

Tisková zpráva

Kontakt: Lukáš Kropík
Pozice: PR Manager
Tel: +420 775 013 139
Email: lkropik@deloittece.com

Kontakt: Klára Vyskočilová
Pozice: Senior Content Coordinator
Tel: + 420 736 513 244
Email: kvyskocilova@deloittece.com

Nová generace v rodinných firmách je dravější. Chce změnit obchodní strategii a inovovat

Praha, 29. června 2016 – Více než polovina (56 %) příslušníků nové generace chce změnit obchodní strategii, jakmile se dostane do vedení rodinných firem. Za klíčové považuje růst firmy, inovace a větší míru kontroly rizikových faktorů. Přestože v porovnání s předchozí generací chce zvolit i odlišný styl řízení, prioritou zůstává zachování rodinného charakteru podniku a uchování tradičních hodnot. Navzdory tomu ale 40 % z následovníků nevyklučuje zapojení externích investorů. To jsou závěry průzkumu společnosti Deloitte, který mezi 92 firmami z Evropy včetně ČR, Blízkého východu a Afriky zkoumal pohled nové generace na rodinný byznys.

Polovina příslušníků nové generace je odhodlaná změnit obchodní strategii, jakmile bude ve vedení, třetina ji nechá beze změn. Od předchozí generace se vymezí ve stylu řízení a více bude ochotna riskovat – 80 % respondentů uvedlo, že jejich strategie bude dravější.

„Změna strategie souvisí s nutností expandovat na další geografické trhy a s rozšiřováním portfolia produktů a služeb, což vyžaduje odlišný způsob vedení. Firmy navíc musí reagovat na rychle se měnící ekonomické i podnikatelské prostředí. Úkolem nové generace bude najít rovnováhu mezi realizací obchodních cílů, kam patří růst, inovace i nabírání zaměstnanců, a rodinou ve smyslu uchování tradičních hodnot. To vše při zachování kontinuity rodinného podnikání,“ připomíná Jakub Hájek, advokát ve společnosti Ambruz & Dark Deloitte Legal, člen týmu Deloitte Private.

Bez inovací se firmy neobejdou. Prioritou č. 1 ale nejsou

Právě investice do expanze na nových trzích, inovací a do technologií budou v následujících pěti letech prioritou pro většinu firem, přičemž právě inovace jsou pro 76 % respondentů jednou ze tří priorit. Výzvou pro nastupující generaci ale bude přesvědčit o jejich významnosti další rodinné příslušníky. Zatímco více než 61 % členů rodiny si uvědomuje, že firma se bez novinek neobejde, všechna rizika s nimi spojená chce podstoupit pouze 40 % z nich. I přesto ale nadpoloviční většina říká, že jejich společnosti inovují rychleji než konkurence.

„Mezi hlavními důvody, proč se do inovací pouštět, jsou hlavně touha po odlišení se od konkurence a zachování kontinuity podnikání. Je to logické, rodinné podniky mohou inovovat a implementovat změny rychleji, protože nejsou popoháněny krátkodobým zájmem externích investorů a kapitálovými trhy, tak jako některé větší společnosti. Při financování těchto inovací jsou ve větší míře využívány jak dotace, tak i daňové úlevy na výzkum a vývoj,“ říká Luděk Hanáček, partner v daňovém a právním oddělení společnosti Deloitte, který má oblast výzkumu a vývoje na starost.

Firmy chtějí více využívat granty a pobídky

Průzkum společnosti Deloitte dále ukázal, že většina rodinných firem využije při investicích kromě vlastního jmění i bankovní půjčky, granty a pobídky.

„Malé rodinné firmy obvykle o možnostech čerpání financí z grantů či pobídek neví. Často si totiž, myslí, že jsou určeny pouze pro velké společnosti, které tak financují nákladné projekty. Přitom využívat pobídky či dotace lze bez ohledu na velikost firmy, jen je potřeba se s pomocí odborného poradenství v nabídce zorientovat, protože nabídek je nepřehledné množství a laik se málokdy vyzná v tom, co všechno je potřeba pro jejich získání,“ připomíná Luděk Hanáček.

Jednou z hlavních výzev nastupující generace lídrů je zachovat rodinný charakter společnosti i rodinné hodnoty a předat je budoucím generacím.

O studii Deloitte Next Generation 2016

Průzkum mezi 92 evropskými společnostmi z různých odvětví zkoumal pohled nové generace na rodinný byznys. Zabýval se ekonomickými otázkami, řešil růst a inovace, zjišťoval, do jaké míry se firmy zabývají otázkou nástupnictví. V průzkumu nejčastěji odpovídala generace, která danou firmu vede jako nástupnická.

Deloitte označuje jednu či více společností Deloitte Touche Tohmatsu Limited, britské privátní společnosti s ručením omezeným zárukou („DTTL“), jejich členských firem a jejich spřízněných subjektů. Společnost DTTL a každá z jejích členských firem představuje samostatný a nezávislý právní subjekt. Společnost DTTL (rovněž označovaná jako „Deloitte Global“) služby klientům neposkytuje. Podrobný popis právní struktury společnosti Deloitte Touche Tohmatsu Limited a jejich členských firem je uveden na adrese www.deloitte.com/cz/onas.

Společnost Deloitte poskytuje služby v oblasti auditu, daní, poradenství a finančního a právního poradenství klientům v celé řadě odvětví veřejného a soukromého sektoru. Díky globálně propojené síti členských firem ve více než 150 zemích a teritoriích má společnost Deloitte světové možnosti a poskytuje svým klientům vysoce kvalitní služby v oblastech, ve kterých klienti řeší své nejkompexnější podnikatelské výzvy. Přibližně 225 000 odborníků usiluje o to, aby se společnost Deloitte stala standardem nejvyšší kvality.

Společnost Deloitte ve střední Evropě je regionální organizací subjektů sdružených ve společnosti Deloitte Central Europe Holdings Limited, která je členskou firmou sdružení Deloitte Touche Tohmatsu Limited ve střední Evropě. Odborné služby poskytují dceřiné a přidružené podniky společnosti Deloitte Central Europe Holdings Limited, které jsou samostatnými a nezávislými právními subjekty. Dceřiné a přidružené podniky společnosti Deloitte Central Europe Holdings Limited patří ve středoevropském regionu k předním firmám poskytujícím služby prostřednictvím více než 5 000 zaměstnanců ze 41 pracovišť v 17 zemích.