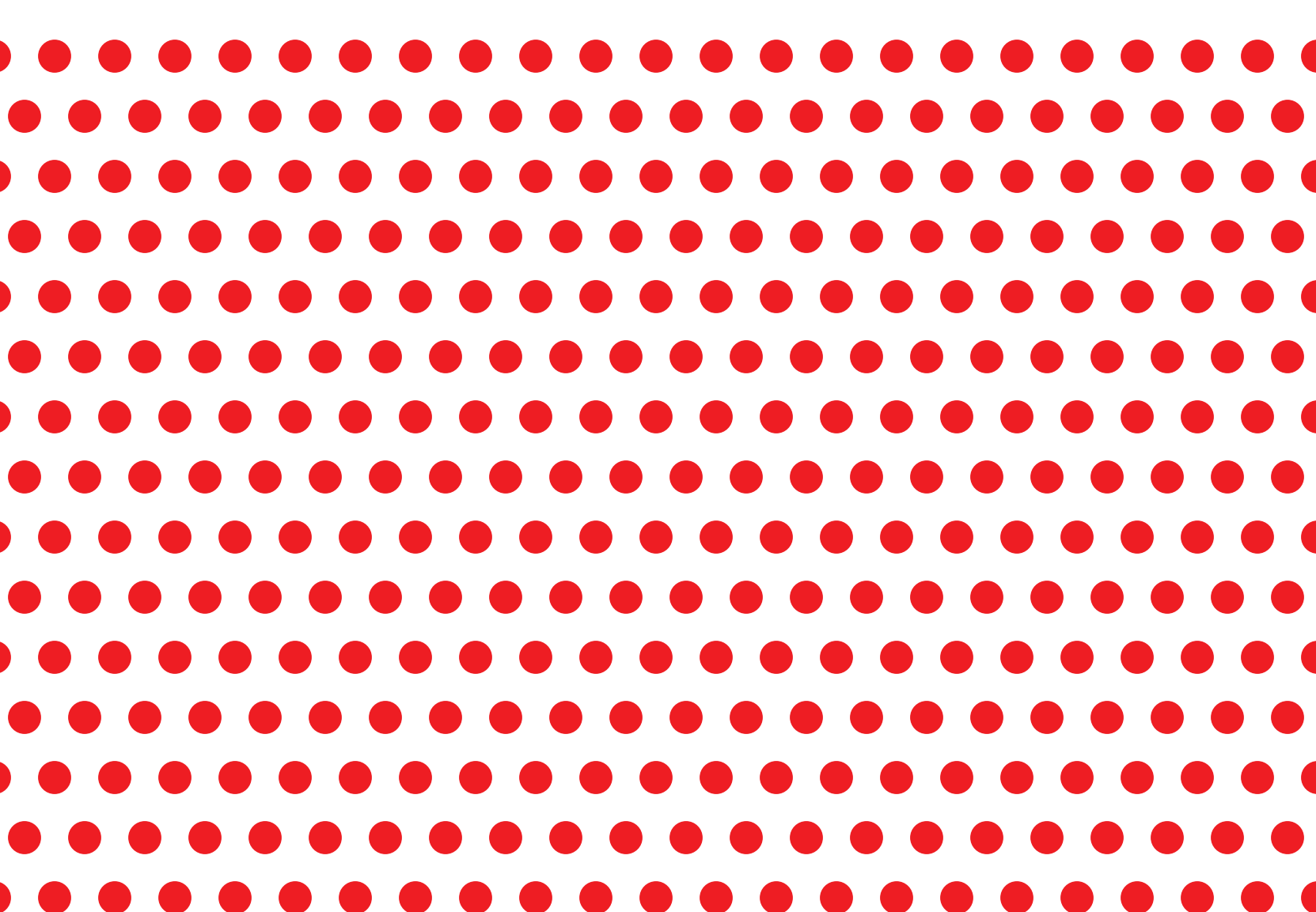


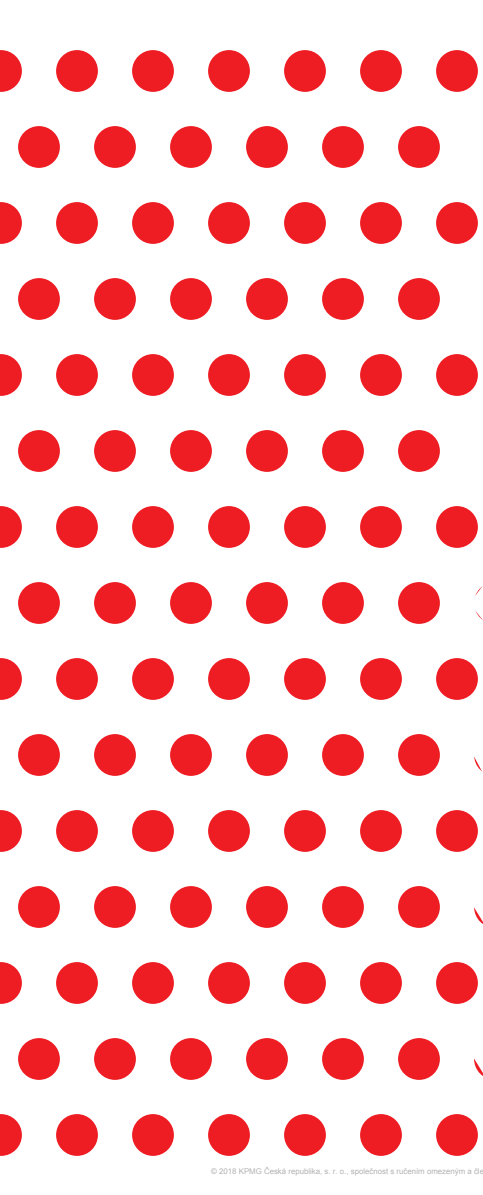


Tour d'Evropa

Výsledky Evropského barometru rodinných firem za rok 2017







Žlutý trikot pro rodinné firmy

Při ztvárnění letošních výsledků Evropského barometru rodinných firem jsme zvolili cyklistickou metaforu. A pro fanoušky máme dobrou zprávu: Češi mají v pomyslné tour velmi dobré výsledky. Čtyři z pěti českých rodinných podniků zvýšily za poslední rok obrat a plánují další investice.

V týmu českých rodinných firem panuje dobrá nálada a zdravé sebevědomí. A to i přesto, že pravidla závodů se komplikují – některá evropská nařízení zvyšují administrativu (BEPS), jiná přinášejí nové požadavky (GDPR).

Z našeho průzkumu i letos vyplývá, že majitelky a majitelé rodinných firem v Česku zůstávají v čele pelotonu. V roce stoletého výročí založení Československa patří opět mezi společenskou elitu. Podobně jako jejich prvorepublikoví předchůdci naplňují kapitalistický ideál tvrdě odpracovaného úspěchu.

Milan Bláha

Partner odpovědný za služby pro rodinné firmy

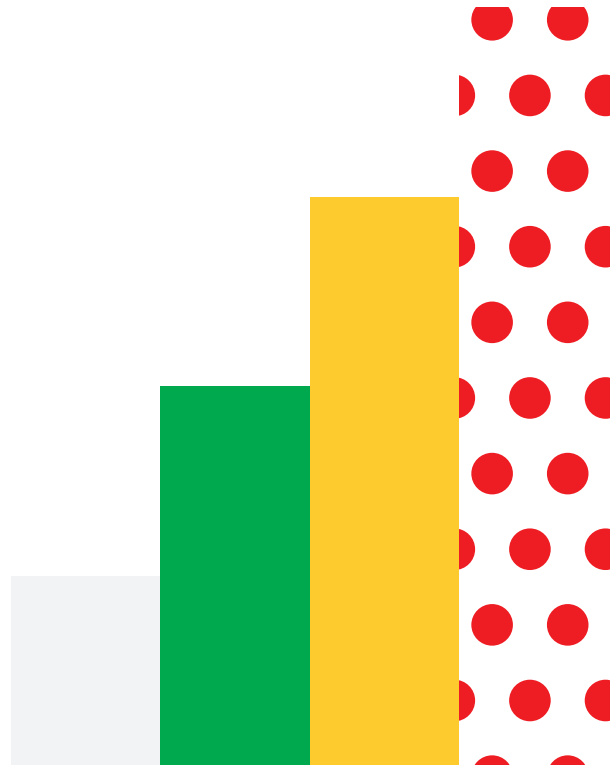
Výsledky

Evropského barometru rodinných firem

České rodinné firmy jsou ve všech ohledech v lepší kondici než loni. Více jich zvýšilo obrát, budoucnost vidí růžověji, jsou aktivnější v zahraničí a nabraly více nových zaměstnanců – navzdory tomu, že disciplína nábory je vlivem rekordně nízké nezaměstnanosti rok od roku těžší, což platí pro české i evropské rodinné podniky.

Dlouhodobým leitmotivem rodinných firem je řešení nástupnictví a vztahů v rodině. Letošní barometr to dokládá jednoznačně zvýšeným zájmem podniků o rovnováhu mezi potřebami rodiny a byznysu, finanční gramotnost členů rodiny a otevřenou komunikaci v rámci klanu.

Novinkou v dotazníku je téma evropské integrace. I přes mírný euroskepticismus českých představitelů rodinných firem, kteří chtějí spíše zachovat současnou míru integrace, si Evropa jako celek přeje užší integraci. Zajímavé jsou údaje z Velké Británie, která se (alespoň podle zástupců rodinných firem) chce integrovat více než Česko, ač je na rozdíl od nás jednou nohou venku z EU.



Česká stáj je ve skvělé formě

Rok 2017 válcuje rok 2016 ve všech hlavních indikátorech výkonnosti českých rodinných firem. Do příští etapy letos hledí s optimismem 86 % respondentů, loni to bylo 73 %.

Za uplynulých 12 měsíců zvýšilo obrát 83 % tuzemských rodinných firem, v loňském průzkumu jich bylo 53 %. Dvě třetiny firem zvýšily obrát v rozmezí 6–25 %, takže nejde pouze o kosmetickou změnu v podobě předjetí několika zvadlých soupeřů, kteří stejně byli na dohled. Jako dva nejčastější důvody zvýšení obrátu uváděly firmy větší poptávku

(51 %) a optimalizaci svých produktů (37 %). Vyšší tržby plánují investovat zpět do své základní činnosti, tedy do infrastruktury, výroby a marketingu (66 %), a do zaměstnanců, což znamená školení a přijímání nových kolegů (34 %).

Poslednímu bodu se firmy věnovaly už v uplynulém roce. Nové posily do týmu nabralo 69 % z nich oproti 53 % z loňska. Co se týče zahraničních aktivit, letos je posílilo 51 % českých rodinných firem, loni se tento ukazatel vyšplhal na 48 %.

Procento českých firem, které

2016



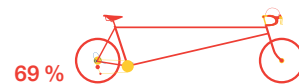
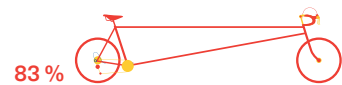
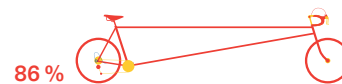
vidí budoucnost dobře

zvýšily obrat

zvýšily počet zaměstnanců

posílily aktivity v zahraničí

2017

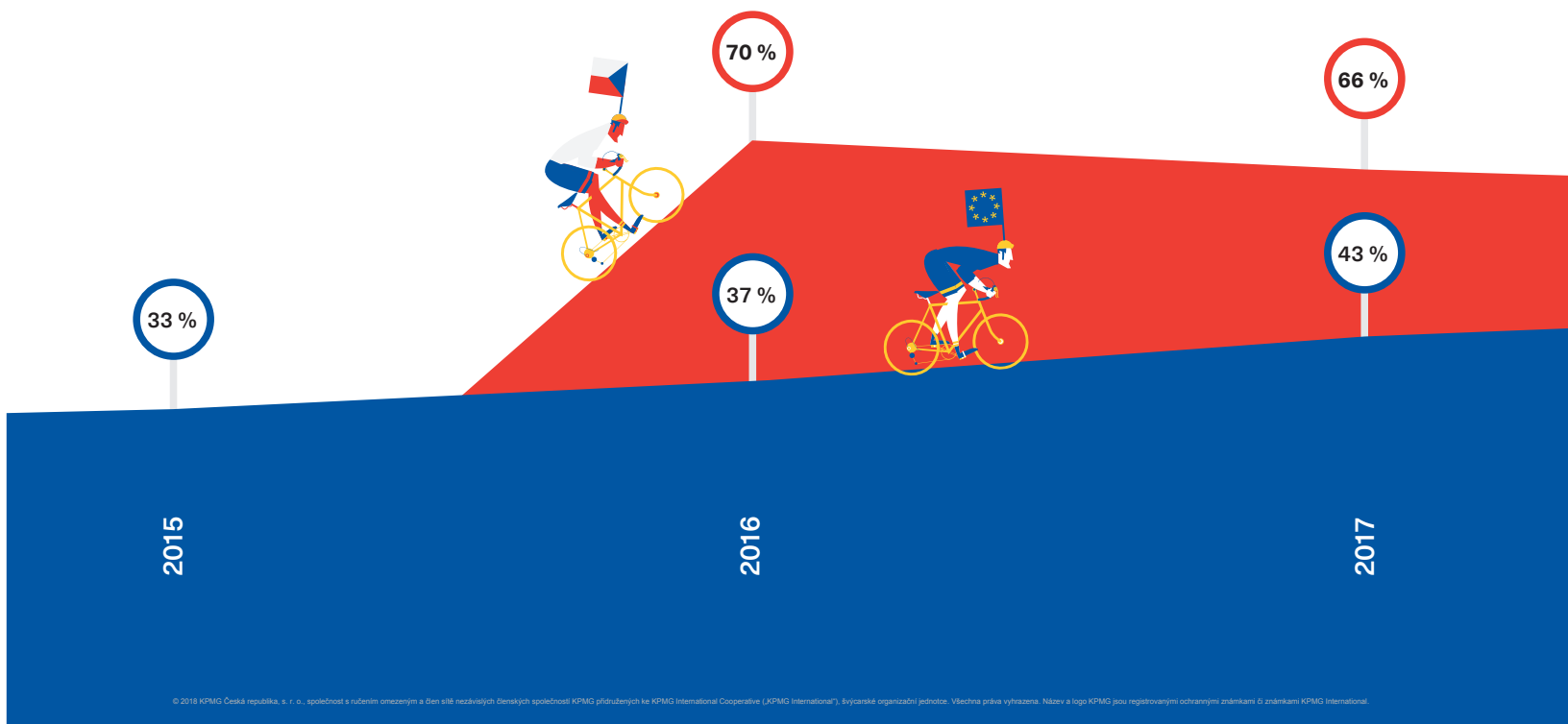


Hledáme jezdce. Zn. Dlouhodobý kontrakt

V EU klesá nezaměstnanost a Česko v tomto ohledu suverénně drží žlutý dres. Máme nejnižší nezaměstnanost ze všech zemí EU a v létě jsme měli nejnižší nezaměstnanost v historii země (pod 3 %). Pro rodinné firmy to znamená, že hůře shánějí kvalifikované zaměstnance a musí o ně bojovat více než dříve. Z výsledků barometru vyplývá, že aktuálně jde o nejrozšířenější problém, s jakým se rodinné firmy potýkají – uvedlo ho 43 % firem, v tuzemsku dokonce 66 %. Na celoevropské úrovni toto procento poslední tři roky setrvale stoupá (viz graf). V závěsu za nedostatkem talentovaných pracovníků se logicky vezou vysoké náklady práce, které sužují 52 % českých rodinných firem.

V soutěži o zaměstnance by rodinné firmy měly vyzdvihnout to, co jiné podniky nemají: statisticky vysokou retenci zaměstnanců a menší pravděpodobnost, že budou ve špatných dobách propouštět. Mnoho velkých nerodinných podniků pravidelně osekává počty zaměstnanců. To u rodinných firem často nevidíme. Možná svým pracovníkům nevydávají zaměstnanecké opce, ale zato více investují do jejich vzdělávání (podle studie uvedené v Harvard Business Review v roce 2012 do něj vkládají dvakrát více peněz než nerodinné firmy) a nabízejí firemní kulturu založenou na dlouhodobé perspektivě, smysluplnosti a loajalitě.

Pocitujete nedostatek kvalifikovaných lidí na trhu práce?



Velmi křehké vztahy

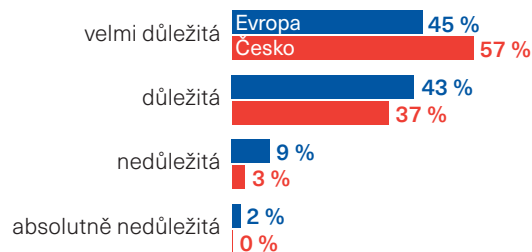
Delikátní balanc mezi rodinou a byznysem je věčný problém rodinných firem. Ryze byznysová rozhodnutí, jež neberou v potaz dopad na rodinu, mohou narušit rodinnou harmonii. Pouhé zohledňování přání členů rodiny naopak ohrožuje životaschopnost firmy, která už nebude šlapat tak rychle jako dřív. Potřebu nalézt správnou rovnováhu mezi těmito dvěma přístupy uvedlo jako důležitou nebo velmi důležitou 88 % respondentů, v Česku závratných 94 %. Náléhavost této otázky od roku 2014 prudce vzrostla – tehdy ji považovalo za důležitou nebo velmi důležitou jen 59 % firem.

Rodinné podniky si také čím dál více uvědomují důležitost vzdělání. Finanční gramotnost členů rodiny je zásadní pro 83 % respondentů v tuzemsku a 84 % v Evropě. I tento parametr od roku 2015 značně narostl.

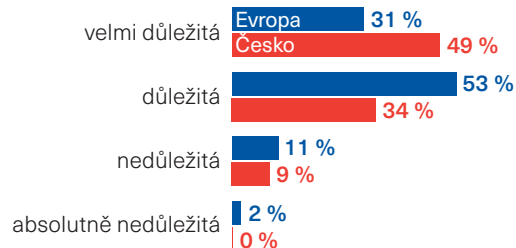
Třetí aspekt, který se postupem času dere do popředí, je otevřená komunikace mezi generacemi. Za velmi důležitou ji považuje 52 % rodinných firem v Evropě a 63 % v Česku. Vzrůstající trend je jasně patrný: v roce 2013 považovalo komunikaci za velmi důležitou slabých 29 % respondentů.

Jak vnímáte

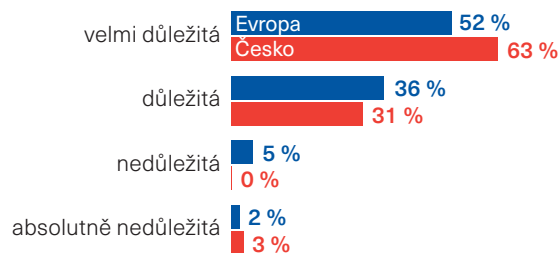
rovnováhu mezi zájmy rodiny
a byznysu



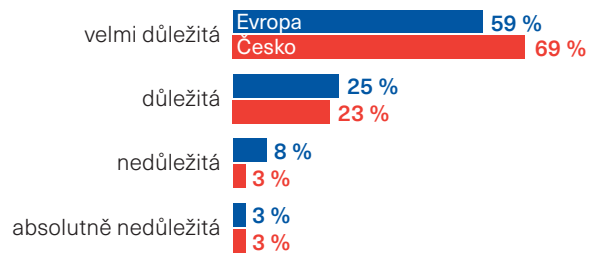
finanční gramotnost členů
rodiny



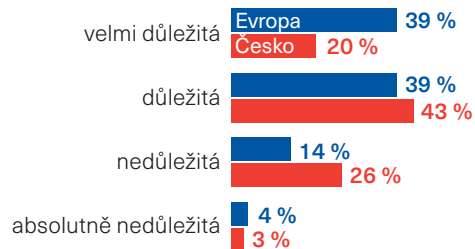
komunikaci mezi generacemi



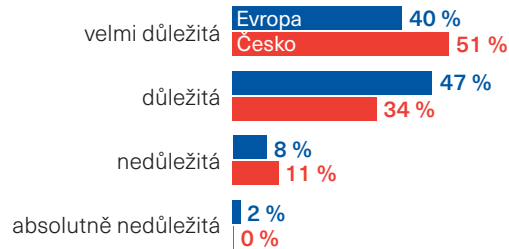
přípravu následovníka předtím, než převezme firmu



informování členů rodiny o firemních věcech



podporu podnikavého ducha v rodině a ve firmě



Souboj o modrý trikot se žlutými hvězdami

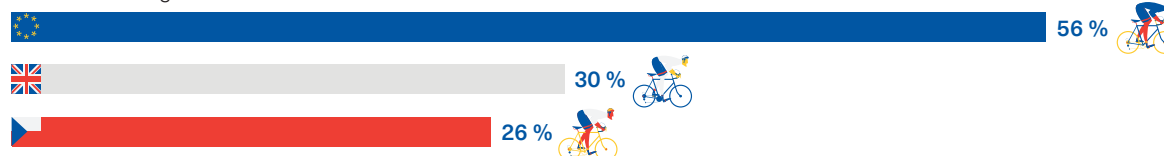
Jednání o brexitu inspirovala autory letošní studie k velmi aktuální otázce: Jak byste si přáli, aby vypadala budoucnost Evropy? Přes polovinu respondentů si přeje provázanější Evropu, necelá třetina chce zachovat stávající úroveň integrace a pouze 15 % by preferovalo slabší vazby mezi evropskými zeměmi.

Čeští zástupci rodinných firem jsou euroskeptičtější: pro zesílení integrace je asi čtvrtina z nich, 40 % je spokojeno se statem quo a více než třetina je pro volnější integraci. Mezi největší nadšence do integrace patří firmy v Rakousku, Německu, Portugalsku, Řecku, Itálii a ve Španělsku. Větší evropskou integraci si v sektoru rodinných firem přejí i sami Britové – 30 % respondentů ze Spojeného království si přeje užší vazby s Evropou, zpátečku chce zařadit pouze 23 %.

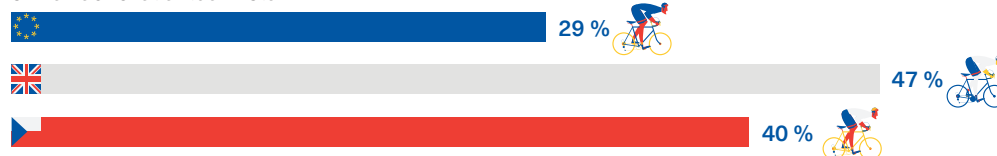
Z těch, kteří preferují soudržnější evropský peloton, by se 19 % soustředilo jen na posilování jednotného ekonomického trhu. Celých 36 % si ale přeje silnější politickou unii, tedy výrazně hlubší sblížení zemí EU. Navzdory tomu, že některá celoevropská opatření zvyšují míru administrativní zátěže (například akční plán OECD proti daňové erozi a převádění zisků BEPS, evidence skutečných majitelů právnických osob UBO či podávání příznání podle jednotlivých zemí), z dat jasně vyplývá, že rodinné firmy mají větší důvěru v budoucnost se silnou, sjednocenou rodinou evropských států.

Evropská unie

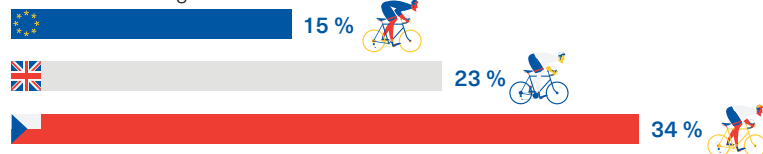
se má více integrovat



si má zachovat aktuální stav



se má méně integrovat



O průzkumu

Do šestého ročníku Evropského barometru rodinných firem se zapojilo více než 1 100 podniků z 26 zemí. Většina oslovených podniků má do 250 zaměstnanců a téměř tři čtvrtiny z nich jsou ze 100 % vlastněny rodinnými příslušníky. Naprostá většina (94 %) není veřejně obchodovatelná. Téměř 80 % společností v průzkumu působí na trhu přes dvacet let, třetina přes padesát. Dotazované firmy aktuálně vlastní a řídí přibližně ze 40 % první generace a ze 40 % druhá nebo třetí generace.

České firmy v průzkumu se liší ve dvou charakteristikách: žádná z nich není starší padesáti let, téměř všechny spadají do kategorie 20–50 let, a stále je vlastní (66 %) a řídí (54 %) spíše první generace zakladatelů.

European Family Businesses (EFB) je evropská federace zastupující malé, střední i velké rodinné firmy. Organizace vznikla v roce 1997 a obrat jejích členů přesahuje jeden bilion eur neboli 9 % evropského HDP. Má za cíl podporovat opatření, jež odrážejí klíčovou roli rodinných firem v evropské ekonomice a přispívají k férovějšímu podnikatelskému prostředí.

Milan Bláha

Partner

222 123 809

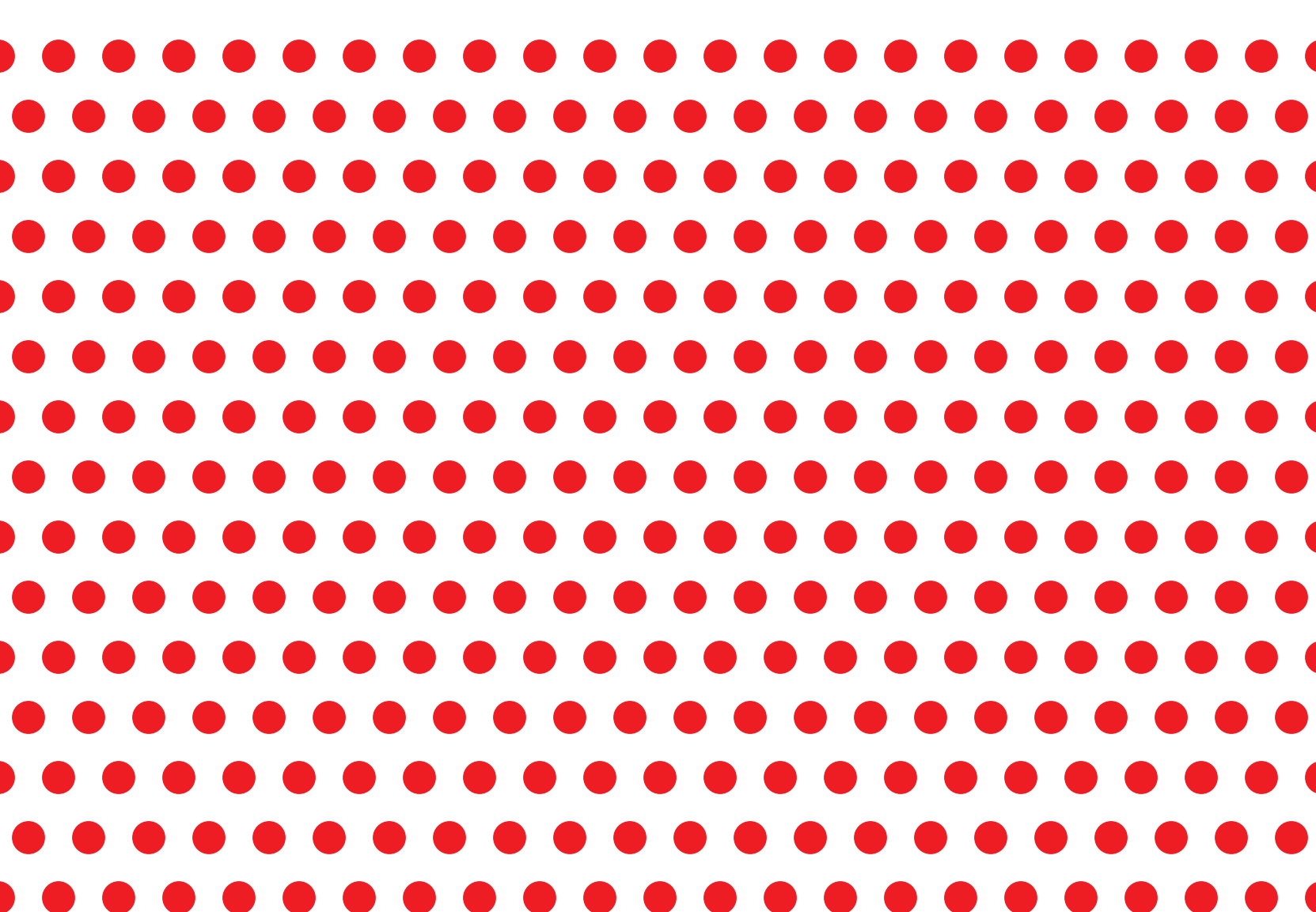
mblaha@kpmg.cz

Martin Hrdlík

Director, KPMG Legal

222 123 392

mhrdlik@kpmg.cz



Informace zde obsažené jsou obecného charakteru a nejsou určeny k řešení situace konkrétní osoby či subjektu. Ačkoliv se snažíme zajistit, aby byly poskytované informace přesné a aktuální, nelze zaručit, že budou odpovídat skutečnosti k datu, ke kterému jsou doručeny, či že budou platné i v budoucnosti. Bez důkladného prošetření konkrétní situace a řádné odborné konzultace by neměla být na základě těchto informací činěna žádná opatření.

© 2018 KPMG Česká republika, s. r. o., společnost s ručením omezeným a člen sítě nezávislých členských společností KPMG přidružených ke KPMG International Cooperative („KPMG International“), švýcarské organizační jednotce. Všechna práva vyhrazena. Název a logo KPMG jsou registrovanými ochrannými známkami či známkami KPMG International.