

VZDĚLÁVÁNÍ A FINANČNÍ PODPORA V RODINNÝCH FIRMÁCH

Závěrečná zpráva z výzkumu

Duben 2022



GAME CHANGERS



VZDĚLÁVÁNÍ A FINANČNÍ PODPORA V RODINNÝCH FIRMÁCH

Závěrečná zpráva z výzkumu pro AMSP ČR

Duben 2022



GAME CHANGERS





METODA SBĚRU DAT

Strukturovaný dotazník o délce cca 15 minut, mix telefonického a online dotazování



VELIKOST VZORKU

262 respondentů



CÍLOVÁ SKUPINA

Zástupci vedení rodinných firem

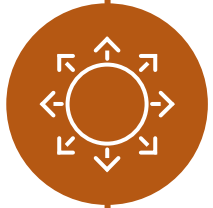


SBĚR DAT

Sběr dat realizovaný v období 8. 4. – 27. 4. 2022

JAK TO VIDÍ SVĚT?

Rodinné firmy jsou důležitou součástí světové ekonomiky. Globálně bylo provedeno množství výzkumů shromažďujících informace o rodinných firmách, zde jsou zajímavá data z některých z nich.



V celosvětovém měřítku zatím není vzdělávání ve firmách mezi top 15 prioritami pro následující dva roky. Nejčastěji chtějí firmy expandovat na nové trhy (55 %).



Pro 65 % rodinných firem na trhu je dlouhodobým cílem zajistit, aby podnik zůstal v rodině.



Nejdůležitější hodnoty v rodinné firmě jsou podle 85 % respondentů VZTAHY.



Vzdělávání ve firmách přináší benefity ve formě lepší konkurenceschopnosti, motivace zaměstnanců a získávání zpětné vazby. Zároveň se jedná o investici, která se z dlouhodobého hlediska vyplatí.



Podle průzkumu Global Family Business Survey, 86 % rodinných firem očekává růst v roce 2022. Pro rok 2021 mělo tyto ambice jen 64 % firem.

Zdroje dat: <https://www.pwc.com/gx/en/family-business-services/family-business-survey-2021/pwc-family-business-survey-2021.pdf>
<https://lignsuniversity.com/cs/blog/profesni-vzdelavani-v-malych-a-strednich-podnicich>
<https://www.e15.cz/magazin/74-hodnocenych-rodinnych-firem-bylo-zarazeno-do-kategorie-odolna-rodinna-firma-1373379>

HLAVNÍ ZÁVĚRY



VZDĚLÁVÁNÍ

Vzdělání je mezi zástupci firem považováno za důležité. Proto, i přes překážky způsobené pandemií koronaviru, zorganizovala více než polovina firem alespoň jednu vzdělávací aktivitu nad rámec těch, co jsou ze zákona povinné.

Rodinné firmy se nejčastěji v rámci vzdělávacích aktivit soustředí na jazykové znalosti, ale také na řízení vztahů se zákazníky a manažerské dovednosti. 62 % firem využilo nějakou formu finančního příspěvku k pokrytí nákladů na vzdělávací aktivity.



FINANCE

Oproti loňskému roku zástupci rodinných firem mnohem více pochybují o zlepšení ekonomického vývoje jak v jejich firmě, tak i v České republice.

Navzdory tomu, že dvě třetiny firem plánují v budoucích třech letech investovat do firmy, ocenily by větší finanční podporu ze strany státu. Plánují využít např. slevu na dani a různé druhy dotací. Nejvíce vítanější podporou by však byl zvýhodněný způsob daňového odpisování umožňující odčítání pořízeného majetku z daní rychleji, než je tomu v současné době.



RODINNÉ VZTAHY

V tuto chvíli je pro třetinu firem nepodstatné, jestli bude vedení v budoucnu předáno některému z rodinných příslušníků (jedná se o firmy založené po roce 2010). Více než polovina z těch, kteří předávání v rámci rodiny diskutují, nemá žádný časový plán. Oproti loňskému roku výrazně ubylo firem, které plánují předání firmy do jednoho roku (lze předpokládat, že řada firem založených po roce 1989 již předání minimálně managementu zrealizovala).

VZDĚLÁVÁNÍ V RODINNÝCH FIRMÁCH

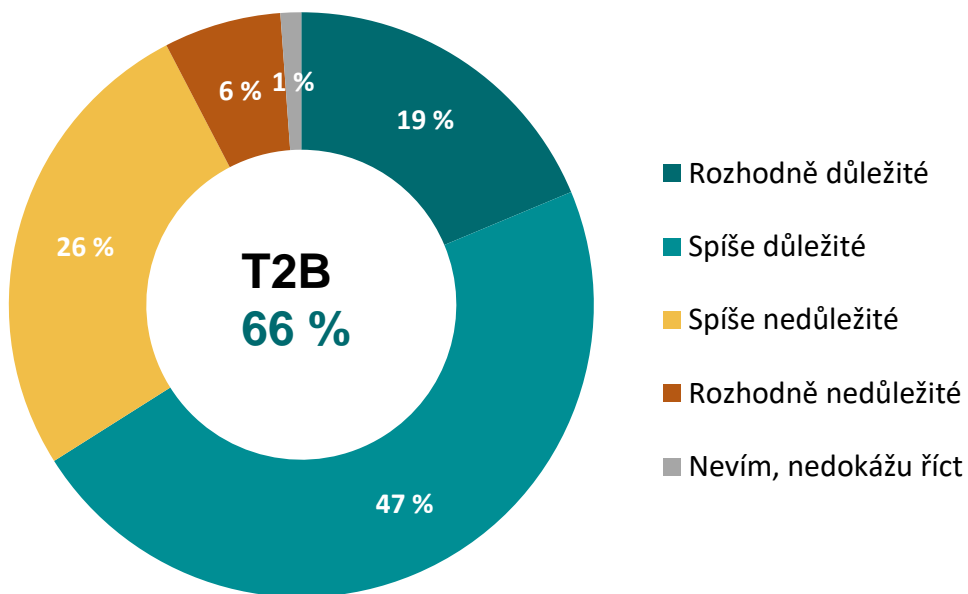
1

- Jaký důraz je kladen na nejvyšší dosažené vzdělání zaměstnanců a nástupců rodinných firem?
- Jaké je zaměření vzdělávacích aktivit rodinných firem?
- Jaké jsou příspěvky na úhradu vzdělávacích aktivit?

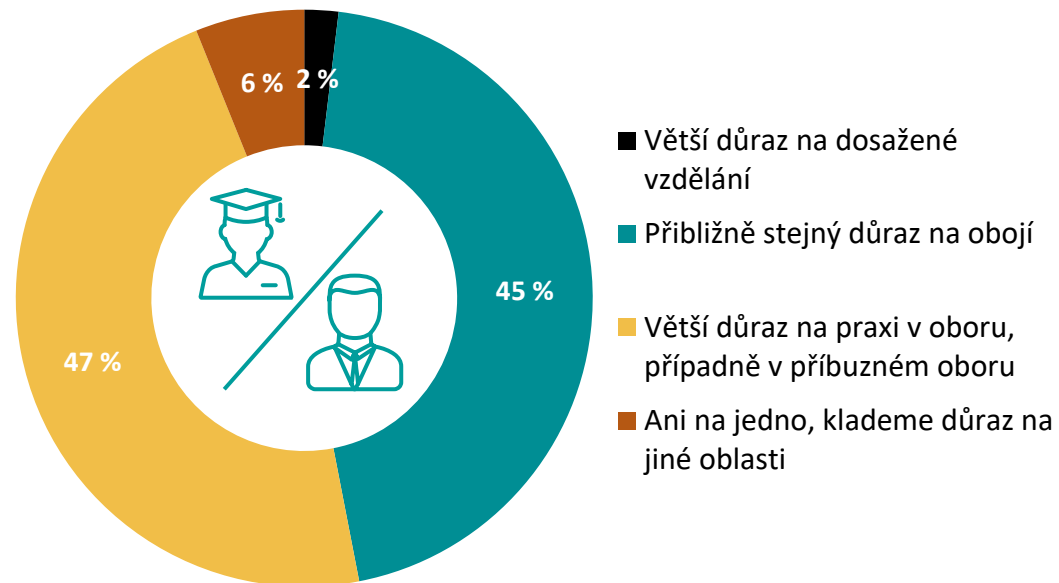
DŮLEŽITOST DOSAŽENÉHO VZDĚLÁNÍ ZAMĚSTNANCŮ

Přesto, že je pro rodinné firmy nejvyšší dosažené vzdělání důležité, při náboru kladou důraz spíše na praxi v oboru, případně stejný důraz na vzdělání i praxi.

DŮLEŽITOST DOSAŽENÉHO VZDĚLÁNÍ?



VZDĚLÁNÍ NEBO PRAXE?



KOMENTÁŘ AMSP ČR:

Dosažené vzdělání ještě není zárukou kvality zaměstnance. Výuční list, maturitní vysvědčení či vysokoškolský diplom je pouze dokladem o schopnosti učit se v daném oboru. Teprve praxe ukáže, zda má zaměstnanec kromě vědomostí i dovednosti a schopnosti vyžadované konkrétní pracovní pozicí. U zaměstnanců je pak důležitá chuť pracovat, zájem o práci, ochota dále se vzdělávat, komunikativnost, pracovní nasazení apod.

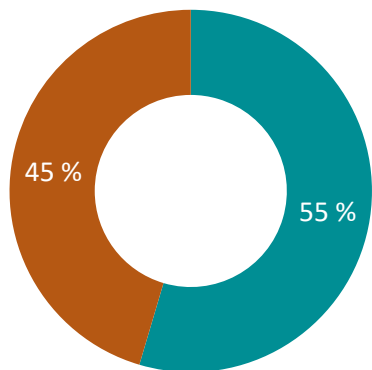
Pozn.: T2B = sloučení odpovědí „rozhodně důležité“ a „spíše důležité“.

Otázka O1. Do jaké míry je pro vaši rodinnou firmu důležité, jaké mají vaši zaměstnanci nejvyšší dosažené vzdělání? O2. Kladete při výběru nových zaměstnanců větší důraz na praxi v oboru nebo na dosažené vzdělání?

Báze: n=262

Více než polovina firem organizovala v roce 2021 alespoň jednu vzdělávací aktivitu nad rámec ze zákona povinných. Vlastní aktivitu zorganizovaly tři čtvrtiny firem, které vzdělávací aktivity realizovaly.

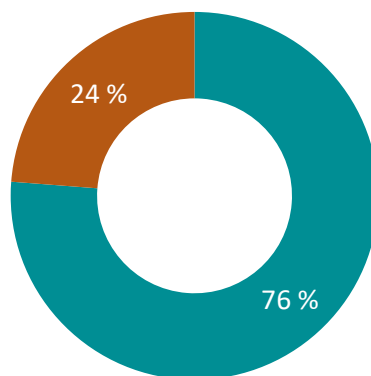
ALESPŇ JEDNA VZDĚLÁVACÍ AKTIVITA NAD RÁMEC ZÁKONNÝCH



■ Ano ■ Ne

Nejčastěji organizovali vzdělávací aktivity nad rámec ze zákona povinných ve firmách se 100 – 249 zaměstnanci (94 %).

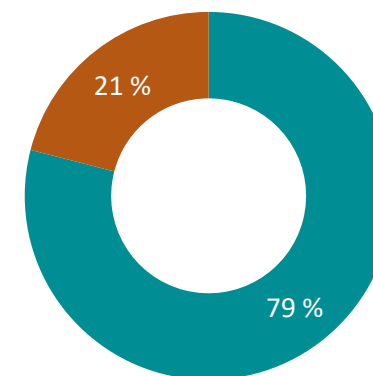
ALESPŇ JEDNA VLASTNÍ VZDĚLÁVACÍ AKTIVITA



■ Ano ■ Ne

Vlastní vzdělávací aktivitu organizovaly čtyři pětiny firem s 21-50 a také s 250 a více zaměstnanci.

VYUŽITÍ EXTERNÍHO DODAVATELE



■ Ano ■ Ne

Nejméně externích dodavatelů využívají firmy s 51-99 zaměstnanci (63 %).

KOMENTÁŘ AMSP ČR:

Vzdělávací aktivity realizované nad rámec klasických BOZP a podobných školení jsou dány především přechodem firem na nové technologie. V roce 2021 se jednalo především o schopnost zaměstnanců zvládnout komunikaci v online světě, o zvýšení digitální gramotnosti, o schopnosti pracovat s trendovými aplikacemi, s informacemi v cloudu, využívat big data apod.

Pozn.: O6 a O4 odpovídali pouze respondenti co odpověděli „Ano“ v O3.

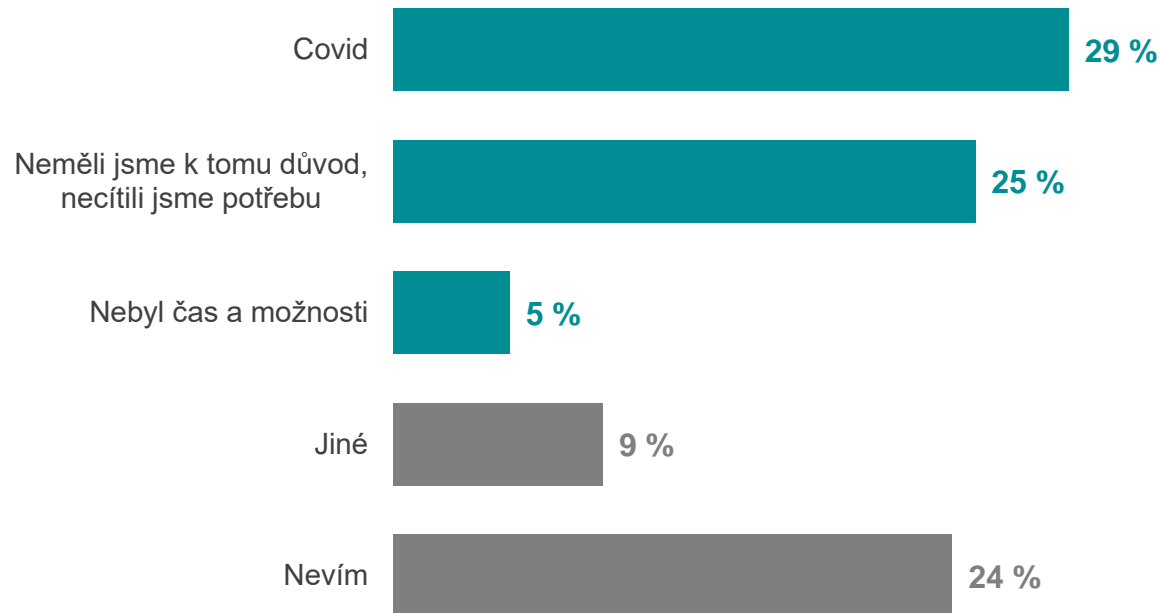
Otázka O3. Organizovali jste v roce 2021 pro své zaměstnance alespoň jednu vzdělávací aktivitu nad rámec ze zákona povinných vzdělávacích aktivit? O6. Organizovali jste v roce 2021 nějakou vlastní vzdělávací aktivitu pro vaše zaměstnance? O4. Využili jste externího poskytovatele pro organizaci vzdělávacích aktivit pro vaše zaměstnance?

Báze: O3 n=262, O6 a O4 n=143 (ti co odpověděli „Ano“ v O3)

DŮVODY PRO NEORGANIZOVÁNÍ VZDĚLÁVACÍCH AKTIVIT

Čtvrtina rodinných firem necítila potřebu zajistit pro své zaměstnance vzdělávací aktivity. Nejčastější překážkou v organizaci vzdělávacích aktivit byla pandemie koronaviru a s ní spojená vládní omezení.

DŮVODY PRO NEZAJIŠŤOVÁNÍ VZDĚLÁVÁNÍ:



PŘÍKLADY KONKRÉTNÍCH ODPOVĚDÍ:

„Nebylo potřeba. Zaměstnanci jsou odborníci ve svých pozicích.“

„Šikovní zaměstnanci bez nutnosti dalšího vzdělání.“

„Nebylo potřeba, firma v posledních dvou letech (v důsledku Cov-19) vykazovala sníženou aktivitu.“

„Finance.“

„Nebyl k tomu aktuálně žádný důvod.“

„Už tak máme hodně práce. Chybí kvalitní lidi a Covid moc nepomohl. Nechceme zaměstnancům ještě vymýšlet školení navíc, které akorát znamená, že budou ve skluzu s prací.“

KOMENTÁŘ AMSP ČR:

Vzhledem k výzkumnému vzorku (64 % firem do 10ti zaměstnanců) lze předpokládat, že každý ve firmě ví, co má dělat a pokud je potřeba naučit se něco navíc, tak nevolí formu oficiální vzdělávací aktivity, ale samostudium, sebevzdělávání nebo přenos mezigeneračních zkušeností na pracovišti. Významnou roli zde hraje i tzv. opatrnostní přístup k financování vzdělávacích aktivit, kdy někteří z majitelů upřednostňují interní mentoring či koučing, asistování či praktické demonstrování, rotaci práce apod.

Otázka O9. Z jakého důvodu jste v roce 2021 nezajišťovali další vzdělávání pro své zaměstnance formou kurzů či školení?

Báze: n=119

EXTERNÍ POSKYTOVATELÉ VZDĚLÁVACÍCH AKTIVIT

Externí dodavatelé vzdělávacích aktivit jsou nejčastěji soukromé komerční společnosti (ať už je jejich hlavní činností poskytování vzdělávání či nikoliv) a státní nebo veřejné instituce zaměřené na vzdělávání dospělých.

HLAVNÍ POSKYTOVATELÉ VZDĚLÁVACÍCH AKTIVIT:



79 % firem využilo externího poskytovatele vzdělávacích aktivit.

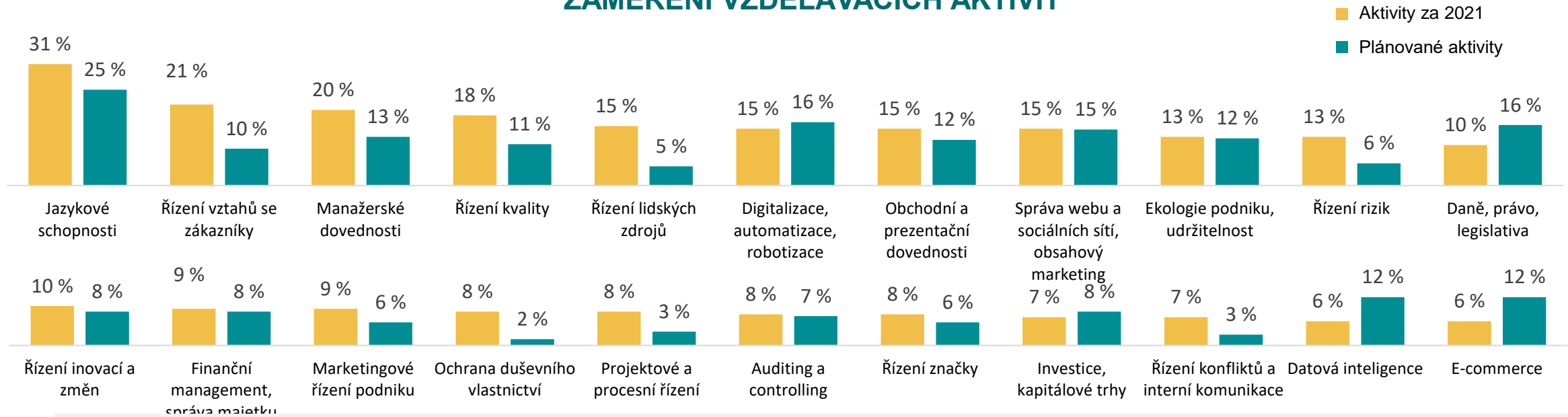
KOMENTÁŘ AMSP ČR:

V případě rodinných firem většinou majitelům nejde o to, aby zaměstnanec získal nějaký oficiální certifikát či diplom. Usilují o to, aby se opravdu něco naučil. Soukromé vzdělávací instituce mohou poskytovat vzdělávací služby na komerční bázi, ve většině případů „ušijí“ vzdělávací aktivitu přesně na míru osobním potřebám vzdělávaných. Rychlé zastarávání dosud získaných znalostí a dovedností, potřeba stále získávat nové informace, zvyšuje i tlak na soukromé vzdělávací instituce. Tyto v roce 2021 přesunuly nabízené edukační aktivity do on-line prostoru, využily trendy typu personalizace, výuky pomocí videí, učení se prostřednictvím interaktivních prvků apod.

Otázka O4. Využili jste externího poskytovatele pro organizaci vzdělávacích aktivit pro vaše zaměstnance? O5. Kdo byli hlavní poskytovatelé těchto vzdělávacích aktivit?
Báze: O4 n=143, O5 n=113 (ti co využili externí poskytovatele služeb)

Nejčastěji se rodinné firmy zaměřují na vylepšování jazykových schopností svých zaměstnanců. Na rozdíl od minulého roku se do budoucna chtějí podniky více zaměřit na vzdělávání datové inteligence a e-commerce.

ZAMĚŘENÍ VZDĚLÁVACÍCH AKTIVIT



KOMENTÁŘ AMSP ČR:

Získávání jazykových schopností je spojeno se záměrem firem expandovat na zahraniční trhy – ať již formou importu či exportu. Rovněž řízení vztahů se zákazníky je silnou stránkou rodinných podniků, nicméně i ty se musí seznamovat se změnami nákupních zvyklostí zákazníků, se změnami jejich požadavků na komunikaci. Manažerské dovednosti předpokládají schopnost stanovovat cíle dle metodologie SMARTER, schopnost delegovat úkoly, empaticky komunikovat, efektivně řídit time management, oprostít se od mikromanagementu a přejít ke strategickému řízení. Plán vzdělávat se v e-commerce je logický. Očekává se růst mobilních nákupů, prioritou se stane omnichannel marketing, alternativní formy plateb, udržitelnost životního prostředí - zákazníci chtějí vědět, jak jejich peníze přispívají k pozitivní budoucnosti.

Pozn.: Žlutě jsou vyznačeny hodnoty za rok 2021, tyrkysově plány na vzdělávání v následujících dvou letech. Zastoupeny jsou pouze relevantní hodnoty tzn. více než 7% alespoň v jedné kategorii.

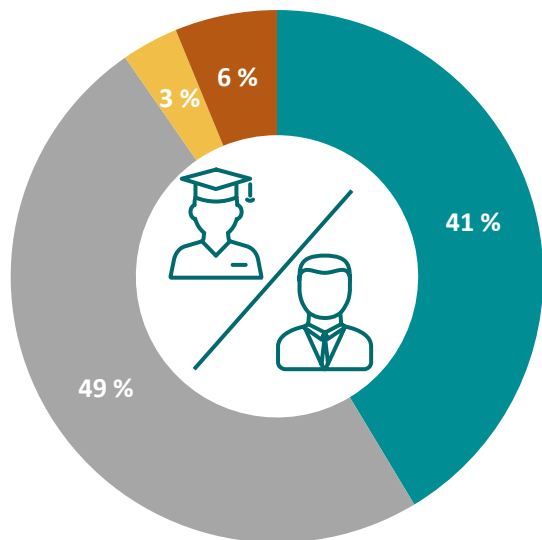
Otázka O7. Na které znalosti a dovednosti se tyto vzdělávací aktivity zaměřovaly? O10. Na které znalosti a dovednosti plánujete zaměřit vzdělávací aktivit v následujících dvou letech?

Báze: n=143

DŮLEŽITOST DOSAŽENÉHO VZDĚLÁNÍ: NÁSTUPCE FIRMY

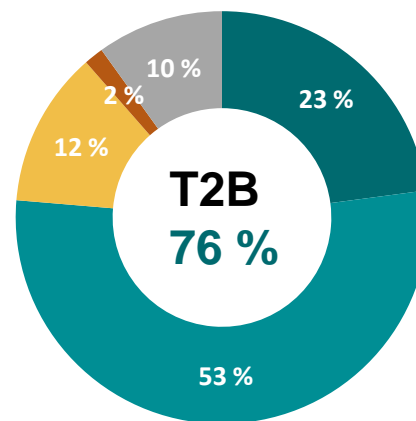
Tři čtvrtiny firem by uvítaly vzdělávací aktivity zaměřené na rodinné firmy, protože je pro ně důležité, aby měl nástupce vzdělání v oblasti řízení podniku. Při výběru nástupce však staví vzdělání na stejnou úroveň s praxí, nebo je pro ně praxe důležitější.

VZDĚLÁNÍ NEBO PRAXE U NÁSTUPCE VEDENÍ FIRMY?



- Větší důraz na praxi v oboru, případně v příbuzném oboru
- Přibližně stejný důraz na obojí
- Větší důraz na dosažené vzdělání
- Ani na jedno, klademe důraz na jinou oblast

UVÍTALI BYSTE VZDĚLÁVACÍ AKTIVITY ZAMĚŘENÉ NA RODINNÉ FIRMY?



- Rozhodně ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Rozhodně ne
- Nevím, nedokážu říct

DŮLEŽITOST VZDĚLÁNÍ V OBLASTI ŘÍZENÍ FIRMY

Pro **86 %** dotázaných je důležité, aby nástupce získal vzdělání v oblasti řízení podniku.

KOMENTÁŘ AMSP ČR:

Pro nástupníka je důležité vzdělání v oblasti, ve které firma působí (stavebnictví, zemědělství...), ale o jeho úspěchu v roli CEO rozhodnou znalosti, schopnosti a dovednosti v řízení firmy (řízení financí, obchodu, marketingu, HR, projektové a procesní řízení, řízení inovací a změn atd.) V České republice se specifickým managementu rodinných firem věnuje VŠE, VŠFS, a.s. a TU Liberec. Nástupníkům však doporučujeme i zahraniční praxi, stáž v jiné rodinné firmě, samostudium a postupné přebírání jednotlivých oblastí managementu. Manažerem se člověk nerodí, ale pokud má k managementu předpoklady, dá se „vytříbnovat“.

Pozn.: T2B = sloučení odpovědí „rozhodně ano“ a „spíše ano“.

Otázka O17. Jak je pro vás důležité, aby nástupce získal vzdělávání v oblasti řízení podniku? O18. Kladete u nástupce vedení rodinné firmy větší důraz na praxi v oboru nebo na dosažené vzdělání?

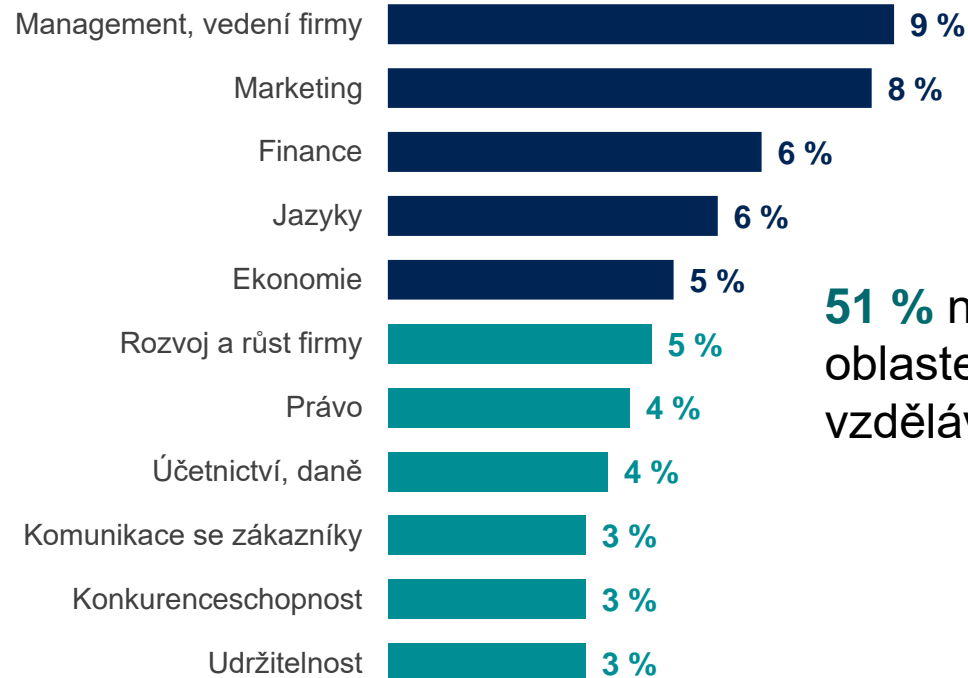
O19. Uvítali byste, pokud by se realizovaly vzdělávací aktivity zaměřené na situaci rodinných firem?

Báze: O17 a O18 n=145 (ti, jejichž cílem je předat vedení firmy rodinným příslušníkům) , O19 n=262

OBLASTI VZDĚLÁVACÍCH AKTIVIT ZAMĚŘENÝCH NA PODNIKÁNÍ RODINNÝCH FIREM

Polovina podniků neví, jakým oblastem by se mělo vzdělávání zaměřené na podnikání rodinných firem věnovat. Pro zbytek jsou důležitá témata jako management a vedení firmy, marketing, finance nebo jazyky.

OBLASTI VZDĚLÁVÁNÍ ZAMĚŘENÉHO NA RODINNÉ FIRMY



51 % neví, jakým oblastem by se mělo vzdělávání věnovat.

PŘÍKLADY KONKRÉTNÍCH ODPOVĚDÍ:

„Marketing, finance (investice, půjčky a úvěry pro firmy), daně, výměna vzájemných zkušeností z praxe (příklady dobré praxe).“

„Finanční gramotnost, umění motivovat, komunikovat s lidmi, asertivní chování.“

„Fungování podniku a jeho financování.“

„Nevím, je to individuální. Spíše nám záleží na tom, že lidé svoji práci umí a dělají ji dobře, potřebují být zruční.“

„Rozvoj, vývoj, strategie.“

„V oblasti rodinných vztahů, aby podnikání nenarušovalo rodinné vazby.“

„Řízení firmy, úskalí vztahu se státními institucemi – Fú, vzp, ossz, životní prostředí.“

„Obchodní právo.“

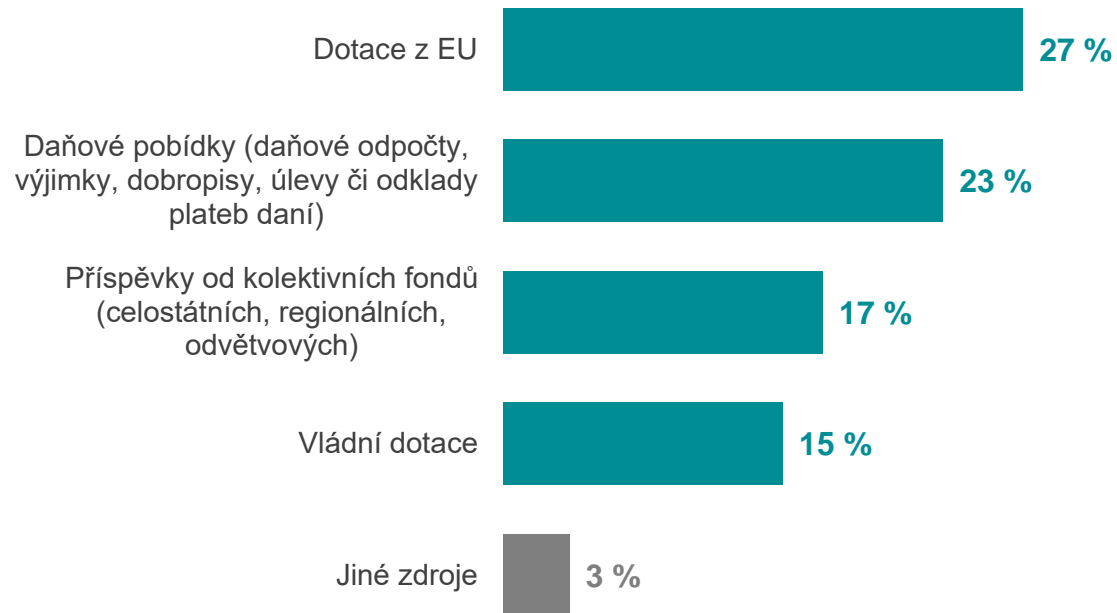
KOMENTÁŘ AMSP ČR:

Vzdělávání pro rodinné podnikání lze rozdělit do třech oblastí. Vzdělávání především v oblasti komunikace v rodině, naslouchání, předcházení konfliktům, strategického plánování v rodině, řízení rodinného know-how a značky. Druhá oblast se týká samotného managementu firmy – viz odpovědi respondentů plus řízení rizik, controlling, projektové a procesní řízení apod. Do této oblasti patří i vzdělávání zaměstnanců. Třetí oblast by měla být zaměřena na vzdělávání s tematikou řízení rodinného vlastnictví, investic, nástupnické strategie, legislativy a práva. Průběžně by se měl management vzdělávat v trendových oblastech tj. digitalizace a všechny procesy s ní související, udržitelnost, ekologie, cirkulární ekonomika, ERP systémy a aplikace, agenda ESG, atd.

PŘÍSPĚVKY NA ÚHRADU VZDĚLÁVACÍCH AKTIVIT

Favoritem mezi příspěvků na vzdělávání zaměstnanců jsou dotace z Evropské unie. I přes množství nabízených příspěvků a dotací třetina firem nevyužívá žádné z nich.

KTERÉ PŘÍSPĚVKY JSTE VYUŽÍVALI?



38 % rodinných firem nevyužilo žádné příspěvky.

Nejméně příspěvků na úhradu vzdělávacích aktivit využívají rodinné firmy do 10 zaměstnanců (63 %).

KOMENTÁŘ AMSP ČR:

Je všeobecně známo, že získat dotační příspěvek je pro mikrofirmy velmi časově náročné, mnohdy ani nemají informace o tom, o co žádat, u koho žádat, kdy žádat. Rovněž administrace spojená s podáním žádosti není jednoduchá. Jako žadatelé musí většinou začít vytvořením projektového záměru, pokračovat přes vybrání vhodného programu až po zpracování a předložení žádosti o podporu. Pokud bude projekt schválen, nastává jeho realizace, k níž se váží další administrativní povinnosti. Navíc, pokud probíhá vzdělávání zaměstnanců v rámci pracovní doby, zaměstnavatel sice získává určitou náhradu finančních prostředků na zaměstnance, ale „práce stojí“. Majitelé sami se často zdráhají oslovit externí agenturu, aby jim s vypracováním projektu „pomohla“.

Otázka O8. Využívali jste některý z níže uvedených druhů příspěvků na úhradu vzdělávání svých zaměstnanců? Pokud ano, které?

Báze: n=143

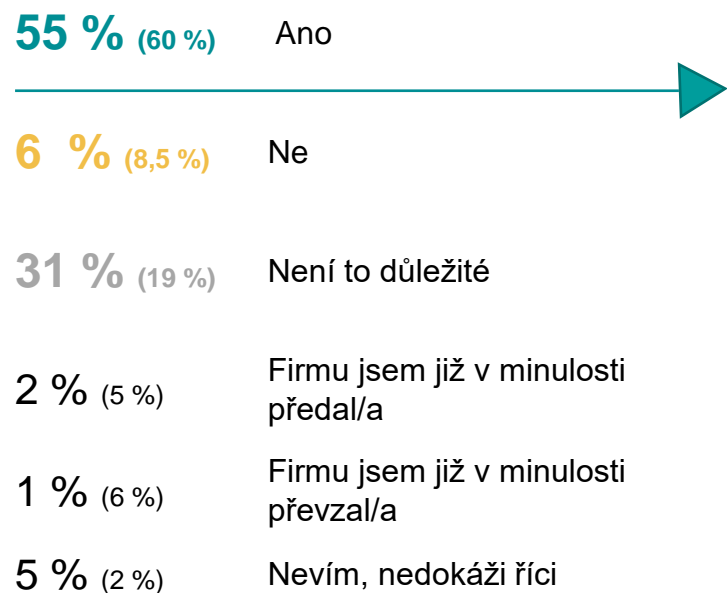
RODINNÉ VZTAHY

2

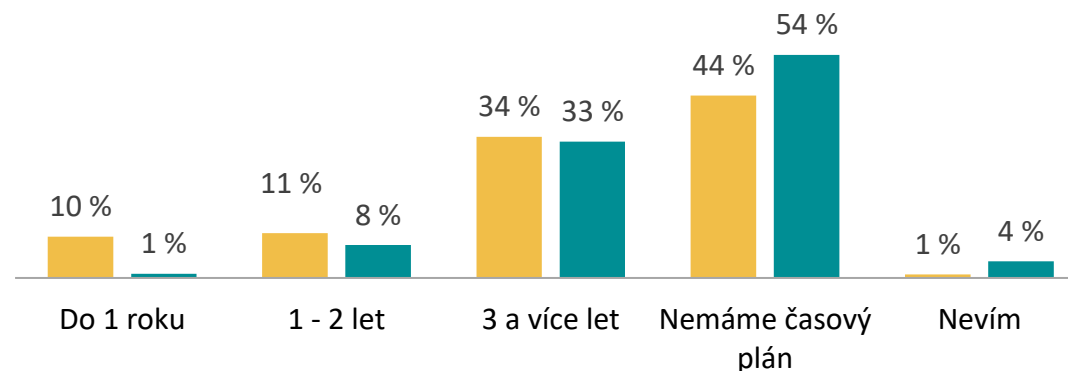
- Proběhne předání firmy rodinným příslušníkům?
- V jakém časovém horizontu?

Rodinné podniky letos považují za méně důležité, aby firmu převzali rodinní příslušníci, než tomu bylo v předchozích letech. Polovina z těch, co plánují předat vedení firmy někomu z rodiny, však nemá žádný časový plán.

JE CÍLEM, ABY VEDENÍ FIRMY PŘEVZALI RODINNÍ PŘÍSLUŠNÍCI?



ČASOVÝ HORIZONT PŘEDÁNÍ FIRMY RODINNÝM PŘÍSLUŠNÍKŮM



Pozn.: V grafu jsou žlutě zobrazeny hodnoty za rok 2021, tyrkysově za rok 2022

Komentář AMSP ČR:

I když je procento firem menší, stále je to větší polovina, která plánuje předání firmy rodinným příslušníkům. Do časového plánu jistě vstoupila i krize (COVID, válka), firmy a jejich majitelé se soustředili na přežití byznysu, krizový management a plány na předání nebyly v tomto nelehkém období prioritou.

Pozn.: V závorkách jsou uvedeny hodnoty za rok 2021.

Otázka O15. Je cílem vaší rodinné firmy, aby vedení převzal některý z rodinných příslušníků (děti, ...)? O16. V jakém časovém horizontu plánujete předat vaši rodinnou firmu některému z rodinných příslušníků?

Báze: O15 n=262, O16 n=145 (ti, jejichž cílem je aby vedení firmy převzali rodinní příslušníci)

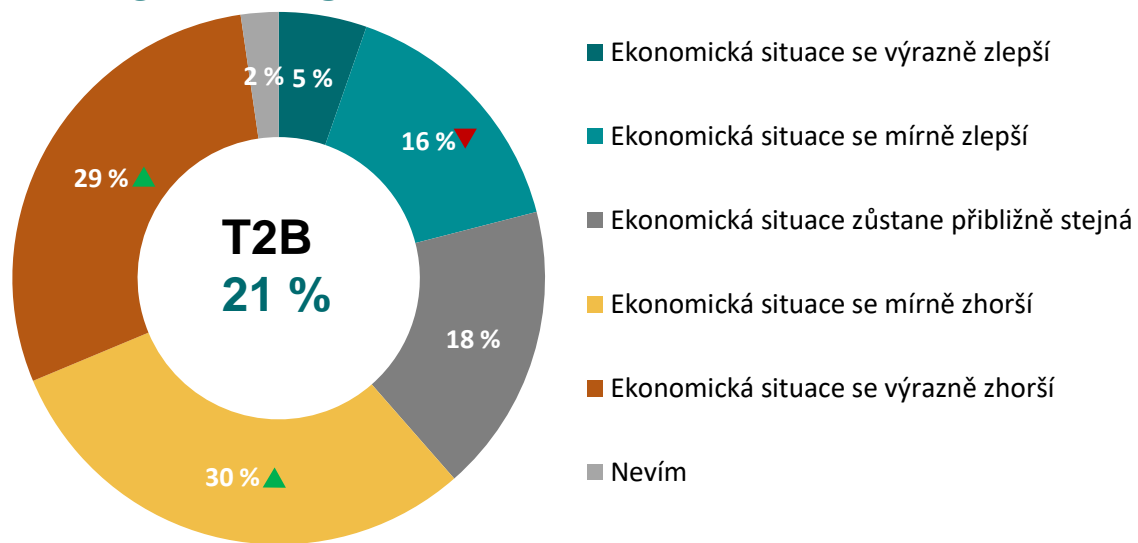
INVESTICE A FINANČNÍ PODPORA RODINNÝCH FIREM

3

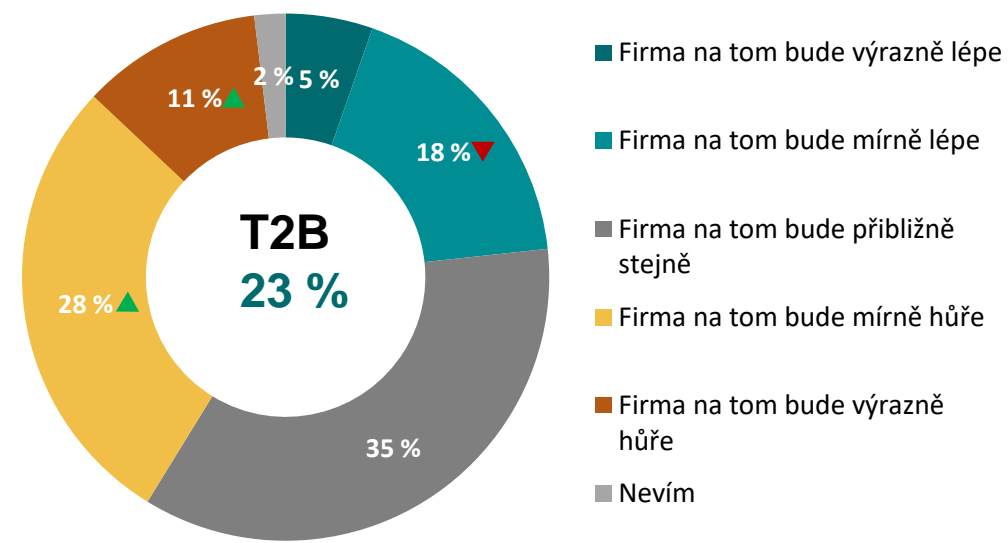
- Měl by stát více cíleně podporovat segment rodinných firem?
- Jaké druhy příspěvků a výhod jsou nejčastěji vyžívány?

Oproti loňskému roku jsou firmy mnohem skeptičtější v přístupu k vývoji ekonomické situace jak v České republice, tak i přímo v jejich firmě. Očekávají spíše zhoršení nebo zachování současného stavu.

VÝVOJ EKONOMICKÉ SITUACE V ČESKÉ REPUBLICE



VÝVOJ EKONOMICKÉ SITUACE VE VAŠÍ FIRMĚ



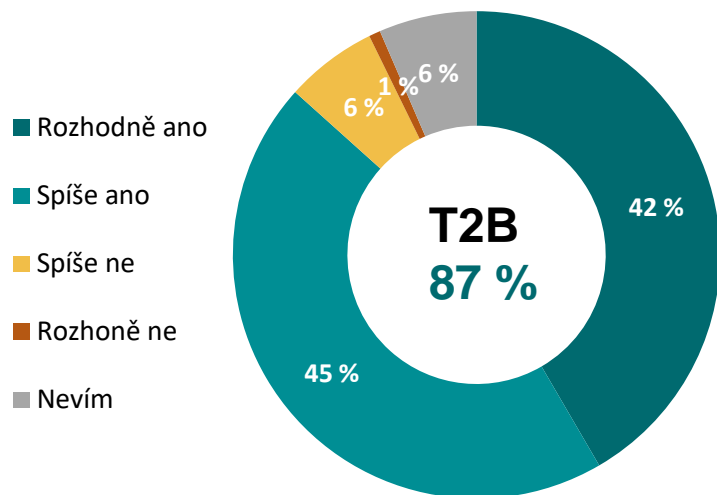
Pozn.: Signifikantně vyšší / nižší oproti loňskému výzkumu. Hladina pravděpodobnosti 95 %. T2B = sloučení odpovědí „výrazně zlepší/výrazně lépe“ a „mírně zlepší/mírně lépe“.

Otázka O12. Jak vidíte vývoj ekonomické situace pro vaši rodinnou firmu v následujících 12 měsících? O11. Jak vidíte vývoj ekonomické situace v České republice v následujících 12 měsících?

Báze: n=262

Dvě třetiny rodinných firem plánují investovat do rozvoje firmy. Většina z nich by ocenila více cílené podpory od státu.

ZVÝŠENÍ CÍLENÉ STÁTNÍ PODPORY RODINNÝM FIRMÁM



PLÁNOVANÉ INVESTICE

66 % rodinných firem plánuje investovat v příštích třech letech do rozvoje firmy (meziroční pokles 17 %).

KTERÁ Z OBLASTÍ JE PODLE VÁS NEJPROSPĚŠNĚJŠÍ?



Komentář AMSP ČR:

Pro zatraktivnění rodinného podnikání by měl stát uvažovat o daňových úlevách, jako je zvýhodněné odpisování majetku u rodinných firem či nastavení limitu pro osvobození dividend od srážkové daně.

Pozn.: T2B = sloučení odpovědí „rozhodně ano“ a „spíše ano“.

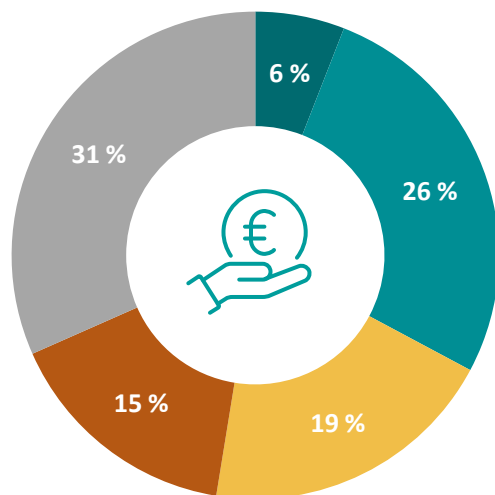
Otázka O13. Plánujete investovat v následujících 3 letech do dalšího rozvoje vaší firmy? O14. Měl by podle Vás stát více cíleně podporovat segment rodinných firem? O29. Která z následujících oblastí daňové podpory rodinných firem by byla dle Vás nejprospěšnější pro rodinné firmy v ČR?

Báze: n=262

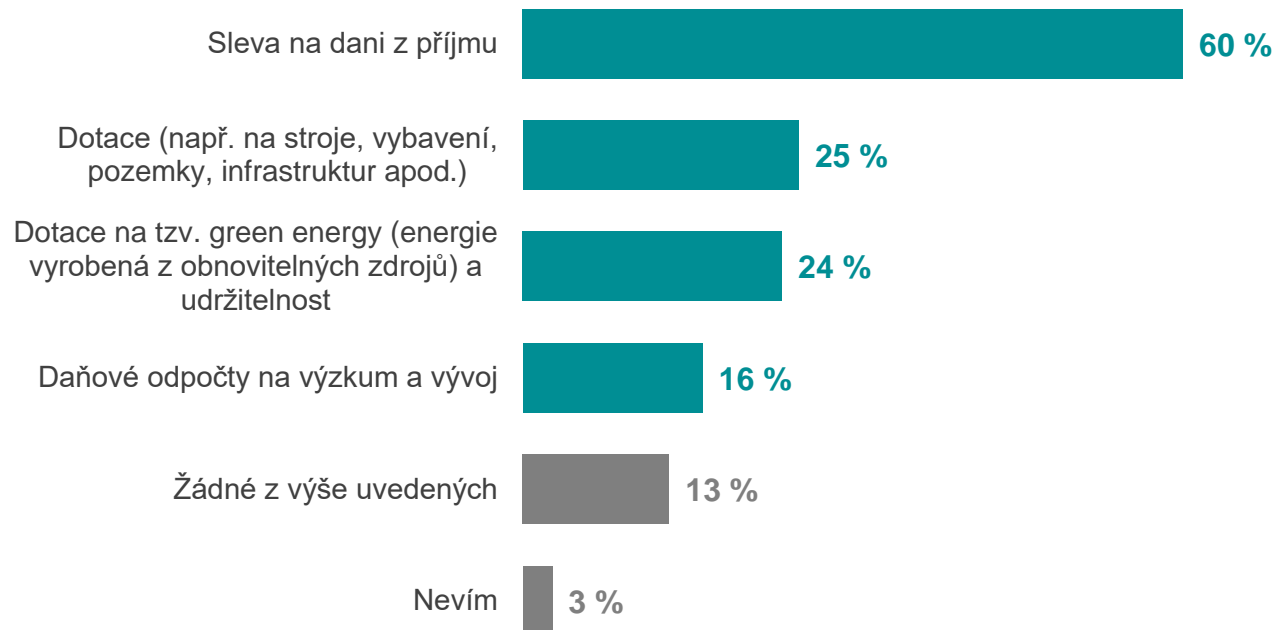
Zvýšené položky snižující základ daně v minulém roce využila jen třetina firem. Do budoucích let plánují firmy využít slevu na dani z příjmu nebo různé druhy dotací.

VYUŽITÍ ZVÝŠENÉ POLOŽKY SNIŽUJÍCÍ ZÁKLAD DANĚ V MINULÉM ROCE

- Ano, byli jsme na maximálním limitu 30%
- Ano, využili jsme navýšení, vešli jsme se mezi 10 - 30 %
- Ne, vešli jsme se do limitu 10 %
- Ne, o zvýšené odečitatelné položce jsme nevěděli
- Odpočet darů nevyužíváme



CO PLÁNUJETE VYUŽÍT?



Komentář AMSP ČR:

Téměř třetina rodinných firem využila během pandemie zvýšené hranice pro daňový odpočet z darů, což svědčí o výrazné ochotě rodinných firem pomáhat a přispívat v rámci společenské odpovědnosti ve složitých vnějších situacích.

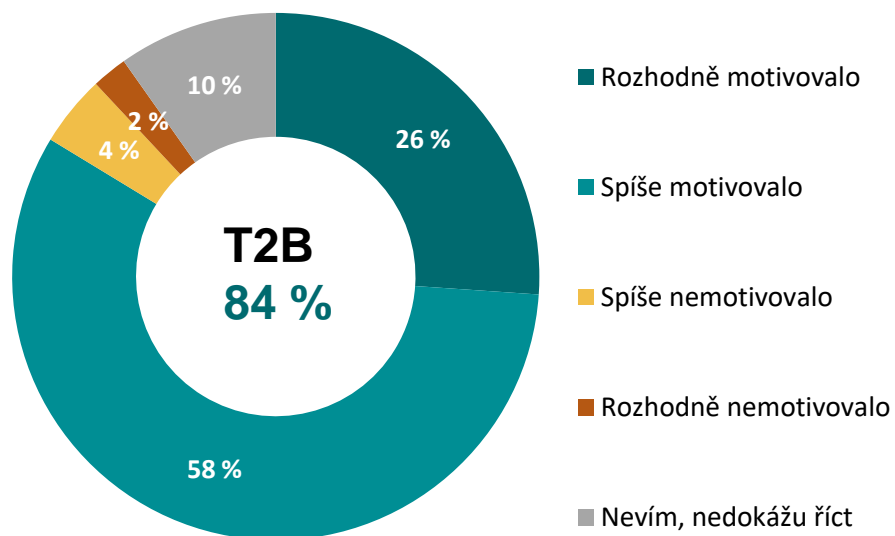
Otázka O25. Využili jste v minulém roce zvýšenou položku snižující základ daně v podobě darů ve výši 30 % na místo historických 10 %? O21. Které z existujících investičních pobídek státu plánujete využít?

Báze: n=262

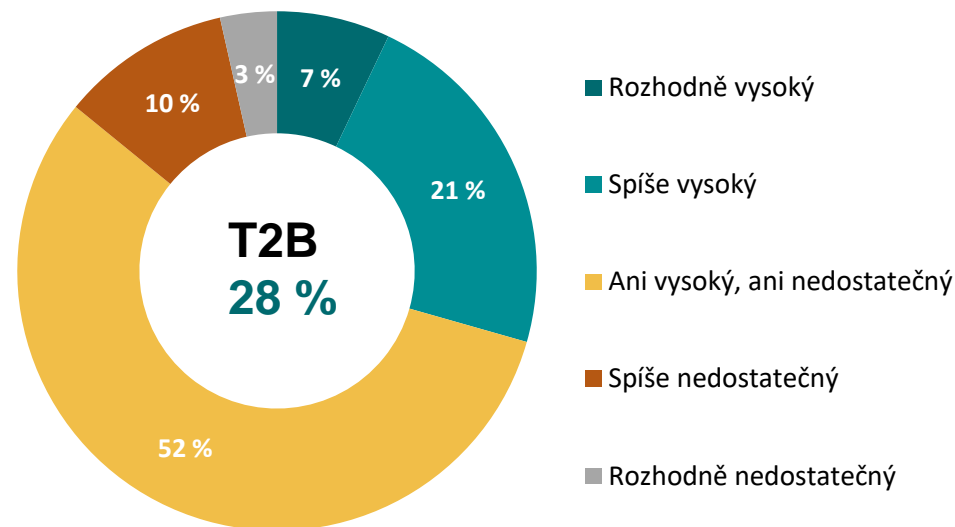
OSVOBOZENÍ SRÁŽKOVÉ DANĚ Z PODÍLU NA ZISKU

Většinu firem by motivovalo zavedení osvobození srážkové daně z podílu na zisku. Limit dva miliony korun je považován za adekvátní. Není považován ani za vysoký, ani za nedostatečný.

MÍRA MOTIVACE PŘI ZAVEDENÍ OSVOBOZENÍ SRÁŽKOVÉ DANĚ Z PODÍLU NA ZISKU DO 2 MIL. KČ



JAK HODNOTÍTE LIMIT 2 MIL. KČ?



Komentář AMSP ČR:

Vláda se dle svého programového prohlášení snaží o zjednodušení podnikání – zvýšení limitu pro paušální daň na 2 mil. Kč, limitu registrace k DPH, k rozvoji rodinných firem by určitě pomohlo osvobození srážkové daně u dividend fyzickým osobám ve stejném limitu 2 mil. Kč.

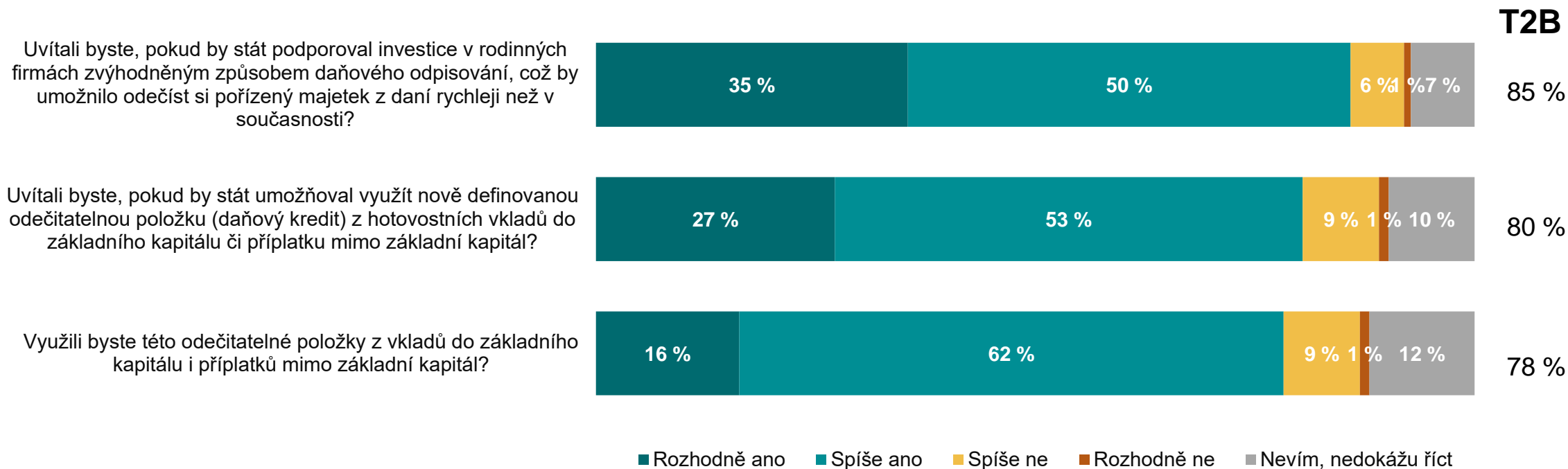
Pozn.: T2B = sloučení odpovědí „rozhodně motivovalo/ rozhodně vysoký“ a „spíše motivovalo/ spíše vysoký“.

Otázka O22. Pokud by stát zavedl osvobození srážkové daně z podílu na zisku vyplaceného fyzickým osobám do 2 milionů korun, do jaké míry by Vás to motivovalo zvýšit investice do podnikání? O23. Jak hodnotíte uvedený limit 2 milionů korun?

Báze: n=92, firmy s více než 20 zaměstnanci

Nejvítanější finanční podporou by pro rodinné firmy byl zvýhodněný způsob daňového odpisování umožňující odčítání pořízeného majetku z daní rychleji, než je tomu v současné době.

MÍRA SOUHLASU S VÝROKY



Komentář AMSP ČR:

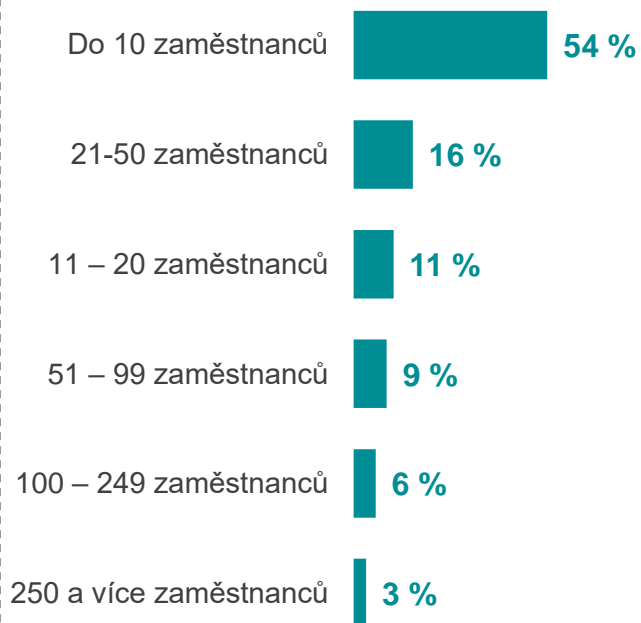
Rodinné firmy by uvítaly zrovnoprávnění investic z vlastních zdrojů s úvěrovým financováním. Dle výzvy Evropského parlamentu je doporučeno státům, které přijmou definici rodinného podnikání, zvážit možnost uplatnit určitou úrokovou sazbu jako odečitatelnou položku (tzv. finanční náklad) jako motivaci investování vlastního kapitálu. Tím se eliminuje tzv. finanční páka výhodnosti cizích (bankovních) zdrojů, které sice snižují daňový základ, ale jsou z pohledu stability více nebezpečné.

Pozn.: T2B = sloučení odpovědí „rozhodně ano“ a „spíše ano“.

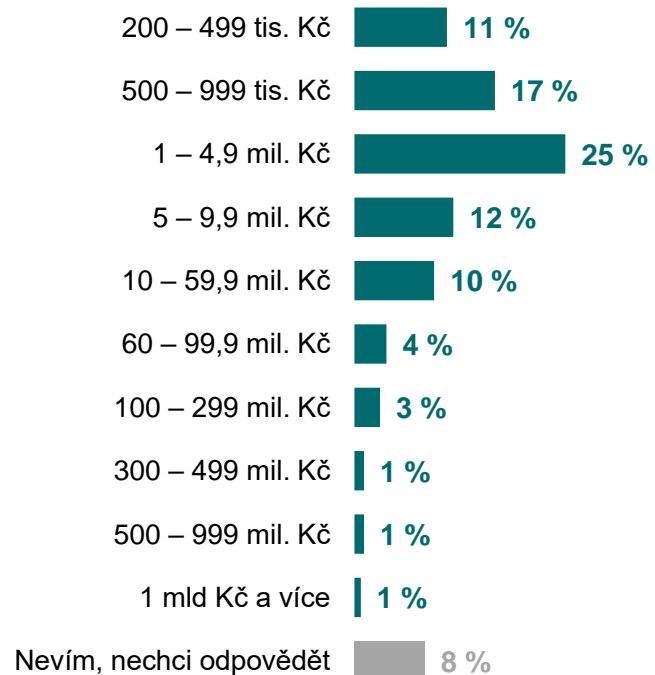
Otázka O26. Uvítali byste, pokud by stát podporoval investice v rodinných firmách zvýhodněným způsobem daňového odpisování, což by umožnilo odečíst si pořízený majetek z daní rychleji než v současnosti? O27. Uvítali byste, pokud by stát umožňoval využít nově definovanou odečitatelnou položku (daňový kredit) z hotovostních vkladů do základního kapitálu či příplatku mimo základní kapitál? O28. Využili byste této odečitatelné položky z vkladů do základního kapitálu i příplatků mimo základní kapitál?

Báze: O26 n=262, O27 a O28 n=92 (pouze firmy s 21 a více zaměstnanci)

POČET ZAMĚSTNANCŮ



ROČNÍ OBRAT V LOŇSKÉM ROCE



HLAVNÍ OBOR FIRMY



Pozn.: ID2 - ostatní služby (zastoupeny v méně než 3 %) 34 %.

Otázka R2. Kolik zaměstnanců má Vaše rodinná firma? ID3. Jaký obrát měla Vaše rodinná firma v loňském roce (za poslední roční účetní období)? ID2. Jaký je hlavní obor činnosti vaší rodinné firmy?

Báze: n=262