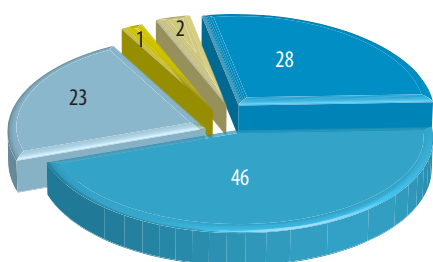
Velmi zajímavé odpovědi, zejména s ohledem na systém řízení. Je zřejmé, že si RF uvědomují, že osobní vazby často převažují nad koncepčním systémem řízení a dokonce to berou jako určitou hrozbu. To je z pohledu odhadu rizik dobrá zpráva, otázkou je, jak se s tím dokáží vyrovnat ve skutečnosti.

ZKUŠENOSTI RF NAPOVÍDAJÍ TOMU, ŽE JE KONCEPT RF ZÁKAZNÍKY VNÍMÁN POZITIVNĚ. NA VZTAHY S OBCHODNÍMI PARTNERY MÁ TOTO MENŠÍ VLIV, PŘESTO JE VŠAK ROVNĚŽ LADĚN SPÍŠE POZITIVNÍM SMĚREM.

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

Vnímání zákazníky:

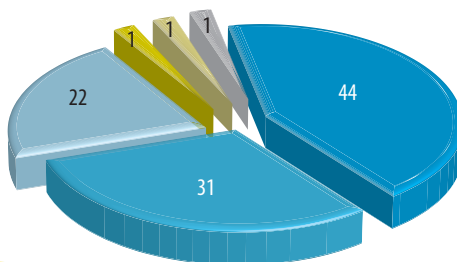
- Na jejich vnímání tento fakt nemá vliv
- Spíše pozitivně
- Velmi pozitivně
- Spíše negativně
- Velmi negativně
- Neví



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

Vnímání obchodními partneři:

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



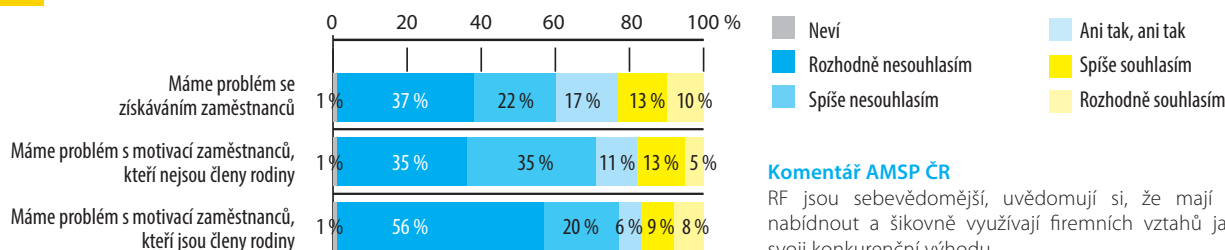
V obou případech jsou pozitivnější ti, kdo koncept RF považují za výhodu.

Komentář AMSP ČR

Trend je jednoznačný – rodinné firmy jsou důvěryhodnějším partnerem, jak co se týká kvality dodávek, tak s ohledem na rizikovost.

RF NETÍŽÍ PROBLÉMY S MOTIVACÍ ZAMĚSTNANCŮ – ČLENŮ RODINY. U TĚCH, KDO ČLENY RODINY NEJSOU, JE TO SICE O NĚCO HORŠÍ, PŘESTO NIJAK VÝZNAMNÉ. NEJOBŤIŽNĚJI SE ZÍSKÁVAJÍ NOVÍ ZAMĚSTNANCI.

8. Do jaké míry se hodí na Vaši firmu ...?



Komentář AMSP ČR

RF jsou sebevědomější, uvědomují si, že mají co nabídnout a šikovně využívají firemních vztahů jako svoji konkurenční výhodu.

2/3 RF CHTĚJÍ TRADICI V RODINĚ PŘEDÁVAT DÁLE. POLOVINA Z NICH PŘITOM S PŘEDÁVÁNÍM JEŠTĚ NEZAČALA. PLATÍ ZÁROVEŇ, ŽE RF KOMPLETNÍ PROCES PŘEDÁNÍ ODHADUJÍ NA POMĚRNĚ DLOUHOU DOBU.

9.

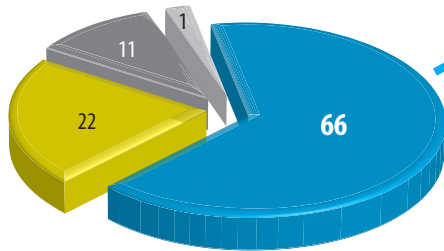
Je cílem Vaší firmy, aby vedení převzal některý z rodinných příslušníků (děti,...)?

9a. A započali jste už fázi předávání firmy?

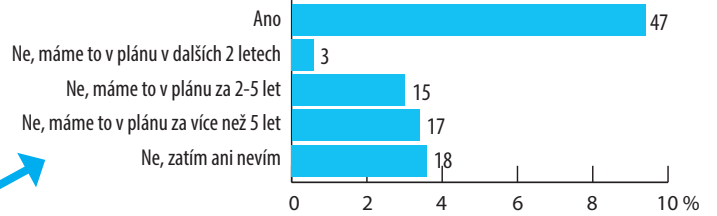
9b. Jak dlouhou dobu podle Vás proces předávání vedení firmy jiné osobě zabere vč. všech souvisejících právních náležitostí?

Předání v rámci rodiny?

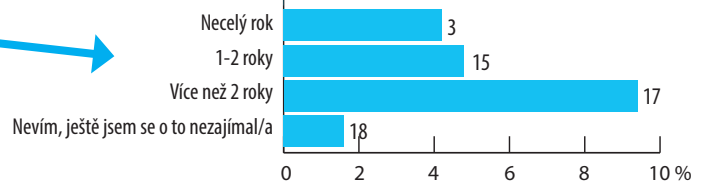
■ Ano
■ Ne
■ Není to důležité
■ Neví



Začali jste už?



Kolik času to vezme?



Komentář AMSP ČR

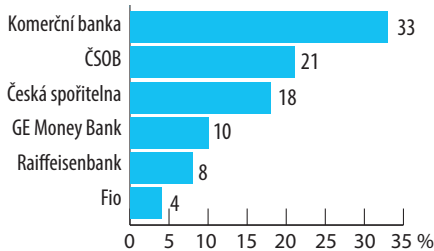
Je patrné, že RF firmy podceňují celý proces předávání, i když si uvědomují, že to bude náročné. Z našeho pohledu jsou zahlceni operativou chodu firmy a předávání poté řeší více intuitivně a pod časovým tlakem, což může být velmi nebezpečné.

PONEJVÍCE JE JAKO HLAVNÍ BANKA VYUŽÍVÁNA KB. PĚTINA VŠAK PŘEDEVŠÍM KVŮLI POPLATKŮM UVAŽUJE O ZMĚNĚ SVÉ HLAVNÍ BANKY. PĚTINA ZÁROVEŇ ZVAŽUJE ZMĚNU FORMY FINANCOVÁNÍ.

10.

Jakou banku, kterou v současnosti využíváte, považujete za svoji hlavní banku?

HLAVNÍ BANKA

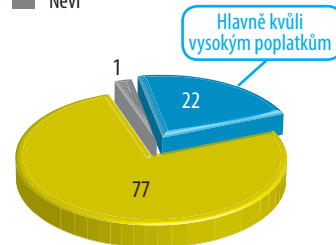


Komentář AMSP ČR

Potvrzuje se spíše konzervativní postoj k bankám, nicméně fakt, že téměř čtvrtina podnikatelů je připravena změnit banku, je pro některé banky šancí růstu a pro klienty šancí k získání lepších podmínek.

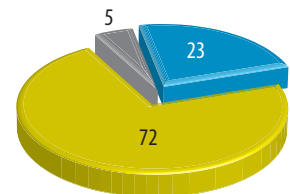
Uvažujete o změně Vaší hlavní banky?

■ Uvažuji o změně banky
■ Neuvažuji o změně banky
■ Neví



Uvažujete o výhodnější formě financování Vašeho podnikání?

■ Uvažuji o změně formy financování
■ Neuvažuji o změně formy financování
■ Neví



RF VYUŽÍVAJÍ PRŮMĚRNĚ 6 AUT. TA FINANCUJÍ RŮZNÝMI ZPŮSOBY, NEJČASTĚJI VŠAK VLASTNÍ HOTOVOSTÍ. POLOVINA Z NICH PŘITOM PLÁNUJE POŘÍZENÍ NOVÝCH AUT, VĚTŠINOU V HORIZONTU JEDNOHO ROKU.

11.

Kolik vozidel provozujete v rámci svého podnikání?

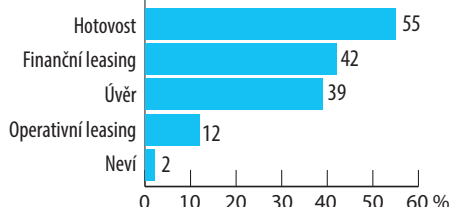
**Průměrný počet provozovaných aut: 6
Medián: 4**



Komentář AMSP ČR

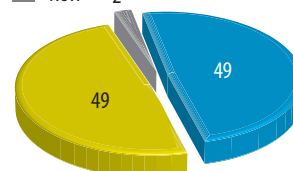
Potvrzuje se pozitivní podnikatelská nálada, firmy budou pořizovat nové vozy. Stále ale převládá velký konzervatismus ve způsobu financování. To, že více jak polovina firem pořizuje vůz za hotově, je ve velkém rozporu např. s EU nebo USA. Firmy berou auto jako hodnotu, nikoliv jako prostředek pro jejich tvorbu.

Jakým způsobem jste financovali jejich pořízení?

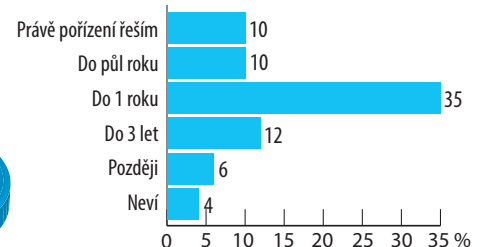


Plánujete pořízení nového auta?

■ Ano
■ Ne
■ Neví

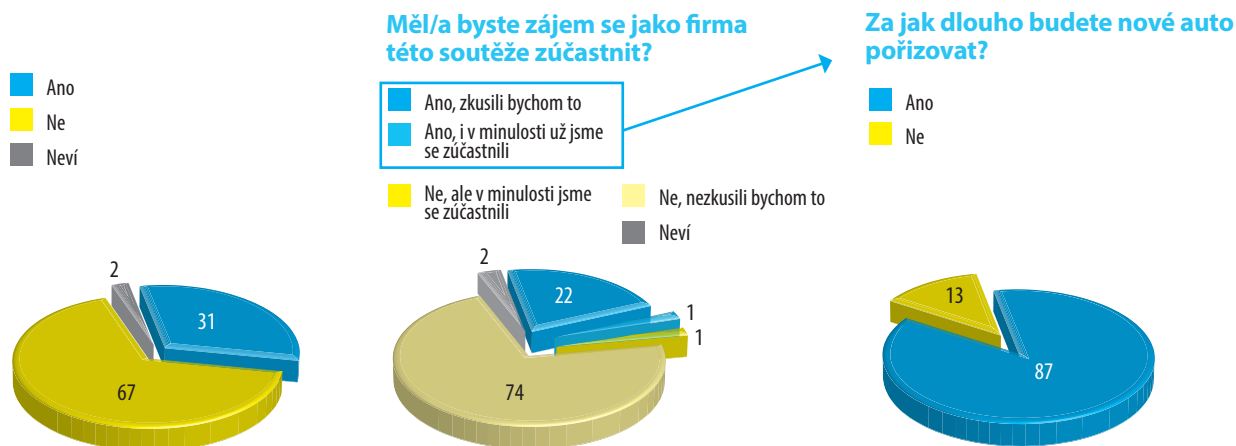


Za jak dlouho budete nové auto pořizovat?



12.

Slyšel/a jste někdy o soutěži Rodinná firma roku, kterou organizuje Equa bank?



HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ



GENERAČNÍ VÝMĚNU NEPŘEŽIJE 70 % PODNIKŮ, PŘESTO POLOVINA FIREM JEŠTĚ NEZAČALA NÁSTUPNICTVÍ ŘEŠIT.

- ➔ Mezi klíčová zjištění průzkumu patří, že tržby by měly růst necelé polovině rodinných firem, pokles očekává pouze desetina. Pozornost přitom chtějí věnovat hlavně zvyšování efektivity a personální stránce.

Komentář AMSP ČR: Potvrzuje se tak celkově pozitivní nálada v podnikatelském prostředí, kdy rodinné firmy jsou v očekávání pravidelně optimističtější než ostatní podniky. Byť dvě třetiny rodinných firem vnímají fungování firmy na rodinné bázi jako svoji výhodu, oproti loňskému roku nejsou o tomto hodnocení tak přesvědčení. Pokles vůči minulému roku může být v tom, že se vyjadřuje již další generace, která to může vidět jinak, než zakladatelé.

- ➔ Mezi výhody rodinných firem se řadí např. flexibilita, stabilita, atmosféra ve firmě a etika (celkově pozitivní přístup k CSR). Vnímané nevýhody jsou oproti tomu spíše marginálního charakteru.

Komentář AMSP ČR: Jde o velmi zajímavé odpovědi, zejména s ohledem na systém řízení. Je zřejmé, že si rodinné firmy uvědomují, že osobní vazby často převažují nad koncepčním systémem řízení a dokonce to berou jako určitou hrozbu. To je z pohledu odhadu rizik dobrá zpráva. Otázkou je, jak se s tím dokážou vyrovnat ve skutečnosti.

- ➔ Dvě třetiny rodinných firem chtějí tradici v rodině předávat dále. Polovina z nich přitom s předáváním ještě nezačala. Platí zároveň, že rodinné firmy kompletní proces předání odhadují na poměrně dlouhou dobu.

Komentář AMSP ČR: Je patrné, že rodinné firmy podceňují celý proces předávání, i když si uvědomují, že to bude náročné. Z našeho pohledu jsou zahlceni operativou chodu firmy a předávání poté řeší více intuitivně a pod časovým tlakem, což může být velmi nebezpečné celkově nevýhodné.

Struktura vzorku: Celkem 100 rodinných firem.

Základní informace k 26. průzkumu:

Účast: 100 rodinných firem z celé České republiky. Výzkumná metoda: CATI – telefonické dotazování. Šetření proběhlo v květnu 2014. Dotazování a analýzu zajistila výzkumná agentura IPSOS.

Základní informace k projektu:

Cílem projektu AMSP ČR je nezávislá analýza problémových oblastí podnikání malých a středních podniků a živnostníků formou průzkumů. Celkem bylo realizováno již 25 průzkumů, toto je 26.v pořadí. Všechny realizované průzkumy AMSP ČR naleznete na www.amspc.cz, sekce „Nepřehlédněte“.



Realizátor projektu

Equa bank

Zadavatel průzkumu



Garant průzkumu



Realizátor průzkumu

Květen 2014
www.amspc.cz



Mediální partner průzkumu



Mediální partner průzkumu



Mediální partner průzkumu



Grafické zpracování a tisková produkce:
Troll CD s.r.o. | www.trollcd.cz