

7 Cieľ monografie a metodika výskumu

7.1 Cieľ monografie

Hlavným cieľom monografie je identifikácia kľúčových faktorov rozvoja, ktoré majú významný vplyv na zvýšenie konkurencieschopnosti rodinných podnikoch na Slovensku. Cieľom prvej časti monografie bolo spracovať teoreticko-metodickú bázu o vzniku, existencii a rozvoji rodinných podnikov, so zameraním sa na špecifické oblasti typické pre tento segment podnikania. V kontexte stanoveného cieľa, predkladaná monografia sleduje naplnenie *čiastkových cieľov*:

- identifikovať charakteristiky rodinných podnikov,
- zhodnotiť súčasný stav rodinného podnikania a význam rodinných podnikov pre ekonomiky EÚ a Slovenska,
- spracovať teoretické a praktické východiská k jednotlivým špecifickým problematikám rodinného podnikania – právne aspekty, riadenie rodinného podniku, konflikty a plánovanie v rodinnom podniku, a následne na základe identifikovaných bariér navrhnúť odporúčania na ich odstránenie;
- vysvetliť rámcové podmienky pre vznik a rozvoj rodinných podnikov a zhodnotiť účinnosť vybraných determinantov vplývajúcich na rast rodinných podnikov v podmienkach SR – zdroje financovania a podnikateľské prostredie.

V rámci spracovania výsledkov primárneho výskumu uskutočneného v prostredí existencie rodinných podnikov v SR bolo hlavným cieľom v druhej, výskumnej časti monografie spracovať komplexnú štúdiu o vzniku a rozvoji rodinných podnikov so zameraním sa na determinanty ich rastu. Pre dosiahnutie tohto cieľa boli stanovené nasledujúce *parciálne ciele*:

- identifikovať základné charakteristiky rodinných podnikov v SR,
- identifikovať aktuálny stav v kľúčových interných faktoroch, ktoré vplývajú na konkurencieschopnosť rodinných podnikov (t. j. problematika riadenia, existencia konfliktov, plánovanie vrátane plánovania nástupníctva) a monitorovať pripravenosť rodinných podnikov na generačnú výmenu,
- zhodnotiť exportné a inovačné aktivity rodinných podnikov,
- identifikovať externé faktory rastu rodinných podnikov so zameraním sa na kritické miesta podpory a bariéry rastu rodinných podnikov v podmienkach SR,

- identifikovať signifikantné rozdiely medzi jednotlivými veľkostnými kategóriami rodinných podnikov, pričom boli stanovené štyri výskumné otázky, ktoré môžu zároveň poskytnúť námety na ďalšie výskumy:
 - **Výskumná otázka 1** – *Sú niektoré oblasti podnikania špecifické pre vybranú veľkostnú kategóriu rodinných podnikov?*
 - **Výskumná otázka 2** – *Pocitujú v podnikateľskom prostredí rodinní podnikatelia rovnaké bariéry ich rozvoja bez ohľadu na veľkostnú kategóriu rodinného podniku?*
 - **Výskumná otázka 3** – *Aké z nasledujúcich zmien v podnikateľskom prostredí by mali vplyv na rast mikro, malých, stredných a veľkých rodinných podnikov a sú tieto zmeny rovnaké, nezávisle od veľkostnej štruktúry rodinných podnikov?*
 - **Výskumná otázka 4** – *Sú očakávané výzvy/problémy v najbližšom období podobné pre všetky veľkostné kategórie rodinných podnikov?*
- v súvislosti s identifikovanými bariérami a očakávanými výzvami navrhnúť zoznam opatrení na zlepšenie podpory a následné zvýšenie konkurencieschopnosti rodinných podnikov na Slovensku.

7.2 Metodické aspekty realizovaného výskumu

V kontexte hlavného cieľa monografie, na základe údajov získaných primárnym výskumom spracovať komplexnú štúdiu rodinného podnikania so zameraním na identifikáciu bariér rozvoja rodinného podnikania a faktorov, ktoré majú významný vplyv na existenciu, rast a zvýšenie konkurencieschopnosti rodinných podnikov na Slovensku, boli ústredným objektom skúmania rodinné podniky. Primárny výskum prebiehal v období 1/2020 – 2/2020 prostredníctvom online dopytovania. Objektom skúmania boli rodinné podniky. V rámci výskumu bol vytvorený štruktúrovaný dotazník s 34 otázkami zameranými na rodinné podnikanie, kde mali respondenti zároveň možnosť vyjadriť svoje odporúčania k téme rodinného podnikania. Dotazník bol dostupný v elektronickej verzii cez Google Forms. Dotazník bol zostavený z ôsmich celkov, ktoré reprezentovali relatívne uzavreté oblasti skúmania:

- identifikácia subjektov,
- prepojenie podnikania s rodinou,
- špecifická problematika rodinného podnikania,
- organizácia a riadenie rodinného podniku
- financovanie a podpora rodinných podnikov,

- exportné a inovačné aktivity rodinných podnikov,
- externé (podnikateľské prostredie) a interné bariéry rozvoja rodinného podniku,
- možnosti zlepšenia podmienok a hlavné výzvy a pre rodinné podniky.

Celý štruktúrovaný dotazník sa nachádza v Prílohe A. Východiskovú databázu podnikov tvorili rodinné podniky, ktoré spĺňali kritériu pre zaradenia do skupiny rodinných podnikov podľa navrhovanej definície uvedenej v Schéme na podporu rodinného podnikania, t. j. ak rodina vlastní viac ako 50 % podniku a aspoň jeden člen rodiny sa podieľa na riadení podniku. Celkovo bolo kontaktovaných 480 respondentov, o ktorých sme mali vedomosť, že sú všetci rodinnými podnikateľmi. Z dôvodu zvýšenia návratnosti vyplnených dotazníkov prebiehalo počas realizácie prieskumu v rámci kontaktovania respondentov k viacnásobnému priamemu osloveniu, a to formou adresného online dopytovania prostredníctvom e-mailovej komunikácie, ale aj osobných rozhovorov, ktoré extenzívne doplnili skúmanú problematiku. Vyplnených bolo spolu 119 dotazníkov, čo predstavuje 25 % návratnosť.

Vo výskumnej časti boli pri spracovaní získaných údajov použité vedecko-výskumné metódy aplikovateľné pre výskum: metóda analýzy výsledkov výskumu, syntézy relevantných zistení a ich následnej indukcie do stanovenia charakteristík rodinných podnikov a determinantov ich rastu. Pre prehľadné znázornenie výstupov vo výskumnej časti boli použité grafické metódy, pričom na spracovanie vzťahu dvoch vybraných štatistických znakov pri výskumných otázkach boli použité kontingenčné tabuľky (s frekvenciou výskytu jednotlivých kombinácií hodnôt). Pre ich následné porovnanie bola použitá komparatívna metóda. Komparatívnu metódu sme použili aj na porovnanie vybraných výsledkov výskumu so závermi výskumu rodinných podnikov z roku 2013 a s výsledkami výskumu realizovaného SBA v roku 2018. V záujme determinácie, či vzťah, prípadne zistenia, či rozdiely medzi skúmanými kategóriami vo výskumných otázkach 2, 3 a 4 sú štatisticky významné na hladine $\alpha = 0,05$, sme použili Chí kvadrát test – test dobrej zhody, spracovaný v štatistickom programe SPSS.

Výskum prebiehal v spolupráci s poradenskými spoločnosťami Fondati & Partners, s.r.o., RSM Česká republika a Slovensko a Advokátskou kanceláriou MCL, s.r.o..

8 Analýza rodinného podnikania na Slovensku – determinanty rastu rodinného podnikania na Slovensku

8.1 Identifikácia subjektov – rodinných podnikov v SR

Otázka 1. Forma rodinného podnikania

Z dôvodu, že predmetom výskumu nebolo zastúpenie rodinného podnikania v ekonomike Slovenska, dopytovali sme iba rodinné podniky, ktoré sme mali v databázach. Ak v otázke č. 1 (či respondenti podnikajú formou rodinného podnikania) označili podnikatelia „nie“ (spolu 3 respondenti, t. j. 2,5 % všetkých respondentov), považovali sme tieto podnikateľské subjekty za nerodinné a z celého prieskumu sme ich následne vyradili. Rešpektovali sme ich stanovisko, a to i napriek tomu, že boli súčasťou databázy rodinných podnikov. Zvyšných 116 (97,5 %) respondentov, ktorí považujú svoj podnik za rodinný, tvorí reprezentačnú vzorku prieskumu a všetky nasledujúce vyhodnotenia dotazníkového prieskumu sa týkajú práve tejto skupiny.

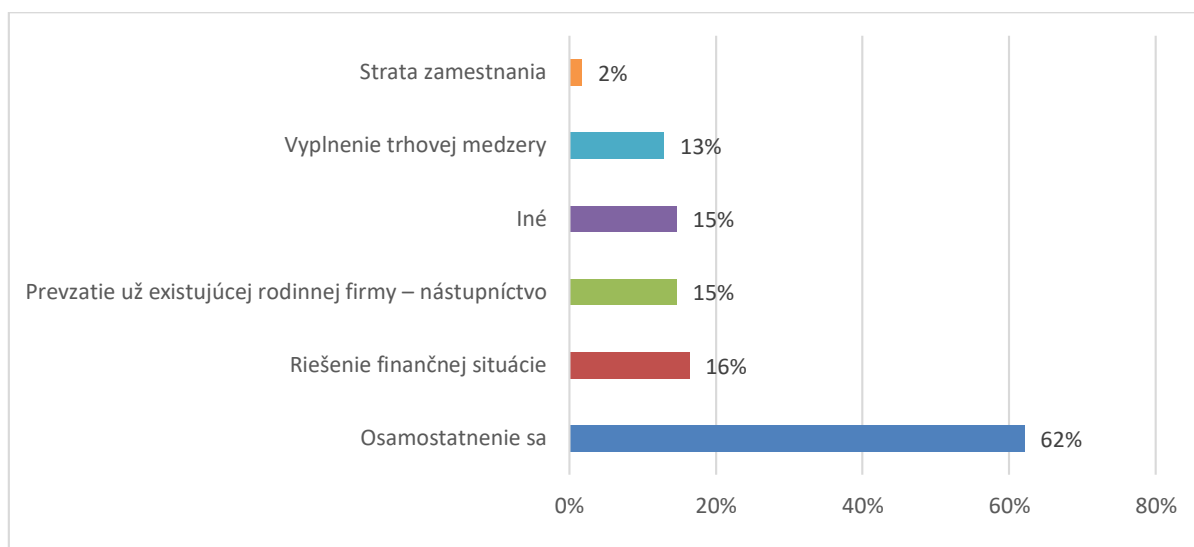
Otázka 2. Dôvody považovania podniku za rodinný

Rodinní podnikatelia mali možnosť v otvorenej otázke prieskumu uviesť prečo považujú svoj podnik za rodinný. Medzi najčastejšie uvádzané dôvody môžeme zaradiť nasledujúce: v podniku pracujú viacerí členovia rodiny, väčšinu alebo 100 % podniku je v majetku jednej rodiny, podnik vlastní aj riadia členovia rodiny, alebo že podnik riadia viacerí členovia jednej rodiny.

Otázka 3. Dôvody rozhodnutia zakladateľa založiť rodinný podnik

Medzi najčastejšie uvádzané dôvody založenia rodinného podniku boli nasledujúce: potreba osamostatnenia sa (túto možnosť označilo až 62 % respondentov), riešenie finančnej situácie (16 %), prevzatie už existujúcej rodinnej firmy (14 %) a vyplnenie trhovej medzery (13 %). Najmenšie zastúpenie vykazoval dôvod pre založenie rodinného podniku, ktorým bola strata zamestnania (2 %). Medzi ostatné dôvody založenia rodinného podniku (15 %) môžeme spomenúť väčšiu flexibilitu, potrebu pracovať na materskej dovolenke, výzvy na zmenu a jeden respondent uviedol ako dôvod privatizáciu. Hodnoty presahujú 100 %, pretože respondenti mali možnosť uviesť viac odpovedí. Môžeme konštatovať, že motívom pre založenie rodinného podniku nie je výlučne dosahovanie zisku. Ten je síce v konečnom dôsledku dôležitý, ale až sekundárne. Prvým je snaha realizovať svoj zámer a myšlienku, a aj preto sú rodinné podniky považované za nositeľov zmien a inovácií.

Graf 4 Dôvody rozhodnutia zakladateľa založiť rodinný podnik

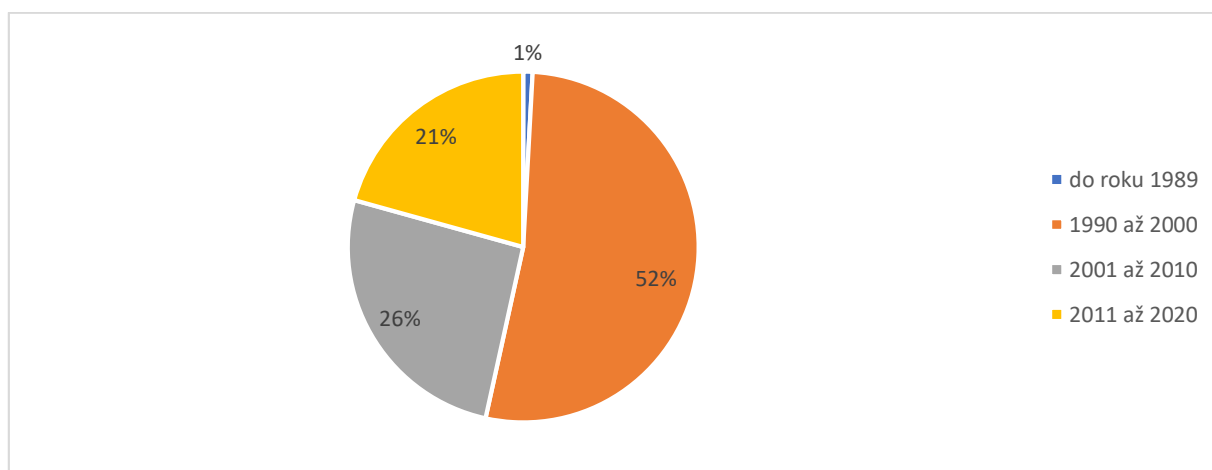


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 4. Rok založenia rodinného podniku

Vzhľadom na to, že sa podnikanie na Slovensku začalo rozvíjať po roku 1989 a skoro každý podnik uviedol iný rok založenia, roztriedili sme subjekty do určitých škál. Najstarší rodinný podnik bol založený v roku 1905 a najmladší v roku 2020. Medián je 1999. Najviac rodinných podnikov vzniklo v roku 1990 (až 11 %) a pred rokom 1989 vzniklo necelé 1 % podnikateľských subjektov. Medzi rokmi 1990 – 2000 bolo založených najviac rodinných podnikov (52 %), v rozmedzí rokov 2001 – 2010 bolo založených 26 % a nasledovali podniky založené v rokoch 2011 – 2020, ktorých bolo 21 %.

Graf 5 Rok založenia rodinného podniku



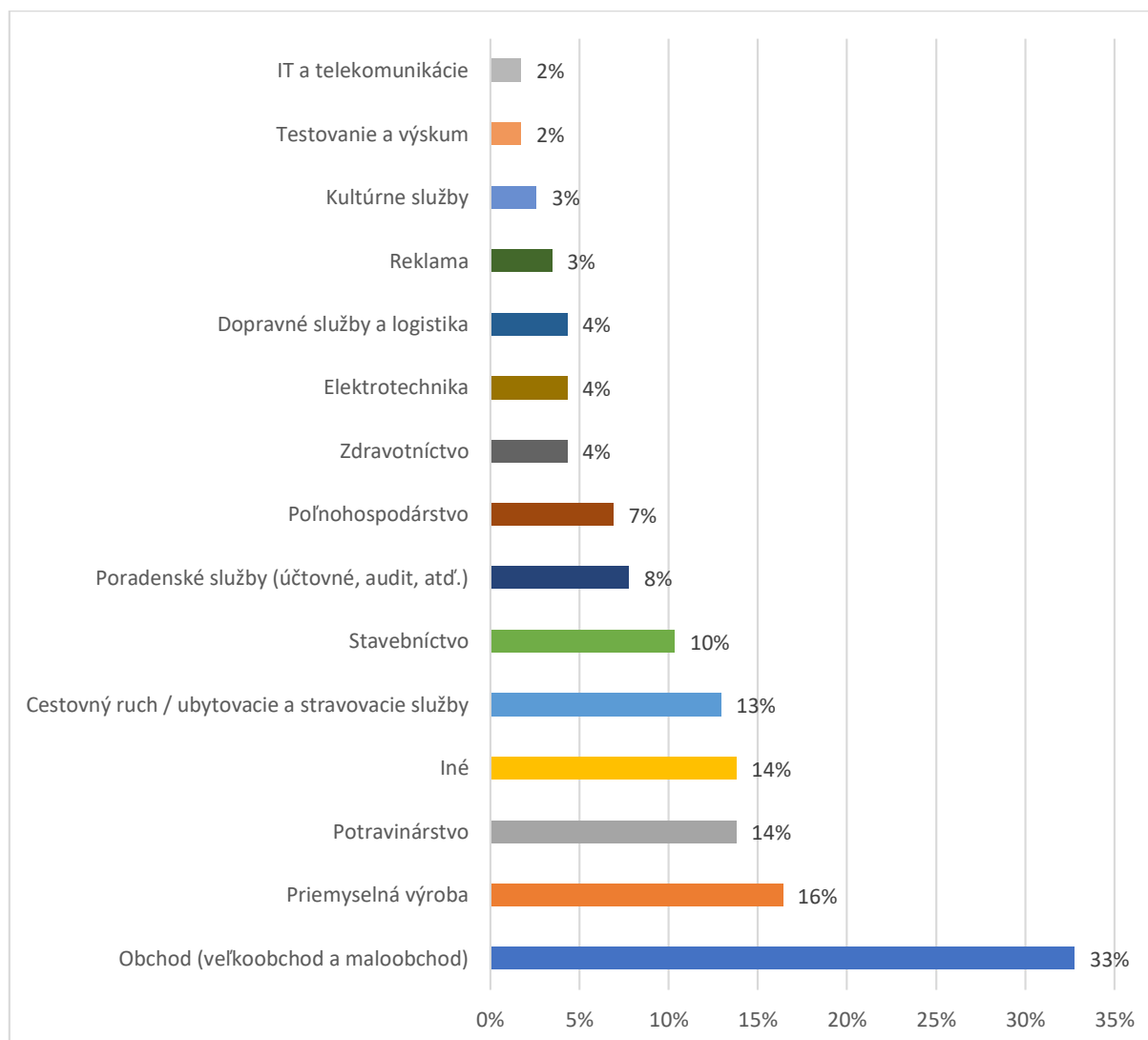
Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Je iba prirodzené, že najväčšie množstvo nových rodinných podnikov vzniklo v deväťdesiatych rokoch minulého storočia po zmene režimu, ale pozitívnym zistením je, že ani po roku 2000 záujem ľudí podnikat' a zakladať nové rodinné podniky výrazne neklesá.

Otázka 5. Uved'te oblasť podnikania

Podnikateľské subjekty, ktoré sú rodinnými podnikmi na Slovensku sa nachádzajú v rôznych ekonomických činnostiach a sú súčasťou všetkých subsektorov ekonomiky. Respondenti dotazníkového prieskumu boli najviac zastúpení v ekonomických činnostiach: veľkoobchod a maloobchod (33 %), priemyselná výroba (16 %), potravinárstvo (14 %), cestovný ruch – ubytovacie a stravovacie služby (13 %), stavebníctvo (10 %), poradenské služby (8 %) a poľnohospodárstvo (7 %).

Graf 6 Oblasť podnikania rodinného podniku



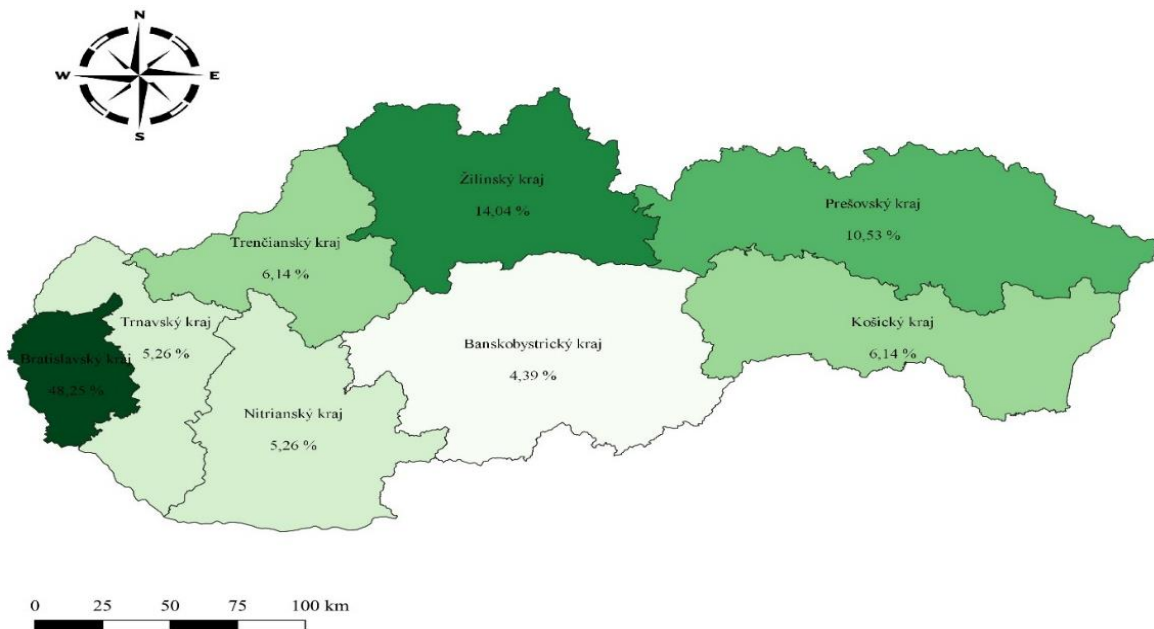
Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Nasledovali oblasti s menej ako 5 percentným zastúpením: zdravotníctvo, dopravné služby a logistika a elektrotechnika (zhodne po 4 %), reklama (3 %), kultúrne služby (3 %) a rovnako po 2 % informačno-komunikačné technológie (IT) a telekomunikácie a testovanie a výskum. Možnosť „inú hlavnú činnosť“ označilo 14 % dopytovaných rodinných podnikov a uviedli, že podnikajú v oblasti ako napríklad služby, výroba vína a destilátov, recyklácia, šport, organizácia kultúrnych a športových podujatí, strojárstvo, kadernícko-kozmetické služby, prenájom nehnuteľností, administratívne služby, dizajn, móda, pracovná zdravotná služba, výroba personalizovaných dekorácií a vzdelávanie. Hodnoty presahujú 100 %, pretože respondenti mali možnosť uviesť viac odpovedí. Napriek tomu, že Slovensko je prevažne priemyselnou krajinou, tak podnikanie vo výrobnom sektore je výrazne zastúpené skôr medzinárodnými firmami, lokálne a rodinné podniky sa venujú oveľa viac obchodu. Je to dané podstatne nižšími nárokmi na veľké investície (budovy a technológie). Súčasne je ale možné konštatovať, že významné podnikateľské subjekty vyžadujúce náročnejšie investície, budú dnes a v budúcnosti vznikať v menšom meradle. Existujúce rodinné podniky svoje zázemie budovali počas dvadsiatich rokov a viac a svoju dnešnú veľkosť dosiahli väčšinou genericky, nie akvizíciou. Ak sa dnes na Slovensku rozhodne niekto začať podnikáť v oblasti tradičného strojárstva, dá sa predpokladať, že svoj plán realizuje akvizíciou existujúcej spoločnosti. Na druhej strane, je tu veľký priestor pre vznik menších, na vstupnú investíciu nenáročných projektov v oblasti IT a inovácií, ktoré môžu hľadať svoje zázemie a kapacity v spolupráci s dnes vybudovanými tradičnými rodinnými podnikmi.

Otázka 6. Geografické pôsobisko rodinného podniku

Z regionálneho hľadiska boli rodinné podniky koncentrované predovšetkým na území Bratislavského kraja, kde pôsobí takmer polovica respondentov (48 %). Druhý najväčší podiel počtu rodinných podnikov dosiahol Žilinský kraj (14 %) nasledovali Prešovský kraj 11 %, Košický a Trenčiansky kraj – zhodne po 6%. Približne 5 %-né zastúpenie mali Trnavský kraj a Nitriansky kraj a najmenej rodinných firiem, ktoré sa zapojili do prieskumu, pôsobí v Banskobystrickom kraji (4 %).

Mapa 2 Geografické pôsobisko rodinného podniku

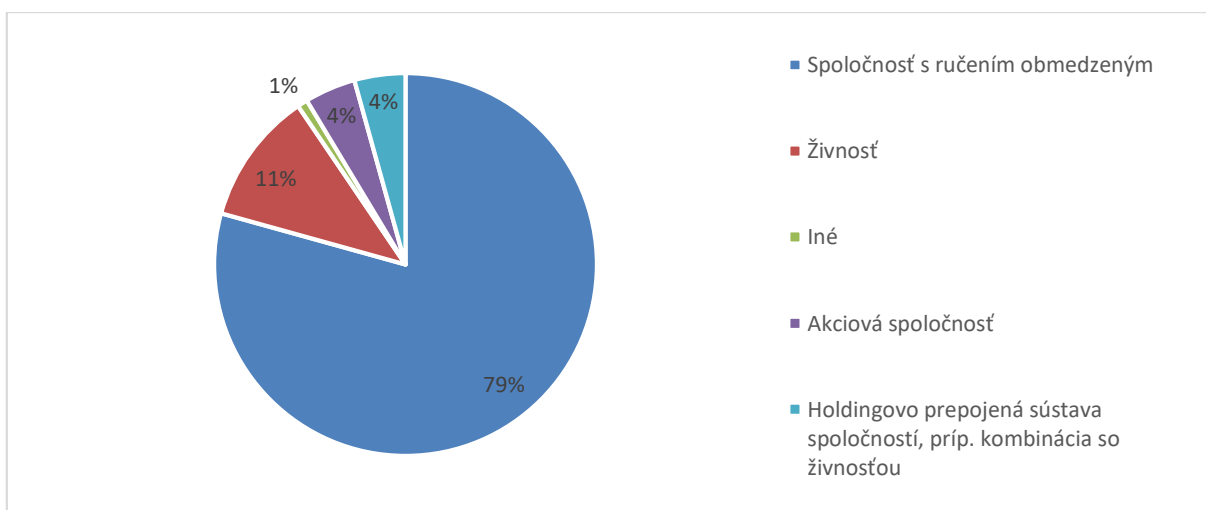


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 7. Právna forma rodinného podniku

V rámci prieskumu sme zisťovali aj právnu formu rodinných podnikov. Podľa odpovedí respondentov možno uviesť, že väčšina rodinných podnikateľských subjektov má založenú spoločnosť s ručením obmedzeným (79 %), 13 % podniká formou živnosti, nasledovali akciové spoločnosti a holdingové spoločnosti zhodne po 4 % a 1 % respondentov uviedlo, že podnikajú inou formou, ako boli zadefinované možnosti, a to ako nezisková spoločnosť.

Graf 7 Právna forma rodinného podniku

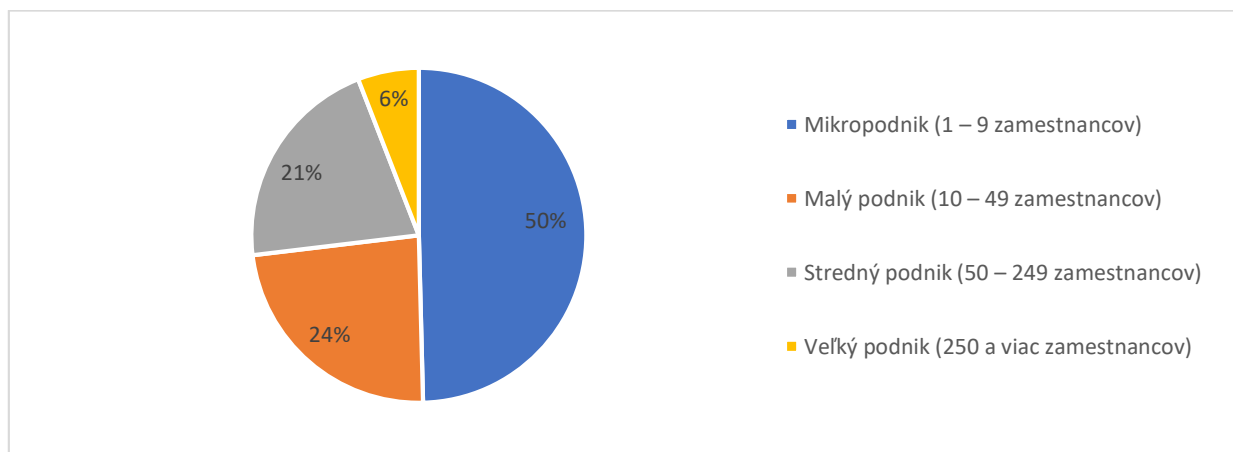


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 8. Veľkostná kategóriu rodinného podniku

Veľkosť rodinného podniku je tradične ovplyvnená veľkosťou samotnej zakladateľskej rodiny, jej finančnými možnosťami a aj ambíciou prerásť svoje tradičné zázemie. V tejto súvislosti je prirodzené, že menšie rodinné podniky budú tvorené takmer výlučne rodinami. Rodinní podnikatelia mali uviesť veľkostnú kategóriu ich rodinného podniku. Až 50 % našich respondentov sú mikropodniky s počtom zamestnancov do 9, 23 % respondentov sú malé rodinné podniky s počtom zamestnancov v rozmedzí 10 – 49 a až 21 % respondentov je zaradených do veľkostnej kategórie stredných podnikov do 249 zamestnancov. Prekvapivo až 6 % respondentov sú veľké podniky nad 250 zamestnancov. Doposiaľ sa slovenské výskumy rodinného podnikania zameriavali len na problematiku malých a stredných rodinných podnikov. Vzhľadom na to, že časť respondentov sa nachádza v skupine podnikov nad 250 zamestnancov a jedná sa o veľké rodinné spoločnosti, môžeme konštatovať, že výsledky sa týkajú všetkých rodinných podnikateľských subjektov, bez ohľadu na veľkostnú kategóriu, v ktorej sa nachádzajú. Zároveň realizovaný výskum potvrdil, že sa na Slovensku podobne ako v zahraničí vyskytujú už aj veľké rodinné podniky.

Graf 8 Veľkostná kategória rodinného podniku



Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Výskumná otázka 1 *Sú niektoré oblasti podnikania špecifické pre vybranú veľkostnú kategóriu rodinných podnikov?*

Tabuľka 6 Kontingenčná tabuľka Oblasť podnikania rodinných podnikov špecifické pre určitú veľkostnú kategóriu (v %)

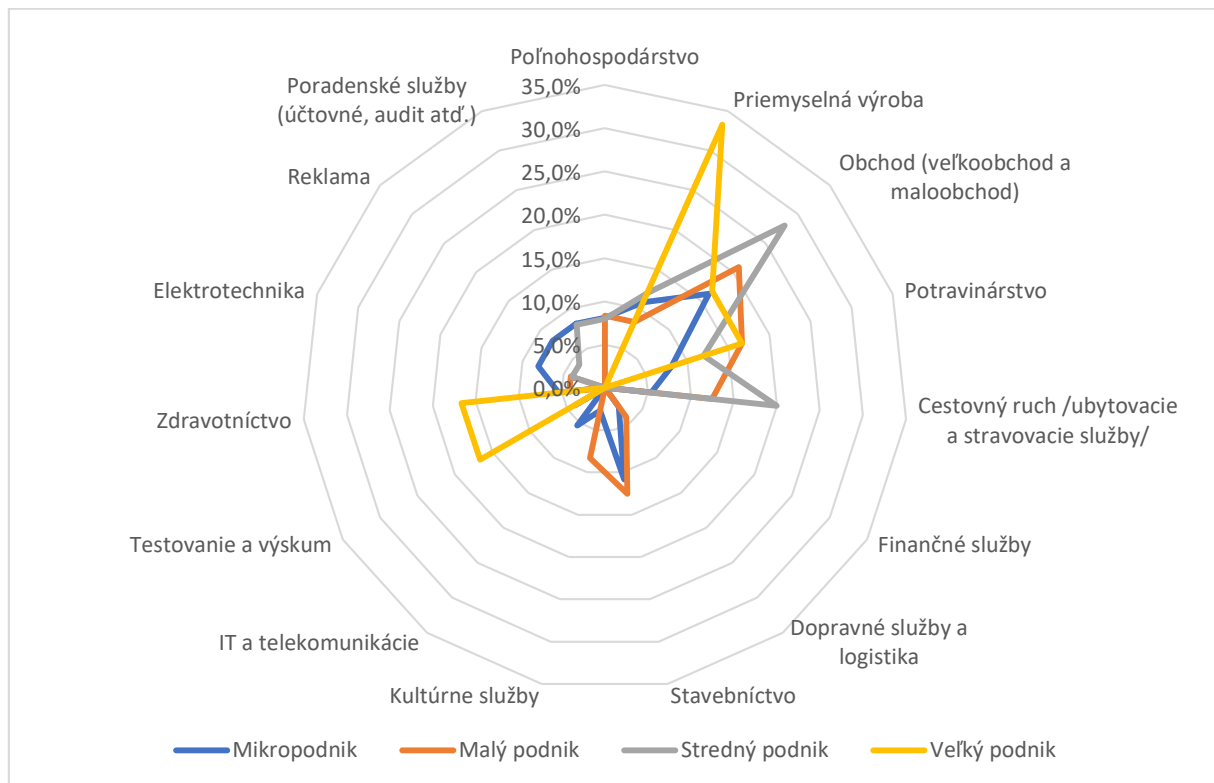
	Mikropodnik	Malý podnik	Stredný podnik	Veľký podnik	Celkom
Poľnohospodárstvo	8,1	8,3	8,0	0,0	7,6
Priemyselná výroba	10,8	8,3	12,0	33,3	12,0
Obchod (veľkoobchod a maloobchod)	16,2	20,8	28,0	16,7	20,7
Potravinárstvo	8,1	16,7	12,0	16,7	12,0
Cestovný ruch	5,4	12,5	20,0	0,0	10,9
Dopravné služby a logistika	2,7	4,2	0,0	0,0	2,2
Stavebníctvo	10,8	12,5	0,0	0,0	7,6
Kultúrne služby	2,7	8,3	0,0	0,0	3,3
IT a telekomunikácie	5,4	0,0	0,0	0,0	2,2
Testovanie a výskum	0,0	0,0	4,0	16,7	2,2
Zdravotníctvo	5,4	4,2	0,0	16,7	4,3
Elektrotechnika	8,1	4,2	4,0	0,0	5,4
Reklama	8,1	0,0	4,0	0,0	4,3
Poradenské služby (účtovné, audit atď.)	8,1	0,0	8,0	0,0	5,4
Celkom	45,8	23,4	24,2	6,7	100,0

Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Na základe výsledkov analýzy zobrazenej v kontingenčnej tabuľke 6 je možné konštatovať, že existujú špecifické oblasti podnikania, ktoré sú typické pre určitú veľkostnú kategóriu rodinných podnikov v rámci skúmanej vzorky respondentov. Mikro rodinné podniky sa vyskytujú najmä v obchode, priemyselnej výrobe a stavebníctve, ale pôsobia vo všetkých oblastiach približne okrem testovania a výskumu. Predpokladáme však, že v kontexte počtu zamestnancov to budú činnosti vykonávané s menšou kapacitou produkcie. U malých a stredných podnikov sú približne rovnaké relácie podielu ich zastúpenia podľa jednotlivých oblastí podnikania a tieto pôsobia najmä v oblastiach: veľkoobchod a maloobchod, cestovný ruch, potravinárstvo (napr. vinárstvo) a priemyselná výroba. Veľké rodinné podniky pôsobia najmä v priemyselnej výrobe, veľkoobchode a maloobchode, zdravotníctve a potravinárstve. Vysoké zastúpenie mali veľké podniky v činnostiach testovanie a výskum, ktoré sa u iných menších veľkostných kategórií rodinných podnikov nevyskytovali a zase naopak, veľké

rodinné podniky nepôsobia v oblasti cestovného ruchu, v ktorej naopak aktívne pôsobia malé a stredné rodinné podniky. Uvedené výsledky sú podrobne prezentované v nasledujúcom grafe.

Graf 9 Oblasti podnikania rodinných podnikov špecifické pre určitú veľkostnú kategóriu



Zdroj: vlastný výskum, 2020.

8.2 Prienik podnikania a rodiny u rodinných podnikov

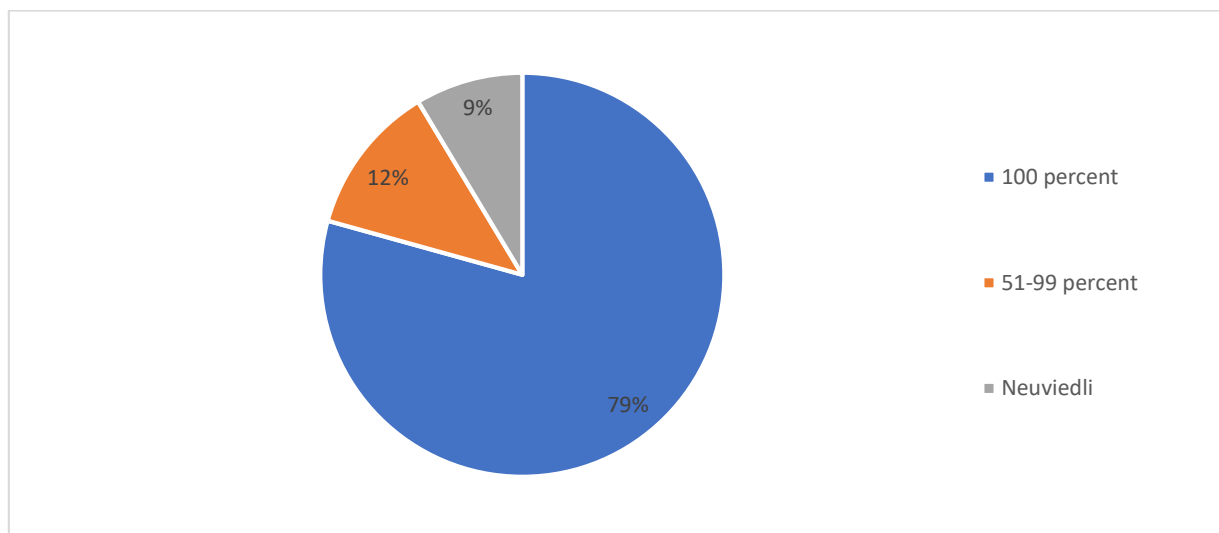
Otázka 9. Koľko percent rodinného podniku vlastní rodinní príslušníci

Z dôvodu, že jednou z podmienok navrhovanej definície rodinného podnikania je, že jeden člen, alebo viacerí členovia jednej rodiny, vlastní viacej ako 50 %-ný podiel, akcií alebo hlasov, opýtali sme sa respondentov, koľko percent rodinného podniku vlastní rodina. Otázka bola otvorená a rodinní podnikatelia mali možnosť uviesť hodnotu podielu. Keďže každý podnik uviedol iný podiel, roztriedili sme subjekty do určitých škál. Najvyššou zaznamenanou hodnotou je podiel 100 % podielu vlastníctva rodiny v podniku. U väčšiny respondentov (79 %) vlastní rodina 100 % podniku, vlastníctvo rodinného podniku v rozmedzí medzi 51 – 99 % akcií uviedlo 12 %. Iba 9 % respondentov neuviedlo podiel vlastníctva rodiny na podniku. Do budúcnosti však môže nastať situácia, kedy časť akcií/podielu rodinného podniku bude prevedená na iného spoločníka/manažéra, buď z dôvodu potreby dofinancovania, prípadne potreby finančnej motivácie manažéra, ktorý nie je členom rodiny, a ktorý môže do podniku

priniest potrebné know-how a skúsenosti potrebné pre jeho rast. V prípade, ak si rodina ponecháva majoritný podiel (nad 50 %), bude podnik stále považovaný za rodinný.

Očakávame, že záujem externých investorov o vstup do rodinných podnikov bude v budúcnosti rásť, či už sa bude jednať o klasickú akvizíciu, alebo záujem manažmentu vstúpiť aj do vlastníckych štruktúr.

Graf 10 Vlastníctvo rodinného podniku

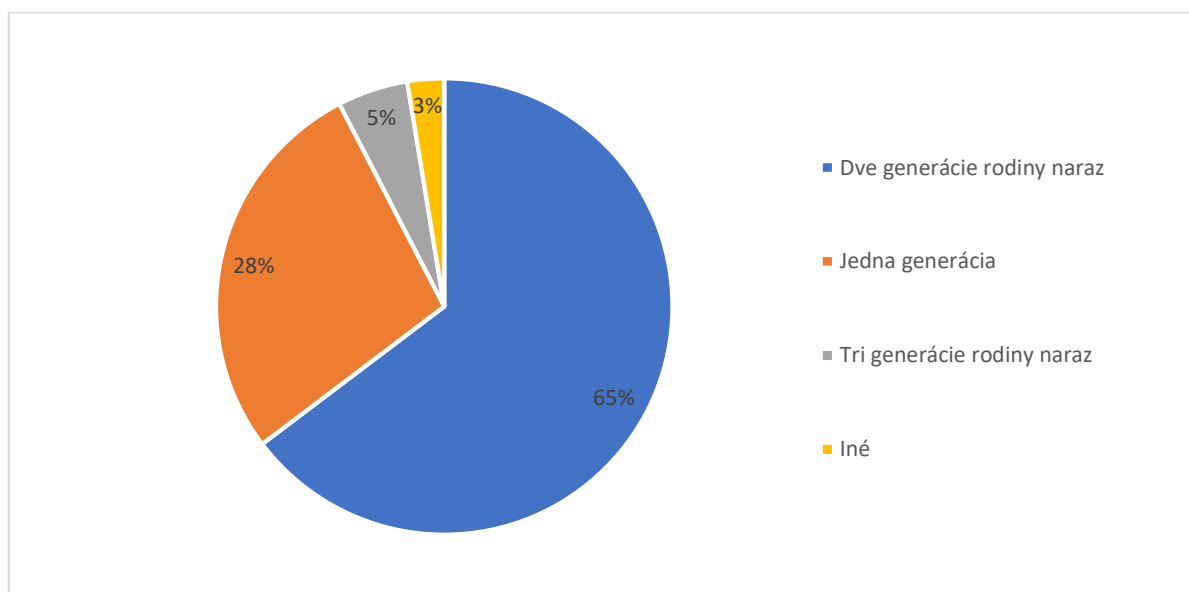


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 10. Koľko generácií rodiny pracuje v rodinnom podniku

Nakoľko pôsobenie viacerých generácií rodiny súbežne v podniku a zapájania mladých členov rodiny do podnikania je špecifikom práve u rodinných podnikov, zamerali sme sa na počet generácií, ktoré pôsobia v rodinnom podniku. Väčšina respondentov (65 %) uviedla, že v podniku pôsobia naraz dve generácie ich rodiny. Len jedna generácia zatiaľ pracuje v približne v jednej tretine dopytovaných rodinných podnikov, tri generácie rodiny u 5 % respondentov a možnosť „iné“ uviedli 3 % respondentov, pretože u nich nepracuje ani jedna generácia rodiny, podnik rodina iba vlastní. To, že pracujú v rodinnom podniku dve generácie rodiny neznamena, že aj riadenie je rozložené na obe generácie alebo viacerých členov rodiny. Z našich predchádzajúcich výskumov, ale aj iných výskumov realizovaných napríklad SBA (2018), je zjavné, že viac ako 70 % rodinných podnikov na Slovensku stále riadi prvá generácia. Výsledky tiež poukazujú na existenciu záujmu prvej generácie podeliť sa o svoje know-how s nastupujúcou generáciou, avšak otázne je, či je záujem novej generácie sa do rodinného podnikania reálne zapojiť.

Graf 11 Počet generácií momentálne pracujúcich v rodinnom podniku

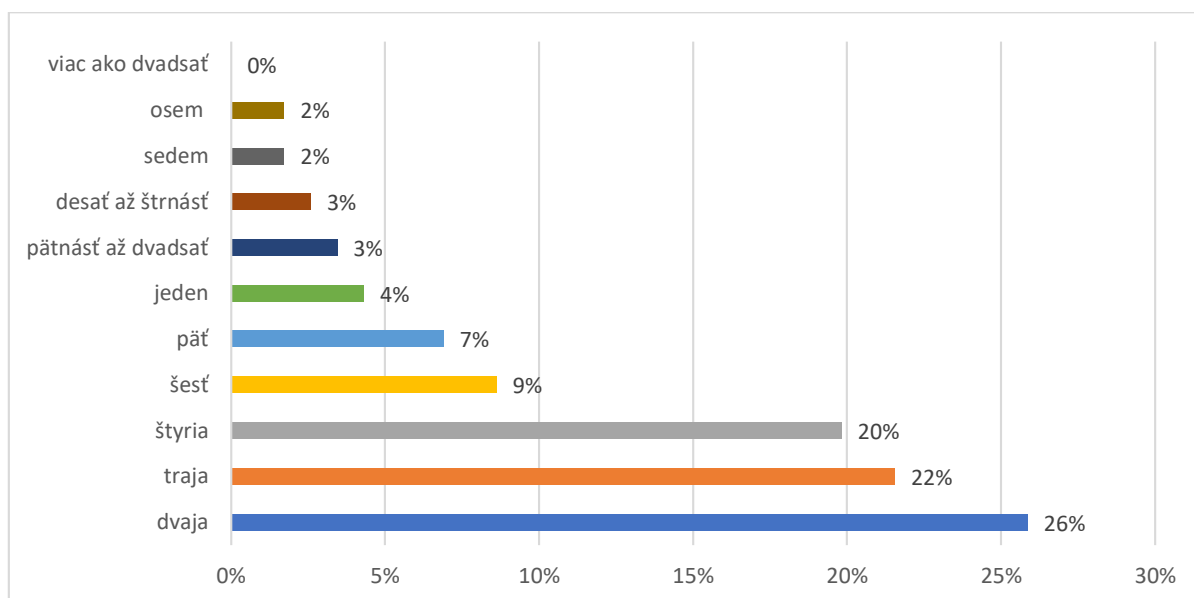


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 11. Rodinní pracovníci v podniku

Rodinný podnik je systém, ktorý zahŕňa rodinu, vlastníkov aj manažment a je typické, že v jednom podniku pracujú viacerí členovia rodiny naraz. Preto sme sa v ďalšej otázke zamerali na zistenie, koľko členov rodiny pracuje spolu v rodinných podnikoch zapojených do prieskumu. Nakoľko v každej rodine pracuje iný počet rodinných príslušníkov, roztriedili sme odpovede respondentov do určitých škál. Najväčšie zastúpenie majú rodinné podniky, kde pracujú dvaja členovia rodiny (26 %), ďalej sú to podniky z tromi členmi rodiny (22 %) a podniky so štyrmi členmi rodiny v podniku (20 %). U 9 % respondentov pracujú v podniku naraz šiesti členovia rodiny a v 7 % prípadov päť členov rodiny. Len u 4 % rodinných podnikov pracuje vo firme jeden člen rodiny. Tu predpokladáme, že iný člen alebo členovia podnikateľovi vypomáhajú alebo spolu s ním vlastní rodinný podnik. Zhodne u 3 % respondentov pracuje spolu 10 – 14 alebo 15 – 20 rodinných pracovníkov. U 2 % respondentov pracujú spolu siedmi alebo ôsmi členovia jednej rodiny. Viac ako 20 členov rodiny nepracuje ani v jednom z dopytovaných rodinných podnikov. Trend zamestnávania rodinných príslušníkov v rodinnom podnikaní je prejavom určitej miery solidarity zakladateľov s ostatnými rodinnými príslušníkmi. Samozrejme, je zřejmé, že sa podnikania nezúčastňuje len „priama“ rodina zakladateľov, ale aj súrodenci a širšia rodina. Predpokladáme, že faktor solidarity bude fungovať aj naďalej, ale bude vo vyššej miere limitovaný aj výkonom daného rodinného príslušníka.

Graf 12 Počet rodinných pracovníkov v rodinnom podniku

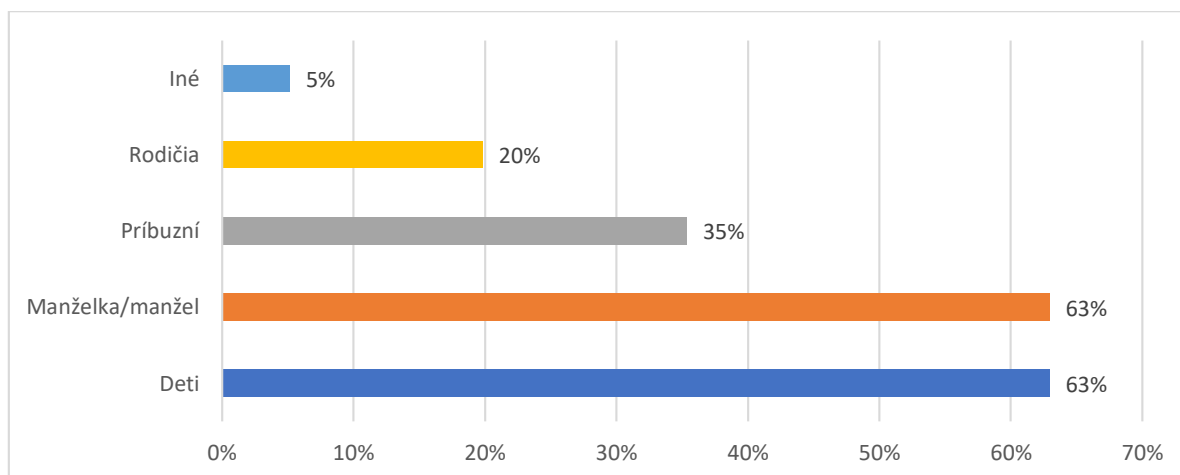


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 12. Osoby z rodiny, ktoré spolupracujú v rodinnom podniku

V súvislosti s tvrdením, že v rodinných podnikoch pracujú viacerí členovia jednej rodiny, zamerali sme sa na zistenie, ktoré konkrétne osoby z rodiny to sú. Manžel/manželka a deti sú najfrekvencovanejšími odpoveďami na uvedenú otázku a tieto dve skupiny členov rodiny dosiahli zhodne 63 %-ný podiel. V 35 % spolu pracujú majiteľ a príbuzní a u 20 % respondentov rodičia. U 5 % rodinných podnikov, ktorí označili možnosť „iné“, pracujú s majiteľom zať, partner, súrodenci, alebo bratranec/sesternica. Hodnoty presahujú 100 %, pretože respondenti mali možnosť uviesť viac odpovedí.

Graf 13 Členovia rodiny pracujúci v rodinnom podniku



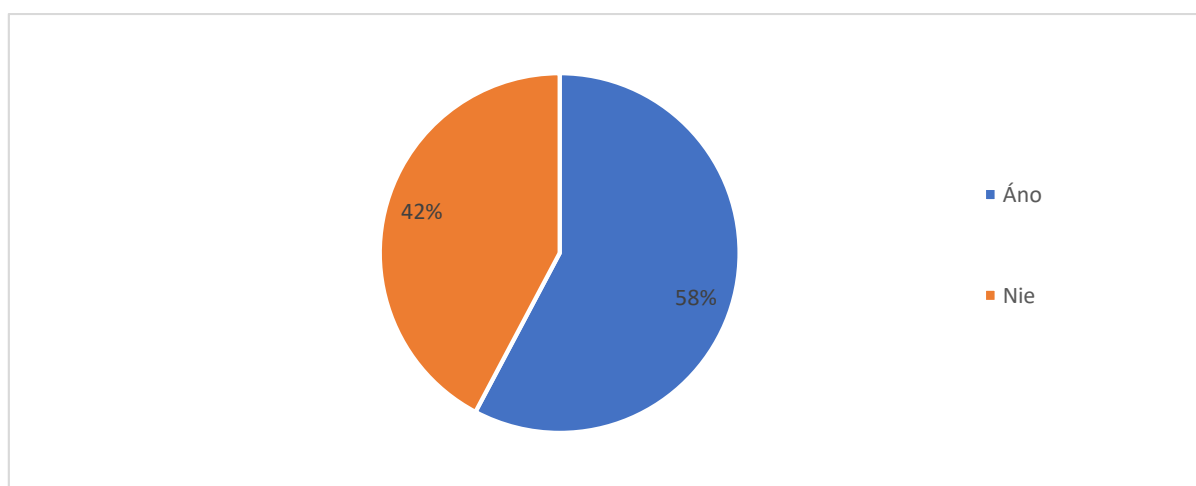
Zdroj: vlastný výskum, 2020.

8.3 Špecifická problematika rodinného podnikania

Otázka 13. Vyriešená otázka nástupníctva v rodinnom podniku

Nakoľko je plánovanie nástupníctva základným článkom zodpovedného riadenia v rodinnom podniku a vopred pripravený nástupnícky plán je najúčinnjším prostriedkom zabezpečujúcim prežitie, rozvoj, ale aj kontinuitu rodinných podnikov, pýtali sme sa respondentov, či majú premyslené, kto po nich prevezme podnik. Väčšina rodinných podnikov má už otázku prevzatia rodinného podniku vyriešenú alebo ju práve rieši (58 %).

Graf 14 Vyriešená otázka nástupníctva v rodinnom podniku



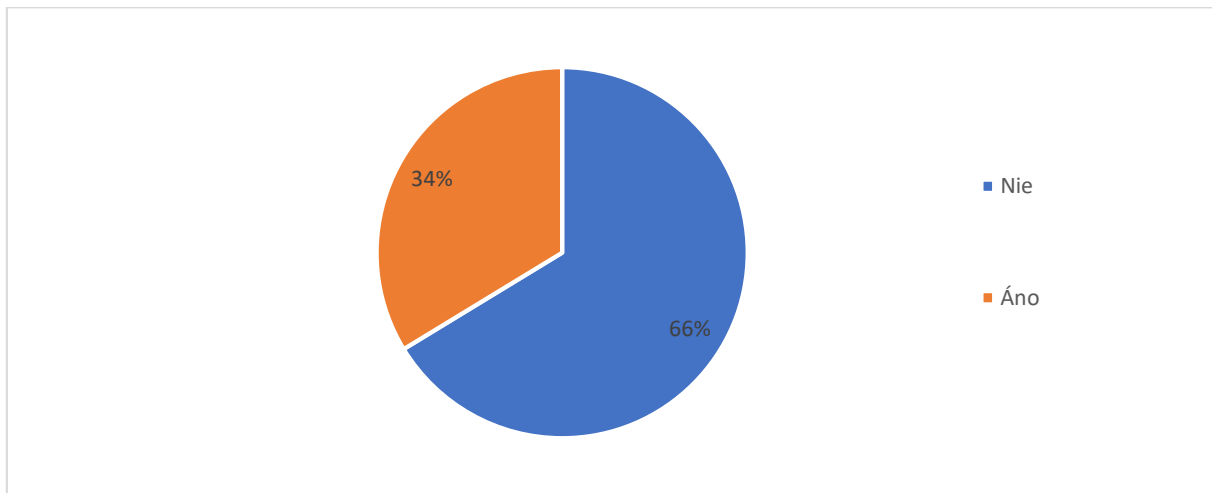
Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Zvyšných 42 % respondentov túto otázku nemá zodpovedanú, tých sme sa následne pýtali, z akého dôvodu. Rodinní podnikatelia uvádzali najčastejšie ako dôvod, že tak neurobili, pretože to nepovažujú za dôležité, stále sa cítia mladí z pohľadu veku, prípadne majú maloleté deti. Prípadne, že sú už z druhej generácie, a teda generačný prechod v rodinnom podniku už prebehol a v súčasnosti nie je nutné riešiť otázku nástupníctva. Ďalej boli často uvádzané odpovede, že deti majú iné plány na budúcnosti, prípadne o takýto typ podnikania nejavia záujem, z dôvodu, že sa jedná o špecifické povolanie. Niektorí respondenti zvažujú, aké by bolo najlepšie riešenie z dôvodu, že majú viacej potomkov a zatiaľ nie sú rozhodnutí, ktorý je vhodný na prevzatie podniku. Problémom rodinných podnikateľov je, že sa téme nástupníctva nevenujú včas a tento proces nie je dostatočne naplánovaný. Následne, v prípade potreby sa snažia tento proces vyriešiť v zhone a pomerne narýchlo. Zároveň, málo podnikateľov rozlišuje pojmy „majetkové nástupníctvo“ a „manažérske nástupníctvo“. Tieto dve témy sú síce navzájom previazané, ale viacero záležitostí sa v nich rieši separátne.

Otázka 14. Zvažovanie predat' rodinný podnik firmy strategickému investorovi v prípade neexistencie vhodného nástupcu

Pri respondentoch, ktorí uviedli, že nemajú nástupcu z rodiny, sme zisťovali, či by zvažovali možnosť odpredaja rodinného podniku investorovi. Pozitívnym zistením je, že napriek tomu že rodinné podniky zatiaľ nemajú nástupcu, až 66 % neuvažuje o odpredaji strategickému investorovi. Len niečo viac ako tretina (34 %) rodinných podnikov by túto možnosť zvážila. Zo zahraničných skúseností je ale zrejmé, že tento trend bude ustupovať, v závislosti, ako bude rodina objavovať problematiku nástupníctva a svoje limity či príležitosti v druhej generácii. Potom očakávame, že sa táto relácia podielu zmení v prospech predaja.

Graf 15 Predaj rodinného podniku strategickému investorovi v prípade neexistencie nástupcu



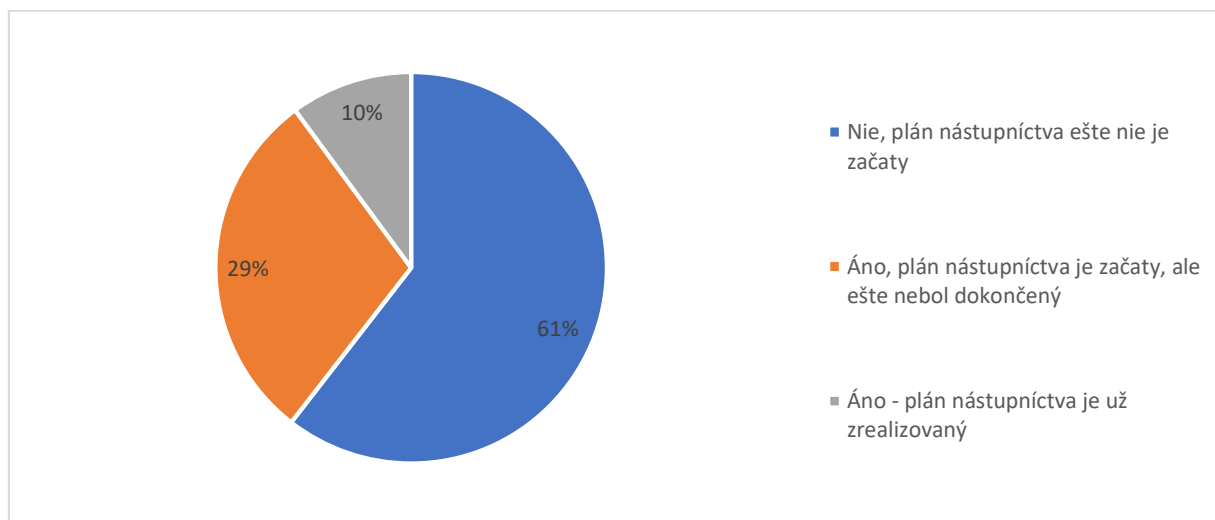
Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 15. Štádium nástupníckého procesu

Pripravený nástupnícky plán je najúčinnším prostriedkom zabezpečujúcim prežitie, rozvoj, ale aj kontinuitu rodinných podnikov. Proces nástupníctva, teda prechod podniku na mladšiu generáciu, si vyžaduje dokonale pripravený a hlavne, v časovom predstihu vytvorený, nástupnícky plán, preto sme sa rodinných podnikateľov pýtali, v akom štádiu je ich nástupnícky proces. Viac ako polovica respondentov (61 %) nemá ešte v súčasnom období začatý proces nástupníctva. Kladne na položenú otázku z tejto problematiky odpovedalo 39 % rodinných podnikateľov, z ktorých u 29 % bol proces už začatý, avšak nebol stále dokončený. U 10 % týchto subjektov už bol dokonca úspešne zrealizovaný. Väčšina slovenských rodinných firiem a ich vlastníkov sa v súčasnosti problematikou nástupníctva ešte len začína zaoberať.

Práve v tejto súvislosti je potrebné poradenstvo pre rodinné podniky v oblasti nástupníctva, oceňovania a prevodu rodinného podniku.

Graf 16 Štádium nástupníckého procesu



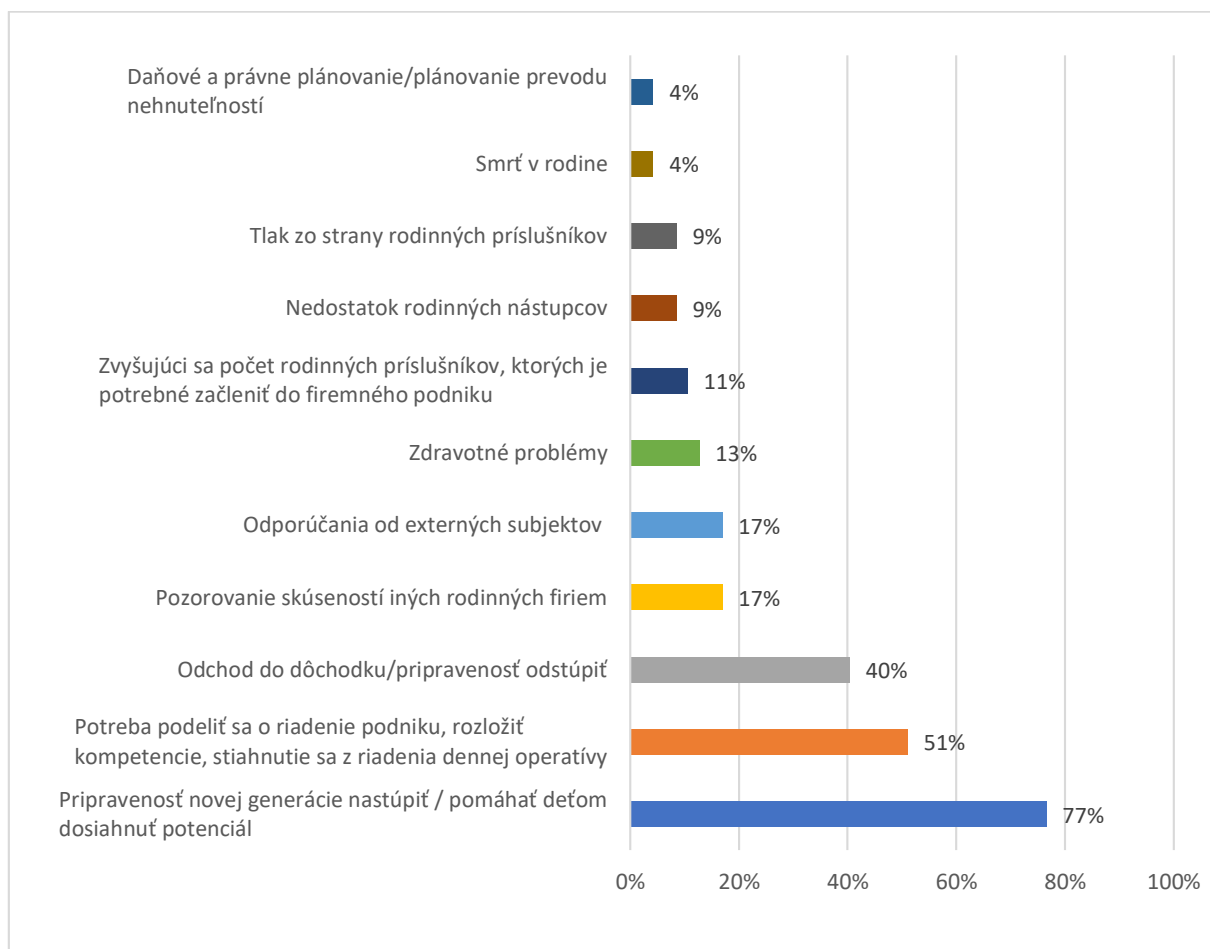
Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 15A. Hlavné aspekty pri realizácii plánovania nástupníctva

V prípade, že podnikatelia odpovedali kladne na otázku, či majú nástupnícky plán začatý alebo zrealizovaný, bolo ďalším krokom zistenie, aké mali hlavné motívy na spustenie tohto procesu.

Najviac respondentov označilo možnosť, že tento proces spustila „pripravenosť novej generácie nastúpiť, prípadne snaha zakladateľov pomáhať deťom dosiahnuť potenciál“ (77 %). Nasledovala možnosť „potreba zakladateľov podeliť sa o riadenie podniku, rozložiť kompetencie, stiahnutie sa zakladateľa z riadenia dennej operatívy“ (51 %) a tretím najfrekvencovanejším aspektom bola „pripravenosť zakladateľa odstúpiť a jeho odchod do dôchodku“. Ďalšími aspektami tohoto rozhodnutia boli „pozorovanie skúseností iných rodinných firiem, odporúčania od externých subjektov napr. poradenských firiem“ (zhodne po 17 %), „zdravotné problémy zakladateľa“ (13 %), „zvyšujúci sa počet rodinných príslušníkov, ktorých je potrebné začleniť do firemného podniku“ (11 %). Nasledovali možnosti „tlak zo strany rodinných príslušníkov“ a „nedostatok rodinných nástupcov“ (rovnako po 9 %). Možnosti „smrť v rodine“ a „daňové a právne plánovanie“ (ako napríklad plánovanie prevodu nehnuteľností), boli dôvody pre plánovanie nástupníctva u 4 % rodinných podnikov. U žiadneho z dopytovaných rodinných podnikov nebol dôvodom riešenia nástupníctva „rozvod v rodine“. Hodnoty presahujú 100 %, pretože respondenti mali možnosť uviesť viac odpovedí.

Graf 17 Dôvody realizácie plánovania nástupníctva



Zdroj: vlastný výskum, 2020.

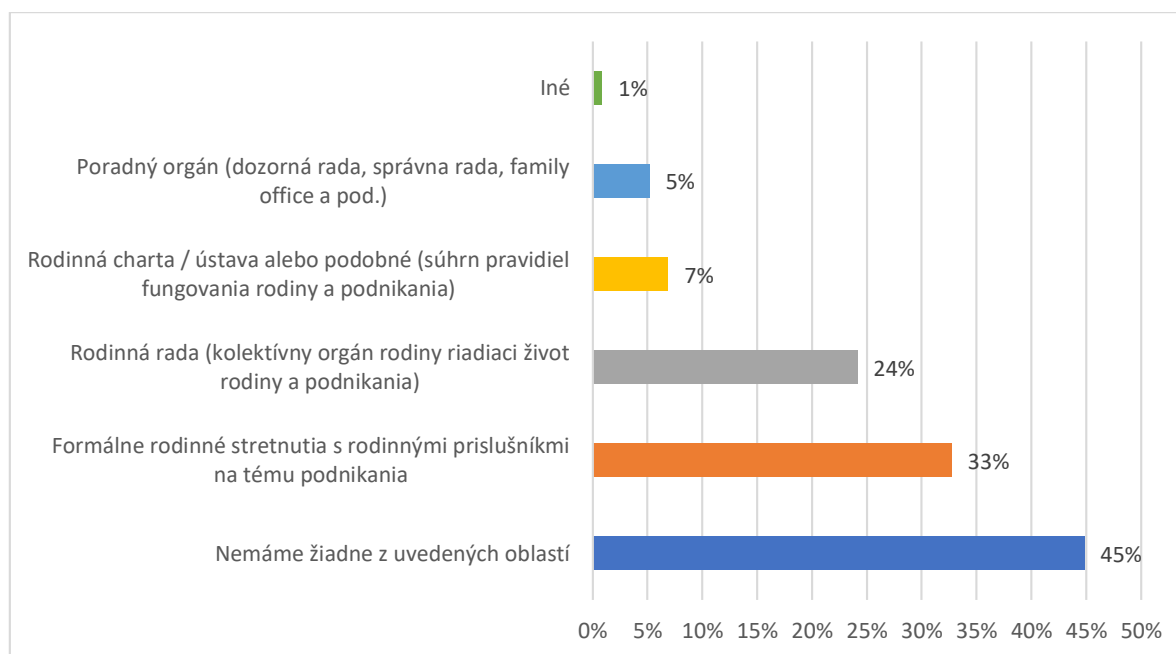
Potreba riešenia nástupníctva v podniku je ovplyvnená aj existenciou druhej generácie v rámci rodinného podniku. Záujem riešiť nástupníctvo v prípade druhej generácie, je zrejmy vo firmách, kde táto generácia už pôsobí. Do istej miery sa jedná aj o záujem vysporiadať si vzťahy za života zakladateľov tak, aby po ich odchode už boli pravidlá jasne nastavené a neohrozil sa tým chod podniku. Tam, kde sú v podnikaní zainteresovaní výlučne rodičia, je, samozrejme, iniciátorom zmeny zakladateľ, ktorý hľadá možnosti svojho odchodu a skúma dopady na rodinu ako aj rodinný podnik.

Otázka 16. Existencia formálneho rodinného stretnutia, rodinnej rady, rodinnej charty alebo poradného orgánu v rodinnom podniku

V šestnástej otázke sme sa zamerali na existenciu typických „rodinných“ inštitútov v rodinných podnikoch. Formálne rodinné stretnutia s rodinnými príslušníkmi na tému podnikania realizuje 33 % rodinných podnikov, rodinnú radu (kolektívny orgán rodiny riadiaci

život rodiny a podnikanie) má zriadenú 24 % rodinných podnikov a rodinnú chartu/ústavu alebo podobnú formu (súhrn pravidiel fungovania rodiny a podnikania) má vypracovaných len 7 % rodinných podnikov. Poradný orgán (ako napr. dozorná rada, správna rada, family office a podobne) využíva len 5 % týchto podnikov. Prekvapivé zistenie bolo, že skoro polovica rodinných podnikov (45 %) nereflektuje žiadnu z ponúkaných možností v dotazníku. 1 % respondentov uviedlo možnosť „iné“ a vysvetlilo, že riešia každodenné záležitosti spojené s podnikaním priebežne, ale nevykazujú žiadnu z ponúkaných možností dotazníka. Hodnoty presahujú 100 %, pretože respondenti mali možnosť uviesť viac odpovedí. Toto zistenie súvisí s určitou ľahostajnosťou v prístupe k procesu nástupníctva a spravovania rodinného majetku a podniku. Taktiež si rodinní podnikatelia často neuvedomujú, že treba oddeliť každodenné stretnutia o bežnej operatívne od strategických stretnutí o budúcnosti a rozvoji rodinného podniku.

Graf 18 Existencia formálneho rodinného stretnutia, rodinnej rady, rodinnej charty alebo poradného orgánu v organizácii v rodinnom podniku



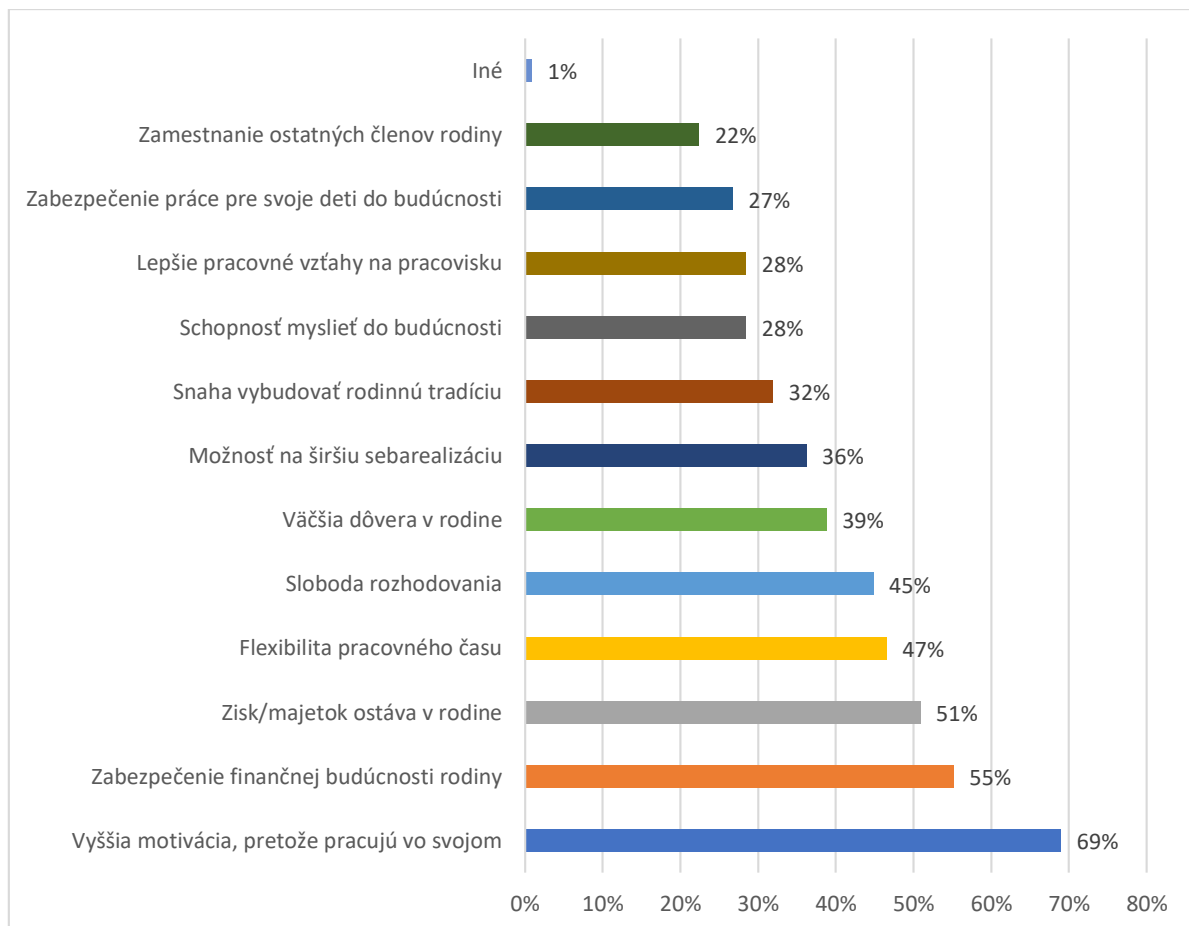
Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 17. Výhody rodinného podnikania

Výhody pre založenie rodinných podnikov sú zadefinované domácimi aj zahraničnými autormi a v tejto súvislosti nás v prieskume zaujímalo vnímanie výhod rodinného podnikania z pohľadu slovenských rodinných podnikateľov. Medzi najväčšie výhody patria z pohľadu respondentov: vyššia motivácia, pretože pracujú vo svojom (69 %), zabezpečenie finančnej

budúcnosti rodiny (55 %), dôvod, že zisk/majetok ostáva v rodine (51 %), vyššia flexibilita pracovného času (47 %), sloboda rozhodovania (45 %) a väčšia dôvera v rodine (39 %). Ďalšie výhody, ktoré uviedli respondenti, boli tieto: možnosť na širšiu sebarealizáciu (36 %), snaha o vybudovanie rodinnej tradície (32 %), schopnosť myslieť do budúcnosti (28 %), lepšie vzťahy na pracovisku (28 %), zabezpečenie práce pre svoje deti do budúcnosti (27 %) a zamestnanie ostatných členov rodiny (22 %). Medzi iné výhody uviedlo 1 % respondentov, že rodinné firmy sa orientujú na kvalitu alebo, že majiteľ má možnosť vychovávať a vyberať nástupcu od útleho veku a tiež, že nástupca má aj nefinančný záujem na pôsobení v spoločnosti. Hodnoty presahujú 100 %, pretože respondenti mali možnosť uviesť viac odpovedí. Tak, ako sme už uviedli, hlavným dôvodom pre rozvoj rodinného podnikania nemusí byť nevyhnutne zisk. Primárne ide o realizáciu zámeru a naplnenie vlastných ambícií rodinného podnikateľa. U rodinných podnikateľov je dôležitejšia ambícia niečo budovať, ako cieľ generovať vysoké zisky. Samozrejme, pre zachovanie existencie rodinného podniku je zisk dôležitý, ale nie je prvoradý. Iná situácia nastane po príchode druhej, popriprade ďalších generácií.

Graf 19 Výhody rodinného podnikania

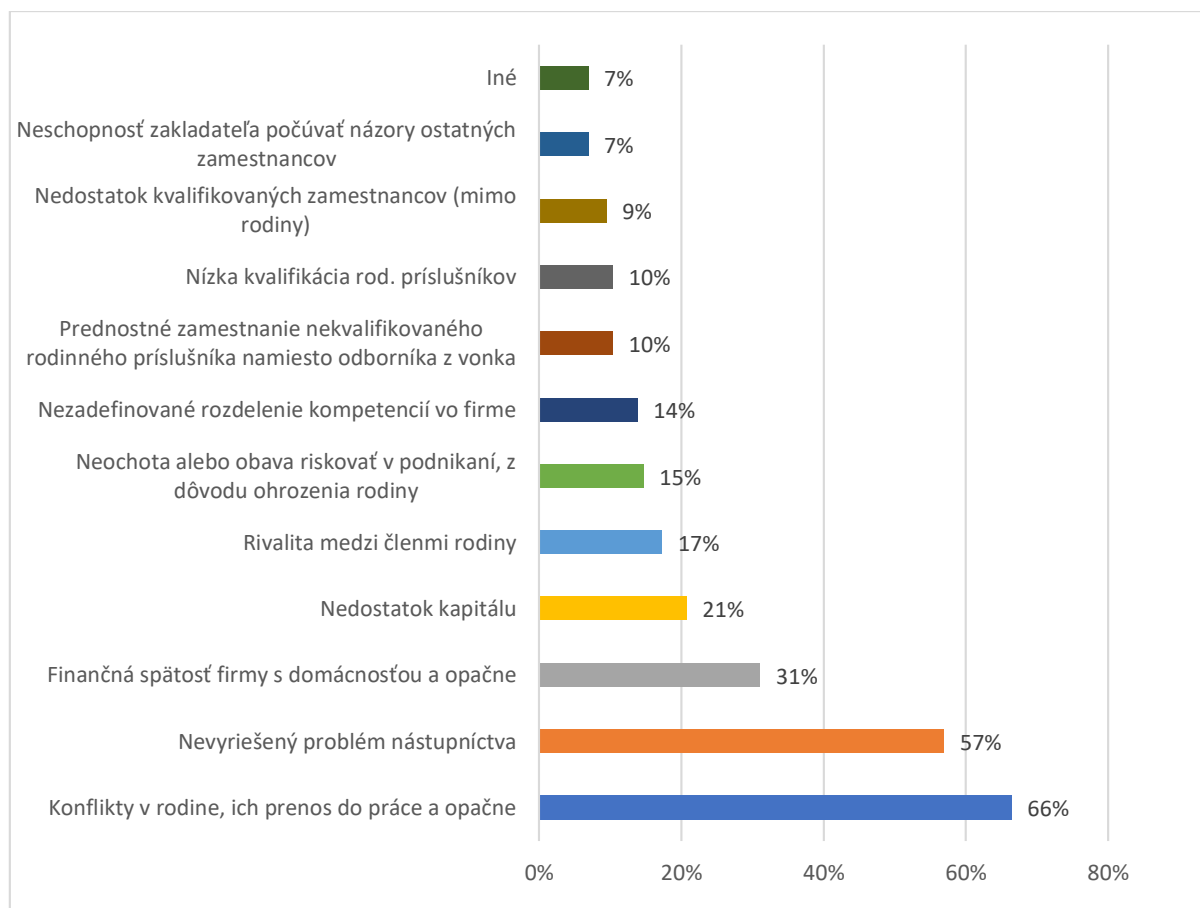


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 18. Nevýhody rodinného podnikania

Okrem výhod rodinného podnikania pre podnikateľov a ich rodiny sú často diskutovanou témou aj nevýhody plynúce z tohto špecifického typu podnikania. Medzi tieto nesporne patria najčastejšie podnikateľmi uvádzané: často vznikajúce konflikty v rodine, ich prenos do práce a opačne (66 %), stále nevyriešený problém nástupníctva (57 %), finančná spätosť firmy s domácnosťou a opačne (31 %), nedostatok kapitálu (21 %), existencia rivality medzi členmi rodiny (17 %). Menej častými nevýhodami sú neochota alebo obava riskovať v podnikaní z dôvodu ohrozenia rodiny (15 %), nezadefinované rozdelenie kompetencií vo firme (14 %). V oblasti kvalifikovanej pracovnej sily podnikateľa vnímajú 3 typy nevýhod – prednostné zamestnanie nekvalifikovaného rodinného príslušníka namiesto odborníka zvonku (10 %), nízka kvalifikácia rodinných príslušníkov (10 %) a nedostatok kvalifikovaných zamestnancov (mimo rodiny, 9 %). V súvislosti, že väčšina respondentov je zároveň aj zakladateľmi najmenej respondentov sa vyjadrilo, že nevýhodou rodinného podnikania je neschopnosť zakladateľa počúvať názory ostatných zamestnancov (7 %).

Graf 20 Nevýhody rodinného podnikania



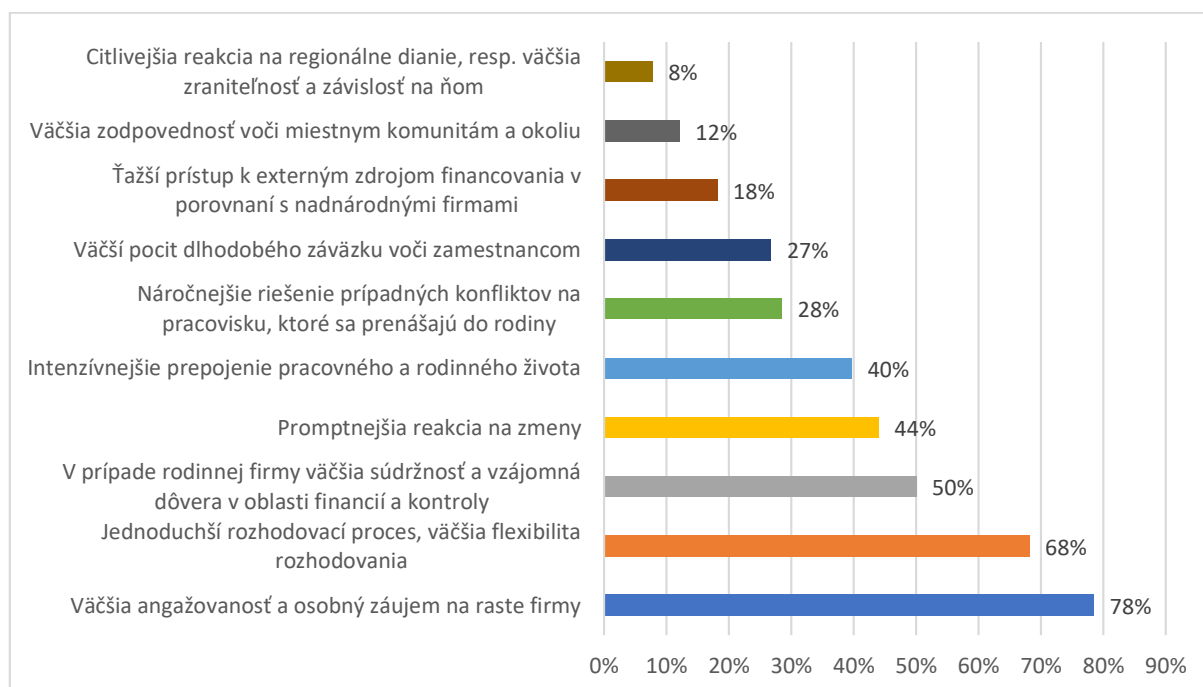
Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Zhodne 7 % respondentov uviedlo, že nevidia žiadne nevýhody, alebo vidia iné, ako si mali možnosť vybrať. Medzi tieto patria napríklad skutočnosť, že nie je ľahké sa naučiť objektívne hodnotiť vlastné dieťa a naopak dospelé dieťa svojho rodiča, pracovná doba je zväčša viac ako 8 hodín a vzniká riziko workoholizmu, respondent je raz šéfom firmy a potom rokuje ako spoločník, alebo fakt, že napriek vzťahu pracovnému je tam stále aj vzťah otca a detí. Hodnoty presahujú 100 %, pretože respondenti mali možnosť uviesť viac odpovedí. Vo všeobecnosti, nevýhody rodinného podnikania často úzko súvisia s kvalitou rodinného podniku a s jeho „vekom“.

Otázka 19. Odlišnosť rodinnej firmy od iných typov podnikania

Rodinní podnikatelia mali možnosť vyjadrenia sa ak k otázke odlišnosti rodinného podniku od iných typov podnikania.

Graf 21 Rozdielnosti medzi rodinným podnikom a iným typom podnikov



Zdroj: vlastný výskum, 2020.

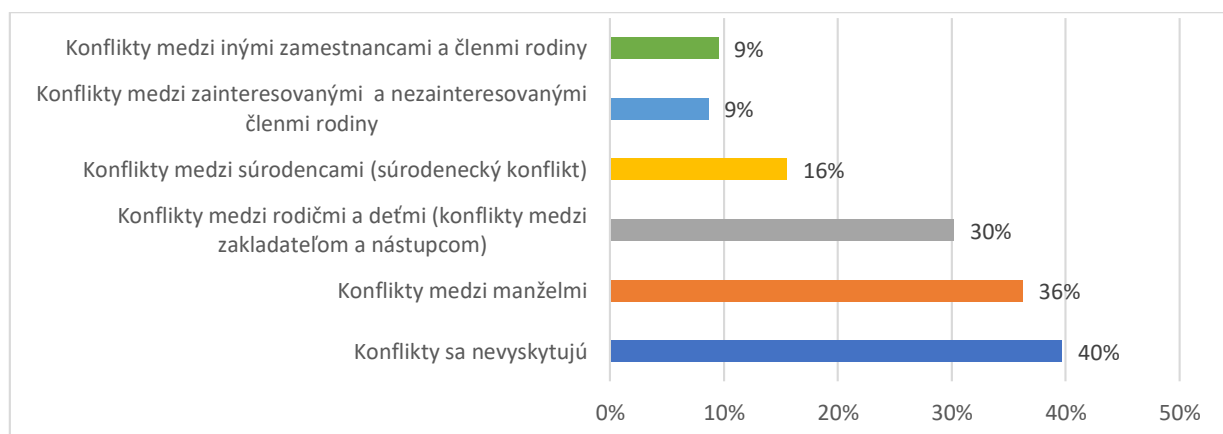
Podľa frekvencie odpovedí je zjavné, že podnikatelia vnímajú tieto rozdiely a medzi najviac označovanými možnosťami sa nachádzali možnosti „väčšia angažovanosť a osobný záujem na raste firmy“ (78 %), „jednoduchší rozhodovací proces, väčšia flexibilita rozhodovania“ (68 %), v prípade rodinnej firmy „väčšia súdržnosť a vzájomná dôvera v oblasti financií a kontroly“ (50 %), „promptnejšia reakcia na zmeny“ (44 %), „intenzívnejšie

prepojenie pracovného a rodinného života“ (40 %), „náročnejšie riešenie prípadných konfliktov na pracovisku, ktoré sa prenášajú do vnútra rodiny“ (28 %) a „väčší pocit dlhodobého záväzku voči zamestnancom“ (27 %). Rodinní podnikatelia majú pocit, že im je odopretý prístup k externým zdrojom financovania, v porovnaní s nadnárodnými firmami (18 %). Uvedli aj, že majú väčšiu zodpovednosť voči miestnym komunitám a okoliu (12 %) a citlivejšie reakcie na regionálne dianie, resp. väčšia zraniteľnosť a závislosť na ňom (8 %). Hodnoty presahujú 100 %, pretože respondenti mali možnosť uviesť viac odpovedí. Výsledky odpovedí respondentov korešpondujú s výsledkami prieskumov realizovaných autorkou monografie, v spolupráci s poradenskou spoločnosťou PWC v rokoch 2013 a 2014.

Otázka 20. Konflikty v rodinnom podniku

Rodinné podniky sa javia ako zložité systémy prepojenia rodinného a pracovného života podnikateľov a členov rodiny a v tejto súvislosti vznikajú rôzne typy konfliktov spojených s riadením a fungovaním podnikania. Najvýraznejšie sú konflikty medzi manželmi (36 %), konflikty medzi rodičmi a deťmi (resp. konflikty medzi zakladateľom a nástupcom, 30 %) a konflikty medzi súrodencami (súrodenecký konflikt, 16 %). Zhodne po 9 % respondentov uviedlo, že v ich podniku vznikajú konflikty medzi zainteresovanými (členovia rodiny, ktorí majú podiel vo firme, alebo sa podieľajú na riadení firmy) a nezainteresovanými členmi rodiny (rodinní príslušníci, ktorí nemajú podiel vo firme ani sa nepodieľajú na riadení firmy) a konflikty medzi inými zamestnancami a členmi rodiny. Až 40 % rodinných podnikov uviedlo, že konflikty sa v ich podniku nevyskytujú pričom uviedli, že prípadné nezhody nevnímajú ako konflikt a snažia sa ich riešiť v rámci diskusie. Hodnoty presahujú 100 %, pretože respondenti mali možnosť uviesť viac odpovedí.

Graf 22 Konflikty v rodinnom podniku



Zdroj: vlastný výskum, 2020.

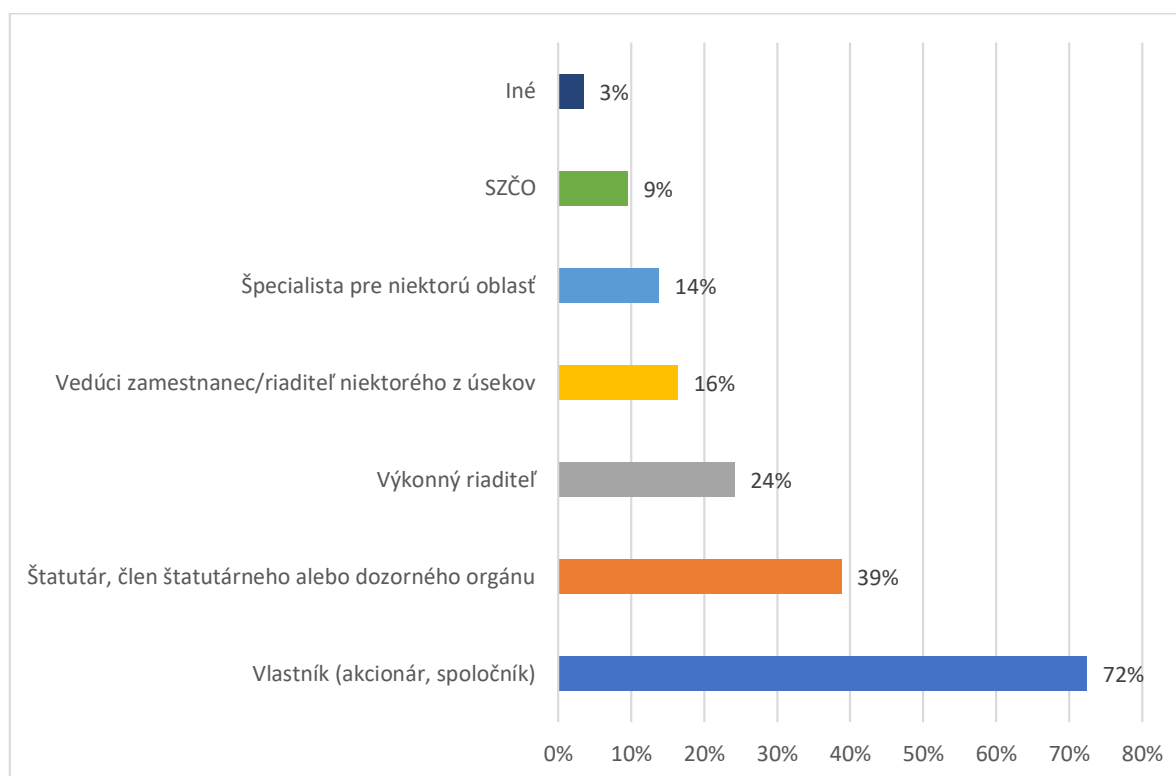
Spoločným znakom vzniku konfliktov v rodinných podnikoch býva nerozlišovanie rolí majiteľa, manažera a člena rodiny. Podnikatelia sa často nevedia objektívne pozrieť na určité situácie a uvedomiť si, kedy jednájú z pozície vlastníka, kedy z pozície nadriadeného, či podriadeného v rámci manažmentu a kedy majú možnosť sa k veciam vyjadriť z pozície člena rodiny.

8.4 Oblasti riadenia a organizácie rodinného podniku

Otázka 21. Rola respondenta v rodinnom podniku

V nasledujúcej otázke sme zisťovali, aké roly zastávajú respondenti v rodinnom podniku. Dve tretiny respondentov sú vlastníci buď ako akcionári alebo spoločníci (72 %), ďalej pôsobia buď v pozícii štatutára, člena štatutárneho alebo dozorného orgánu (39 %) alebo výkonného riaditeľa (24 %). Menší podiel respondentov sú vedúci zamestnanci, či riaditelia niektorého z úsekov (16 %), alebo špecialisti pre niektorú oblasť (14 %) a 3 % respondentov uviedlo, že pôsobia ako pracovníci nejakého oddelenia v podniku (napr. obchodného), alebo že zastávajú kumulované funkcie. 9 % predstavujú samostatne zárobkovo činné osoby. Hodnoty presahujú 100 %, pretože respondenti mali možnosť uviesť viac odpovedí.

Graf 23 Rola respondenta v rodinnom podniku

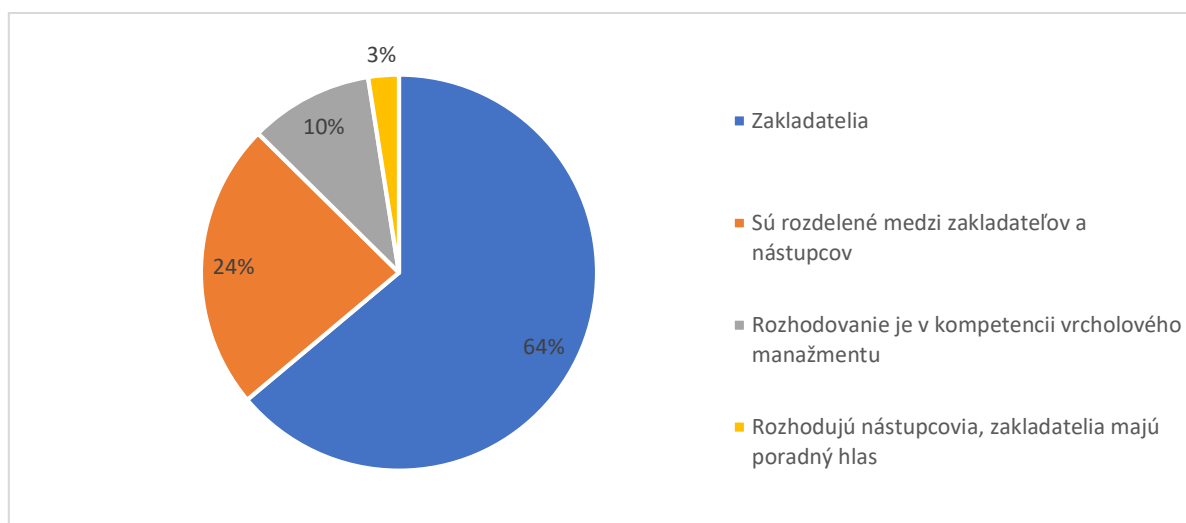


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 22. Rozhodovacie kompetencie v rodinnom podniku

V súvislosti s generačnou výmenou je dôležitá otázka rozdelenia rozhodovacích kompetencií pri riadení rodinných podnikov. U väčšiny respondentov ich napriek prebiehajúcej generačnej výmene majú stále zakladatelia (64 %). Rovnomerne rozdelené medzi zakladateľov a nástupcov má rozhodovacie kompetencie 24 % rodinných podnikov a u 10 % podnikov je rozhodovanie v kompetencii vrcholového manažmentu. Nástupcovia rozhodujú len u 3 % rodinných podnikov a zakladatelia majú v tomto prípade len poradný hlas.

Graf 24 Rozhodovacie kompetencie v rodinnom podniku



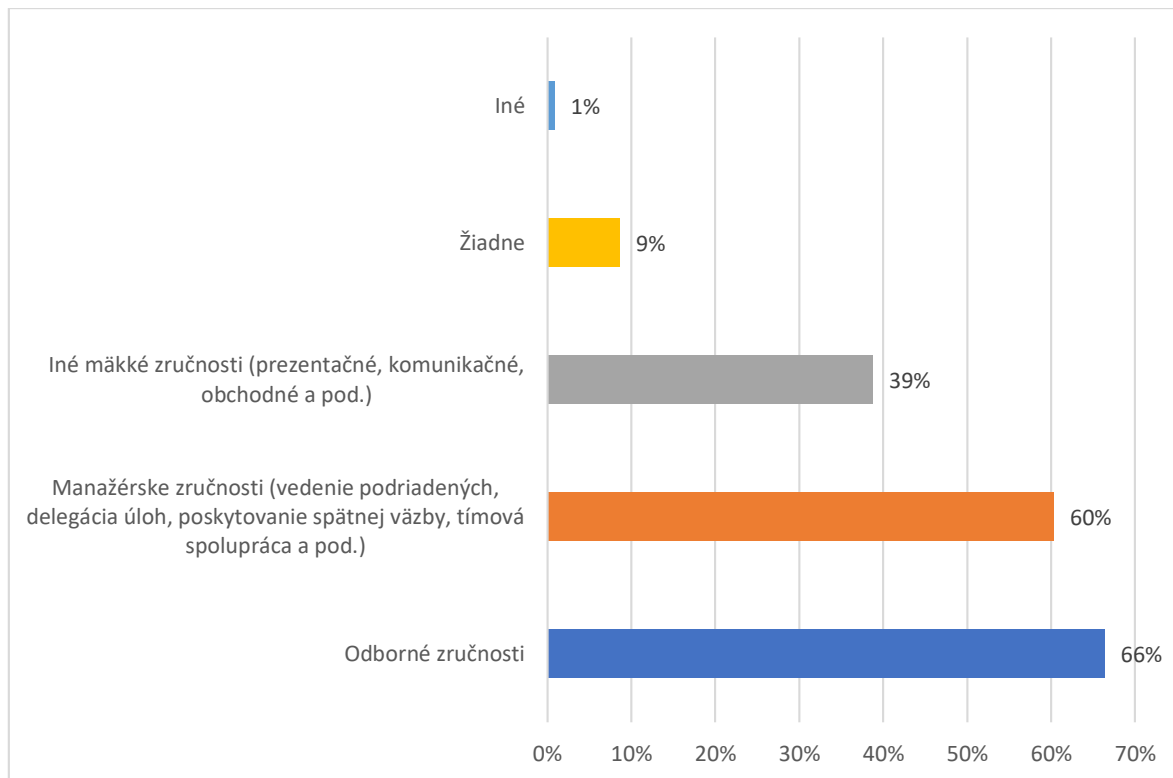
Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 23. Oblasti rozvoja riadiacich pracovníkov v rodinných podnikoch

Kvalita ľudského kapitálu sa v súčasnom období stáva významnou konkurenčnou výhodou pre všetky podniky, preto sú nevyhnutné investície do rozvoja najmä riadiacich pracovníkov. Konceptia rozvoja a vzdelávania riadiacich pracovníkov je dôležitým nástrojom pre zvýšenie pracovnej motivácie a kvalifikácie vedenia aj u rodinných podnikov. Medzi takéto investície do rozvoja zručností riadiacich pracovníkov môžeme zaradiť: rozvoj manažérskych zručností (napríklad vedenie podriadených, delegácia úloh, poskytovanie spätnej väzby, tímová spolupráca a podobne), odborných zručností alebo iných mäkkých zručností (prezentačné, komunikačné, obchodné a podobne). Rodinné podniky investujú do rozvoja svojich riadiacich pracovníkov najmä v oblastiach odborných zručností (66 %). Ďalej nasledovali manažérske zručnosti (napr. vedenie podriadených, delegácia úloh, poskytovanie spätnej väzby, tímová spolupráca a pod., 60 %) a iné mäkké zručnosti (prezentačné, komunikačné, obchodné a pod., 39 %). Iba 9 % rodinných podnikov nepovažuje vôbec za dôležité rozvíjať svojich vedúcich

pracovníkov ani v jednej zo zručností uvedených v dotazníkovom prieskume. Keďže rodinní podnikatelia rozvíjajú svojich riadiacich pracovníkov naraz vo viacerých oblastiach, hodnoty presahujú 100 %.

Graf 25 Oblasti rozvoja riadiacich pracovníkov v rodinných podnikoch

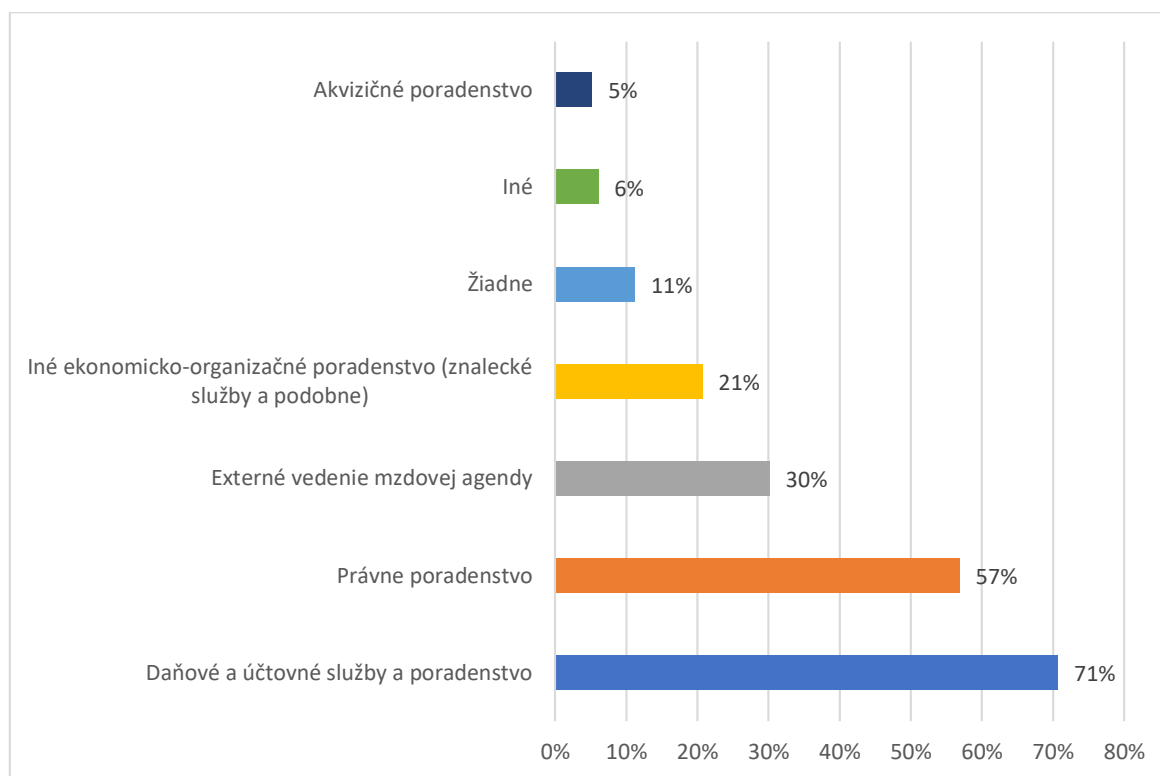


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 24. Oblasti spolupráce rodinných podnikov s externými poradenskými spoločnosťami

Rodinné podnikanie často využívajú pri svojich činnostiach externé poradenské služby (z angl. outsourcing). Najviac outsource-ovanými službami rodinných podnikateľov boli daňové a účtovné služby a poradenstvo (71 %), právne poradenstvo (57 %) a externé vedenie mzdovej agendy (30 %). V menšej miere využívajú tiež iné ekonomicko-organizačné poradenstvo, ako napríklad znalecké, tlmočnicke a prekladateľské služby (21 %) a malá časť podnikov využíva akvizičné poradenstvo (5 %). Iba 11 % respondentov nevyužíva služby externého poradenstva vôbec a 6 % podnikov uviedlo v možnosti „iné“, že využívajú služby marketingových agentúr, školiacich firiem (napríklad na školenia manažérskych zručností), audítorské firmy a firmy nastavujúce procesy v ich podniku, (napr. certifikácie – ISO, SCC). Hodnoty presahujú 100 %, pretože respondenti mali možnosť uviesť viac odpovedí.

Graf 26 Oblasti spolupráce rodinných podnikov s externými poradenskými spoločnosťami



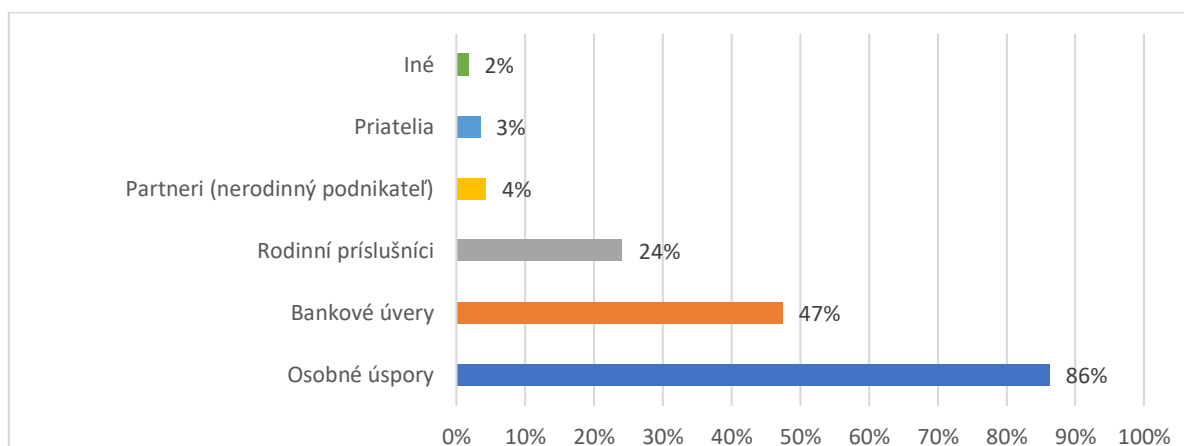
Zdroj: vlastný výskum, 2020.

8.5 Financovanie a podpora rodinných podnikov ako determinanty rozvoja

Otázka 25. Zdroje pri zakladaní rodinného podniku.

Ako sme už uviedli v piatej kapitole monografie, zabezpečenie potrebných finančných zdrojov na začatie podnikateľskej činnosti je jedným z najzávažnejších problémov, pred ktorým stoja podnikatelia pri zakladaní rodinného podniku. Zisťovanie v oblasti zdrojov financovania pri založení podniku prinieslo nasledujúce zistenia: 86 % podnikov použilo osobné úspory, 47 % bankové úvery a 24 % respondentov si požičalo peniaze od rodinných príslušníkov. Partneri, ktorí nie sú v príbuzenskom pomere k rodinnému podnikateľovi pomohli finančne 4 % respondentov a priatelia 3 %. Iba 2 % rodinných podnikateľov získalo zdroje z dedičstva, alebo uviedli iné alternatívne zdroje financovania. Hodnoty presahujú 100 %, pretože respondenti mali možnosť uviesť viac odpovedí. Nikto však neuviedol, že by použil napríklad rizikový kapitál, čo môže tiež súvisieť s konzervatívnym zmýšľaním rodinných podnikateľov.

Graf 27 Zdroje pri zakladaní rodinného podniku

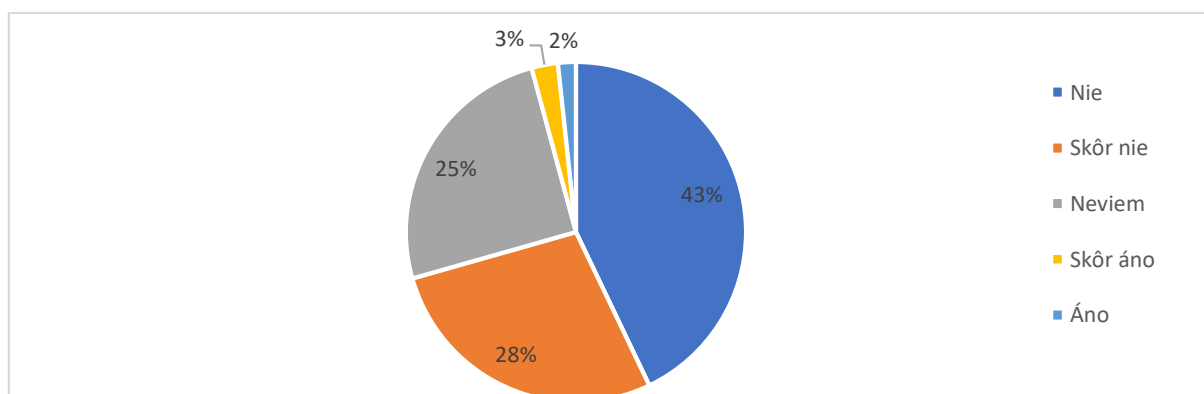


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 26. Hodnotenie dostatočnosti štátnej podpory v oblasti rodinného podnikania

Návrhy podpory rodinného podnikania sú súčasťou viacerých dokumentov a správ Európskej komisie o rodinnom podnikaní. Zaujímalo nás preto, či rodinní podnikatelia vnímajú štátnu podporu ich podnikania na Slovensku ako dostatočnú. Spolu až 71 % rodinných podnikateľov nevníma štátnu podporu ako dostatočnú (43 % odpovedalo „nie“ a 28 % „skôr nie“). Nevedelo sa vyjadriť 25 % respondentov a len 5 % respondentov ju vníma ako dostatočnú („áno“ odpovedalo 2 % a „skôr áno“ 3 % respondentov). Výsledky vôbec nie sú prekvapujúce, pretože štátna podpora je nedostatočná a veľmi nárazová. Napriek schváleniu Schémy podpory rodinných podnikov sú doterajšie projekty podpory skôr ojedinelé, resp. takmer žiadne a ak sa aj nejaké formy podpory zrealizujú, nie sú dostatočne komunikované a podnikatelia o nich nevedia.

Graf 28 Vnímanie dostatočnosti podpory rodinného podnikania na Slovensku rodinnými podnikateľmi

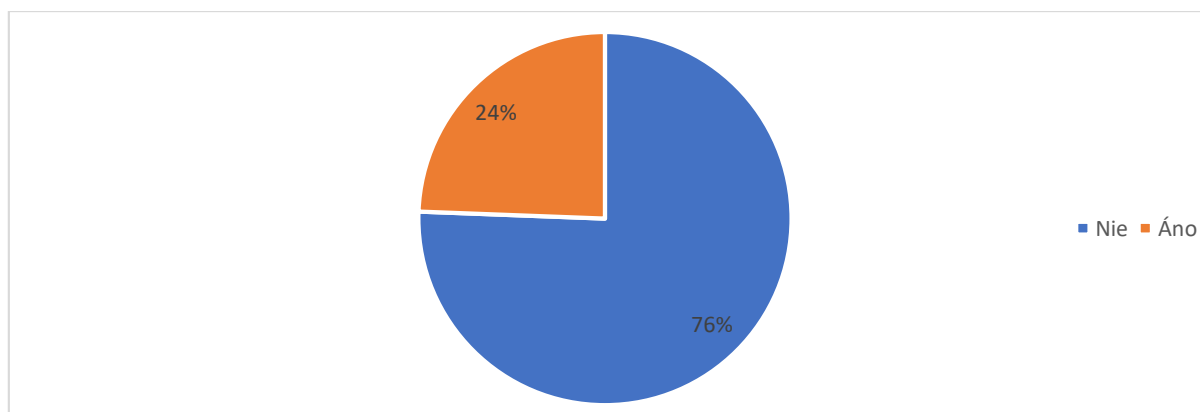


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 27. Využívanie niektorej z foriem podpory podnikania

Následne sme zisťovali, či rodinní podnikatelia využívajú niektorú z foriem podpory podnikania. Len 1/4 využíva niektorú z foriem podpôr (24 %). Pri veľkej časti rodinných firiem, ktoré sa zapojili do výskumu, sme dokonca zaznamenali určitú formu nezájmu, napríklad o externé zdroje financovania a 2/3 respondentov neužíva podporu podnikania vôbec (76 %). Ako hlavné dôvody, vo väčšine prípadov, bola uvádzaná byrokracia zo strany úradníkov a zamestnancov finančných inštitúcií a slabá informovanosť zo strany štátu a poradenských agentúr smerom k podnikateľom týkajúcich sa externých finančných zdrojov. Prípadne zdĺhavý a časovo náročný proces vybavovania a odsúhlasovania už spomenutých finančných prameňov. Nezájem o podporu podnikania si však môžeme vysvetľovať aj ako neinformovanosť samotných podnikateľov. Tento problém navrhujeme riešiť komplexne, a preto môžeme odporučiť reorganizáciu inštitúcií, resp. ich činnosti či úloh. Ako vhodné sa ponúka zriadenie špeciálneho úradu pre rodinné podnikanie, ktorý by zastrešoval okrem iného aj spomínanú informačnú činnosť a podporu, ako aj propagačnú koordináciu.

Graf 29 Využívanie niektorej z foriem podpory podnikania

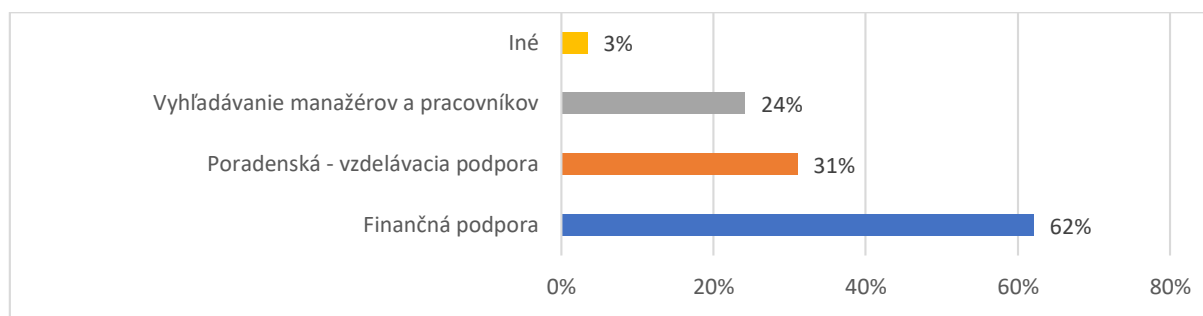


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 27A. Forma podpory využívaná rodinným podnikom

Respondentov, ktorí odpovedali, že využívajú niektorú z foriem podpory, sme následne žiadali o konkretizáciu tejto podpory. Najväčším počtom odpovedí bola zastúpená „finančná podpora“ (62 %), následne „poradenská – vzdelávacia podpora“ (31 %) a „personálne a Executive Search poradenstvo v oblasti vyhľadávania manažérov a pracovníkov“ (24 %). Medzi „iné“ (3 %) uvedených podpôr využívaných rodinnými podnikateľmi boli uvedené napríklad „podpora úradu práce a granty“. Keďže bolo možné označiť viacero foriem podpory, hodnoty presahujú 100 %.

Graf 30 Formy využívanej podpory podnikania rodinnými podnikateľmi



Zdroj: vlastný výskum, 2020.

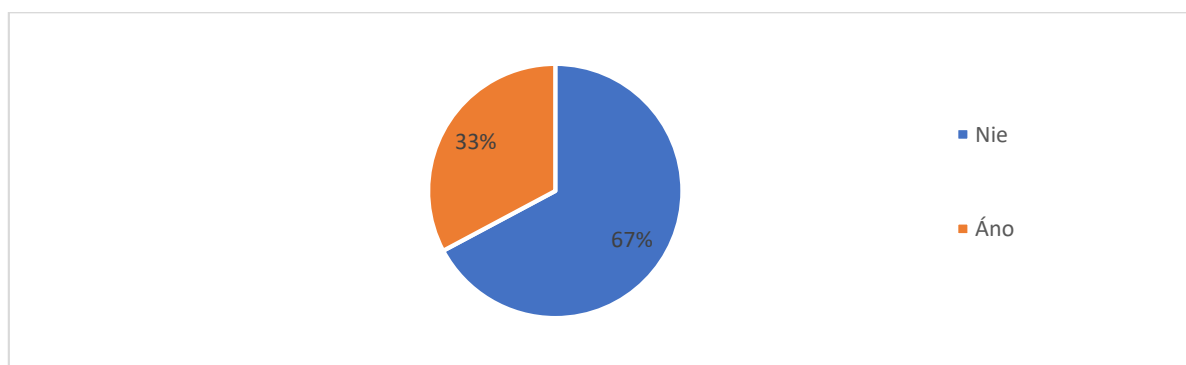
Otázka 27B. Dôvody nevyužívania podpory podnikania rodinným podnikom

V prípade, že rodinní podnikatelia uviedli, že nevyužívajú žiadnu formu podpory, žiadali sme respondentov o uvedenie dôvodov, prečo je to tak. Odpovede sme rozdelili do dvoch skupín. Prvú skupinu tvoria podnikatelia, ktorí uviedli, že podporu nepotrebujú, alebo sa v prípade potreby radšej spoľahnú na finančné zdroje od členov rodiny. Toto zistenie korešponduje aj výsledkami výskumu realizovaného v roku 2013 (Krošláková a Strážovská), kedy sme zistili že najväčší význam má pre rodinné podniky financovanie z vlastných zdrojov, t. j. vlastným kapitálom. Druhú skupinu tvoria rodinní podnikatelia, ktorí by mali záujem podporu využívať, ale uviedli, že im v tom bráni pomerne komplikovaný proces podávania žiadostí, korupcia pri udeľovaní podpory, či nízka informovanosť o možnostiach podpory. Niektorí rodinní podnikatelia uviedli, že nemajú žiadnu vedomosť o existencii štátnej podpory pre rodinné podniky.

Otázka 28. Plán diverzifikovať v rámci podnikania do iných oblastí

Cieľom otázky č. 28 bolo zistenie, či rodinné podniky plánujú v najbližšom období diverzifikovať v rámci svojho podnikania do iných oblastí. Až 67 % rodinných podnikov sa vyjadrilo, že neplánuje diverzifikovať do iných oblastí, a možno teda konštatovať, že sú zrejme spokojné s podnikateľskými aktivitami, ktoré realizuje ich rodinný podnik. Zistenia tejto otázky sa dajú vnímať dvojako. Jednak, že rodinné podniky nemajú záujem expandovať mimo svoj „core“ biznis, čo považujeme za prirodzené tomuto špecifickému segmentu podnikania, t. j. rodinné podniky sa sústreďujú najmä na „core“ biznis, a ten ak rozširujú, tak len príležitostne, ak sa naskytne zaujímavá podnikateľská príležitosť, resp. že náročnejšie investície mimo „core“ biznis môžu byť riešené aj v spolupráci s partnerom (akvizíciou), napríklad investície do nehnuteľností. Jedna tretina rodinných podnikov plánuje rozšíriť portfólio podnikateľských aktivít do iných oblastí.

Graf 31 Existencia plán rozšírenia portfólia podnikateľských aktivít rodinného podniku



Zdroj: vlastný výskum, 2020.

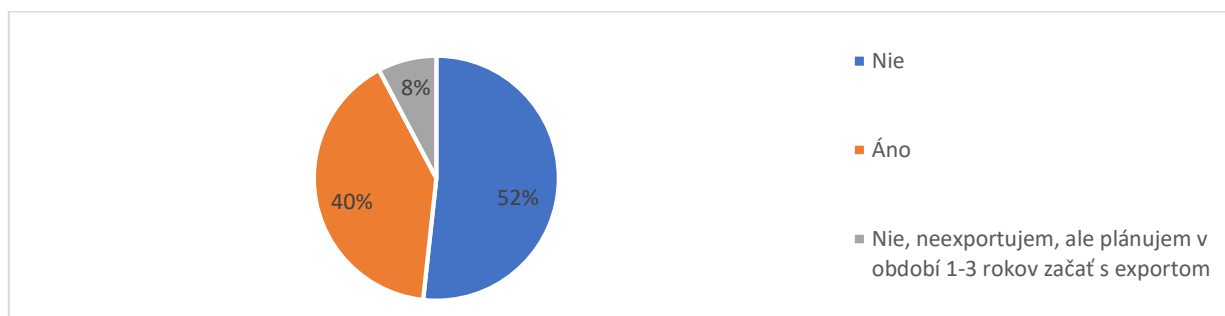
8.6 Exportné a inovačné aktivity rodinných podnikov

Predpokladom rastu rodinných podnikov sú aj ich exportné a inovačné aktivity.

Otázka 29. Export rodinných podnikov

Ako uvádzajú Harvánek a Zábojník (2015) a Baláž a kol. (2019), exportná výkonnosť je výrazne náročnejšia v prípade MSP. Vzhľadom na to, že rodinní podnikatelia sú podľa našich zistení hlavne súčasťou MSP, ale aj veľkých podnikov, zamerali sme sa na exportné aktivity slovenských rodinných podnikov. Môžeme konštatovať, že až 40 % rodinných podnikateľov už exportuje, resp. tak plánuje urobiť v období 1 – 3 rokov (8 %). Vyše polovica (52 %) zatiaľ neexportuje. Dôvody, prečo neexportujú, sú predmetom otázky č. 29C. Rodinné podniky sa zmenili a od tradičných dodávateľov pre zahraničné korporátne spoločnosti (predovšetkým v tzv. automotive sektore) s pomerne nízkou pridanou hodnotou a veľkou závislosťou na jednom či dvoch odberateľoch, začínajú hľadať vlastné príležitosti s vyššou pridanou hodnotou a možnosťou diverzifikácie. Inovačná schopnosť, ktorá je vlastná rodinnému podnikaniu, im tieto možnosti ponúka a prípadná podpora alebo záruka zo strany štátu by mohla byť efektívne využitou investíciou.

Graf 32 Export u rodinných podnikov

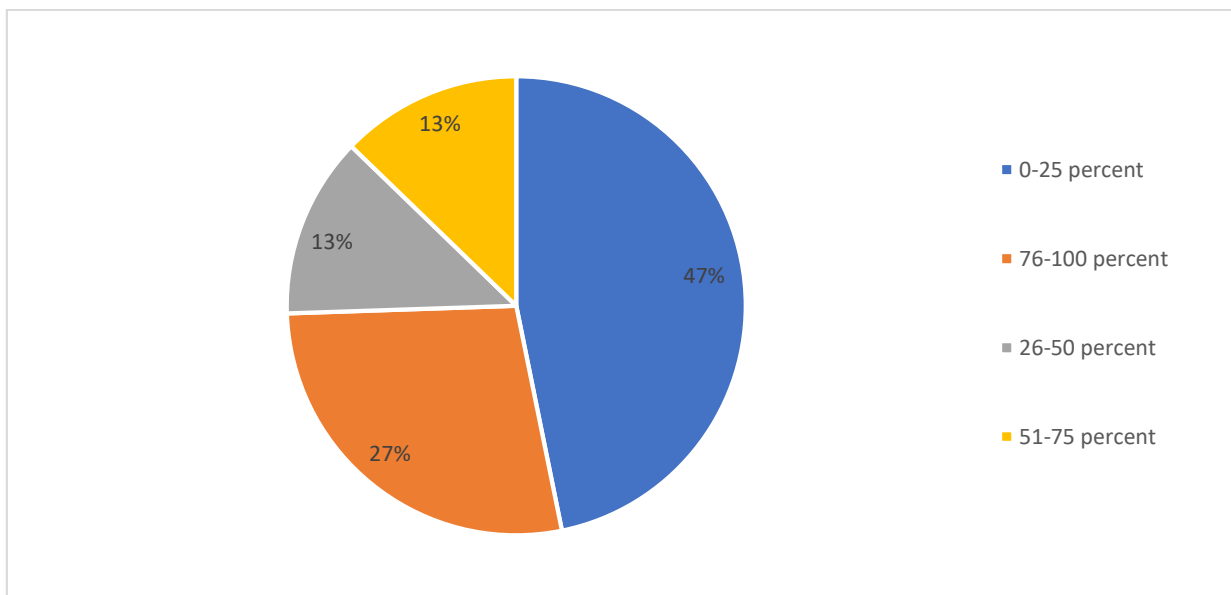


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 29A. Podiel exportu na tržbách rodinného podniku

U rodinných podnikateľských subjektov, ktoré uviedli, že exportujú sme zisťovali percento tržieb tvoriace ich exportné aktivity. Najväčšou zaznamenanou hodnotou je podiel 100 % exportu na dosiahnutých tržbách a najnižšou 1 %. Medián hodnôt je 32,5. Najviac (47 %) rodinných podnikov uviedlo údaje relevantného parametra zaradené do škály 0 % – 25 %, 27 % respondentov sa radí do škály 76 % – 100 % a zhodne po 13 % sa radí do škál 26 % – 50 % a 51 % – 75 %. Pozitívne hodnotíme, že všetky rodinné podniky uviedli údaje za požadovaný parameter.

Graf 33 Podiel exportu na tržbách

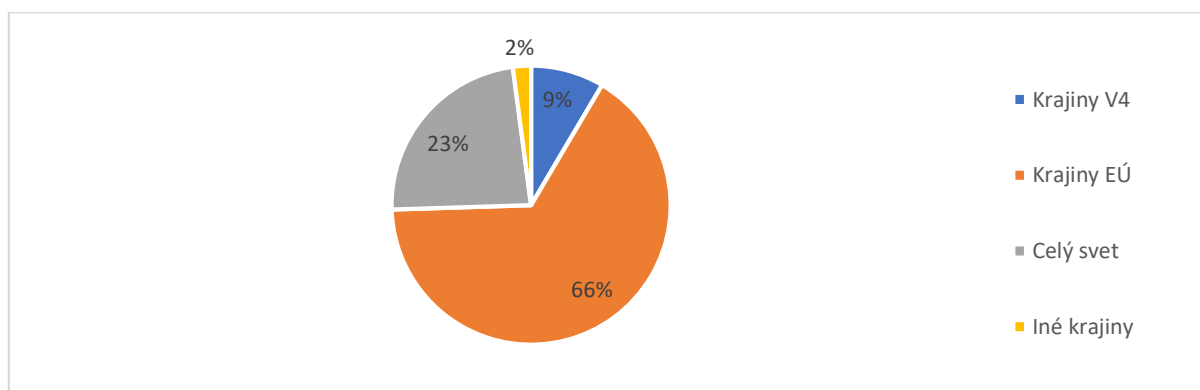


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 29B. Medzinárodný dosah exportu rodinných podnikov

Otázka sleduje medzinárodný dosah exportu rodinných podnikov. Z výsledkov výskumu je zjavná exportná orientácia rodinných podnikov na krajiny Európskej únie a až 66 % exportuje do krajín EÚ. Okolo 23 % podnikov exportuje svoje výrobky alebo služby celosvetovo a 9 % rodinných podnikov do krajín V4 (Poľsko, Maďarsko a Česká republika). Iba 2 % v skupine tých, čo exportujú, vyvíja svoje exportné aktivity smerom na Rusko, Kazachstan a Uzbekistan.

Graf 34 Exportné trhy rodinných podnikov

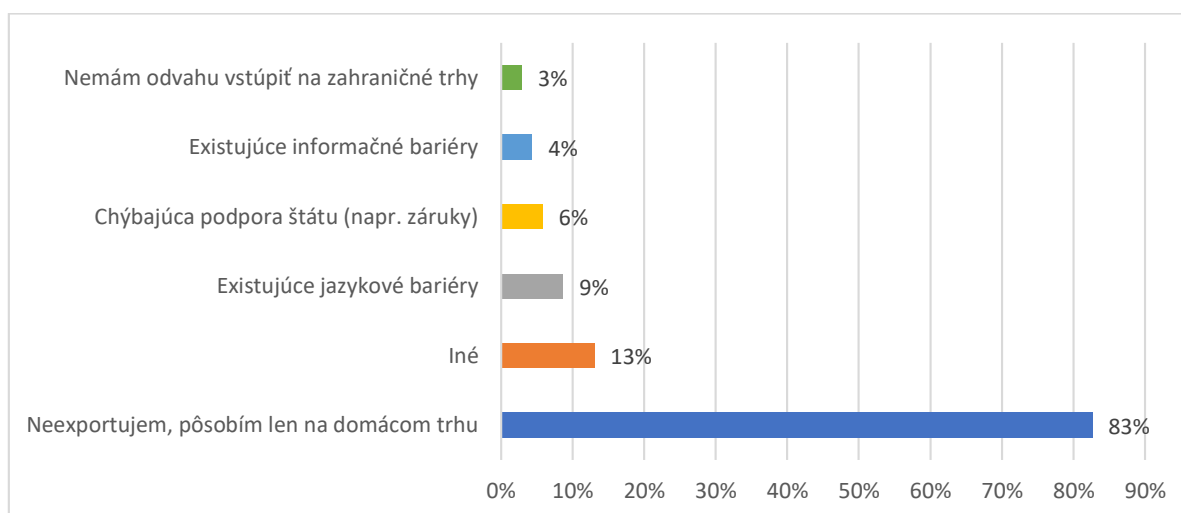


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 29C. Dôvody neexportovania rodinných podnikov

Rodinných podnikateľov, ktorí sa vyjadrili, že buď neexportujú vôbec, alebo že neexportujú, ale plánujú exportovať v období 1 – 3 rokov, sme sa pýtali na dôvody, prečo neexportujú. Najčastejším uvádzaným dôvodom bolo, že pôsobia len na domácom trhu (83 %). Ďalšími, ale už menej častými dôvodmi boli existujúce jazykové bariéry (9 %), chýbajúca podpora štátu napr. vo forme záruk (6 %), informačné bariéry (4 %) alebo existencia obavy vstúpiť na zahraničné trhy (3 %). Medzi iné dôvody (13 %), prečo rodinní podnikatelia neexportujú, patria napríklad, že produkt je určený na lokálny trh, podnikatelia hľadajú produkt vhodný na zahraničný trh, resp. nemajú záujem pôsobiť na zahraničnom trhu. Ďalšími dôvodmi boli, že sa najprv chcú rozšíriť na domácom trhu a až potom sa zamerajú na export, alebo majú názor, že kvalitu treba nechať na Slovensku.

Graf 35 Dôvody neexportovania u rodinných podnikov

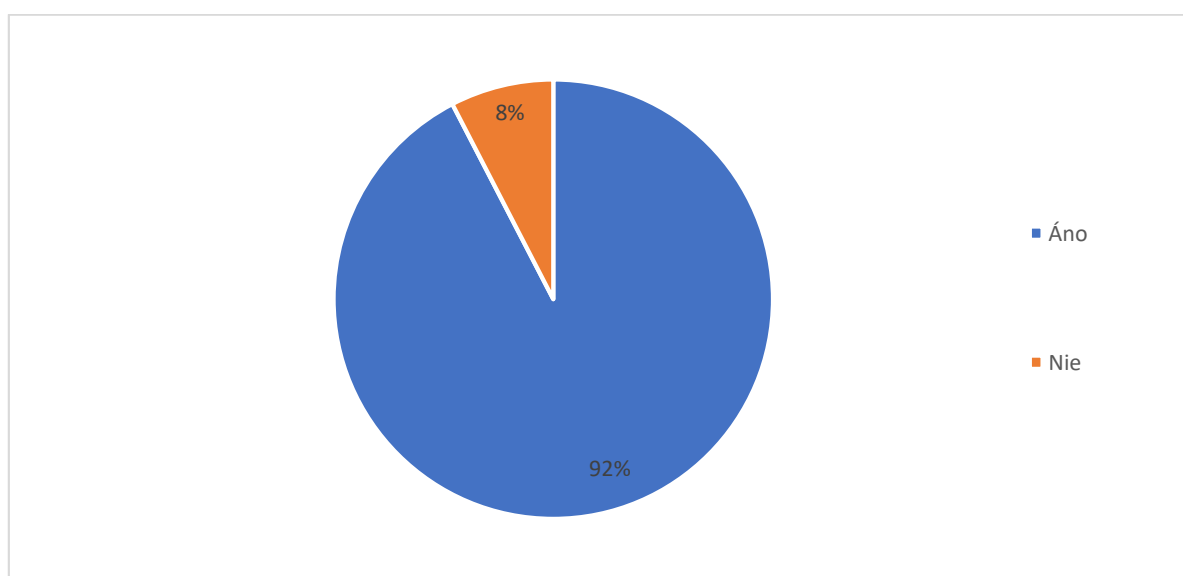


Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 30. Dôležitosť zavádzania inovácií v rodinnom podniku

Inovácia sa všeobecne považuje za kľúčovú hnaciu silu rastu organizácie a ekonomiky (Garud, Tuertscher a Van de Ven, 2013) nielen u rodinných podnikov. Napriek nedávnomu nárastu výskumu v oblasti inovácií rodinných podnikov, existujúca odborná literatúra priniesla kontroverzné zistenia (Kammerlander a Van Essen, 2017). Rodinné firmy sa považujú za konzervatívnejšie a pevnejšie voči svojej tradícii, avšak mnohé z najinovatívnejších firiem na svete sú práve rodinné podniky. Poukazuje to na zjavný paradoxný prejav ochoty pri zavádzaní inovácií v rodinnom podniku (Rondi a kol., 2019). Otázka č. 30 preto sleduje, či rodinné podniky považujú zavádzanie inovácií za dôležité. Prišli sme k nasledujúcim zisteniam: až 92 % rodinných podnikov považuje zavádzanie inovácií za dôležité a len 8 % respondentov sa vyjadrilo, že inovácie nevníma ako dôležité v kontexte rastu podniku.

Graf 36 Dôležitosť zavádzania inovácií v rodinnom podniku



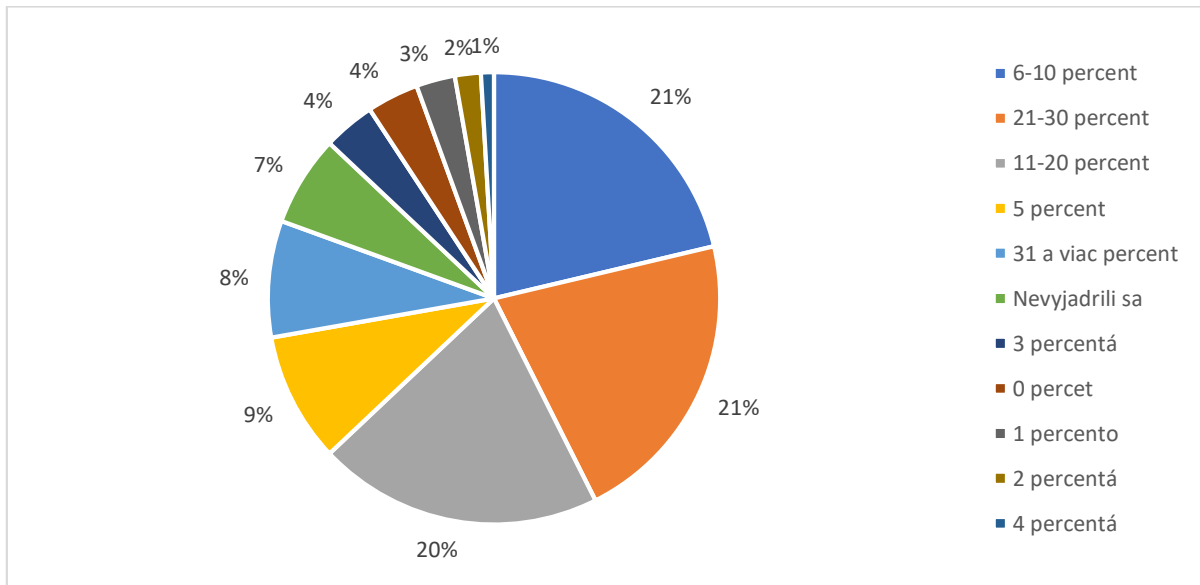
Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Otázka 30A. Ročné investované percento z tržieb do inovácií

Inovačná aktivita rodinných podnikateľov môže byť realizovaná napríklad investíciami do nákupu nových technológií, do licencií, do vývoja nových produktov alebo do použitia nových materiálov vo výrobe. Zároveň môže zahŕňať zmeny v organizácii výroby, distribúcii alebo predaji a podobne. Práve z tohto dôvodu nás zaujímalo percento z tržieb, ktoré rodinní podnikatelia investujú ročne do inovácií. Najvyššou zaznamenanou hodnotou bol podiel 70 % z tržieb ročne investovaných do inovácií a najnižšou bola 0. Hodnota mediánu v sledovanom parametri je 15. Až 21 % rodinných podnikov investuje do inovácií ročne zhodne v intervaloch

6 % – 10 % a 21 % – 30 % z tržieb, 20 % podnikov investuje v škále 11 % – 20 % a 22 % podnikov v škále 6 % – 10 %. 7 % rodinných podnikov neuviedlo percento ich investícií do inovácií a 4 % podnikov, ktoré odpovedali, že inovácie sú dôležité pri podnikaní, uviedlo, že aktuálne neinvestujú žiadne finančné prostriedky do inovácií. Podrobne sú percentá, ktoré investujú rodinní podnikatelia ročne z tržieb do inovácií, prezentované v nasledujúcom grafe.

Graf 37 Ročné investované percento z tržieb rodinného podniku do inovácií.



Zdroj: vlastný výskum, 2020.

.Na základe osobných rozhovorov s rodinnými podnikateľmi sme zistili, že rodinné podniky, ktoré prešli krízou v roku 2008, si zásadným spôsobom uvedomujú riziká prehnanej expanzie a hoci inovácie považujú za kľúčové z hľadiska dlhodobého prežitia, plánujú ich podstatne pozornejšie a opatrnejšie, zohľadňujúc finančnú náročnosť.

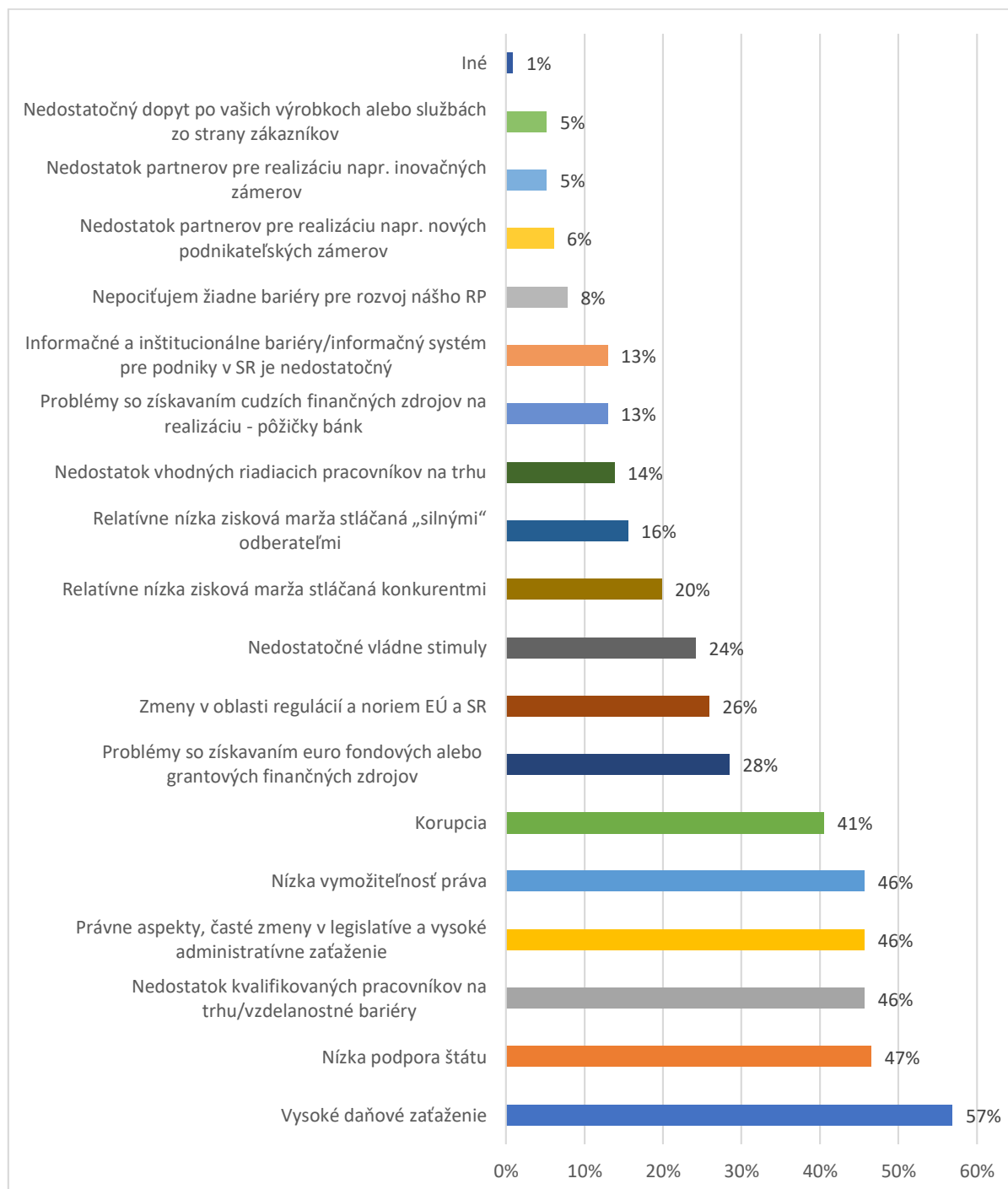
8.7 Bariéry rozvoja rodinného podnikania

Otázka 31. Externé bariéry rozvoja/rastu rodinného podniku

Viaceri autori, zrealizované prieskumy (Krošláková a Strážovská, 2013; Krošláková a kol., 2014; 2019) a súčasne výsledky zahraničných hodnotení slovenského podnikateľského prostredia, prezentované v šiestej kapitole monografie, sa zhodujú v tom, že medzi hlavné príčiny neúspechu malých a stredných podnikov, vrátane rodinných podnikov, v SR patrí korupcia, klientelizmus, vysoké daňové a odvodové zaťaženie, nezrozumiteľná legislatíva, nedostatočná podpora začínajúcim podnikateľom a nedostatok kapitálu. Keďže podnikateľské

prostredie a verejná podpora sú kľúčovými pri rozvoji a zvyšovaní konkurencieschopnosti rodinných podnikov, položili sme v prieskume otázku o existencii externých bariér vnímaných rodinnými podnikateľmi pri ich rozvoji. Vysoké daňové zaťaženie (57 %), nízku podpora štátu (47 %), nedostatok kvalifikovaných pracovníkov na trhu a pretrvávajúce vzdelanostné bariéry (46 %) boli najfrekvencovanejšími odpoveďami rodinných podnikateľov.

Graf 38 Externé bariéry rozvoja/rastu rodinného podniku



Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Nasledovali dôvody ako právne aspekty, časté zmeny v legislatíve a vysoké administratívne zaťaženie (46 %), nízka vymožiteľnosť práva (46 %), korupcia (41 %) a problémy so získavaním eurofondových alebo grantových finančných zdrojov (štrukturálne fondy EÚ, HORIZONT a pod.), ktoré uviedlo ako jednu z bariér ich rastu až 28 % respondentov. Následne boli uvádzané časté zmeny v oblasti regulácií a noriem Európskej únie a Slovenska (26 %), nedostatočné vládne stimuly (24 %), relatívne nízka zisková marža stláčaná konkurentmi (20 %), relatívne nízka zisková marža stláčaná „silnými“ odberateľmi (16 %) a nedostatok vhodných riadiacich pracovníkov na trhu (14 %). Zhodne po 13 % respondentov vníma negatívne problémy so získavaním cudzích finančných zdrojov, ako pôžičky bánk na realizáciu svojho rastu a tiež informačné a inštitucionálne bariéry, t. j. nedostatočný informačný systém pre podniky v SR. 6 % respondentov nemá dostatok partnerov pre realizáciu nových podnikateľských zámerov, zhodne po 5 % respondentov nemá dostatok partnerov pre realizáciu napr. inovačných zámerov, alebo ich v raste brzdí nedostatočný dopyt po výrobkoch, alebo službách zo strany zákazníkov. Len 8 % respondentov nepociťuje žiadne bariéry pre rozvoj rodinného podniku a možnosť „iné“ sme zaznamenali iba od 1 % dopytovaných, ktorí uviedli ako dôvod, okrem iných, relatívne nízku ziskovú maržu v poskytovaných službách. Hodnoty presahujú 100 % z dôvodu, že rodinní podnikatelia mali možnosť vybrať si z viacerých možností.

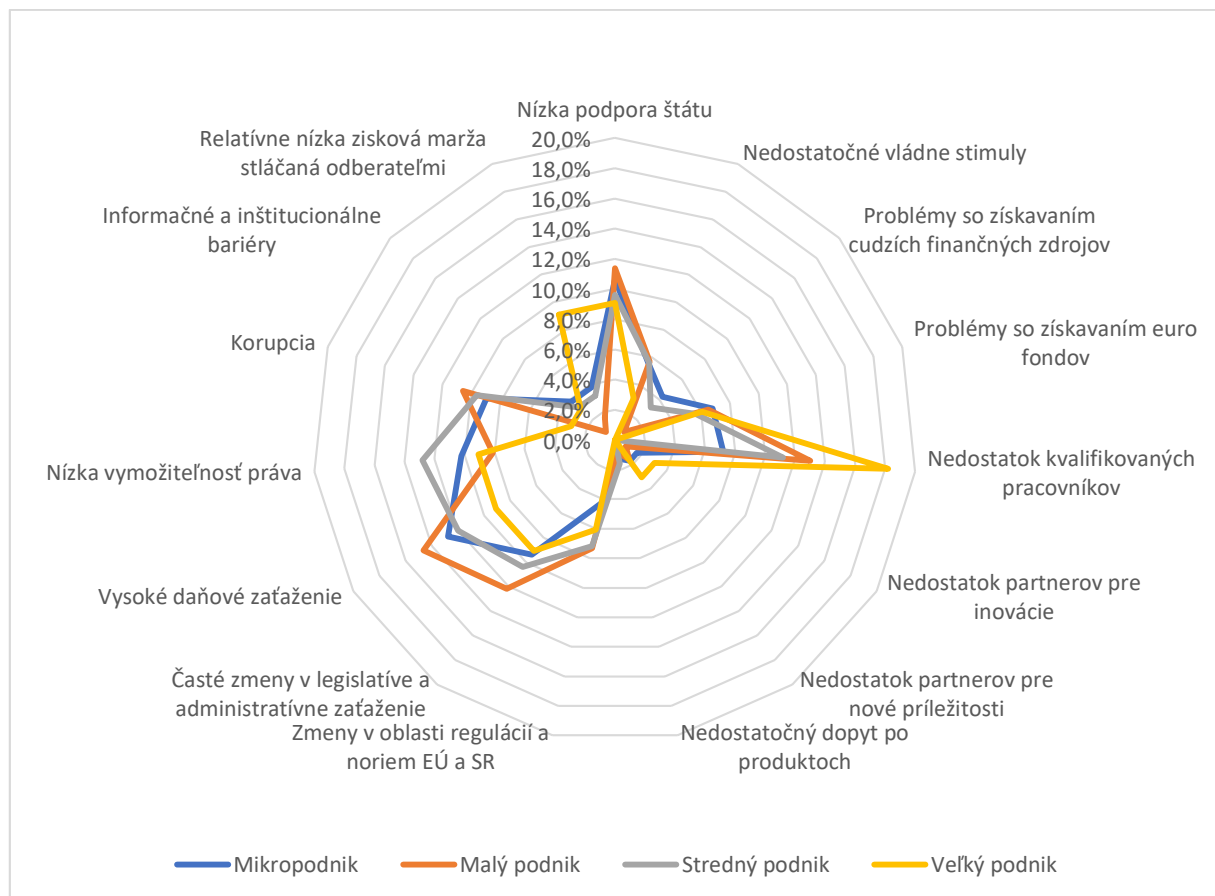
Napriek tomu, že kvalitné podnikateľské prostredie a verejná podpora sú kľúčovými faktormi pri rozvoji a zvyšovaní konkurencieschopnosti všetkých podnikateľských subjektov, vrátane rodinných podnikov, realizovaným výskumom identifikované prekážky a nedostatky v podnikateľskom prostredí pre rodinné podniky sú už dlhodobo neriešené a korešpondujú s výsledkami zistenými v predchádzajúcich výskumoch rodinných podnikov realizovaných v roku 2013 autorským kolektívom Krošláková a Strážovská a zároveň s výsledkami prezentovanými v Štúdiu o rodinnom podnikaní realizovanej SBA (2018).

Na základe realizovaných osobných rozhovorov s rodinnými podnikateľmi sme zistili, že administratívna náročnosť je pre rodinné podniky v súčasnosti skutočne veľkou výzvou. Podnikatelia konštatujú postupný, ale zato systematický nárast byrokracie vo všetkých oblastiach podnikania, čo z veľkej časti znižuje pôvodný podnikateľský entuziazmus. Vysoká odvodová zaťaženosť je zásadným problémom pre rodinné podniky v tých sektoroch, ktoré sú náročné na ľudskú pracovnú silu. S tou je spojený aj problém s dostupnosťou kvalitnej pracovnej sily.

Výskumná otázka 2 *Pocitujú rodinní podnikatelia v podnikateľskom prostredí rovnaké bariéry ich rozvoja, bez ohľadu na veľkostnú kategóriu rodinného podniku?*

V súvislosti s výsledkami kontingenčnej tabuľky zameranej na pociťované bariéry rozvoja rodinných podnikov v kontexte veľkostnej kategórie rodinného podniku, ktoré sú prezentované v grafe 39, môžeme konštatovať, že rodinní podnikatelia vnímajú väčšinou podobné bariéry ich rozvoja v podnikateľskom prostredí, bez ohľadu na ich veľkosť, a zhodne sa vyjadrili, že medzi najväčšie bariéry patria právne aspekty, časté zmeny v legislatíve a administratívne zaťaženie, nízka podpora zo strany štátu, vysoké daňové zaťaženie, nízka vymožitelnosť práva a korupcia. Rozdiely sa vyskytovali len v niektorých odpovediach. Veľké rodinné podniky uviedli ako najmarkantnejšiu bariéru, brzdiacu ich rast, nedostatok kvalifikovaných pracovníkov. Vysoké daňové zaťaženie sa zase zhodne vyskytovalo u všetkých rodinných mikropodnikoch, malých a stredných podnikoch. Podrobné sú relácie podielov prezentované v nasledujúcom grafe. Podrobné sú relácie podielov prezentované v nasledujúcom grafe. Komplexná kontingenčná tabuľka sa nachádza v prílohe F .

Graf 39 Bariéry rastu rodinných podnikov podľa veľkostných kategórií



Zdroj: vlastný výskum, 2020.

V kontexte zisťovania štatistickej významnosti rozdielov v uvedených bariérach podľa veľkostných kategórií rodinných podnikov a výsledkov realizovaného Chí kvadrátového testu (súhrnná tabuľka 7), môžeme tiež konštatovať, že väčšina uvedených bariér platí rovnako pre všetky veľkostné kategórie rodinných podnikov. V stĺpci „p-hodnota“ je uvedená hladina významnosti, kde p nám udáva, s akou pravdepodobnosťou by sme urobili chybu, keby sme tvrdili, že existujú rozdiely. Zvyčajne sa udáva hladina významnosti 0,05, preto sme ju použili vo výskume. Ak je p menšie ako 0,05, vtedy sú rozdiely významné na hladine významnosti 0,05. V kontexte realizovaného Chí kvadrátového testu, môžeme konštatovať, že väčšina spomínaných bariér platí rovnako pre všetky rodinné podniky.

Tabuľka 7 Chí-kvadrát test Bariéry rastu rodinných podnikov podľa veľkostných kategórií

Bariéra	hodnota	df	p-hodnota
Nízka podpora štátu	,632 ^a	3	,889
Nedostatočné vládne stimuly	,528 ^a	3	,913
Problémy so získavaním cudzích finančných zdrojov	4,099 ^a	3	,251
Problémy so získavaním euro fondových alebo grantových finančných zdrojov	,112 ^a	3	,990
Nedostatok kvalifikovaných pracovníkov	16,477^a	3	,001
Nedostatok partnerov pre realizáciu napr. nových podnikateľských zámerov	2,967 ^a	3	,397
Nedostatočný dopyt po výrobkoch alebo službách zo strany zákazníkov	,854 ^a	3	,837
Zmeny v oblasti regulácií a noriem EÚ a SR	4,549 ^a	3	,208
Vysoké daňové zaťaženie	1,898 ^a	3	,594
Nízka vymožiteľnosť práva	4,672 ^a	3	,197
Korupcia	3,096 ^a	3	,377
Informačné a inštitucionálne bariéry	2,670 ^a	3	,445
Relatívne nízka zisková marža stláčaná „silnými“ odberateľmi	6,801 ^a	3	,079
Relatívne nízka zisková marža stláčaná konkurentmi	2,280 ^a	3	,516
Žiadne bariéry pre rozvoj RP	3,315 ^a	3	,346

Zdroj: vlastný výskum, 2020 spracovaný v štatistickom programe SPSS.

Signifikantné rozdiely sa potvrdili len pri externej bariére nedostatok kvalifikovaných pracovníkov, v kontexte stanovenej hladiny alfa = 0,050, kde je $p = 0,001$ (menšie ako 0,05), takže hladina významnosti je dokonca omnoho nižšia ako stanovená hladina alfa. Môžeme tvrdiť takmer s istotou (mýlili by sme sa na 0,1 %), že rozdiely medzi podnikmi s rôznou

veľkosťou existujú, t. j. *nedostatkom kvalifikovaných pracovníkov* absentuje skôr u malých až veľkých podnikov (je ich nad 50 %) než u mikropodnikov (29,3 %), ako prezentuje nasledujúca tabuľka 8.

Tabuľka 8 Chí-kvadrát test Nedostatok kvalifikovaných pracovníkov na trhu/vzdelanostné bariéry podľa veľkostnej kategórie rodinného podniku

Crosstab					
			Nedostatok kvalifikovaných pracovníkov na trhu/vzdelanostné bariéry		Total
			0	1	
Veľkosť podniku	1	Count	41	17	58
		% within Veľkosť podniku	70,7%	29,3%	100,0%
	2	Count	11	16	27
		% within Veľkosť podniku	40,7%	59,3%	100,0%
	3	Count	11	14	25
		% within Veľkosť podniku	44,0%	56,0%	100,0%
	4	Count	0	6	6
		% within Veľkosť podniku	0,0%	100,0%	100,0%
Total		Count	63	53	116
		% within Veľkosť podniku	54,3%	45,7%	100,0%

Zdroj: Vlastný výskum, 2020 spracovaný v štatistickom programe SPSS.

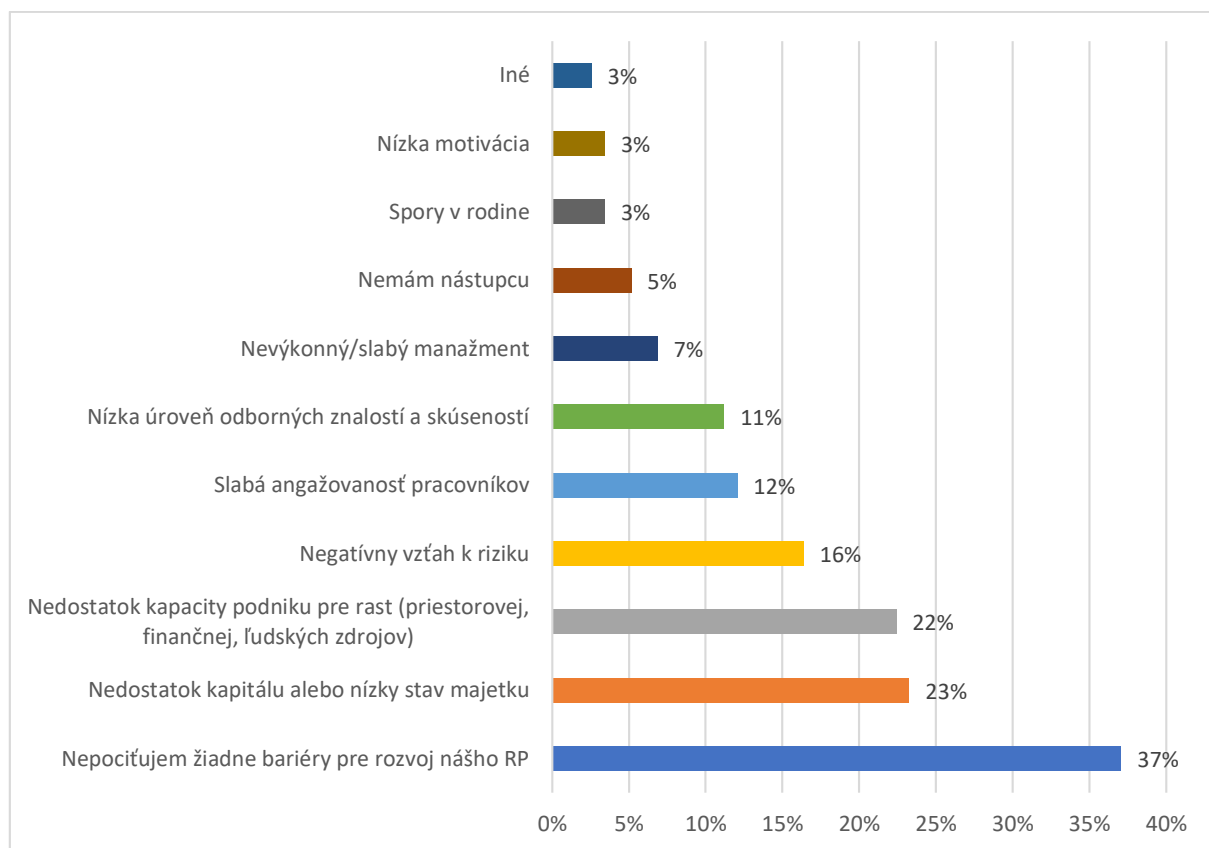
V prípade, že hodnota $p > 0,05$, môžeme konštatovať, že je menšia závislosť v pociťovaných bariérach od veľkostnej kategórie rodinných podnikov. Čím je hodnota p bližšie k hodnote 1, tak rodinné podniky pociťujú rovnaké externé bariéry, bez ohľadu na to, v ktorej veľkostnej kategórii sa vyskytujú. Uvádzame napríklad, ak v prípade uvádzaných problémov so získavaním euro fondových alebo grantových finančných zdrojov (štrukturálne fondy EÚ, HORIZONT a pod.) sa $p = 0,990$ (nie je menšie ako 0,05), tak ak by sme v tomto prípade tvrdili, že rozdiely sú významné, tak sa mýlime s pravdepodobnosťou 99 %. Z tohto vyplýva, že rozdiely medzi rôznymi veľkosťami podniku v pociťovanej bariére so získavaním euro fondových finančných zdrojov nie sú, a teda všetky mikro až veľké rodinné podniky ich vnímajú približne rovnako a ich relácie odpovedí sú približne zhodné. Platí tiež, že akékoľvek vylepšenia v oblasti platenia daní a odvodov, zjednodušenia administratívnych úkonov

spojených s podnikaním a zlepšenie vzdelávacieho systému absolventov pomôžu celej skupine podnikateľov. Len malá časť tém sa týka špeciálne rodinných podnikov, ako napríklad dedičské konanie v súvislosti s dedením rodinného podniku, predmanželské zmluvy na ochranu majetku rodiny, zamestnávanie príbuzných a pod.

Otázka 32. Interné bariéry rozvoja/rastu rodinného podniku

V rodinných podnikoch sa vyskytujú určité bariéry, podobne ako je to aj u nerodinných podnikateľských subjektov, avšak rodinné podniky sú špecifické aj prienikom systémov rodiny a podniku, a v tejto súvislosti vznikajú aj iné interné bariéry rastu, špecifické práve pre tento podnikateľský segment. Podľa našich zistení väčšina rodinných podnikateľov nevníma žiadnu internú bariéru pre rozvoj rodinného podniku (37 %), čo hodnotíme veľmi pozitívne. Čo sa týka tých, ktorí predsa len vnímajú existenciu určitých interných (vnútorných) bariér ako dôvod ich stagnácie, títo najviac uvádzali finančné a kapacitné problémy: nedostatok kapitálu alebo nízky stav majetku (23 %), nedostatok kapacity podniku pre rast (priestorovej, finančnej, ľudských zdrojov, 22 %).

Graf 40 Interné bariéry rozvoja/rastu rodinného podniku



Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Nasledovali bariéry ako negatívny vzťah k riziku u podnikateľa (16 %), slabá angažovanosť pracovníkov (12 %), nízka úroveň odborných znalostí a skúseností vedenia (11 %) alebo nevykonný / slabý manažment (7 %). Iba 5 % podnikateľov nemá nástupcu a nemá tak s kým zdieľať víziu rastu rodinného podniku. Zhodne po 3 % respondentov uviedlo, že rast rodinného podniku brzdia spory v rodine alebo nízka motivácia podnikateľa. Medzi 3 % iných odpovedí boli: nedostatok času, energie alebo slabé zdravie podnikateľa, poprípade vedenia. Nakoľko však podnikatelia vnímali existenciu interných bariér vo viacerých oblastiach, hodnoty presahujú 100 %. Veľká časť vnímaných problémov zo strany rodinných podnikov je spojená s riadením podnikov, či už na úrovni vrcholového manažmentu, ale aj na nižších úrovniach. Tento stav je do istej miery daný aj vysokou mierou angažovanosti rodiny na riadení (v prípade vrcholového manažmentu) a absenciou potreby tento segment v minulosti adekvátne riešiť. Systematický prehľad externých a interných bariér sa nachádza v Prílohe C

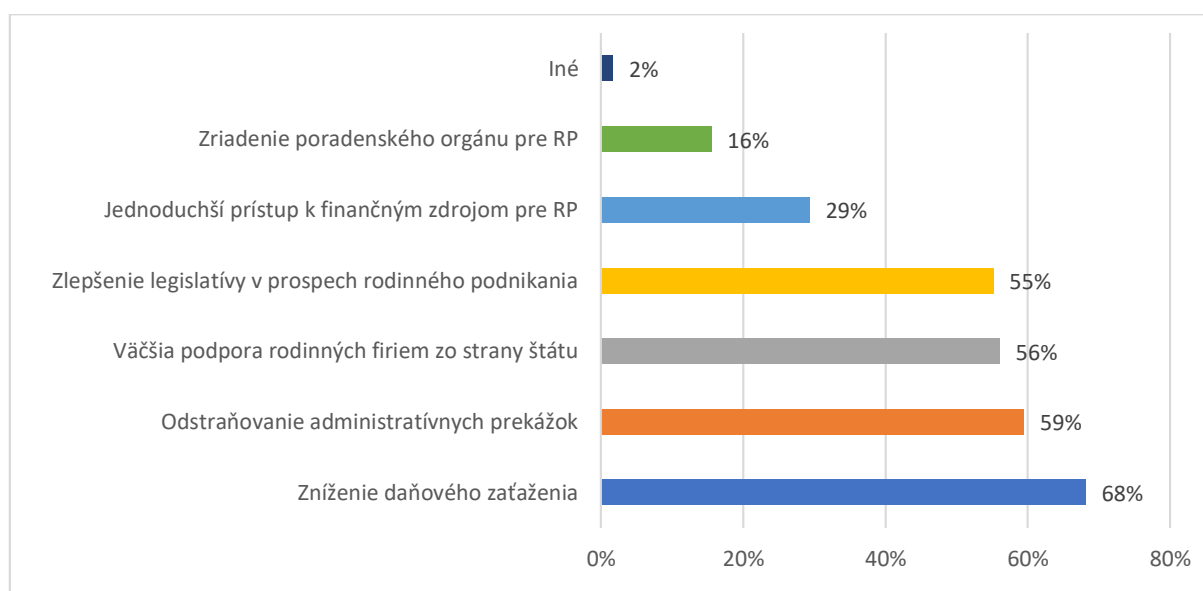
8.8 Možnosti zlepšenia a výzvy pre rodinné podniky

Pre formulovanie návrhov na rast a zvýšenie konkurencieschopnosti rodinných podnikov je potrebné identifikovať preferencie rodinných podnikov, ktoré oblasti podnikateľského prostredia vnímajú ako najdôležitejšie z pohľadu zlepšenia podmienok a zároveň aké výzvy očakávajú v najbližšom období.

Otázka 33. Možnosti zlepšenia podmienok pre rodinné podnikanie

V kontexte hlavného cieľa monografie identifikovať determinanty rastu rodinného podnikania na Slovensku sme položili otázku, v akých oblastiach v rámci podnikateľského prostredia by preferovali rodinní podnikatelia zlepšenie podmienok. Väčšina respondentov zastáva názor, že pre podporu ich rastu a zvýšenie konkurencieschopnosti je nevyhnuté zníženie daňového zaťaženia (68 %), odstraňovanie administratívnych prekážok (59 %), absentuje tiež podpora rodinných firiem zo strany štátu (56 %) a zlepšenie legislatívy v prospech rodinného podnikania (55 %). Skoro 1/3 respondentov požaduje jednoduchší prístup k finančným zdrojom (29 %) a zriadenie poradenského orgánu pre rodinné podniky (16 %). Iba 2 % respondentov uviedlo, že ich konkurencieschopnosť brzdí nízka vymožitelnosť práva. Hodnoty presahujú 100 % z dôvodu, že rodinní podnikatelia mali možnosť vybrať si z viacej možností.

Graf 41 Preferencie zlepšenia podmienok pre rodinné podniky



Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Výskumná otázka 3 Aké z nasledujúcich zmien v podnikateľskom prostredí by mali vplyv na rast mikropodnikov, malých, stredných a veľkých rodinných podnikov, a sú tieto zmeny rovnaké, nezávisle od veľkostnej štruktúry rodinných podnikov?

Problematiku vplyvu zlepšenia podmienok pre rast rodinných podnikov sme vyhodnotili aj v kontexte odpovedí rodinných podnikov podľa veľkostných kategórií a vyhodnotili sme, ktorým zmenám pripisujú mikropodniky, malé, stredné a veľké rodinné podniky na Slovensku najvýraznejší vplyv.

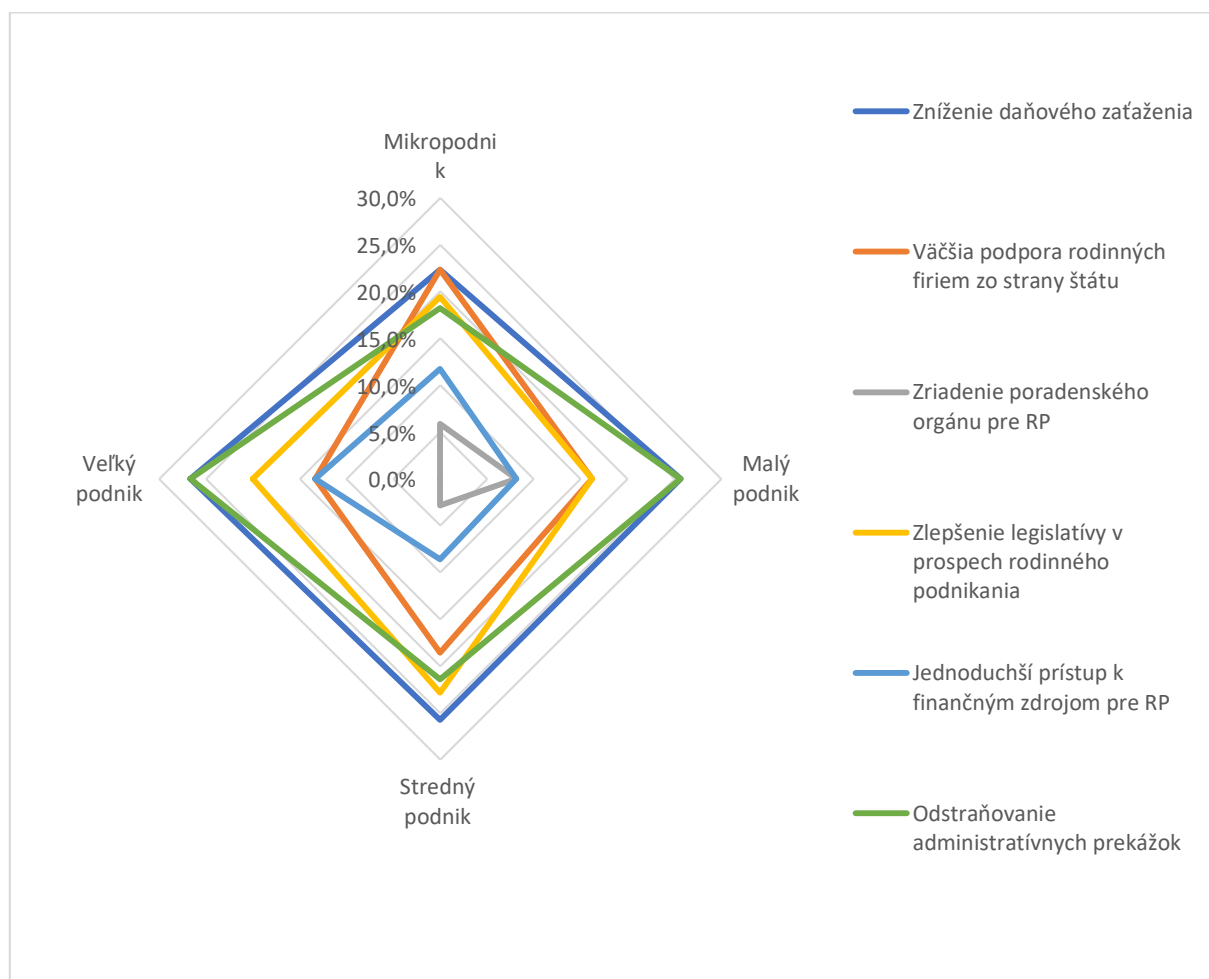
Tabuľka 9 Kontingenčná tabuľka Faktory podnikateľského prostredia vplyvajúce na rast rodinných podniky podľa veľkostnej kategórie (v %)

	Mikropodnik	Malý podnik	Stredný podnik	Veľký podnik	Celkom
Zníženie daňového zaťaženia	22,4	25,7	25,7	26,7	20,9
Väčšia podpora rodinných firiem zo strany štátu	22,4	16,2	18,6	13,3	21,5
Zriadenie poradenského orgánu pre RP	5,9	8,1	2,9	0,0	7,3
Zlepšenie legislatívy v prospech rodinného podnikania	19,4	16,2	22,9	20,0	18,8
Jednoduchší prístup k finančným zdrojom pre RP	11,8	8,1	8,6	13,3	12,0
Odstraňovanie administratívnych prekážok	18,2	25,7	21,4	26,7	19,4
Celkom	45,8	23,4	24,2	6,7	100,0

Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Rast a konkurencieschopnosť rodinných podnikov je ovplyvnená množstvom faktorov. Výsledky výskumu preukázali, že na rast mikropodnikov by mali vplyv jednak väčšia podpora zo strany štátu, ale aj odstránenie administratívnych prekážok. Na rast malých podnikov s počtom zamestnancov do 49 by mali vplyv zníženie daňového zaťaženia a odstránenie administratívnych prekážok a väčšia podpora štátu. Pre rast stredných podnikov je rozhodujúce najmä zlepšenie podmienok v prospech rodinného podnikania, zníženie daňového zaťaženia a väčšia podpora zo strany štátu v prospech rodinného podnikania. Veľké podniky vnímajú zníženie daňového zaťaženia, odstránenie administratívnych prekážok a celkové zlepšenie podmienok v prospech rodinného podnikania, ako kľúčové faktory ich rozvoja a zvýšenia konkurencieschopnosti. Naopak nepovažujú za dôležité zriadenie poradenského orgánu pre rodinné podniky. Rozdiely v reláciách odpovedí (tabuľka 9) sú však minimálne, a teda môžeme konštatovať, že faktory rastu, vnímané rodinnými podnikmi, sú nezávislé od ich veľkostnej štruktúry.

Graf 42 Faktory rastu mikropodnikov, malých, stredných a veľkých rodinných podnikov



Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Na základe vyhodnotenia Chí kvadrátového testu, môžeme tiež konštatovať, že faktory rastu vnímané rodinnými podnikmi sú nezávislé od veľkostnej štruktúry predmetných podnikov. Toto tvrdenie zároveň potvrdzujú výsledky komplexnej kontingenčnej tabuľky 9, ktoré korešpondujú s výsledkami spracovanými v štatistickom programe SPSS zrealizovaného Chí kvadrátového testu (súhrnná tabuľka 10).

Tabuľka 10 Chí-kvadrát test Faktory podnikateľského prostredia vplývajúce na rast rodinných podnikov podľa veľkostnej kategórie rodinného podniku

Opatrenia na zmenu	hodnota	df	p-hodnota
Zníženie daňového zaťaženia	,423 ^a	3	,935
Väčšia podpora rodinných firiem zo strany štátu	5,010 ^a	3	,171
Zriadenie poradenského orgánu pre RP	3,237 ^a	3	,356
Zlepšenie legislatívy v prospech rodinného podnikania	2,179 ^a	3	,536
Jednoduchší prístup k finančným zdrojom pre RP	1,791 ^a	3	,617
Odstraňovanie administratívnych prekážok	2,336 ^a	3	,506

Zdroj: vlastný výskum, 2020. Spracované v štatistickom programe SPSS.

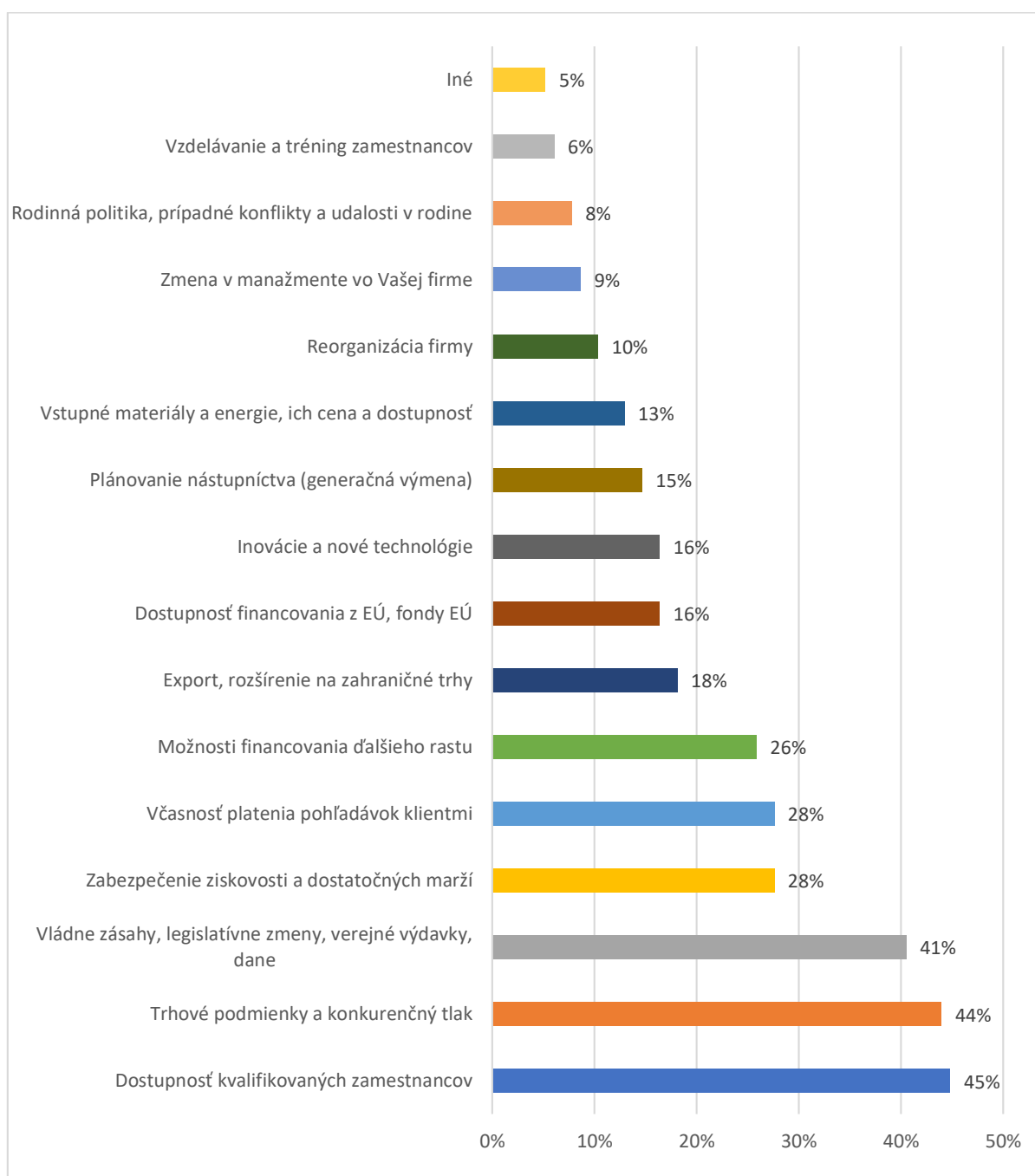
V stĺpci „p-hodnota“ je p = hladina významnosti, kde p nám udáva, s akou pravdepodobnosťou by sme urobili chybu, keby sme tvrdili, že existujú rozdiely. Ani v jednom z uvedených opatrení nie je p menšie ako 0,05, kedy by tieto rozdiely boli významné na hladine významnosti $\alpha = 0,05$. Všetky hodnoty v tomto stĺpci presahujú $p > 0,05$ a môžeme konštatovať, že nie je závislosť uvedených faktorov rastu rodinných podnikov od ich veľkostnej kategórie. Ďalej je zrejmé, že čím je hodnota p bližšie k hodnote 1, tak rodinné podniky uviedli, že na ich rast by vplývali rovnaké opatrenia vlády, bez ohľadu na to, v ktorej veľkostnej kategórii sa vyskytujú. Uvádzame napríklad, že ak v prípade zníženie daňového zaťaženia sa $p = 0,935$, tak ak by sme v tomto prípade tvrdili, že rozdiely sú významné, tak sa mýlime s pravdepodobnosťou až 93,5 %. Z toho vyplýva, že tieto rozdiely nie sú štatisticky významné a na rast rodinných podnikov by mali vplyv rovnaké opatrenia v podnikateľskom prostredí, bez ohľadu, či sa tieto podnikateľské subjekty vyskytujú v kategóriách mikropodnikov, malých, stredných alebo veľkých rodinných podnikov, a tiež, že relácie ich odpovedí sú podobné.

Otázka 34. Najväčšie výzvy/problémy pre rodinné podnikanie v najbližšom období

Pre formulovanie odporúčaní, ktoré by podporili zvýšenie konkurencieschopnosti rodinných podnikov, je nevyhnutné zamerať sa na zisťovanie najväčších výziev/problémov,

ktoré budú mať vplyv na rodinný podnik v najbližšom období. Najfrekvencovanejšími odpoveďami v súvislosti s výzvami, pred ktorými sa budú nachádzať predmetné podniky, boli respondentami uvádzané nasledovné oblasti: dostupnosť kvalifikovaných zamestnancov (45 %), trhové podmienky a konkurenčný tlak (44 %) a vládne zásahy, legislatívne zmeny, verejné výdavky, dane (41 %). Zhodne po 28 % respondentov bude zameriavať svoje aktivity na zabezpečenie ziskovosti a dostatočných marží, ako aj včasnosť platenia pohľadávok klientmi, 26 % na financovanie ďalšieho rastu a 18 % na export a rozšírenie na zahraničné trhy.

Graf 43 Najväčšie výzvy/problémy pre rodinné podnikanie v najbližšom období



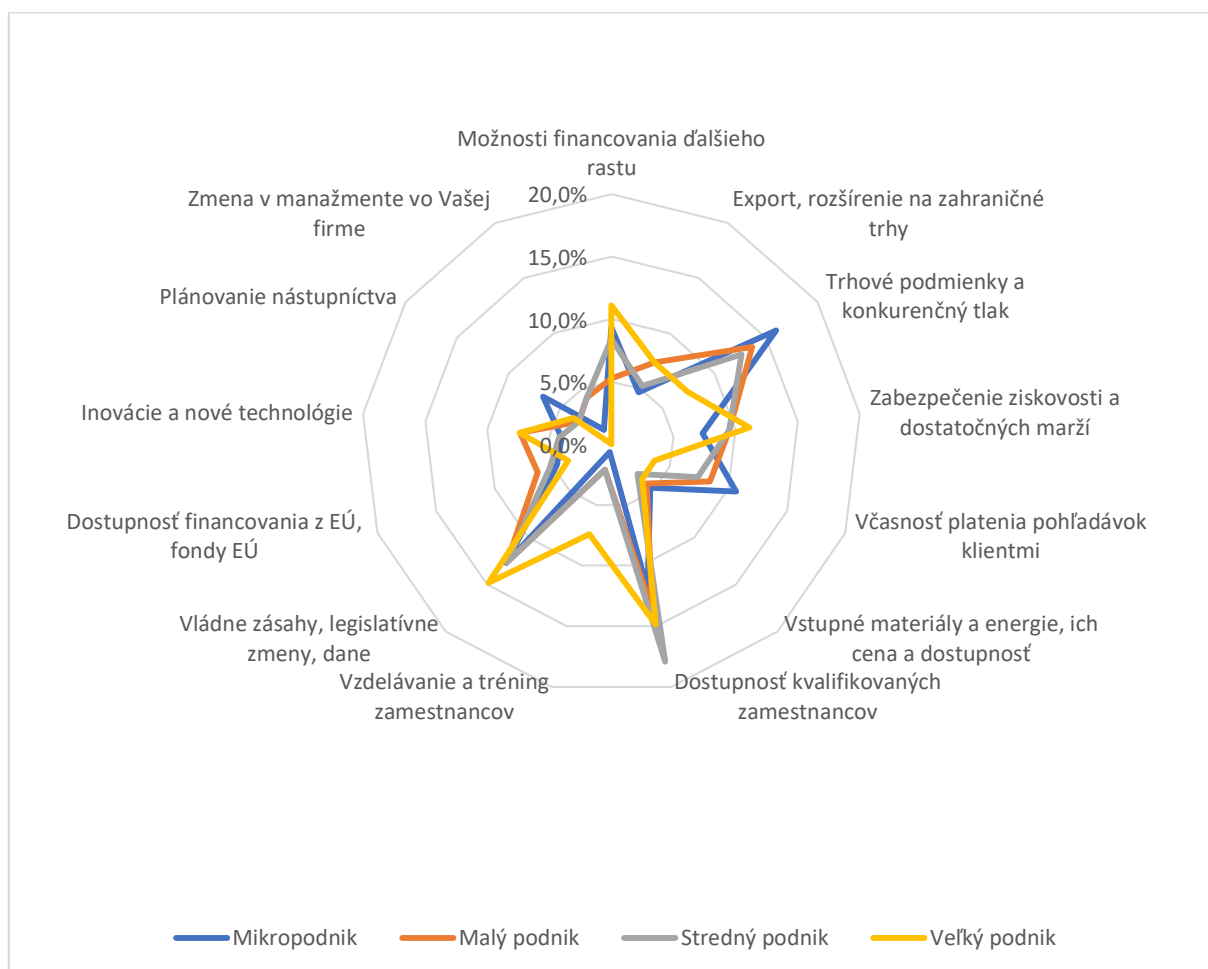
Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Ďalej boli uvádzané tieto výzvy/problémy: dostupnosť financovania z EÚ, fondy EÚ (16 %), inovácie a nové technológie (16 %) a plánovanie nástupníctva (generačná výmena, 15 %). Výzvou pre 13 % respondentov bude cena a dostupnosť vstupných materiálov a energie, ktorá sa týka najmä výrobných rodinných podnikov. Niektoré rodinné podniky stoja pred výzvou na zmeny v riadení a týkajú sa dvoch oblastí: reorganizácie rodinného podniku (10 %) a zmeny v manažmente (9 %). Rodinná politika, prípadné konflikty a udalosti v rodine sú výzvou alebo problémom pre 8 % respondentov v blízkom období a vzdelávanie a tréning zamestnancov pre 6 % rodinných podnikov. Medzi inými výzvami alebo problémami (5 %) pre rodinné podniky boli uvedené: vysoké odvodové zaťaženie zo mzdy a zároveň sústavné zvyšovanie miezd, tiež byrokracia a korupcia pri čerpaní eurofondov. Hodnoty presahujú 100 % z dôvodu, že rodinní podnikatelia mali možnosť vybrať si z viac možností.

Výskumná otázka 4 *Sú očakávané výzvy/problémy v najbližšom období podobné pre všetky veľkostné kategórie rodinných podnikov?*

Poslednou skúmanou oblasťou boli očakávané výzvy/problémy rodinnými podnikmi podľa ich veľkostnej kategórie. Pre mikropodniky (počtom do 9 zamestnancov) sú najväčšou výzvou do budúceho obdobia neočakávané vládne zásahy, legislatívne zmeny, vysoké dane a včasnosť platenia pohľadávok klientmi. Odpovede malých rodinných podnikov (počtom 10 – 49 zamestnancov) boli totožné s odpoveďami mikropodnikov a medzi najmarkantnejšiu výzvu/problém do budúceho obdobia radia zásahy štátu, časté legislatívne zmeny a vysoké dane. Obe uvedené skupiny rodinných podnikov sú v súvislosti s uvedenými výzvami citlivé na legislatívne zmeny a vysoké daňové zaťaženie a môžeme konštatovať, že najmä menšie rodinné podniky sú obzvlášť senzibilné na priaznivé podnikateľské prostredie. Zároveň však tieto stanoviská kopírujú uvedené problémy za všetky rodinné podniky spolu, nezávisle od veľkostnej kategórie podniku.

Graf 44 Výzvy rodinných podnikov podľa veľkostnej štruktúry



Zdroj: vlastný výskum, 2020.

Najfrekvencovanejšími odpoveďami respondentov radiacim sa do skupín stredné (počtom 100 – 249 zamestnancov) a veľké rodinné podniky (viac ako 249 zamestnancov), ktoré budú mať vplyv na ich činnosť do budúceho obdobia, boli dostupnosť kvalifikovaných zamestnancov a obdobne ako u mikropodnikov a malých rodinných podnikov zásahy štátu, časté legislatívne zmeny a vysoké dane. Na základe podrobných výsledkov, identifikovaných aj v tejto otázke, by mohla byť prispôbena štátna politika podpory predmetných podnikov aj podľa ich veľkostnej kategórie. Konkrétne návrhy sú predmetom nasledujúcej kapitoly monografie. Podrobná kontingenčná tabuľka výsledkov predmetnej problematiky sa nachádza v Prílohe G.

V súhrnnej tabuľke 11 je v poslednom stĺpci „*p*-hodnota“ uvedená *p* hladina významnosti, kde *p* nám udáva, s akou pravdepodobnosťou by sme urobili chybu, keby sme tvrdili, že existujú rozdiely. Nakoľko sme si v metodologickej časti stanovili, že ak je *p* menšie ako 0,05, tak rozdiely sú významné len na hladine významnosti $\alpha < 0,05$.

Tabuľka 11 Chí-kvadrát test Výzvy/bariéry rodinných podnikov podľa veľkostnej štruktúry

Očakávané výzvy/problémy	hodnota	df	p-hodnota
Možnosti financovania ďalšieho rastu	3,164 ^a	3	,367
Export, rozšírenie na zahraničné trhy	3,538 ^a	3	,316
Trhové podmienky a konkurenčný tlak	,790 ^a	3	,852
Zabezpečenie ziskovosti a dostatočných marží	4,999 ^a	3	,172
Včasnosť platenia pohľadávok klientmi	,417 ^a	3	,937
Vstupné materiály a energie, ich cena a dostupnosť	,217 ^a	3	,975
Dostupnosť kvalifikovaných zamestnancov	11,167^a	3	,011
Vzdelávanie a tréning zamestnancov	10,046^a	3	,018
Vládne zásahy, legislatívne zmeny, verejné výdavky, dane	3,905 ^a	3	,272
Dostupnosť financovania z EÚ, fondy EÚ	1,699 ^a	3	,637
Inovácie a nové technológie	4,600 ^a	3	,204
Plánovanie nástupníctva	,742 ^a	3	,863
Zmena v manažmente vo Vašej firme	5,579 ^a	3	,134
Reorganizácia firmy	2,317 ^a	3	,509
Rodinná politika, prípadné konflikty a udalosti v rodine	5,369 ^a	3	,147

Zdroj: vlastný výskum, 2020. Spracované v štatistickom programe SPSS.

Na základe vyhodnotenia Chí kvadrátového testu, môžeme konštatovať, že výzvy alebo problémy, ktoré očakávajú rodinné podniky, sú v niektorých prípadoch závislé od veľkostnej štruktúry predmetných podnikov. Avšak vo väčšine výziev sa vyskytuje $p > 0,05$ a môžeme konštatovať, že rozdiely v uvedených výzvach rodinných podnikov v závislosti od ich veľkostnej kategórie, nie sú štatisticky významné. Čím je hodnota p bližšie k hodnote 1, tak sa očakávané výzvy zhodujú v rovnakých reláciách u všetkých rodinných podnikov, bez ohľadu na ich veľkostnú kategóriu.

Pri výzve Dostupnosť kvalifikovaných zamestnancov, v kontexte stanovenej hladiny alfa = 0,050, kde je $p = 0,011$ (je menšie ako 0,05), takže hladina významnosti je dokonca omnoho nižšia ako stanovená hladina alfa, a teda môžeme tvrdiť takmer s istotou (mýlili by sme sa na 1,11%), že rozdiely medzi podnikmi s rôznou veľkosťou existujú, t. j. dostupnosť kvalifikovaných zamestnancov bude výzvou skôr stredných a veľkých podnikov (nad 66 %) než u mikropodnikov (31 %) alebo malých podnikov, ako prezentuje nasledujúca tabuľka 12.

Tabuľka 12 Chí-kvadrát test Dostupnosť kvalifikovaných zamestnancov v kontexte s veľkostnou štruktúrou rodinných podnikov

Crosstab					
			Dostupnosť kvalifikovaných zamestnancov		Total
			0	1	
Veľkosť podniku	1	Count	40	18	58
		% within Veľkosť podniku	69,0%	31,0%	100,0%
	2	Count	14	13	27
		% within Veľkosť podniku	51,9%	48,1%	100,0%
	3	Count	8	17	25
		% within Veľkosť podniku	32,0%	68,0%	100,0%
	4	Count	2	4	6
		% within Veľkosť podniku	33,3%	66,7%	100,0%
Total		Count	64	52	116
		% within Veľkosť podniku	55,2%	44,8%	100,0%

Zdroj: vlastný výskum, 2020. Spracované v štatistickom programe SPSS.

Pri výzve *Vzdelávanie a tréning zamestnancov* ($p = 0,018$), môžeme konštatovať, že hladina významnosti je tiež nižšia ako stanovená hladina alfa. Môžeme teda tvrdiť, že rozdiely medzi podnikmi s rôznou veľkosťou existujú a vzdelávanie a tréning zamestnancov bude výzvou veľkých podnikov (nad 33 %) než u mikropodnikov, malých a stredných podnikov, kde sa relácie pohybovali v rozmedzí 1,7 % – 8 %.

Tabuľka 13 Chí-kvadrát test Vzdelávanie a tréning zamestnancov v súvislosti s veľkostnou štruktúrou rodinných podnikov

Crosstab					
			Vzdelávanie a tréning zamestnancov		Total
			0	1	
Veľkosť podniku	1	Count	57	1	58
		% within Veľkosť podniku	98,3%	1,7%	100,0%
	2	Count	25	2	27
		% within Veľkosť podniku	92,6%	7,4%	100,0%
	3	Count	23	2	25
		% within Veľkosť podniku	92,0%	8,0%	100,0%
	4	Count	4	2	6
		% within Veľkosť podniku	66,7%	33,3%	100,0%
Total		Count	109	7	116
		% within Veľkosť podniku	94,0%	6,0%	100,0%

Zdroj: vlastný výskum, 2020. Spracované v štatistickom programe SPSS.

8.9 Návrh odporúčaní pre rozvoj rodinného podnikania na Slovensku

Problematikou rodinného podnikania sa na Slovensku v súčasnosti parciálne zaoberajú už viaceré dokumenty, ako napríklad Zákon o podpore MSP a Schéma na podporu rodinného podnikania. Zákon o podpore MSP určuje ďalšie smerovanie v oblasti podporných nástrojov, ich inštitucionálneho zabezpečenia a úprav právneho rámca podnikateľského prostredia. Pre slovenské rodinné podniky je cielene určená Schéma na podporu rodinného podnikania, ktorej hlavným cieľom je podpora rozvoja rodinného podnikania na Slovensku a vytvorenie podmienok pre proces generačnej výmeny v rámci jednotlivých rodinných podnikov. Napriek tomu akokoľvek podpora je rodinnými podnikateľmi dlhodobo vnímaná ako nedostatočná. Preto, v kontexte identifikovaných externých bariér rastu a preferencií rodinných podnikov, uvádzame návrhy opatrení, ktorých implementácia umožní zlepšenie podmienok a skvalitnenie podnikateľského prostredia pre rast a konkurencieschopnosť predmetných podnikateľských subjektov na Slovensku.

V oblasti legislatívy a administratívy:

- prijatie definície rodinného podniku, prípadne zákona o rodinnom podnikaní,
- evidencia rodinných podnikov, následné štatistické sledovanie tohto špecifického segmentu podnikania a tiež vyhodnocovanie výkonov a vplyvu predmetných podnikov na ekonomiku,
- zriadenie expertnej skupiny pre rodinné podnikanie na MH SR,
- platnosť nových právnych predpisov vždy k jednému dátumu a ich informačná dostupnosť pre podnikateľov,
- zníženie daňového a odvodového zaťaženia,
- zníženie administratívneho zaťaženia a prístupenie k jeho systematickej redukcii,
- zvýšenie vymožitelnosti, najmä zefektívnením procesných postupov vrátane stanovenia doby, do ktorej musí súd konať v príslušnej veci,
- jednoduchý transfer podniku pre rodinné firmy z FO na PO „prechodový mostík“,
- implementácia inštitútu zvereneckého fondu do slovenskej legislatívy ako príklad dobrej praxe z Čiech,
- novelizácia a modernizácia dedičského konania, závetu a zavedenie predmanželských zmlúv,
- zavedenie prestížnej značky „Slovenská rodinná firma“, ako napríklad už existujú v zahraničí.

V oblasti prístupu ku kapitálu a podporných programov:

- uľahčenie prístupu k štartovaciemu kapitálu pre začínajúcich rodinných podnikateľov formou poskytovania zvýhodnených úverov, stimulov resp. bankových záruk,
- finančná podpora začínajúcich rodinných podnikov, na ktorých vzniku a činnosti sa významnou mierou podieľa viacero členov jednej rodiny,
- uľahčenie prístupu ku kapitálu pre už existujúce rodinné podniky,
- podpora exportu rodinných podnikov (napríklad formou záruk alebo poistenia exportu) a finančná podpora ich účasti na výstavách a veľtrhoch,
- finančná podpora inovačných aktivít rodinných podnikov,
- spracovanie prehľadu o možnostiach finančnej podpory pre rodinné podniky,
- poskytovanie poradenstva a vzdelávania začínajúcim podnikateľom bezplatne.

V oblasti vzdelávania, poradenstva a informovanosti:

- stimulácia k zakladaniu rodinných podnikov,
- zlepšenie prístupu začínajúcich rodinných podnikateľov k finančne zvýhodnenému poradenstvu, prípadne ho poskytovať bezplatne,
- poradenstvo pre rodinných podnikateľov v oblasti nástupníctva, oceňovania a prevodu rodinného podniku,
- podpora vzdelávania manažmentu a nástupcov v rodinných podnikoch,
- spracovanie prehľadu o možnostiach vzdelávania pre špecifické oblasti týkajúce sa rodinných podnikateľov,
- zriadenie poradensko-výskumných centier pre rodinné podniky a zaradenie predmetov týkajúcich sa problematiky rodinného podnikania do výučby na univerzitách,
- zvýšenie informovanosti rodinných podnikateľských subjektov v oblasti alternatívnych metód riešenia sporov s cieľom zvýšiť ich využívanie,
- podpora poradenstva a vzdelávania o možnostiach podnikania na zahraničných trhoch s cieľom zvýšenia exportných aktivít rodinných podnikov,
- zabezpečenie poradenstva a vzdelávania s cieľom podpory inovačných aktivít rodinných podnikov,
- podpora inovačných aktivít rodinných podnikov napríklad odstránením bariér v ich spolupráci s akademickým sektorom,
- zabezpečenie dostatočnej komunikácie vlády pri zavádzaní prebiehajúcich reforiem smerom k podnikateľskému sektoru celkovo, a tiež k rodinným podnikom,

- zriadenie asociácie rodinných podnikateľov, prípadne regionálnych klubov rodinných podnikov – stimulácia networkingu rodinných podnikov,
- sprostredkovanie internshipov formou výmennej stáže potomkov v iných rodinných podnikoch.

V oblasti zamestnanosti:

- podpora tvorby pracovných príležitostí v rodinných podnikoch,
- zníženie administratívnej náročnosti so zamestnávaním,
- postupné znižovanie nákladov na zamestnanca vrátane odvodového zaťaženia v SR,
- zvýhodnené zamestnávanie rodinných príslušníkov, predovšetkým potomkov, pri brigádnej činnosti (oslobodenie od platenia odvodov a pod.).
- zvýhodnené zamestnávanie občanov so zdravotným postihnutím.

Implementácia uvedených návrhov v oblasti podpory rodinných podnikov smeruje k vypracovaniu koncepcie rozvoja pre predmetné podniky s hlavným dôrazom na zlepšenie podnikateľského prostredia podporujúceho ich rast a konkurencieschopnosť. Prijatie Zákona o MSP a vypracovanie Schémy na podporu rodinného podnikania v súčasnosti začína vytvárať priestor pre dynamický rast a kontinuitu rodinných podnikov na Slovensku. V tejto súvislosti by sa dlhodobé vytváranie vhodných podmienok, napomáhajúcich rozvoju rodinného podnikania, malo stať súčasťou politik všetkých ministerstiev, ostatných orgánov štátnej správy a samosprávy, ktorým odporúčame zohľadňovať pri tvorbe predpisov a politik vo všetkých oblastiach potreby rodinných podnikov.

Abstrakt

Rodinné podniky tvoria viac ako dve tretiny všetkých podnikateľských subjektov, zohrávajú tak významnú úlohu v ekonomike Slovenska, podieľajú sa na tvorbe HDP a generujú množstvo pracovných príležitostí. Významne kreujú slovenské podnikateľské prostredie, pôsobia v rôznych regiónoch a podporujú miestne komunitné projekty. Pružnejšie sa prispôbujú potrebám trhu a z dôvodu existencie osobných vzťahov k zamestnancom, odberateľom a dodávateľom dosahujú lepšiu kontrolu kvality. Zároveň svojimi exportnými a inovačnými aktivitami významne participujú na exportnej a inovačnej výkonnosti slovenskej ekonomiky. Napriek tomu neexistuje rodinné podnikanie na Slovensku ako samostatná kategória, chýba legislatívny rámec rodinného podnikania a formulácia súčasnej legislatívy v oblasti podnikania je nepresná a pre rodinu a rodinný podnik komplikovaná. Cieľom monografie je identifikácia kľúčových faktorov rozvoja, ktoré majú významný vplyv na zvýšenie konkurencieschopnosti rodinných podnikov na Slovensku a v súvislosti s identifikovanými bariérami a očakávanými výzvami navrhnúť opatrenia na zlepšenie podpory a zvýšenie konkurencieschopnosti rodinných podnikov na Slovensku. Monografia je rozdelená do 8 kapitol. Obsahuje 44 grafov, 13 tabuliek, 2 schémy, 2 mapy, 3 obrázky a 8 príloh. Prvá kapitola je venovaná teoretickým aspektom, vymedzeniu základných kategórií a významu rodinného podnikania. V ďalších častiach monografia charakterizuje právne aspekty rodinného podnikania a venuje sa špecifickým problematikám rodinného podnikania ako riadenie a plánovanie. Kapitoly 5 a 6 vysvetľujú rámcové podmienky pre vznik a rozvoj predmetných podnikov a hodnotia účinnosť vybraných faktorov na rast rodinných podnikov. Záverečná kapitola obsahuje komplexnú štúdiu o vzniku a rozvoji rodinných podnikov so zameraním sa na determinanty ich rastu na Slovensku. Výsledkom riešenia danej problematiky je identifikácia kľúčových faktorov rastu a navrhnutie konkrétnych opatrení, ktoré by mohli akcelerovať rast a konkurencieschopnosť rodinných podnikov a zároveň zlepšiť podmienky pre ich rozvoj v podmienkach Slovenskej republiky. Medzi interné determinanty rastu rodinných podnikov môžeme zaradiť existenciu strategického rodinného pánu a nástupníckeho plánu, nastavenie pravidiel pre elimináciu konfliktov a zabránenie prenosu konfliktov z podniku do rodiny a opačne a vopred spracovaná rodinná ústava ako nástroj určenia pravidiel fungovania podniku, a zároveň rozdelenia kompetencií členom rodiny v rodinnom podniku. Predpokladom rastu rodinných podnikov sú aj ich exportné a inovačné aktivity. V tejto súvislosti je preto podpora exportných a inovačných aktivít rodinných podnikov dôležitým faktorom ich dynamického rastu a konkurencieschopnosti. Nedostupnosť externých finančných zdrojov, komplikovaná

a rýchlo sa meniaci legislatíva, či absencia hodnotenia dôsledkov regulácií na podnikateľské prostredie patria k dlhodobo pretrvávajúcim externým bariéram rastu predmetných rodinných podnikov. Ďalšími sú nedostatky v podnikateľskom prostredí, ako náročná a komplikovaná vymožitelnosť práva a nefunkčnosť súdov, vysoká administratívna záťaž, vysoké daňové a odvodové zaťaženie a nedostatok kvalifikovanej pracovnej sily. Vytvorenie kvalitného podnikateľského prostredia je jedným z kľúčových determinantov zabezpečenia prosperity a zvýšenia konkurencieschopnosti nielen rodinných podnikov, ale všetkých podnikateľských subjektov na Slovensku. Dôležitým sa stáva prijatie definície rodinného podnikania, získanie podrobných kvantitatívnych a kvalitatívnych štatistík o rodinnom podnikaní a následné vyčíslenie ekonomických dopadov na Slovensko, ako podklad pre ďalšie opatrenia podporujúce konkurencieschopnosť rodinných podnikov.

Kľúčové slová:

rodinné podnikanie, rodinný podnik, konkurencieschopnosť, determinanty rastu, bariéry.

Monika Nad'ová Krošlákova
RODINNÉ PODNIKANIE AKO VÝZNAMNÁ ZLOŽKA
EKONOMICKÝCH AKTIVÍT V HOSPODÁRSTVE SLOVENSKA

Vydavateľ: Radim Bačuvčik – VeRBuM
(Přehradní 292, 763 14 Zlín 12, Česká republika)
Zlín, 2020
1. vydání. 166 stran, 11,849 AH

www.verbum.name

ISBN 978-80-88356-02-8