

**Univerzita Hradec Králové**  
**Fakulta informatiky a managementu**  
**Katedra Ekonomie**

**Vývoj vietnamských obchodů v ČR**  
Bakalářská práce

Autor: Quoc Dat Tran  
Studijní obor: Finanční management

Vedoucí práce: Ing. Martina Hedvičáková, Ph.D.

Hradec Králové

Duben 2020

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 29.4.2020

Quoc Dat Tran

Poděkování:

Děkuji vedoucímu bakalářské práce Ing. Martině Hedvičákové, Ph.D. za metodické vedení práce a cenné rady po celou dobu jejího zpracování. Dále bych chtěl poděkovat všem respondentům, kteří mi věnovali svůj čas k vyplnění dotazníku. V neposlední řadě bych tímto chtěl poděkovat své přítelkyni Kateřině Prokopové za podporu během psaní bakalářské práce a pomoc při korektuře textu.

## **Anotace**

Bakalářská práce je zaměřena na vývoj vietnamských podniků v kontextu problematiky family businessu neboli rodinného podniku, který se v posledních letech stal velmi populárním tématem nejen v České republice, ale i ve světě. Jak už napovídá název bakalářské práce, tato problematika bude řešena ve vietnamské komunitě podnikatelů, pro které se téma stává aktuálním teprve nyní. Teoretická část je věnována tématu family businessu s důrazem na následnictví. Dále čtenáře seznámí s historií migrace Vietnamců do České republiky včetně česko-vietnamských vztahů. V praktické části budou zhodnoceny výsledky dotazníkového šetření, jehož cílem je zodpovědět předem položené výzkumné otázky vycházející z probírané problematiky a navrhnout predikce situace vietnamských podniků v budoucnosti.

Klíčová slova: family business, rodinný podnik, migrace, emigrace, imigrace

## **Annotation**

### **Title: The development of Vietnamese shops in the Czech Republic**

This bachelor thesis is focused on the development of Vietnamese businesses in the context of family business, which has become a very popular topic in recent years not only in the Czech Republic but also in the world. As the title of this bachelor thesis suggests, the issue will be addressed in the Vietnamese community of entrepreneurs, for which the topic has only become current. The theoretical part is devoted to the topic of family business with an emphasis on succession. Furthermore, it will introduce the history of Vietnamese migration to the Czech Republic, including Czech-Vietnamese relations. In the practical part of this thesis, the results of a questionnaire survey are evaluated, whose goal is to answer the pre-asked research questions based on our problems and predictions about the future of Vietnamese businesses are suggested.

Keywords: family business, migration, immigration, emigration

## Obsah

1. Úvod .....	1
2. Teoretická východiska .....	2
2.1. Definice family businessu podle EFB .....	2
2.1.1. Evropský barometr rodinných firem.....	2
2.2. Family business v ČR .....	3
2.3. Následnictví .....	6
2.3.1. Podmínky udržení rodinného charakteru firmy.....	8
2.3.2. Studia a první zkušenosti v rodinné firmě .....	8
2.3.3. Oficiální nástup do firmy.....	9
2.3.4. Motivace ve firmě pracovat.....	9
2.3.5. Přínos nástupce .....	9
2.3.6. Předávání řízení a majetku .....	10
2.3.7. Konflikty generací .....	10
2.4. Vietnamská komunita v ČR.....	10
2.4.1. Česko-vietnamské vztahy před rokem 1989.....	10
2.4.2. Historie vietnamské migrace před rokem 1989.....	11
2.4.3. Podmínky vietnamských imigrantů v ČSSR.....	12
2.4.4. Česko-vietnamské vztahy v současnosti.....	13
2.4.5. Důvody migrace .....	14
2.5. Klíčové pojmy.....	15
2.5.1. Hrubý domácí produkt.....	15
2.5.2. Míra nezaměstnanosti .....	15
2.5.3. Podnik.....	15
3. Cíl a metodika práce .....	17
3.1. Cíl práce .....	17
3.2. Výzkumné otázky .....	17

3.3. Metodika práce .....	17
4. Vyhodnocení dotazníku .....	19
5. Aktuální situace family businessu .....	37
6. Shrnutí výsledků.....	41
6.1. Odpovědi na výzkumné otázky.....	42
7. Závěr.....	44
8. Seznam zdrojů .....	46
9. Seznam použitých zkratk .....	48
10. Seznam grafů .....	48
11. Přílohy .....	50
11.1. Grafy.....	50
11.2. Dotazník .....	56

# 1. Úvod

Autor předkládané bakalářské práce má vietnamskou národnost a je součástí vietnamské komunity, která je svým způsobem uzavřená, protože má vytvořenou vlastní síť služeb a nemusí komunikovat s majoritou. Zvolené téma chtělo spojit autorův původ s jeho studijním zaměřením a využít tak příležitosti nahlédnout do této komunity podnikatelů.

Jak už název bakalářské práce napovídá, je zaměřena na vývoj obchodů v České republice, které jsou provozované vietnamským etnikem. Bude se zabývat obchody v kontextu problematiky family businessu, která už v minulosti v České republice nastala a teprve nyní se stává aktuální pro vietnamskou komunitu. Jedná se o problematiku, která je velmi diskutovaná po celém světě a v posledních letech nabývá na její popularitě. V České republice byl pojem „family business“ definován teprve v polovině roku 2019.

V úvodu práce se nachází teoretická rešerše, která přiblíží pojem family business a s ním spojené informace, jako jeho význam pro ekonomiku nebo situaci v ČR. V této části bude pozornost věnována následnictví a důležitosti jeho procesu přípravy nástupců na vedoucí pozici v podniku. Dále bude čtenář seznámen s Vietnamskou komunitou v České republice, nejen současnými česko-vietnamskými vztahy, ale i těmi před rokem 1989. V rámci historie bude popsána historie a důvody migrace Vietnamců.

Praktická část bude zaměřena na vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření, které bylo určeno pro podnikatele vietnamské národnosti pobývajících na území České republiky. Nejprve budou vyhodnocené odpovědi na jednotlivé otázky, pomocí nichž se v kapitole č. 6, shrnutí výsledků, zodpoví na předem stanovené výzkumné otázky. Nastíněná bude i aktuální situace family businessu z pohledu makroekonomie.

## 2. Teoretická východiska

### 2.1. Definice family businessu podle EFB

*„European Family Businesses (EFB) je evropská federace zastupující malé, střední i velké rodinné firmy. Organizace vznikla v roce 1997 a obrat jejích členů přesahuje jeden bilion eur neboli 9 % evropského HDP. Má za cíl podporovat opatření, jež odrážejí klíčovou roli rodinných firem v evropské ekonomice a přispívají k férovějšímu podnikatelskému prostředí.“ (KPMG, 2018)*

Podle EFB (©2013-2018) je definice taková, že family business neboli rodinné podniky, jsou firmy jakékoliv velikosti, pokud:

1. *Do řízení firmy je formálně zapojen alespoň jeden zástupce rodiny nebo příbuzný.*
2. *Většina rozhodovacích práv má fyzická osoba (osoby), která založila firmu, nebo fyzická osoba(osoby), která získala/získaly základní kapitál společnosti, nebo manželé, rodiče, děti nebo přímí potomci dětí.*
3. *Většina rozhodovacích práv je nepřímá nebo přímá.*
4. *Kótované společnosti splňují definici rodinného podniku, pokud osobě, která založila nebo získala společnost (základní kapitál) nebo jejich rodině nebo potomkům, náleží 25 % rozhodovacích práv daných jejich základním kapitálem.*

Ve vyspělých zemích je rodinnému podnikání věnována veliká pozornost. Podle dat EFB (©2013-2018) se v evropském soukromém sektoru nachází 40-50 % pracovních míst vytvářeno právě rodinnými podniky, což z nich dělá největší zdroj pracovních míst v soukromém sektoru. Jsou zároveň stabilnější, protože nepřevažuje cizí kapitál nad vlastním, jak to u mnoha firem bývá. Proto mají podstatně vyšší schopnost přežít období recese nebo stagnace a svojí stabilitou podporují i stabilitu celkového hospodářství. Pro některé zákazníky je rodinný podnik známkou vysoké poctivosti a spolehlivosti. Jelikož jde o rodinný podnik, existuje zde jistá míra zodpovědnosti a zachování dobrého jména, ať už je to vůči jejím zakladatelům nebo budoucím nástupcům. Kromě ekonomických vlivů jsou důležité i pro venkov jako prevence proti vylidňování.

#### 2.1.1. Evropský barometr rodinných firem

Celosvětová poradenská firma KPMG ve spolupráci s EFB od roku 2012 provádí průzkum nesoucí jméno KPMG European Family Business Barometer, česky Evropský barometr rodinných firem. Jde o studii, která celkově zhodnocuje rodinné firmy v Evropě po ekonomické stránce, ale i její názory do budoucna a její fungování.

*Do pátého ročníku Evropského barometru rodinných firem se zapojilo 959 podniků z 23 zemí. Většina oslovených podniků má do 250 zaměstnanců a téměř tři čtvrtiny z nich jsou ze 100 % vlastněny rodinnými příslušníky. Více než 80 % společností v průzkumu působí na trhu přes dvacet let, necelá polovina přes padesát. (KPMG, 2017)*

V šestém ročníku byl nárůst zapojených podniků, kterých bylo 1100 z 26 zemí. Jen tento samotný nárůst svědčí o rozvoji rodinných podniků a o tom, že je to oblast, které se dostává stále větší pozornosti. (KPMG, 2017)

Rok 2017 dominoval oproti roku 2016 úplně ve všech indikátorech. Během 12 měsíců se podařilo 86 % tuzemským rodinným firmám zvýšit obrát, v průzkumu za rok 2016 to bylo pouhých 53 %. Nebyla to však zanedbatelná zvýšení, protože se u dvou třetin firem pohybovalo v rozmezí 6-25 %. Nejčastějšími důvody, které stály za zvýšením, byla vyšší poptávka (51 %) a optimalizace svých výrobků (37 %). (KPMG, 2017)

## **2.2. Family business v ČR**

V ČR je family business stále mladým tématem. Jeho propagací a family businessem samotným se zabývá Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (dále jen AMSP ČR), která od roku 2012 pořádá celostátní soutěž rodinných podniků. Mimo jiné ve spolupráci s výzkumnou agenturou Ipsos provádí průzkumy na různá témata mezi rodinnými podniky a snaží se je propagovat veřejnosti. Všechny české rodinné firmy patří do kategorie malých a středních podniků (MSP).

Ještě donedávna nebylo jasné, co rodinné podnikání je. Teprve 13. května 2019 vláda schválila jeho přesnou definici, která ho vymezuje a zní takto:

*„Rodinným podnikem je rodinná obchodní korporace nebo rodinná živnost.“*

*1) Rodinnou obchodní korporací je obchodní korporace, ve které je nadpoloviční počet společníků tvořen členy jedné rodiny a alespoň jeden člen této rodiny je jejím statutárním orgánem nebo ve které členové jedné rodiny přímo nebo nepřímo vykonávají většinu hlasovacích práv a alespoň jeden člen této rodiny je členem statutárního orgánu této obchodní korporace. Za rodinnou obchodní korporaci se považuje také obchodní korporace, ve které většinu hlasovacích práv vykonává ve prospěch jedné rodiny fundace nebo svěřenský správce svěřenského fondu, pokud je současně alespoň jeden člen této rodiny členem statutárního orgánu fundace, nebo svěřenský správce svěřenského fondu.*

*2) Rodinná živnost je podnikání, na kterém se svojí prací anebo majetkem podílejí nejméně dva členové jedné rodiny a nejméně jeden z členů této rodiny je držitelem živnostenského nebo jiného obdobného oprávnění nebo je oprávněn k podnikání z jiného důvodu.*

*3) Za členy jedné rodiny se pro účely rodinného podniku považují společně pracující manželé nebo partneři nebo alespoň s jedním z manželů nebo partnerů i jejich příbuzní až do třetího stupně osoby s manžely nebo partnery sešvagřené až do druhého stupně, dále osoby příbuzné v přímé linii, nebo sourozenci. Je-li mezi nimi osoba, která není plně svéprávná, zastupuje ji při hlasování zákonný zástupce, pokud je nezletilá, jinak opatrovník.*

Základ definice byla připraven do schvalovacího procesu AMSP ČR již na konci roku 2017. Připravený byl i právní předpis definice, ale AMSP ČR společně s ministerstvy dosáhlo k závěru, že by proces zavedení byl příliš dlouhý a rozhodli se pro nejefektivnější nelegislativní cestu, a to pomocí usnesení vlády. Zákonnou úpravou se budou zabývat, jakmile načerpají zkušenosti po uplatnění definice.

Podle Havlíčka (MPO, 2019) by díky této definici mělo být jednodušší zaměstnávat příbuzné a podporovat je formou pobídek. Ministr průmyslu a obchodu Karel Havlíček, který definici předkládal, dále dodal, že bude možné zavést určitou formu podpory rodinných podniků. Jako příklad zmínil daňovou úlevu, která funguje ve Španělsku, kde v případě, že podnikatel investuje do rodinného podniku z vlastních peněz, má stanovenou úrokovou sazbu, na jejímž základě si může snížit daně. Na obdobném principu by chtěl Havlíček zavést podobný systém v ČR například pomocí repo sazby.

Protože se definice zavedla teprve nedávno, neví se, kolik takových podniků v ČR přesně je. S jejím zavedením by se toto mělo změnit, protože jsou jasně definované a díky statistickému sledování bude možné pozorovat nejen jejich četnost, ale i jejich vliv na ekonomiku, ať už českou nebo evropskou.

Dle AMSP ČR (2019) se na základě definice pak budou odvíjet i další aktivity, např. udělování značek „Rodinný podnik“, které budou známkou kvality, domácí výroby nebo důvěry a v tomto smyslu tímto podporovat domácí podniky. AMSP ČR už nyní podporuje malé české firmy a farmy prostřednictvím televizního pořadu „Toulavá kamera za rodinným stříbrem“, který se vysílá na České televizi. Podle Evy Svobodové (AMSP ČR, 2019), generální ředitelky AMSP ČR, jde o pořad s vysokou sledovaností, který nabízí díky tomuto velikou propagaci pro firmu. Firmy, které se v pořadu objeví, mají

možnost sledovatelům ukázat nejen své produkty a služby, ale i organizační kulturu firmy.

Zavedením definice podpora rodinných podniků rozhodně nekončí a mimo již zmíněné aktivity se chce AMSP ČR ve spolupráci s ministerstvy zaměřit na hledání efektivních řešení, jak tyto podniky nadále podporovat. Dle AMSP ČR (2019) se bude jednat o tyto oblasti:

### **1. Vzdělávání a poradenství**

V této oblasti půjde především o vytváření vzdělávací a poradenské sítě family business center při vysokých školách, jejichž zaměřením bude předávání podniků následovníkům. Součástí bude i překlad publikací ze zahraničí, kde je tato problematika probíraná už delší dobu a mohla by našim podnikatelům pomoci načerpat nové zkušenosti a inovovat tím svoji firmu.

### **2. Provozní a investiční kapitál**

AMSP ČR chce ve spolupráci s Českomoravskou záruční a rozvojovou bankou (dále jen ČZMRB) a komerčními bankami vytvořit systém investičních nabídek. Tyto nabídky by byly nabídnuty jen rodinným firmám a tímto způsobem by byly podporované k rozvoji.

### **3. Podpora veřejné výzkumné instituce (VVI)**

Tato oblast by rodinným firmám opět pomáhala k rozvoji skrze benefity při žádání o podporu z fondů, ale zejména v žádostech o podporu v inovacích. Inovace se v Evropském barometru rodinných firem za rok 2016 umístily s 25 % na žebříčku priorit firem třetí, hned za ziskem (57 %) a obratem (34 %).

### **4. Zaměstnanost**

V minulosti vznikla nerovnost kvůli podpoře nadnárodních korporátů pomocí investičních pobídek. České rodinné firmy však stále dokázaly růst díky vlastním investicím a zásadně se tak podílely na zaměstnanosti i bez podpory státu. Hledání kvalifikovaných zaměstnanců je podle studie European Family Business Barometr za rok 2017 nejrozšířenějším problémem, s jakým se rodinné firmy potýkají – uvedlo ho 43 % firem a v ČR dokonce až 66 %. Je to důsledkem toho, že má ČR ze všech zemí EU nejvyšší nezaměstnanost. Rodinné firmy tak musí o kvalifikované zaměstnance bojovat. Na rozdíl od jiných podniků však mohou

vyzdvihnout fakt, že mají vysokou schopnost udržet si zaměstnance a menší pravděpodobnost, že budou ve špatných obdobích propouštět.

### **5. Rozvoj českých firem v zahraničí**

Jak už název této oblasti napovídá, jejím cílem je podpořit domácí firmy schopných dosahu až do zahraničí, které zároveň do ČR dovážejí peníze z dividend místo materiálu a zahraniční pracovní síly. Podle Bláhy (2017) z KPMG musí české firmy vyrazit do světa, aby dokázaly udržet krok s evropskými konkurenty. Jedná se o rizikovější trhy jako je Amerika a Asie. Počet evropských rodinných firem působících na zahraničním trhu vzrostlo z 60 % v roce 2013 na 76 % v roce 2016. Za rok 2016 posílilo svoji aktivitu v zahraničí necelá polovina českých rodinných firem.

### **6. Životní prostředí**

Naše rodinné firmy by se mohly stát nejlepšími v zavádění environmentálních technologií včetně jejich zodpovědnosti za lokalitu.

## **2.3. Následnictví**

Otázka, která často vzniká ve spojení s problematikou family businessu je, jak se s nimi naloží. Jak je zřejmé, v mnoha oblastech je plánovaná podpora právě na převod podniku na následovníka. V ČR již několik let probíhá generační výměna ve vedení rodinných firem. Jde většinou o podniky, které začaly podnikat po Sametové revoluci v roce 1989. Jejich zakladatelé rostli společně s nimi a z vlastních chyb se učili, jak podnikat. I přes nedostatek vzdělání v oblasti obchodu někteří zvládli vybudovat mezinárodní pověst. Budoucí nástupci si ale nemohou dovolit dělat chyby v již zaběhlé firmě jako její zakladatelé. Proto není proces převzetí tak jednoduchý a je mu věnováno tolik podpory a pozornosti. Proces zahrnuje výběr a přípravu potomků, kteří po předání budou mít plnou zodpovědnost za řízení firmy a její zaměstnance. Podle AMSP ČR (2019) je to situace, kdy je ohrožen úspěch nové generace českých podnikatelů – nástupníků a tím ohrožena také stabilita regionů. Proto je třeba se právě nyní věnovat rodinným firmám. Jak uvádí KPMG (2017), rodinné firmy v Evropě se z 85 % shodnou na tom, že podmínkou úspěšného předání podniku je dlouhodobá příprava nástupce ještě předtím, než plně vezme věci do svých rukou.

V zahraničí už nyní existují programy, které se vyučují na prestižních školách a připravují budoucí nástupce rodinných firem na proces jejich převzetí. K tomuto trendu

teprve nyní přistupují vysoké školy v ČR, které se family businessu věnují prostřednictvím svých výukových programů. Jde o Vysokou školu ekonomickou v Praze, Technickou univerzitu v Liberci a Vysokou školu finanční a správní v Praze. Není pochyb, že se postupně připojí i další vysoké školy. (AMSP ČR, 2019)

*„Většina českých podnikatelů, kteří začali podnikat po roce 1989, se musí rozhodnout, jak naloží se svými podniky a majetkem. Zda řízení svých podniků přenechají dětem, předají odbornému managementu nebo prodají. V této souvislosti MPO aktuálně zvažuje podporu převodu rodinných podniků na stávající zaměstnance, tzv. management buy-out, formou zvýhodněných záruk v programu Záruka 2015 až 2023.“* (Havlíček, 2019)

Dle KPMG (2017) mělo v roce 2017 dojít k předání podniku nástupnickým generacím u třetiny českých firem. Oproti Evropě, u které to mělo být asi jen pětina, je to výrazně větší počet. Čeští majitelé firem zdůrazňují finanční gramotnost rodiny jako důležitou pro předávání firmy, zatímco Němci a ostatní státy EU celkově považují za klíčovou mezigenerační komunikaci – 92 % respondentů. To ale neznamená, že je opomenutá, čemuž napovídá vzrůstající trend. Ve srovnání s rokem 2013, kdy považovalo komunikaci za velmi důležitou pouhých 29 %, se ve studii za rok 2017 procento zvýšilo na 62 %. Kromě fungující komunikace je pro hladké předání podniku jeho nástupcům i formalizace řídicích mechanismů a procesů. Formální představenstvo má 47 % českých firem, zatímco evropských až 73 % a počet zastánců téhle strategie rok od roku roste. Právě v ČR je nástupnická generace na manažerských postech ještě ve dvou třetinách firem, V Evropě jen v polovině, což je podstatně nižší počet.

Jedním ze znaků formalizace je předání řídicí funkce člověku, který nepatří do rodiny. Nejčastějším důvodem je nepřipravenost potomka na převzetí podniku nebo jeho nezájem o tento post. Obecně platí, že formalizace přináší firmě mnoho výhod, jako je možnost dělat strategičtější rozhodnutí, které je méně závislé na emocích. Toto je výhodné i v případě, kdy je podnik rozdělen mezi potomky tzv. 50:50 a může dojít ke konfliktu názorů, aby se racionálně rozhodlo. (KPMG, 2017)

Společnost IPSOS pro Asociaci malých a středních podniků a živnostníků ČR provedla v dubnu roku 2019 průzkum ohledně následovnictví nesoucí jméno „Rodinné firmy – Nástupci a nástupkyně“, ze kterého vyplývá klíčová myšlenka – „dvě generace se musí shodnout, aby nastal pokrok“ (AMSP ČR, 2019). Výzkum byl prováděn formou hloubkových rozhovorů s nástupci z osmi různých rodinných firem.

Výsledky byly společností IPSOS (2019) rozdělené do několika bodů, které jsou krátce popsány v následující části.

### **2.3.1. Podmínky udržení rodinného charakteru firmy**

Nástupci tvrdí, že 80 % znalostí, co umí, se naučili od svých rodičů v jejich firmách. Jsou to však svébytné osobnosti, které mají touhu jít po vlastní cestě, pokud jim práce v rodinné firmě nedává prostor k seberealizaci. Mladší generace často přichází novými nápady, které jsou modernější a drží krok s dobou. Příkladem může být využití internetu, což zahrnuje budování e-shopů, větší využití sociálních sítí, ale také jiný přístup k marketingu. Pokud se generace shodnou, firmu to může posunout dále.

Libor Musil (2019), majitel rodinné firmy a člen představenstva AMSP ČR tvrdí: „*Rodinné firmy se staly základním kamenem české ekonomiky*“. Dále uvádí, že právě nyní u většiny z nich probíhá proces předávání na mladší generaci. V této fázi je rodinná firma nejvíce ohrožená, i přesto, že se majitelé a následovníci shodují a společně chtějí dosáhnout úspěchu. Je to proces, ve kterém může firma za každou chybu hodně ztratit. Tyto ztráty jsou například snížení výkonu, likvidity nebo obchodního potenciálu a mohou vést dokonce až k likvidaci nebo prodej firmy do finančních fondů, čímž ztratí titul rodinné firmy a s ním i jeho výhody.

Podle Musila (2019) nebude potřeba vynaložit veliké náklady na podporu rodinných firem, ale je třeba, aby firmy zvládly proces převodu vlastnictví k přechodu do další generace. Dále je nutné podporovat růst a inovace, řešit kvalifikované poradce a systém vzdělávání pro nástupce. Každá investice do rodinných firem se pak vrátí několikanásobně.

### **2.3.2. Studia a první zkušenosti v rodinné firmě**

Nástupci jsou s rodinnou firmou spjatí už od dětství. Tím, že s ní vyrůstali a byli jí obklopeni, tak pozorují dění ve firmě, co se v ní řeší, pomáhají a účastní se. Rodiče toto přijímají pozitivně, když se dítě zajímá o rodinnou firmu a má touhu ji poznávat. Někteří nástupci však měli negativní zkušenosti, které s sebou přineslo sepětí od malička. Jako první byly uvedené konflikty mezi rodiči, které měly zdroj ve firmě nebo nedostatek času na své děti kvůli časovému vytížení. Jako další negativum byla vzdálenost oboru, ve kterém rodiče podnikali od oboru, které nástupce doopravdy zajímal. Rodinná firma je proto tolik nezajímala a nástupci tak k rodinné firmě neměli blízko.

Při výběru studijního oboru si nástupci primárně volí ty, které je zajímají a baví. Až na druhém místě je potencionální využití v rodinné firmě. Ani rodiče zakladatelé neměli jistotu, že se jejich firmám bude dařit a neočekávali, že je jednou jejich děti budou přebírat. První zkušenosti ve firmě nástupci nabírají už při studiu, kdy vidí brigádu v rodinné firmě jako skvělou příležitost si vydělat nějaké peníze.

Luboš Janoušek, ředitel firemního bankovníctví Equa bank uvádí, že považuje rozvoj vzdělávání a získávání zkušeností v rodinné firmě za efektivní a do budoucna k nezaplacení. (AMSP ČR, 2019)

### **2.3.3. Oficiální nástup do firmy**

Ve většině případů přichází dětem nabídka práce v rodinné firmě ze strany rodičů. Někdy se ale stává, že si o práci potencionální nástupci a nástupkyně řeknou sami. Někteří nastoupí hned po ukončení studií a během svého působení si udělají tzv. kolečko, kdy si ve firmě projdou několika pozicemi a následovně se přidruží k vedení. Toto však ne vždy šlo bez problémů a potencionální nástupce strávil na nižší pozici déle, než se očekávalo.

Ne pokaždé se musí začínat v rodinné firmě, aby se vypracoval na vedoucí pozici. Někteří nástupci si zvolili začít v jiných firmách a až s nasbíranými zkušenostmi nastoupili do rodinné firmy přímo na seniornější pozice.

### **2.3.4. Motivace ve firmě pracovat**

Pro nástupce je motivace převzít a dále rozvíjet to, co rodiče zakladatelé vybudovali. Většina nástupců chce udržet dobré jméno rodinné firmy a mají ambici vybudovat nějakou tradici. Proto doufají, že v tom budou pokračovat následovně i jejich vlastní děti. Motivací je i seberealizace a příležitost něčeho dosáhnout.

### **2.3.5. Přínos nástupce**

Nástupci přináší nové myšlení. Přichází s projekty a vizí, které chtějí v rámci firmy realizovat. Prosazují si oblasti, které je baví nebo ty, kterým rodiče nerozumí a mohly by firmu zase posunout o něco dál. Díky vzdělání mohou mít i ideu o tom, jak zefektivnit chod firmy. Z prvních úspěchů pak získávají i respekt a uznání.

### **2.3.6. Předávání řízení a majetku**

Předávání je postupné a jeho proces trvá několik let. Neexistuje však jasný plán, podle kterého by se dalo řídit a postupuje se tak intuitivně podle situace. Záleží na rodičích, do jaké míry dokáží zkušenosti a znalosti nástupci předat.

Miroslav Svoboda, řídicí partner finančního poradenství Deloitte uvádí, že je dobré k předávání přizvat externího poradce se zkušenostmi, který by proces zaznamenával a posléze vyhodnocoval. V případě, že předávání není řízený a promyšlený, šance neúspěchu je vysoká. I reakce na změnu vedení jak spolupracovníků, tak i obchodních klientů a partnerů se musí brát v potaz.

### **2.3.7. Konflikty generací**

Konflikty vznikají, když se zakladatelé a nástupci neshodnou nebo nejsou jasně vymezené role a rodič i po předání zasahuje do oblasti řízení, kterou má na starosti nástupce. Problematické je, když do konfliktu vstupuje matka nástupce a staví se na jeho stranu. Pracovní spory se tak často přenáší do osobního života a způsobují neshody i v domácnosti.

## **2.4. Vietnamská komunita v ČR**

### **2.4.1. Česko-vietnamské vztahy před rokem 1989**

Vietnam se kvůli odlišnostem, rozdělení moci v období vietnamského císařství, ale také politickým důsledkům Ženevských dohod rozdělil v roce 1954 na severní a jižní část podle 17. rovnoběžky. Severní část se nazývala Vietnamská demokratická republika (VDR) a ta jižní Jihovietnamská republika. (Kocourek, 2008)

Vietnamská demokratická republika byla po Čínské lidové republice, Svazu sovětských socialistických republik a Mongolské lidové republiky čtvrtým státem, se kterým ČSSR 2. února 1950 navázala vzájemné bilaterální styky. Krátce po navázání vztahů v Hanoji začal svoji činnost 30. prosince 1954 československý zastupitelský úřad a o rok později velvyslanectví VDR v Praze. Roku 1969 navázala s ČSSR diplomatické vztahy Jihovietnamská republika, kde v té době probíhala již několik let vietnamská válka s účastí USA na straně Jižního Vietnamu. ČSSR vměšování USA odsoudila, a proto do Vietnamu směřovala nemalá pomoc v podobě vojenských služeb. (Kocourek 2008, cit. v Martínková 2006)

Po vítězství Severního Vietnamu se Vietnam sjednotil a roku 1976 vznikla Vietnamská socialistická republika (VSR). Ta o tři roky později vstoupila do Rady vzájemné hospodářské pomoci (RVHP), jejíž členské státy, do kterých patřila i ČSSR, měla za úkol pomoci poválečnému Vietnamu s rozvojem. V roce 1980 přijel do VSR československý prezident Gustav Husák a v rámci své oficiální návštěvy spolu s vietnamským prezidentem Le Duanem podepsali Smlouvu o přátelství a spolupráci ČSSR a VSR. Obě strany se zavázaly nadále spolupracovat ve všech směrech a stále tuto spolupráci rozvíjet. Především „*usilovat o mír a podporovat boj proti imperialismu a expansionismu za definitivní odstranění kolonialismu a rasismu*“. Smlouva byla následně roku 1992 zrušena parlamentem České a Slovenské Federativní Republiky. (Kocourek 2008, cit. v Martínková 2006)

#### **2.4.2. Historie vietnamské migrace před rokem 1989**

Práce se dále bude zabývat historií vietnamské migrace, protože podle Broučka (2005) je důležitá pro pochopení této menšiny na území České republiky. Zároveň se okrajově dotýká probíraného tématu, jelikož je zkoumána společně její síť podniků. Také pomůže přiblížit si důvody migrace do ČR.

Kocourek (2003) uvádí, že počátky migrace byly zaznamenány už ve 40. letech 20. století, kdy do bývalého ČSSR přijeli jednotliví studenti. Opravdová migrace začala až od roku 1956, kdy po bitvě u Dien Bien Phu roku 1954 přijelo několik jedinců a sto dětí do československých dětských domovů v rámci mezinárodní smlouvy. Jednalo se o sirotky a děti funkcionářů postižených válkou. Dle Broučka (2005) Československo tyto děti umístilo v Chrastavě, a proto známe jako „Chrastavské děti“.

Další větší vlnou migrace byli studenti, kteří přijížděli za lepším vzděláním. Kromě studentů přicházeli i praktikanti a učňové, aby si zajistili praxi v různých oborech. To vše bylo díky navázání diplomatických vztahů a podepsání prvních dohod mezi Československou socialistickou republikou a Vietnamskou socialistickou republikou v období 50.-60. let 20. století. (Kocourek J., 2008)

Dle Broučka (2005) je rok 1973 zásadním mezníkem ve vývoji migrace vietnamské populace do Československa. Tento rok do ČSSR přijela v lednu vládní delegace Vietnamské demokratické republiky, vedená ministrem práce VDR Nguyen Huu Khieu, aby projednala příchod dalších 10-12 tisíc vietnamských občanů k získání profesních zkušeností. Vietnamská vláda považovala vzdělání dělníků hlavních profesí

jako klíčovou pro obnovu a rozvoj ekonomiky poválečné země, proto o stejném tématu byla jednat i v Polské lidové republice a SSSR.

Vietnam v ČSSR uspěl a byla podepsaná *Dohoda o odborné přípravě občanů Vietnamské demokratické republiky v československých organizacích*. (Pechová, 2008) Brouček (2005) uvádí, že ještě v roce 1973 imigrovalo 1000-1200 Vietnamců a každoročně jich mělo přijet ve třech turnusech 3-4 tisíce. V letech 1974, 1979 a 1980 byly podepsány další smlouvy, které umožnily příjezd dalších vln vietnamských dělníků, učňů, studentů a stážístů. Pro učně byl sjednán pobyt na dobu sedmi let a stážístům na čtyři roky s možností prodloužení. S příchodem velkého množství Vietnamců přišly i problémy, jako například nedostatek učitelů a míst k ubytování. Nejvyšší počet byl zaznamenán v letech 1980-1983, kdy počet vietnamských migrantů tvořil přibližně 30 000 osob. V roce 1985 počet klesl na 19 350 osob důsledkem podepsání mezinárodní smlouvy o postupném snižování. Koncem roku 1990, kdy došlo k ukončení této smlouvy, byl během let počet dále snížen až o jednu třetinu.

#### **2.4.3. Podmínky vietnamských imigrantů v ČSSR**

Ze smluv, které byly uzavřeny v sedmdesátých a osmdesátých letech, měl každý příchozí Vietnamec nárok na zimní oblečení v hodnotě 2400 Kčs a zálohu na mzdu 900 Kčs. Ihned po příjezdu na letiště byli dělníci odvázeni do ubytoven a učni do středisek jazykové přípravy. Dělníci byli povinni po dobu tří měsíců absolvovat lekce češtiny a zároveň průběžně chodit na lékařské prohlídky, školení a pomalu se obeznámit se svým budoucím pracovním prostředím. (Brouček, 2003, str.17)

Po několikaměsíční přípravě zaměstnavatelé dnem jejich nástupu do zaměstnání přebírali závazky a poskytovali jim ubytování za peněžní poplatek, který činil maximálně 50 Kčs. Továrny Vietnamcům mimo jiné poskytovaly i celotýdenní stravování, ale to nemuselo všem vyhovovat, a proto bylo podmínkou každé ubytovny mít i malou kuchyňku, kde by si mohli připravovat svá vlastní jídla. (Brouček, 2003, str.17)

V neposlední řadě jsou jednou z podmínek mzdy. Ty se dělníkům určovaly podle dohod a v prvních třech měsících v zaměstnání činily minimálně 1000 Kčs. Součástí mezd byly i dovolené, které se jim počítaly, jako kdyby pracovali od osmnácti, přičemž to byl věk, ve kterém teprve nastupovali do učení v Československu. Pokud ji chtěli strávit ve Vietnamu, nárok na ni měli pouze ženatí dělníci po dvouleté práci v Československu. Pokud byly splněny všechny podmínky, československé závody na

dovolenou poskytovaly dva měsíce neplaceného volna a byla jim československou stranou hrazená i zpáteční cesta z Hanoje. (Brouček, 2003, str.18)

Pro studenty a učně platili jiné podmínky. Ti kromě tří měsíců jazykové přípravy museli projít třemi měsíci v podniku, kde se měli učit. Pravidla pro pobyty a chování vietnamských studentů a učňů určovala vietnamská ambasáda. Student, který absolvoval vysokou školu s červeným diplomem, mohl zůstat dalších šest měsíců a ambasáda mu pomohla získat pracovní pobyt. Absolventi vysokých škol pak začali pracovat jako tlumočníci a vedoucí skupin nově přichozích imigrantů. Toto byla jedna z motivací, proč mít dobré studijní výsledky. Dalším motivačním faktorem byl fakt, že studentům se špatnými výsledky neustále hrozil návrat do Vietnamu. (Brouček, 2003, str.18)

Po ukončení čtyřletého pobytu měl každý Vietnamec právo si bezcelně odvézt do Vietnamu zboží v hodnotě poloviny svého čistého zisku. Podniky byly povinny obstarat jim bedny, ve kterých by bylo zboží přepraveno a zároveň kryly i náklady na přepravu. Někteří Vietnamci byli opravdu vynalézaví s vkládáním zboží do bedny, a proto byly jako reakce vydané přísnější celní předpisy. Ty platily především na počty motocyklů/mopedů, jízdních kol a šicích strojů. (Brouček, 2003, str.18)

V druhé polovině 80. let začaly obě země využívat situace ve svůj vlastní prospěch. Československo začalo čím dál více využívat Vietnamců k plnění práce, která byla pro jiné neatraktivní. Nejčastější byla například práce na pásové výrobě ve fabrikách, při pomocných pracích a často tehdy, kdy bylo potřeba naplnit plány. Vietnamci naopak objevili možnost migrovat za úplatky a tím se do ČSSR dostal element kriminality. (Brouček, 2003, str.19)

Suma, kterou Československo investovalo do tak velkého počtu Vietnamských imigrantů, nebyla malá. Diskuze o výhodách a ztrátách pro Československo jak v minulosti, tak dnes došly k závěru, že díky Vietnamcům dokázaly závody plnit výrobní plány a některé by se bez nich ani neobešly. (Brouček, 2003, str.19)

#### **2.4.4. Česko-vietnamské vztahy v současnosti**

Dalším důležitým mezníkem byl rok 1989. Počátkem 90. let 20. století byly anulovány některé smlouvy a politická i obchodní spolupráce mezi dvěma zeměmi byla omezená. „Mezi Vietnamci, kteří se podíleli na organizaci migrace do bývalé ČSSR, se traduje, že vláda v roce 1990 uvolnila 14 milionů dolarů pro Vietnamce, kteří měli kontrakty na pracovní pobyty v zemi a kterým závody z důvodů rušení či jiných důvodů ekonomické transformace nemohly dále poskytnout zaměstnání. Tlak na návrat do

Vietnamu byl ale podle samotných migrantů nedůsledný. Dřívější pobyt v ČSSR tak umožňoval zůstat zde nebo jinde v Evropě.“ (Brouček, 2005)

Vietnamcům se nabízelo mnoho možností, jak situaci vyřešit, aby se nemuseli vracet do VSR. Nejvyužívanější byla sekundární migrace do sousedních zemí, převážně do Německa a poté do Rakouska nebo Nizozemska. Další možnost, která se nabízela, byla získat živnostenské oprávnění a dlouhodobý pobyt (později trvalý pobyt) účastí na založení s.r.o. společně s českými (československými) občany. (Brouček, 2003, str.16)

Po podepsání těchto smluv se vzájemné vztahy zlepšily a Vietnamci opět začali přijíždět, avšak v menším počtu:

- *Dohoda mezi vládou ČR a vládou VSR o odborné přípravě vietnamských občanů ve středních odborných učilištích v České republice*
- *Dohoda mezi vládou ČR a vládou VSR o vzájemném zaměstnávání českých vietnamských občanů*

Přestože zde velká část Vietnamců žije desítky let, vietnamská komunita se zdá být stále izolovaná a kontakt s majoritou je omezený. Uvnitř vietnamské komunity se nicméně utváří soběstačný servis, který se specializuje na zprostředkování komunikace mezi Vietnamci a majoritou. Jde především o tlumočníky, kteří spolupracují i s orgány ČR, jako je policie, zdravotní služby nebo soudy. (Brouček, 2005)

#### **2.4.5. Důvody migrace**

Příčiny emigrace do jiných zemí mohou být různé. Za rozhodnutím opustit svoji rodnou zemi může být například ekonomická nestabilita, špatné životní podmínky nebo politická situace. Pro Vietnamce to byla chudoba jako důsledek války a slučování rodin po roce 1989, ze kterých někteří členové emigrovali už dříve. (Bibenová, 2013, str.15)

*„V nové zemi vidí možnost zlepšení své ekonomické situace. Přicházejí a přicházejí sem za vidinou lepšího výdělku, než jaký měli ve Vietnamu. Nemigrují ve jménu touhy po změně kulturního prostředí, poznání čehokoli nového. Přicházejí nasadit a obětovat přítomnost svého života za materiální zisk v blízké budoucnosti. Smysl svých ekonomických aktivit formulují Vietnamci žijící v ČR do tří zásad: uživit na dobré úrovni rodinu, finančně zabezpečit děti a postarat se o rodiče, kteří jsou ve Vietnamu.“* (Brouček, 2003, str. 3)

## 2.5. Klíčové pojmy

### 2.5.1. Hrubý domácí produkt

Podle Hájka (2009, str. 59) je hrubý domácí produkt definován jako součet hodnot finálních statků a služeb vyrobených v určité zemi za jeden rok bez ohledu na státní příslušnost ekonomických subjektů.

### 2.5.2. Míra nezaměstnanosti

Pro výpočet míry nezaměstnanosti jsou důležité pojmy zaměstnaní a nezaměstnaní. Dle Hájka (2009, str. 162) jsou zaměstnaní „*lidé, kteří vykonávají jakoukoliv placenou práci nebo nepracují pouze z důvodu nemoci, dovolené, stávky aj. překážky v práci.*“ Ten dále uvádí, že nezaměstnaní práci nemají, ale aktivně ji hledají a jsou vedeni na úřadu práce.

Podle Hájka (2009, str. 162) je míra nezaměstnanosti výpočet poměru mezi počtem zaměstnaných a celkovým počtem ekonomicky aktivního obyvatelstva (zaměstnaní a nezaměstnaní starší 16 let). Výsledek se následně vynásobí číslem 100, aby se hodnota převedla na procenta, ve kterých se míra nezaměstnanosti uvádí. Tento výpočet platil do roku 2012.

„*Mezi ekonomicky aktivní obyvatelstvo nepatří studující, ženy v domácnosti, důchodci, lidé práce neschopní a lidé, kteří z různých důvodů ztratili zájem o práci.*“ (Hájek 2009, str. 162)

### 2.5.3. Podnik

Nový občanský zákoník (dále jen NOZ) namísto pojmu podnik začal používat označení obchodní závod. Nebyla to pouze výměna pojmenování, ale byla provázena i změnou obsahu. Závod má proto nové pojetí terminologické i věcné. (Ministerstvo spravedlnosti ČR, ©2013–2015)

Podle § 502 Obchodní závod nového občanského zákoníku je definice taková - „*Obchodní závod (dále jen „závod“)* je organizovaný soubor jmění, který podnikatel vytvořil a který z jeho vůle slouží k provozování jeho činnosti. Má se za to, že závod tvoří vše, co zpravidla slouží k jeho provozu.“ (NOZ, 2012)

Původní pojem podnik byl proto nahrazen v některých výrazech jako např. rodinný závod, zemědělský závod, ale i přesto se dodnes stále používá. V bakalářské práci je v tomto smyslu také používán.



### **3. Cíl a metodika práce**

#### **3.1. Cíl práce**

V teoretické části bakalářské práce bylo cílem vymežit definici family businessu a popsat jeho nynější situaci v České republice. V problematice byl kladen důraz především na důležitost následnictví a jeho proces. Dalším bodem bylo přiblížení vietnamské národnostní menšiny z hlediska historie vztahů České republiky s Vietnamem a popsání jejich postupného příchodu. V praktické části práce pak je cílem pomocí dotazníkového šetření zanalyzovat situaci těchto obchodů ve spojení s problematikou family businessu. Zkoumán bude průběh podnikání vietnamských podnikatelů a jeho budoucí vývoj. V této souvislosti vyplývá několik otázek, na které je cílem této praktické části odpovědět.

#### **3.2. Výzkumné otázky**

1. Více než 75 % vietnamské komunity je spokojena s příležitostmi na trhu.
2. Děti zakladatelů vietnamských obchodů jsou vedené k převzetí podniku a studují proto i daný obor.
3. Vietnamských obchodů bude ubývat kvůli problematice family businessu.

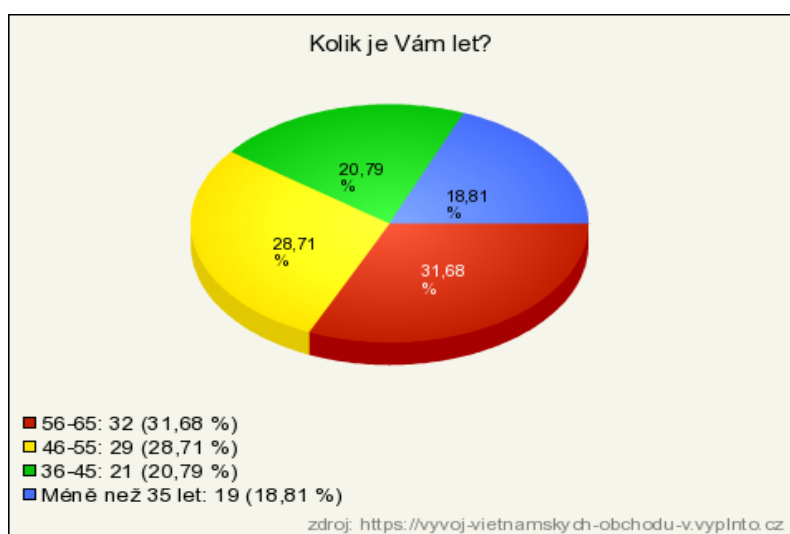
#### **3.3. Metodika práce**

Ke sběru dat byl sestaven polostrukturovaný dotazník cílený na vietnamské podnikatele. Dotazník obsahoval 39 otázek, které byly převážně uzavřené, ale u vybraných byly zařazeny i odpovědi otevřené, kde měl respondent možnost přidat svoji odpověď, pokud nebyla ve výběru. Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 101 respondentů a jednalo se převážně o malé podniky rodinného charakteru. Šetření bylo prováděno v době od 22.01.2020 do 29.02.2020 a návratnost dotazníků byla 98,1 %. Vysokou návratnost zajistilo cílené zadávání podnikatelům, které autor znal osobně nebo těm, kteří mu byli představeni kamarády. Ve vietnamské komunitě jsou lidé ochotní si pomáhat, a proto autorovi dotazník, až na několik výjimek, vyplnili všichni. Aby se předešlo špatnému pochopení otázek nebo odpovědí, autor respondenty požádal, aby se zeptali svých dětí nebo přímo jeho o vysvětlení pojmů, kterým by nerozuměli. V přílohách jsou k dispozici grafy ke všem otázkám, pokud nebyly použité ve vyhodnocení.

První otázky byly obecnějšího charakteru a sloužily k poznání respondenta, kde se zjišťovalo pohlaví, věk, nejvyšší dosažené vzdělání nebo doba pobytu v České republice. Další část otázek směřovala k profesnímu životu, byly zaměřené pouze na podnikatelskou činnost v České republice. Byly kladené otázky jako: doba podnikání v ČR, současné a předchozí obory podnikání. Poslední část otázek zkoumala, jestli jsou děti dotazovaných vedené k převzetí podniku a jaké mají záměry rodiče zakladatelé s podnikem.

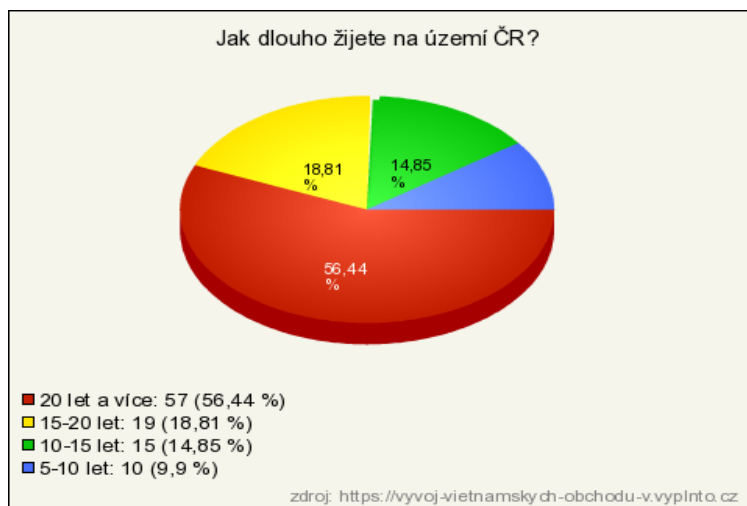
## 4. Vyhodnocení dotazníku

Z celkového počtu respondentů tvořili muži 72,28 %. Je to dáno tím, že ve vietnamské kultuře se po uzavření manželství ve většině případů starají o finanční zabezpečení muži a ženy se místo pokračování ve vlastním podnikání připojí k podnikání svého manžela a fungují zde jako zaměstnanci nebo spolumajitelé. V některých případech to však může být naopak. Z tohoto důvodu autor zřídka narazil na vietnamské podnikatele ženského pohlaví. Na následujícím grafu č.1 je zobrazeno věkové rozložení všech respondentů.



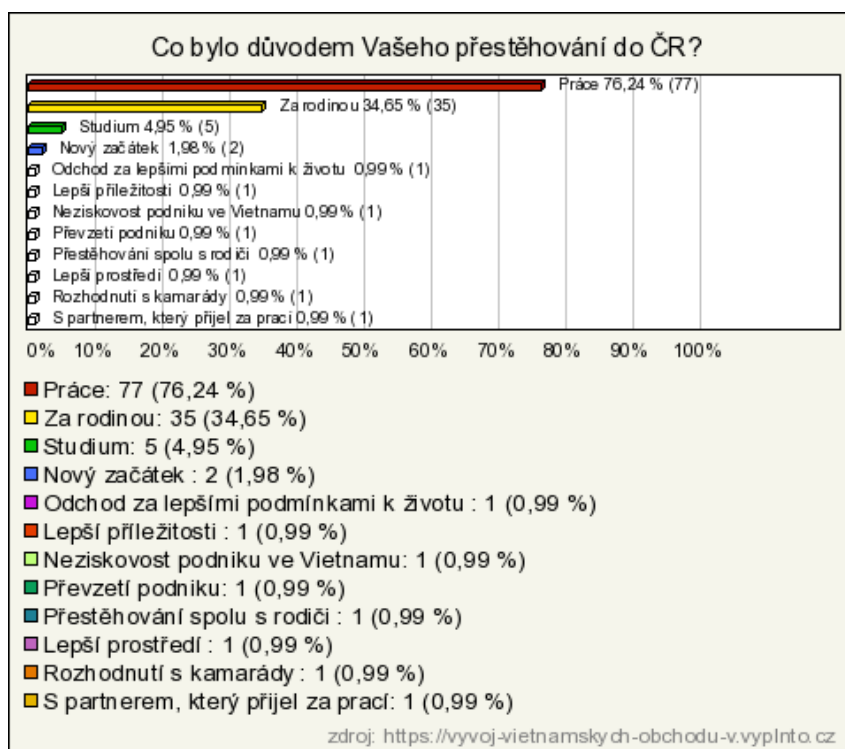
Graf 1: Věk, zdroj: vlastní výzkum, 2020

Nejpočetnější skupinou byla věková kategorie 56-65 let, která tvořila 31,68 % a hned za ní druhá nejvyšší věková skupina od 46-55 let s 28,71 %. V další otázce bylo zkoumána doba, kterou žijí na území České republiky. Na tuto otázku 56,44 % respondentů odpovědělo 20 let a více. Z těchto dvou otázek je zřejmé, že nadpoloviční většina vietnamských podnikatelů je už starších a na území ČR žijí delší dobu. Těch mladších podnikatelů, kteří se přistěhovali později, je podstatně méně. Na následujícím grafu č.2 je rozložení respondentů podle doby pobytu na území ČR.



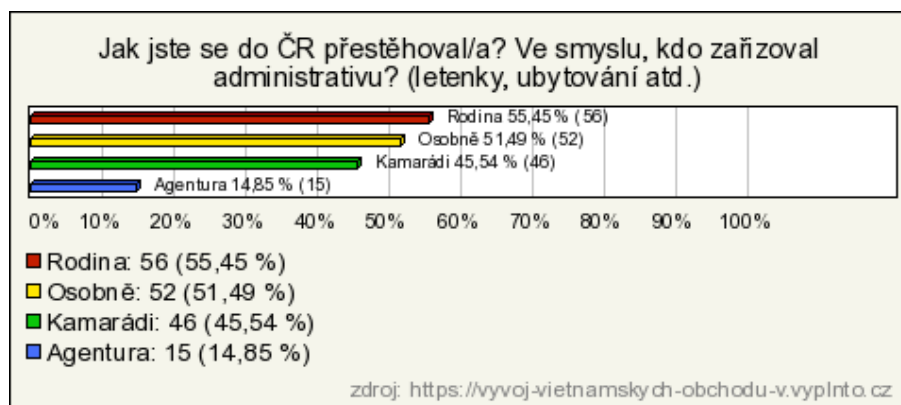
Graf 2: Doba pobytu v ČR, zdroj: vlastní výzkum, 2020

Následující dvě otázky zjišťovaly důvody emigrace do ČR a zdali byla dobrovolná. Nejčastějším důvodem byla práce, kterou uvedlo 76,24 % respondentů. Podstatně méněkrát bylo důvodem přestěhování za rodinou, které činilo 34,65 %. I přes výrazně menší počet je to stále druhý nejčastější důvod. V odpovědích se pak objevily i další důvody, které jednotlivě tvořily 1-2 %. Byly spojené především s touhou o nové začátky kvůli špatným podmínkám ve Vietnamu. V 83,17 % případů bylo přestěhování dobrovolné. Následující graf č. 3 obsahuje důvody přestěhování do ČR.



Graf 3: Důvody přestěhování do ČR, zdroj: vlastní výzkum, 2020

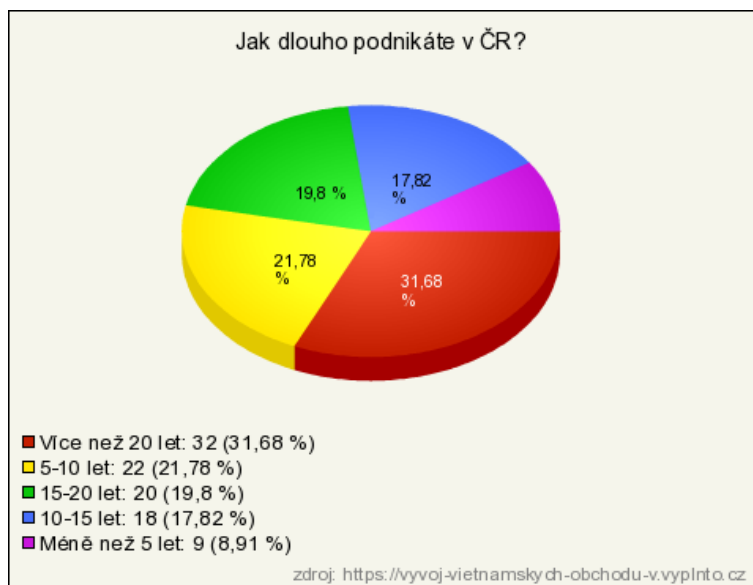
Poslední otázka, která se týkala migrace, zkoumala, kdo respondentům pomáhal s administrativou. Na výběr byly čtyři předem dané možnosti a jedna otevřená odpověď, té však nikdo nevyužil. Zde bylo možné zvolit více odpovědí, což mělo za následek velmi těsné výsledky. Nejvíce zastoupená byla odpověď *Rodina* s 55,45 %. Přehled rozdělení odpovědí je znázorněný v následujícím grafu č. 4.



Graf 4: Zprostředkovatel přestěhování, zdroj: vlastní výzkum, 2020

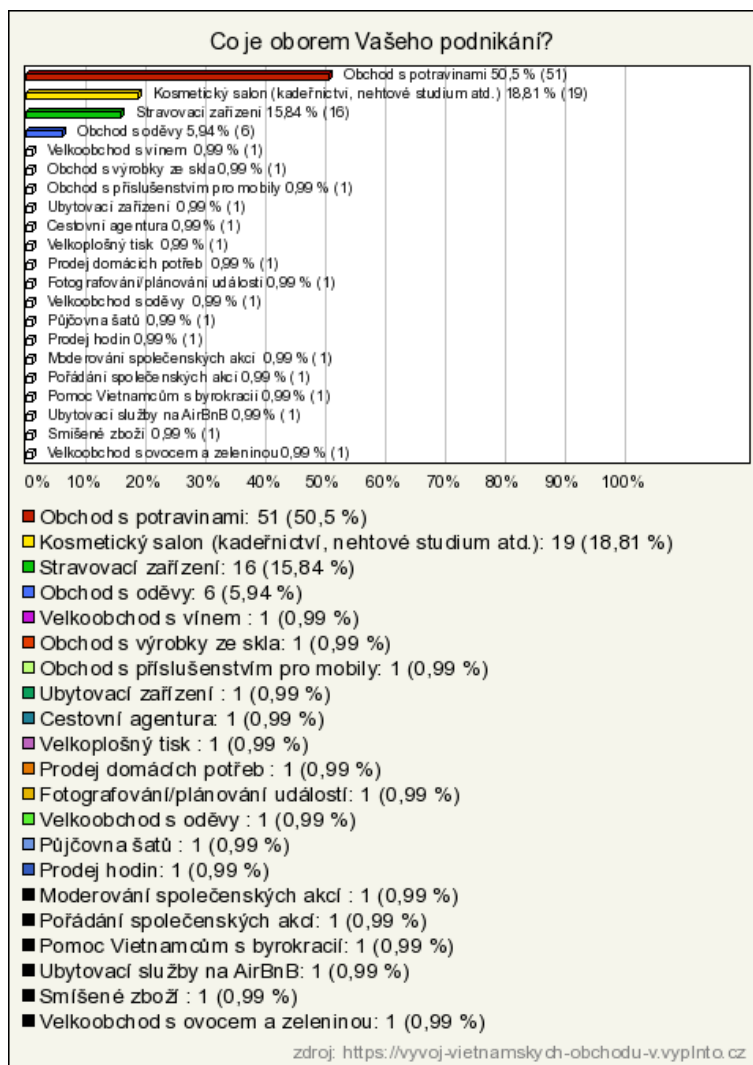
Sedmou a osmou otázkou autor okrajově zkoumal, jaké mají respondenti nejvyšší dosažené vzdělání a zdali ho dosáhli v ČR. Možnost *Vysoká škola* nevybral žádný z respondentů. Těch, co zvolili odpověď *Střední škola* však bylo 87,13 % a *Základní škola* zvolilo zbylých 12,87 %. Jen necelá třetina (27,72 %) vietnamských podnikatelů vystudovala střední školu s výučním listem v České republice. Autor z těchto výsledků usuzuje, že respondenti mají minimální nebo žádné ekonomické vzdělání a všechny zkušenosti s podnikáním získali v praxi.

Dalšími otázkami začíná část dotazníku, která je nejrozsáhlejší a zkoumá téma podnikání. První z nich se ptá na délku podnikání v České republice. Nejčastější odpovědí zde byla *20 let a více*, kterou vybralo 31,68 % dotazovaných. Druhou v pořadí byla naopak kategorie, která podniká kratší dobu, a to *5-10 let* (21,78 %). Tuto možnost vybírali i respondenti, kteří v ČR pobývají delší dobu. Dá se proto předpokládat, že ze začátku byli zaměstnaní v jiném podniku, ať už to bylo v rodinném nebo cizím. Není to nicméně příliš výrazný nárůst od třetí a čtvrté kategorie, u kterých byl rozdíl pouze 2-4 respondentů. Nejméně byla zastoupená kategorie podnikatelů, kteří podnikají méně než 5 let (8,91 %). Na následujícím grafu č. 5 je zobrazeno rozdělení respondentů podle délky podnikání.



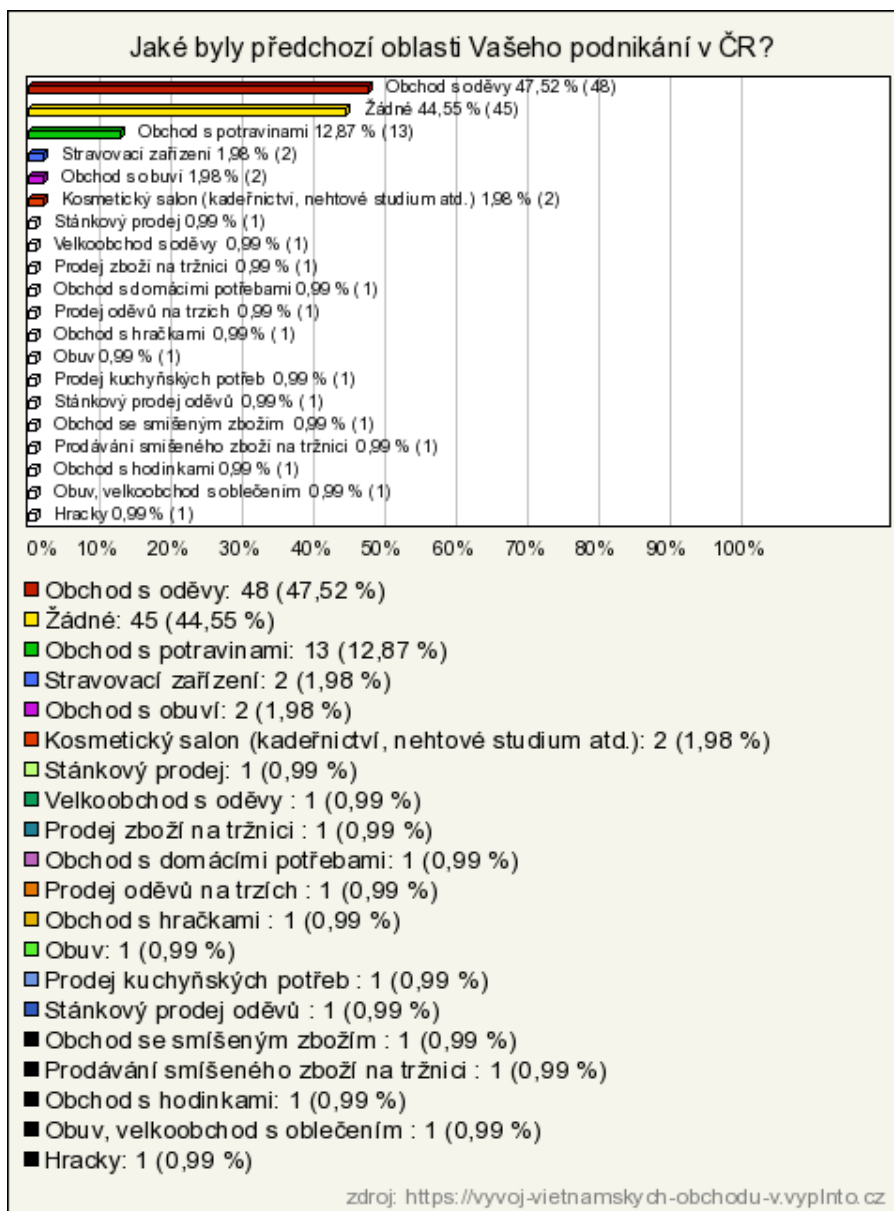
*Graf 5: Délka podnikání v ČR, zdroj: vlastní výzkum, 2020*

V návaznosti na předchozí otázku byly zjišťovány současné, ale i bývalé oblasti podnikání. Jak se dalo předpokládat, největší zastoupení zde měly obchody s potravinami s 50,5 %. Dalšími velmi populárními obory ve vietnamské komunitě je provoz stravovacích zařízení (15,84 %) s vietnamskou kuchyní nebo kosmetické salony (18,81 %), které z velké většiny tvořila nehtová studia. Našly se však i obory, které v této komunitě nejsou příliš konvenční, např. moderování a pořádání společenských akcí, fotografování a plánování událostí, cestovní agentury nebo dokonce i velkoplošný tisk cedulí a výlep výloh, který je podle autorova názoru dobrý podnikatelský nápad a má pravděpodobně vysokou poptávku v závislosti na množství vietnamských podniků.



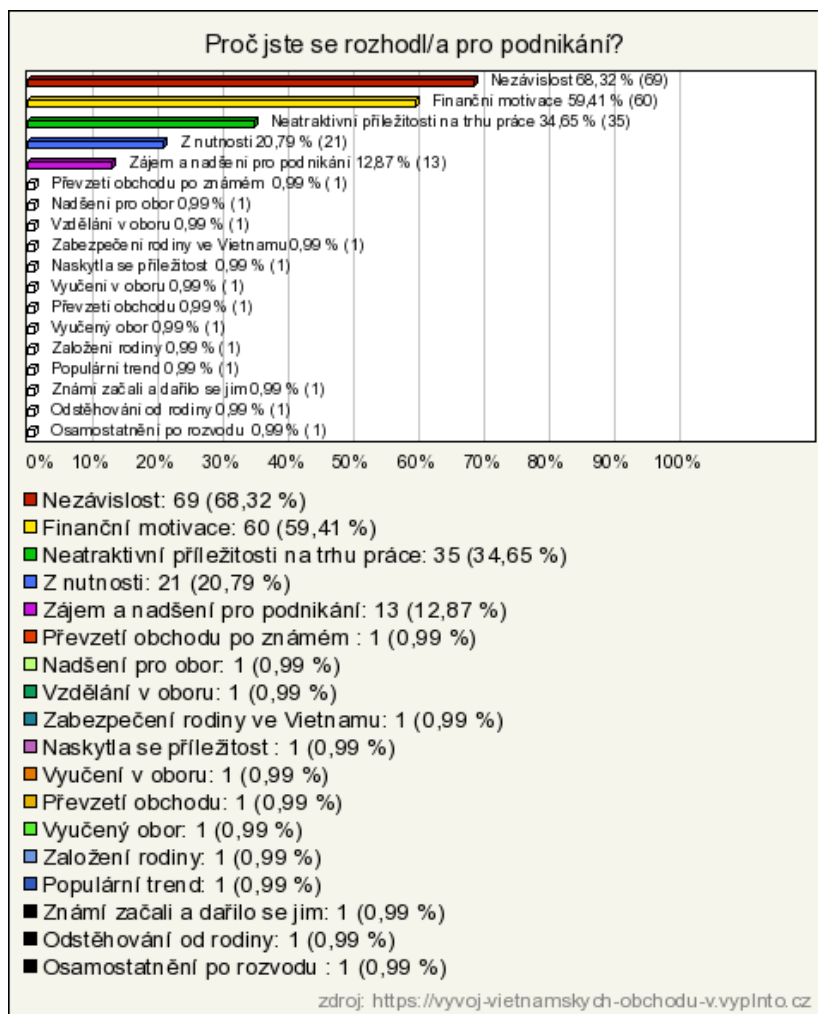
Graf 6: Obor podnikání, zdroj: vlastní výzkum, 2020

Předchozí oblasti podnikání už nebyly tak rozmanité a jednalo se převážně o stánkové prodeje, prodeje na tržištích nebo různé obchody, např. s obuví, hračkami nebo se smíšeným zbožím. V této otázce byly volbou tři odpovědi, které měly jasně početní převahu nad ostatními. První – *Obchod s oděvy* – zvolilo 47,52 % respondentů. Někteří z nich zvolili i již zmiňované stánkové prodeje nebo prodej na tržištích. Je zde vidět vývoj jejich podnikatelské činnosti, kdy začínali jen drobnějším prodejem a postupně si zřídili kamenné prodejny. Druhou nejpočetnější odpovědí byla *Žádné* (44,55 %). Jednalo se především o podnikatele, kteří se stále věnují tomu samému oboru nebo o podnikatele, kteří dříve vypomáhali v rodinném podniku, a pak se osamostatnili založením vlastního podniku. Na třetím místě byl uváděn obchod s potravinami (12,87 %).



Graf 7: Předchozí oblasti podnikání, zdroj: vlastní výzkum, 2020

Další otázka směřovala na důvody, proč se respondenti rozhodli pro podnikání. Dvěma jednoznačně hlavními důvody byla nezávislost (68,32 %) a finanční motivace (59,41 %). Někteří s autorem sdíleli své poznatky, že nemají problém být zaměstnaní, ale jako podnikatelé mají mnohem větší finanční výdělek, i když je pracovní doba výrazně delší. Také proto, že s jejich nejvyšším dosaženým vzděláním nebo úrovní českého jazyka se jim nenabízí příliš mnoho atraktivních pracovních příležitostí. S tímto tvrzením souvisí třetí nejčastější odpověď – *Neatraktivní příležitosti na trhu práce* (34,65 %). Objevily se zde i odpovědi, že začali podnikat, protože se blízkým osobám v podnikání dařilo a zpozorovali vyvíjející se trend obchodů.



Graf 8: Důvody pro podnikání, zdroj: vlastní výzkum, 2020

V třinácté otázce byli respondenti dotazováni, zda by si vybrali jiné povolání, kdyby mohli a 75,25 % zvolili, že ne. I přes náročnost v podnikání jsou stále motivováni vyšším finančním výdělkem a nezávislostí. Navazující otázka zkoumala názor respondentů, jestli si myslí, že jsou v České republice dobré podmínky pro podnikatele. 93,07 % uvedlo, že ano. Podle autorova názoru byl tento výsledek ovlivněn faktem, že respondenti toto mohli srovnávat převážně jen s podmínkami ve Vietnamu, kde jsou značně horší.

Následující segment pěti otázek byl zaměřený na Elektronickou evidenci tržeb (dále jen EET). Konkrétně na to, jestli mělo na podnikání respondentů nějaký vliv. První ze série otázek zjišťovala, jestli měli nějaké potíže se zavedením EET a téměř dvě třetiny (62,38 %) z nich to neovlivnilo, přičemž se 99,01 % shodlo na tom, že jim kvůli tomu vznikly dodatečné náklady. Naprosto stejný počet respondentů, jako těch, kteří se zavedením EET neměli potíže odpovědělo *Ano* na otázku, zda byly tyto náklady

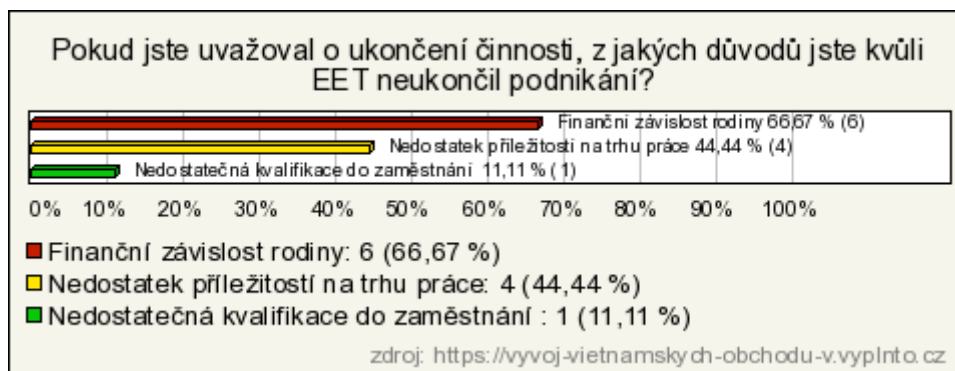
zanedbatelné, tedy 62,38 %. Dá se předpokládat, že zbývající část jsou menší podniky, které nemají tak vysoký zisk a dodatečné náklady je ovlivňují.

Další otázka zjišťovala, jestli někdy respondenti uvažovali o ukončení podnikání kvůli EET. Zatímco 91,09 % respondentů odpovědělo *Ne*, byli tací, kteří kvůli vzniklým dodatečným nákladům, paušálním poplatkům a pořízení techniky o ukončení podnikání uvažovali.



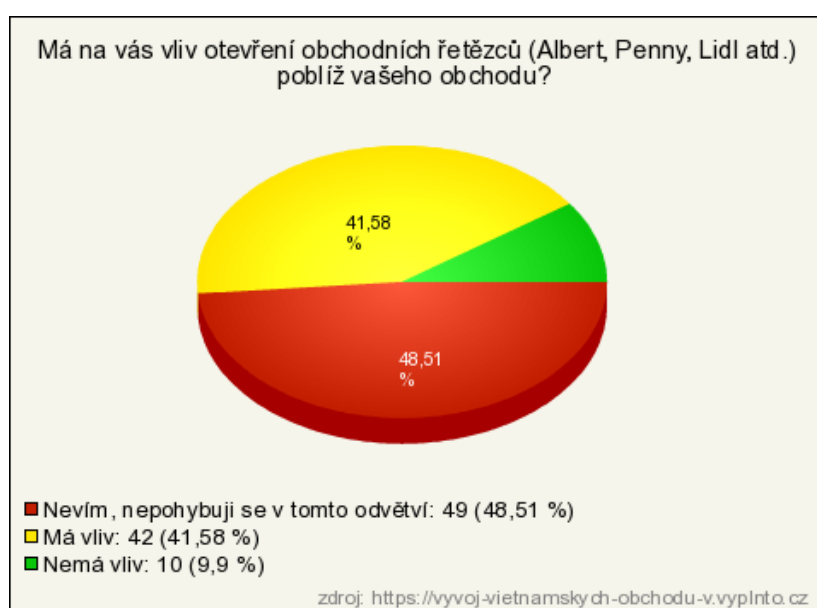
Graf 9: Ukončení podnikání kvůli EET, zdroj: vlastní výzkum, 2020

V návaznosti na předchozí otázku jsme se ptali, z jakého důvodu podnikání neukončili, i když o něm uvažovali. Ve dvou třetinách (66,67 %) byla odpověď *Finanční závislost rodiny*. Na druhém místě byl *Nedostatek příležitostí na trhu práce* (44,44 %) a jeden z respondentů uvedl jako důvod vlastní odpověď *Nedostatečná kvalifikace do zaměstnání*. V následujícím grafu č.10 je zobrazen přehled odpovědí.



Graf 10: Důvody neukončení podnikání kvůli EET, zdroj: vlastní výzkum, 2020

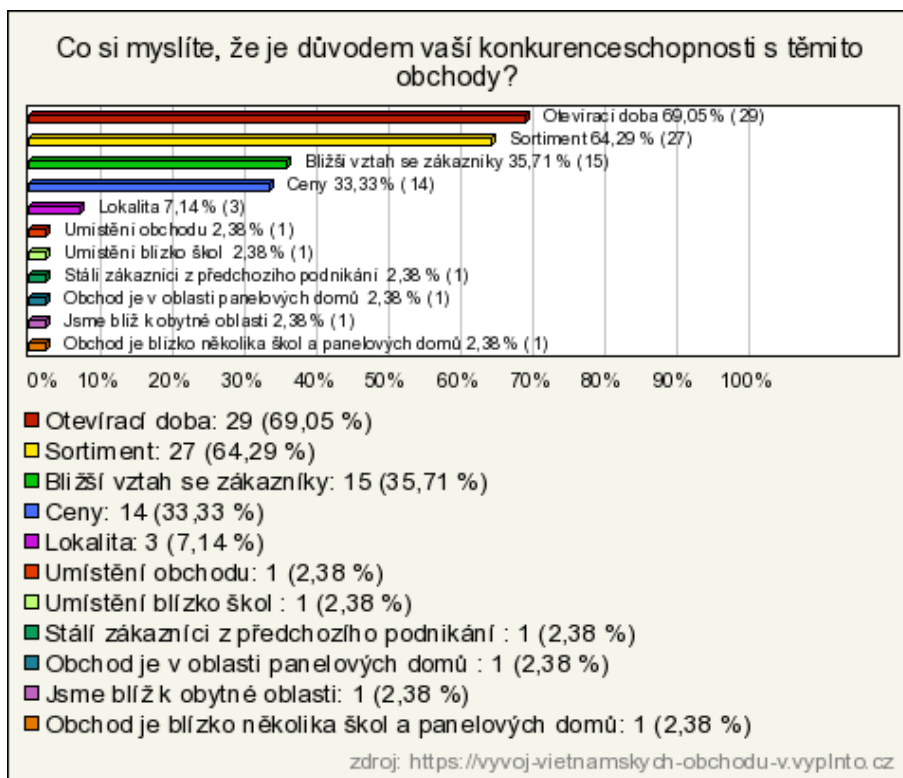
První otázka v následující části zkoumala vliv obchodních řetězců (Albert, Lidl, Penny Market apod.) a jejich otevření na podniky vietnamských podnikatelů. Tato otázka byla relevantní pouze pro podnikatele, kteří provozují obchod s potravinami, proto byla odpověď *Nevím, nepohybují se v tomto odvětví* na prvním místě s 48,51 % z celkového počtu odpovědí. Těch, kteří nejsou ovlivněny, tvořilo 9,9 %. Autor upozoroval, že se jednalo především o obchody, které sídlily v menších vesnicích, kde obchodní řetězce nebyly vybudované, a proto neměly příliš velkou konkurenci. Obchodů, které obchodní řetězce ovlivňovaly, však bylo významně více, a to 41,58 %.



Graf 11: Vliv obchodních řetězců na podnikání, zdroj: vlastní výzkum, 2020

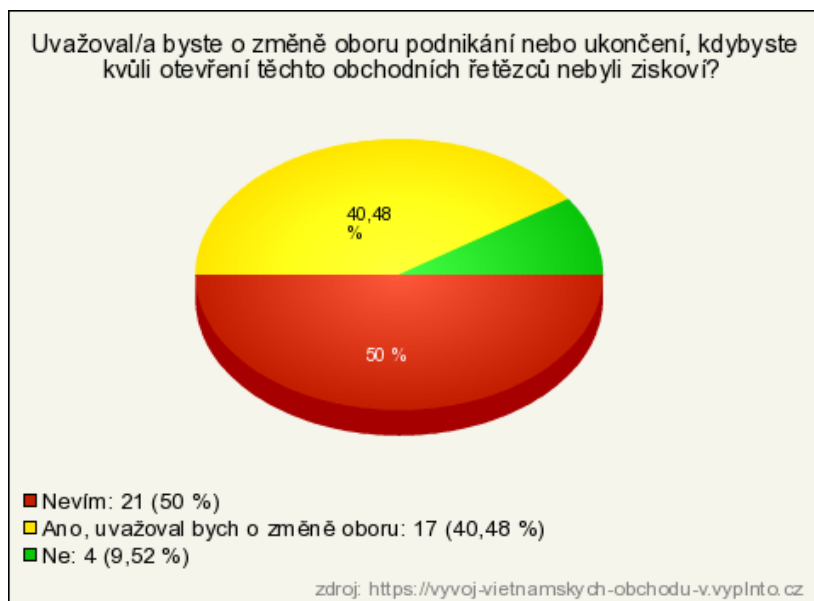
Autora proto dále zajímalo, co si podnikatelé provozující obchod s potravinami myslí, že je dělá konkurenceschopnými, přestože jsou mnohdy menší, a i přes vliv těchto řetězců stále fungují. Dvě odpovědi, které nad ostatními zvolilo výrazně více respondentů, byla *Otevírací doba* (69,05 %) a *Sortiment* (64,29 %). Jeden z podnikatelů dodal, že si všiml vysoké poptávky po alkoholu v pozdních nočních hodinách některých dnů, a proto má často otevírací dobu do 01:00, protože v tento čas není v okolí žádný jiný obchod otevřen. Jen díky otevírací době má podnik denní zisk daleko vyšší. Ne všechny podniky to však mají takto extrémně nastavené, ale stále se jedná v mnoha případech o 10-14hodinové otevírací doby, které jim pomáhají k lepším výsledkům. K odpovědi *Sortiment* se mnozí vyjádřili tak, že oproti obchodním řetězcům se liší převážně větším výběrem tabákových výrobků. Zisk podle nich z tohoto zboží není vysoký, ale mnoho

z takovýchto zákazníků si koupí i nějaké maličkosti k tomu, např. žvýkačky, tyčinku, nápoj nebo udělá i větší nákup, aby nemusel navštívit jiný obchod. Další dvě odpovědi se zřetelně větším počtem byly *Bližší vztah se zákazníky* (35,71 %) a *Ceny* (33,33 %). Pak se zde objevilo několik vlastních odpovědí, které byly každá jinak formulovaná, ale týkaly se převážně lokality/umístění obchodu. V následujícím grafu č. 12 je zobrazen přehled odpovědí.



Graf 12: Důvody konkurenceschopnosti s obchodními řetězci, zdroj: vlastní výzkum, 2020

V návaznosti na předchozí dvě otázky byla ta následující znovu cílená na podnikatele provozující obchod s potravinami, a zkoumalo se, zda by uvažovali o změně oboru podnikání nebo ukončení, kdyby kvůli otevření těchto obchodních řetězců nebyli ziskoví. 50 % respondentů zvolilo odpověď *Nevím*, 40,48 % by uvažovalo o změně oboru a 9,52 % by neuvažovalo ani nad ukončením, ani změně oboru. Odpověď *Ano, uvažoval bych o ukončení podnikání* překvapivě nezvolil ani jeden z respondentů.



Graf 13: Změna oboru nebo ukončení podnikání z důvodu neziskovosti, zdroj: vlastní výzkum, 2020

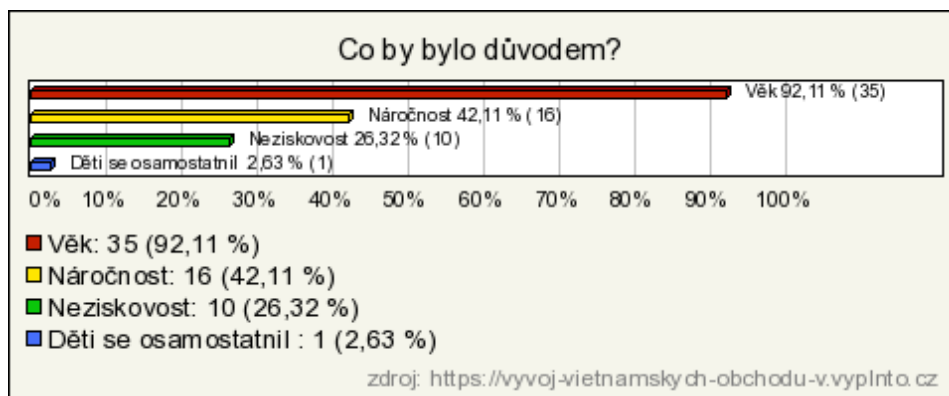
V této části opět začínají otázky, které byly určeny pro všechny podnikatele a první z nich zjišťovala, zda mají v plánu někdy v budoucnosti ukončovat podnikání. Na výběr byly tři možnosti – *Ano*, *Ne* a *Nevím*. Poměr odpovědí byl rozdělený téměř rovnoměrně, přičemž *Ano* bylo na prvním místě s 37,62 %. *Ne* získalo 36,63 % odpovědí a *Nevím* 25,74 %. V následujícím grafu č. 14 je zobrazen přehled odpovědí.



Graf 14: Plány s podnikáním, zdroj: vlastní výzkum, 2020

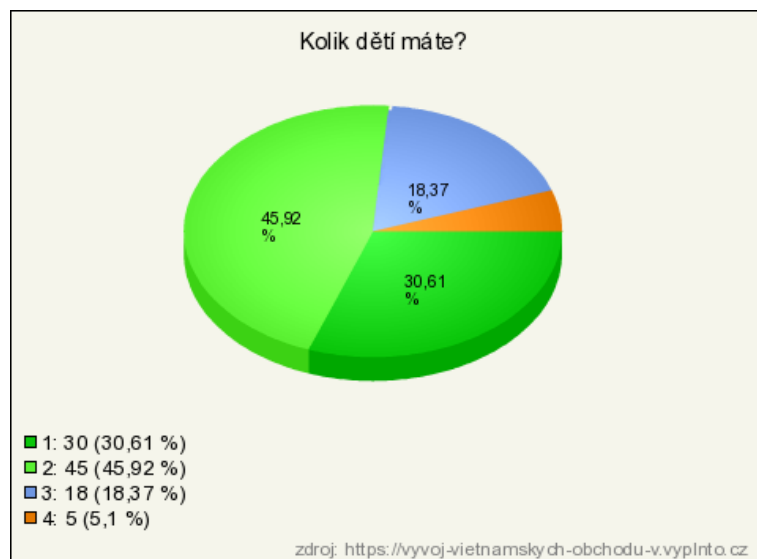
Ti, co zvolili v předchozí otázce *Ano*, dostali jednu doplňující, která se ptala na důvody případného ukončení podnikání. Naprostá většina (92,11 %) udala jako důvod

věk. Několik z vietnamských podnikatelů autorovi sdělilo, že je pro ně motivací finančně zabezpečit své děti během jejich studia, aby měly potenciálně lepší budoucnost, ale také našetřit si na svůj důchod. Po dosažení dostatečného věku pro důchod by chtěli s podnikáním přestat. Druhou nejčastější odpovědí byla *Náročnost* s 42,11 %. Často se jedná o malé podniky, které splňují podmínku k tomu, aby mohly mít otevřeno i přes některé svátky, kdy obchody s plochou nad 200 m<sup>2</sup> musí mít zavřeno. Otevřeno mají proto po celý rok a ve spojení s již zmiňovanými otevíracími dobami pro ně může být podnikání opravdu náročné. Výrazně méně odpovědí získala *Neziskovost* (26,32 %). Jeden z podnikatelů pak udal svůj důvod, a to takový, že chce ukončit podnikání, až se jeho děti osamostatní. Na následujícím grafu č. 15 je zobrazen přehled odpovědí.



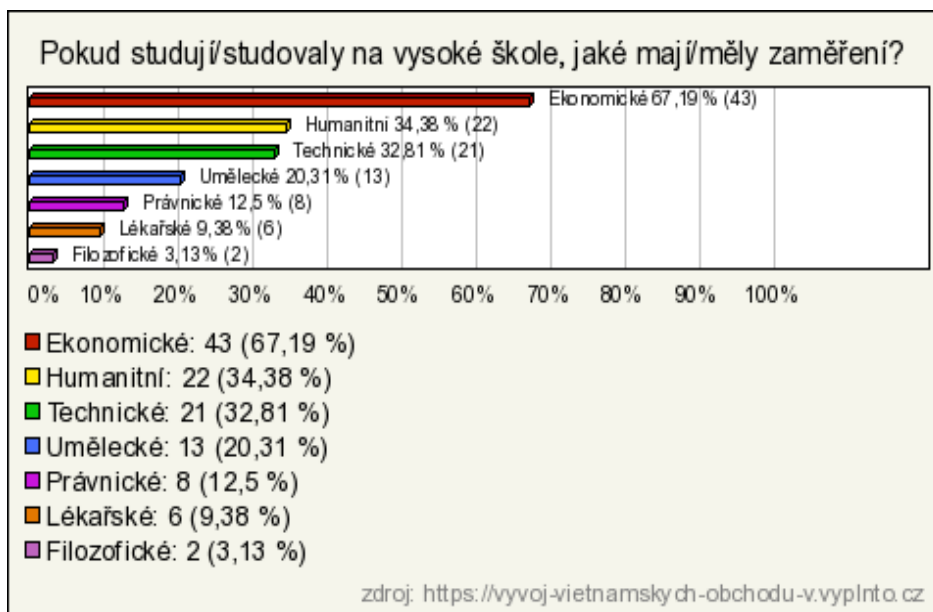
Graf 15: Důvody pro ukončení podnikání, zdroj: vlastní výzkum, 2020

Následující série otázek se začala zabývat potomky podnikatelů a zda jsou vedeny k tomu, aby podnik v budoucnu převzali. Řeší tedy následnictví v problematice family businessu. Z celé skupiny respondentů má děti 97,03 % z nich a pouze tři podnikatelé žádné nemají. Dva ze tří z těchto podnikatelů jsou však mladší 35 let, proto se dá předpokládat, že v budoucnu nějaké děti budou mít. Pokud jde o jejich počet, průměrně má jedna rodina dvě děti. V následujícím grafu č. 16 je zobrazen přehled počtu dětí.



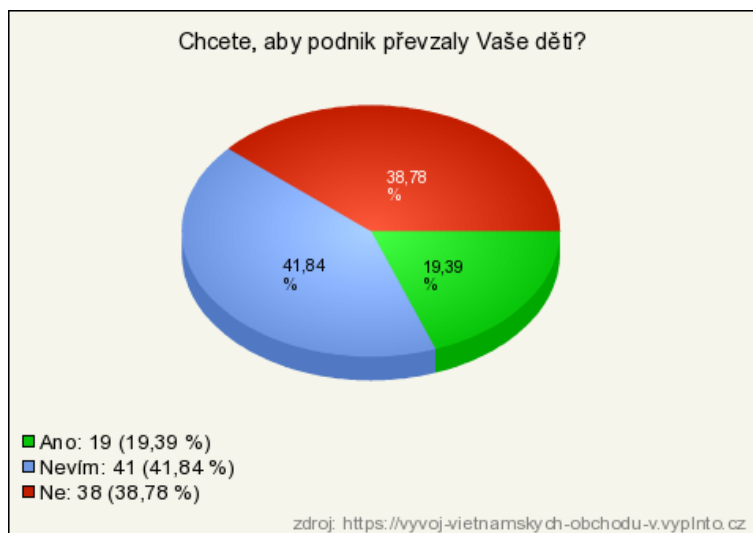
Graf 16: Počet dětí, zdroj: vlastní výzkum, 2020

Respondenti uvedli, že na vysoké škole z celkového počtu dětí studuje 95 z nich, což odpovídá 48,97 %. Dále bylo zjišťováno, které obory studují a zda jsou využitelné v oblasti, ve kterém podnikají rodiče. Na prvním místě se bez konkurence umístilo ekonomické zaměření. Autor z vlastní zkušenosti může potvrdit, že je ekonomické zaměření velmi oblíbené mezi vietnamskými rodiči a své děti podporují, pokud se rozhodnou touto cestou směřovat. O téměř polovinu méně odpovědí měla *Humanitní* a *Technická* zaměření, která se umístila na druhém a třetím místě. Na čtvrtém místě se umístilo umělecké zaměření, které se mezi mladými Vietnamci stává čím dál populárnějším. Ve vietnamské komunitě jsou velmi respektované i právnické a lékařské obory. Ty se nicméně v dotazníkovém šetření umístily ve spodní polovině seznamu. Nejmenší zastoupení mělo filozofické zaměření. Byly zde však i odpovědi, které se neobjevily vůbec, např. pedagogické nebo policejní a vojenské. Dle autorova názoru má ekonomické zaměření nejširší využití, pokud by se děti rozhodly zrovna pro převzetí podniku. Záleží však zároveň i na oboru rodičů, ve kterém podnikají. V následujícím grafu č. 17 je zobrazen přehled odpovědí.



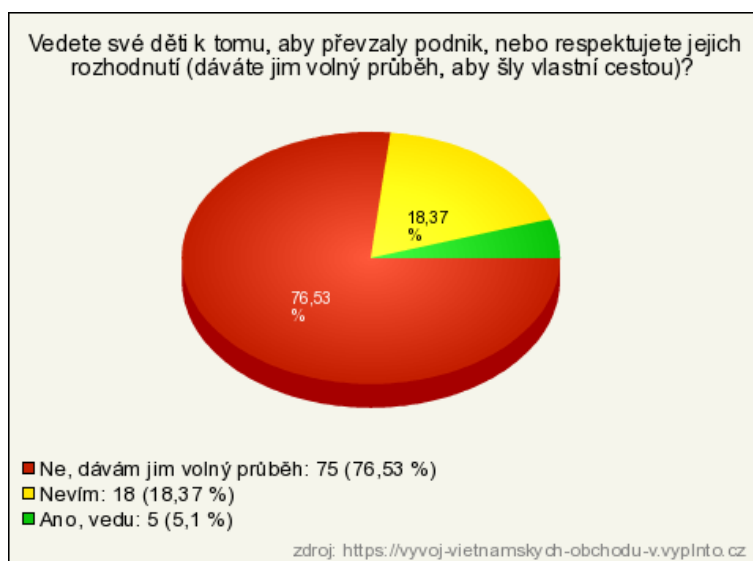
Graf 17: Zaměření dětí na VŠ, zdroj: vlastní výzkum, 2020

Další otázka zjišťovala, zda rodiče chtějí, aby po nich v budoucnu podnik převzaly jejich děti. Na prvním místě se umístila odpověď *Nevím* (41,84 %), kterou nejčastěji volili mladší respondenti nebo ti s dětmi v předškolním věku/na základní škole. V mladším věku, ať už svém nebo svého dítěte, totiž nejspíš ještě nepřemýšlí o problematice family businessu. 38,78 % z respondentů nechce, aby děti převzali podnik. Jednalo se především o podnikatele provozující obchod s potravinami. Někteří tuto odpověď odůvodnili tím, že se jim v mládí příliš pracovních možností s vyšší mzdou nenabízelo, proto se uchýlili k této náročné variantě, která ale dokázala finančně zajistit rodinu. Svým dětem naopak přejí, aby si po studiu dokázali najít dobrou práci a nemusely pracovat tak, jako oni. Těch, co zvolilo *Ano*, bylo 19,39 %. Provozovatelé obchodu s potravinami byli jen tři a zbylé podniky byly především střední velikosti se zaměstnanci, kde by po převzetí nástupci nejspíše nastoupili do vedoucí pozice. Jednalo se z velké části o stravovací zařízení a různé velkoobchody (víno, oděvy, ovoce a zelenina).



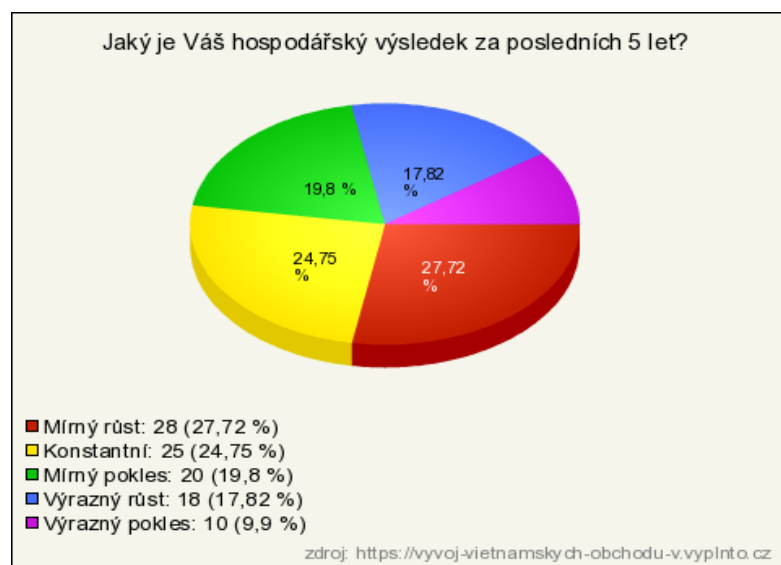
Graf 18: Předání podniku dětem, zdroj: vlastní výzkum, 2020

V návaznosti na předchozí otázku bylo zkoumáno, jestli rodiče své děti vedou k tomu, aby v budoucnu rodinný podnik převzaly. 76,53 % z rodičů dětem dává volný průběh, aby si šly vlastní cestou. 18,37 % respondentů odpovědělo *Nevím*. Jedná se opět o mladší podnikatele (2/3 jsou mladší 35 let), jejichž děti jsou teprve v předškolním věku nebo na základní škole. Jen dva z podnikatelů mají své dítě i na střední škole. Pouze 5,1 % ze všech respondentů vede své děti k převzetí podniku. Podobně jako v předešlé otázce, jde o velkoobchody, kosmetické salony a stravovací zařízení. Obchod s potravinami mezi nimi nebyl žádný.



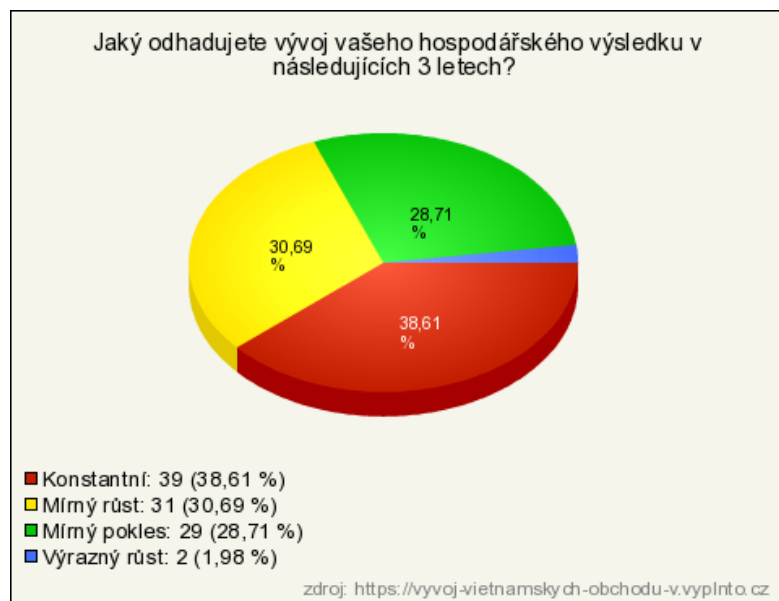
Graf 19: Vedení dětí k převzetí podniku, zdroj: vlastní výzkum, 2020

Předchozí otázka byla poslední ze série týkající se následnictví a následují otázky ohledně situace obchodu a jeho budoucnosti. Na první otázku – *Jaký je Váš hospodářský výsledek za posledních 5 let?* – vybralo 27,72 % respondentů odpověď *Mírný růst*. Jednalo se o všechny typy podniků, ale 75 % z nich byly stravovací zařízení a kosmetické salony. 24,75 % respondentů uvedlo, že měli konstantní hospodářský výsledek. Respondenti, kteří odpověděli *Mírný růst* (19,8 %), byli všichni vlastníci obchodů s potravinami. Podniky, které zaznamenaly výrazný růst (17,82 %), byly složené z různých oblastí podnikání a nebyl tam vidět žádný, který by měl zřetelně větší zastoupení. Ti, co měli výrazný pokles (9,9 %) v hospodářském výsledku za posledních 5 let, byly pouze obchody s potravinami a oděvy. V následujícím grafu č. 19 je zobrazen přehled odpovědí.



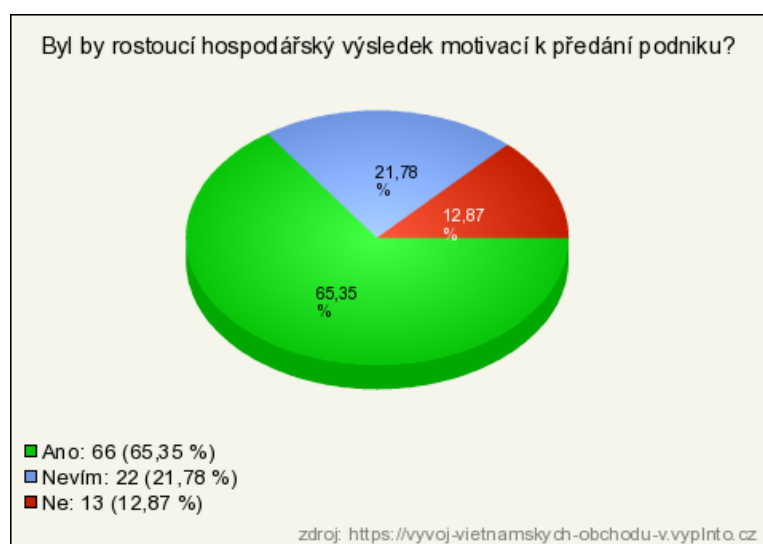
Graf 20: Hospodářský výsledek za posledních 5 let, zdroj: vlastní výzkum, 2020

Další otázka se v souvislosti s tou předchozí ptá, jaký hospodářský výsledek podnikatelé odhadují v následujících třech letech. 38,61 % z respondentů ho odhaduje jako konstantní. Složení oborů je opět různé a každé z nich má zastoupení. Největší zastoupení měl obchod s potravinami, který byl však uveden i u většiny z respondentů (25 z 29), kteří do budoucna odhadují mírný pokles (28,71 %) v hospodářském výsledku. Těch, co vidí horizont tří let pozitivněji a zvolilo *Mírný růst*, bylo 30,69 %. Jde především o kosmetické salony a stravovací zařízení. Mezi respondenty byly i dva kosmetické salony, které vidí budoucnost nadějně a odpověděly *Výrazný růst* (1,98 %).



Graf 21: Odhad hosp. výsledku v následujících 3 letech, zdroj: vlastní výzkum, 2020

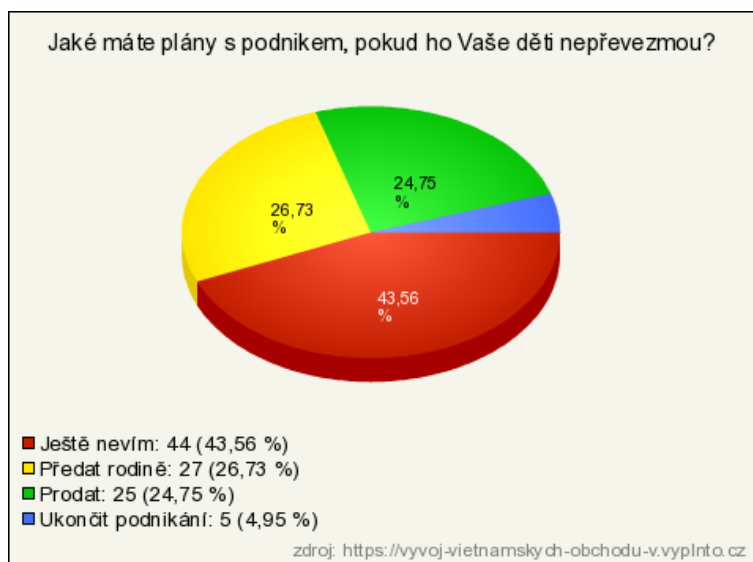
Autor proto dále zkoumal, zda by byl rostoucí hospodářský výsledek motivací k předání podniku. Pro 65,35 % z respondentů by byl. 21,78 % však neví a pro 12,87 % by ani rostoucí hospodářský výsledek nebyl motivací. Děti většiny těch, co zvolili *Ne*, studují na vysoké škole nebo už dostudovali a pracují. Podle názoru autora to pro ně není motivace, protože počítají s tím, že se postupně osamostatní a nebudou mít komu podnik předat.



Graf 22: Motivovanost k předání podniku, zdroj: vlastní výzkum, 2020

Respondenti pak byli dotazováni na názor, jestli si myslí, že je výhoda být rodinným podnikem. 49,5 % si myslí, že je to spíše výhoda a 26,73 %, že určitě výhoda. 23,76 % respondentů nepovažuje statut rodinného podniku za výhodu, ani nevýhodu. Názory jsou tedy převážně pozitivní a neobjevil se nikdo, kdo by považoval být rodinným podnikem za nevýhodu.

Na otázku, zda je důležité předat podnik v rámci rodiny, odpovědělo 75,25 % podnikatelů, že není. Hledaly se proto jejich plány s podnikem, pokud ho nepřevzme děti. 43,65 % stále neví, jak naloží s podnikem, až jednou budou chtít ukončit podnikání. 26,73 % by si přálo předat podnik komukoliv z rodiny. 24,75 % z podnikatelů plánuje podnik prodat někomu, kdo by chtěl začít provozovat obchod s potravinami. Tento způsob se mezi Vietnamci často praktikuje, když se původní majitel chce přestěhovat do jiného města. Zájemci se předá celý obchod i se zbožím za jeho přibližnou nebo i nižší hodnotu, pokud se dohodnou. Původní majitel ze začátku vysvětluje a pomáhá se všemi pracemi v obchodě. Z peněz za prodej začíná obchod v jiné lokalitě. Jde v podstatě o rychlý proces následnictví. Dle autorova názoru by pak v případě ukončení podnikání šlo o úspory do důchodu. 4,95 % chce ukončit podnikání úplně, pokud podnik žádné z dětí nepřevzme.



Graf 23: Plány s podnikem, zdroj: vlastní výzkum, 2020

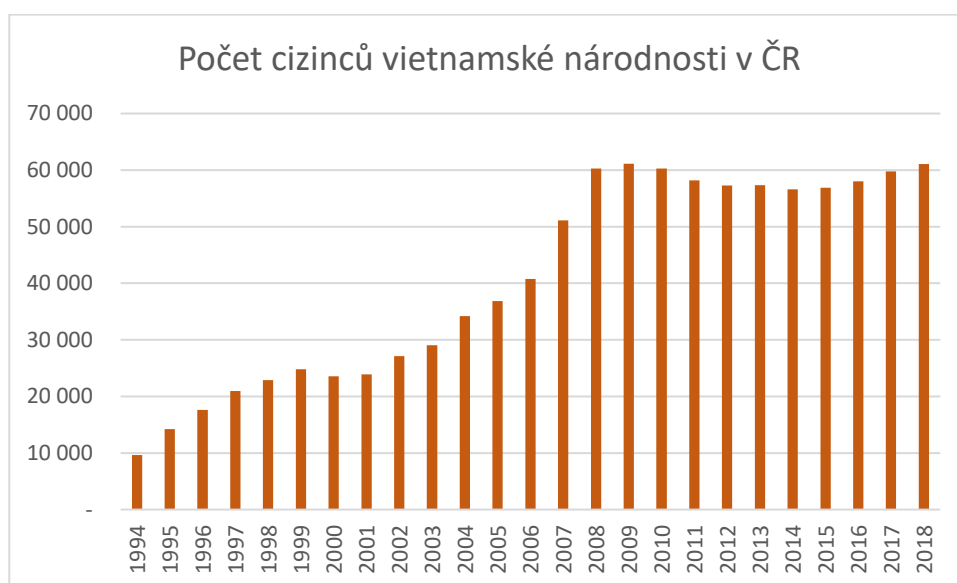
Dotazník byl ukončený otázkou, zda by se respondenti chtěli vrátit do Vietnamu. 77,23 % by se nevrátilo a často pro to bylo takové vysvětlení, že v České republice už žijí déle než ve Vietnamu, jsou zvyklí na život tady, a i jejich děti zde budou žít. Ve Vietnamu

už v podstatě nemají k čemu se vrátit. 21,78 % neví a jeden z respondentů by se chtěl vrátit do Vietnamu po odchodu do důchodu.

## 5. Aktuální situace family businessu

V této kapitole budou představeny některé údaje, na jejichž základě se zhodnotí aktuální situace family businessu vietnamských obchodů v ČR. Jde o grafy vývoje počtu cizinců vietnamské národnosti, HDP, nezaměstnanosti a průměrné hrubé mzdy. Data byla převzata z Českého statistického úřadu (dále jen ČSÚ), dostupné k 31. 3. 2020.

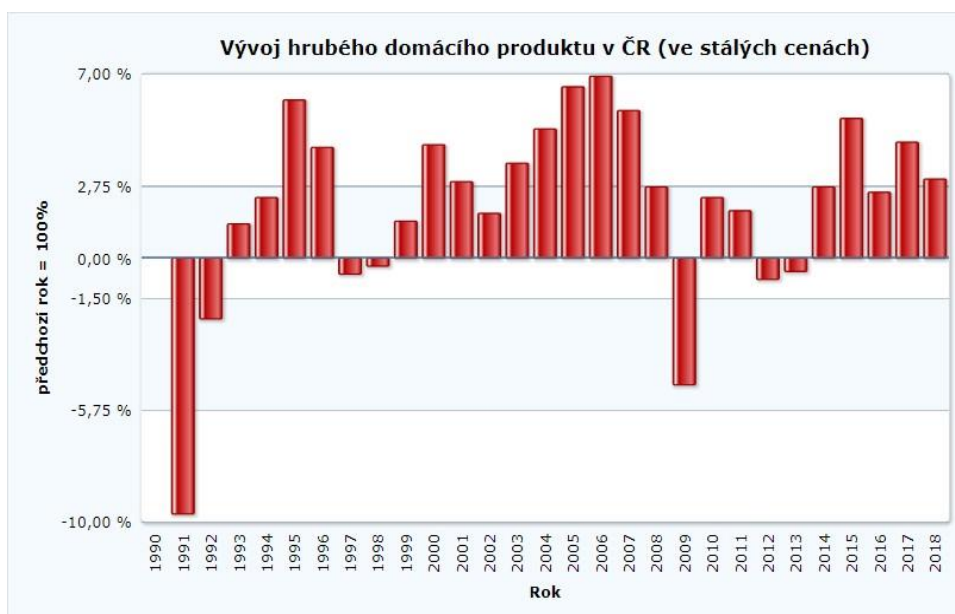
Podle ČSÚ (2020) pobývalo k 31. 12. 2018 v České republice 61 097 obyvatelů vietnamské národnosti. Jsou hned po Slovácích a Ukrajincích třetí nejpočetnější národností menšinou. Na následujícím grafu č. 9 je znázorněn vývoj počtu Vietnamců od roku 1994-2018, který se až na malé poklesy konzistentně zvyšuje. Lze proto z historických údajů usuzovat, že se tato komunita bude pouze zvětšovat a potenciálně i počet vietnamských podniků.



Graf 24: Počet cizinců vietnamské národnosti v ČR, zdroj: ČSÚ, 2020

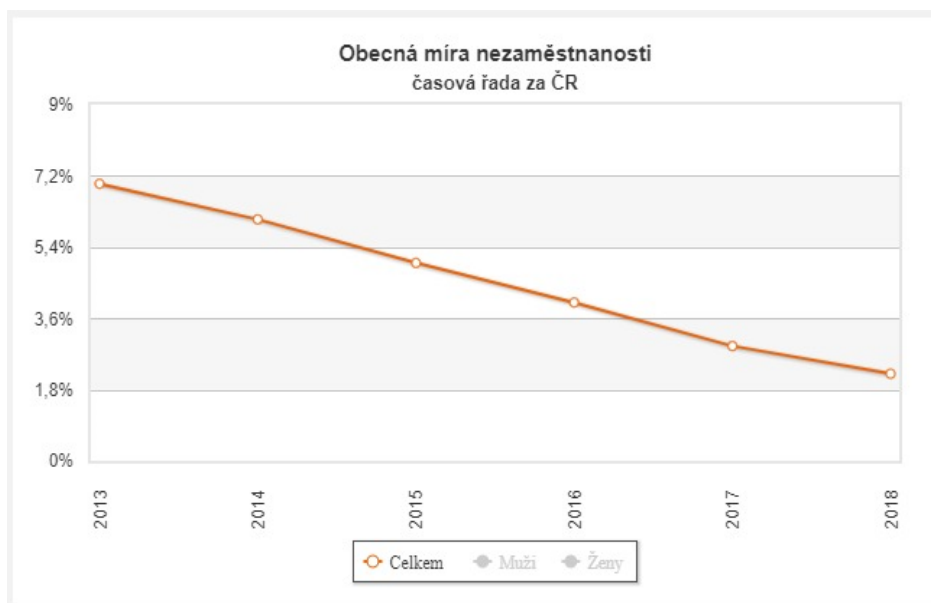
Dalším údajem je hrubý domácí produkt, který po finanční krizi v letech 2008-2012 zaznamenal růst. Na otázku ohledně hospodářského výsledku za posledních 5 let nejvíce respondentů odpovědělo, že bylo konstantní. To ale nemusí znamenat, že se podniky nerozvíjely, protože nezaznamenaly růst ani pokles. Dá se předpokládat, že s rostoucí ekonomikou rostly i oni. Z vývoje HDP však není zcela zřejmé, zda opravdu rostly, protože si podniky často se zvyšujícími výnosy zvyšují i náklady, aby si snížily

zisk a následně i daň z něj. HDP to proto příliš neovlivňuje. Bez nahlédnutí do účetních údajů není možné toto tvrzení potvrdit a vychází spíše z výsledků dotazníkového šetření ohledně hospodářského výsledku. Na následujícím grafu č. 25 je vyobrazen vývoj HDP od roku 1990-2018 k 31.12.



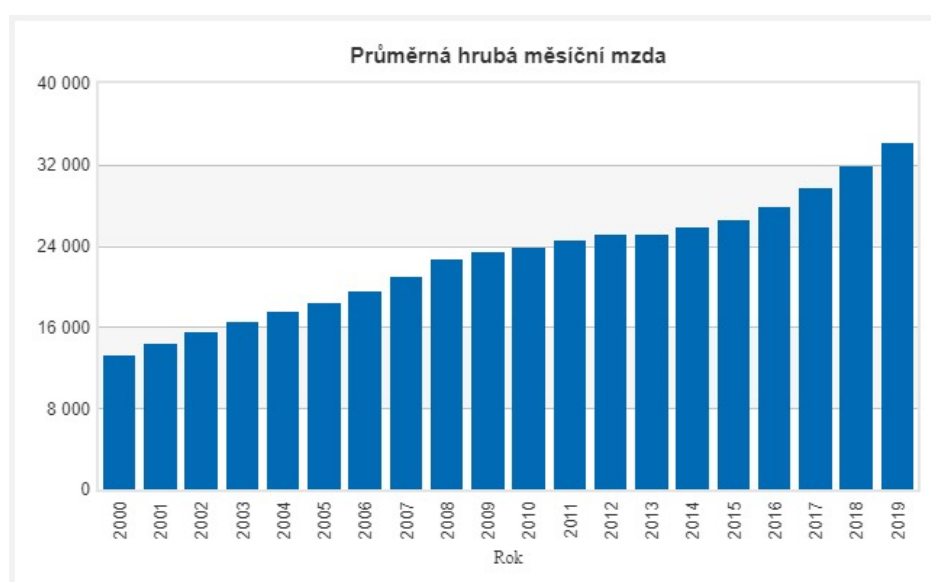
Graf 25: Vývoj HDP v ČR, zdroj: ČSÚ, 2020

Dalším z makroekonomických ukazatelů je míra nezaměstnanosti. Česká republika ji měla k 01.04.2020 pouze 2,0 % (ČSÚ, 2020) a je tak nejmenší z celé Evropské unie. Děti vietnamských podnikatelů proto nemají potřebu přebírat podnik, protože se zvyšující se vzdělaností mají velkou pravděpodobnost najít uplatnění na trhu práce. I z dotazníkového šetření vyplývá, že naprostá většina těchto dětí jde za vysokoškolským vzděláním. 48,97 % na vysoké škole již studuje a pouze 5,1 % šlo do zaměstnání po středním vzdělání. Zbývající část dětí už VŠ vystudovala nebo ještě nedosáhla dostatečného věku pro studium. Přestože vietnamští rodiče dávají svým dětem volnost ve výběru zaměření, na vzdělání kladou veliký důraz a snaží se své děti podporovat k co nejlepším akademickým výsledkům, ať už finančně, tak i ve formě doučování apod. Tlakem rodičů se tak ve vietnamské komunitě stalo studium na vysoké škole samozřejmostí. Dá se proto předpokládat, že vietnamských absolventů bude stále přibývat. Na následujícím grafu č. 26 je zobrazen vývoj obecné míry nezaměstnanosti v letech 2013-2018, která po finanční krizi pouze klesá.



Graf 26: Obecná míra nezaměstnanosti

Pozitivní je i vývoj průměrné hrubé mzdy, která činila 36 144 Kč a stále stoupá. Tento údaj byl zveřejněn ČSÚ 06.03.2020. Zaměstnání je pro tyto děti stabilnější a mnohem méně rizikové než podnikání. Po absolvování vysoké školy nedosáhnou takového finančního výdělku, jako by si vydělaly převzetím podniku, ale v průběhu několika let v zaměstnání může jejich mzda převýšit potenciální výdělek z podnikání a stát se tak výhodnější volbou. Na následujícím grafu č. 27 je vývoj průměrné hrubé mzdy.



Graf 27: Průměrná hrubá měsíční mzda v ČR, zdroj: ČSÚ, 2020

Všechny výše zmíněné ukazatele nasvědčují tomu, že bude pro děti vietnamských podnikatelů výhodnější zvolit si zaměstnání než převzít rodinný podnik. To by znamenalo úbytek vietnamských obchodů. Celý svět však zasáhla nečekaná koronavirová pandemie, která bude mít negativní dopad na uvedené ukazatele. Pandemie by mohla celou situaci rodinných podniků otočit v pozitivní.

Podle Tomáše Prouzy, prezidenta svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, dojde k masovému propouštění z důvodu nedostatečné podpory státu. Z výsledků bleskového výzkumu Hospodářské komory ČR vyplynulo, že k propouštění přistoupilo 7 % firem. (ČTK, 2020)

Zvýšení míry nezaměstnanosti by mohlo vést k obtížnější uplatnitelnosti a následně i přechodu od preference zaměstnání k převzetí rodinného podniku, který již funguje. Ovlivněná bude i průměrná hrubá mzda, která se pravděpodobně sníží. Vietnamským obchodům by celá situace ohledně pandemie mohla pomoci k získání sympatií českých obyvatelů. Od propuknutí nemoci COVID-19 se Vietnamci aktivně zapojili do boje s ní. Pomáhají jak finančně, tak materiálně. Velké pozornosti získalo označování obchodů srdíčky jako znamení, že u nich mohou členové integrovaného záchranného systému (IZS) dostat občerstvení. Vietnamci jsou v tomto ohledu solidární a podle Marcela Wintera, předsedy a mluvčího Česko-vietnamské společnosti, to dokazuje, že je pro ně ČR druhým domovem. (ČTK, 2020)

Pro Vietnamce je to zároveň i velký marketingový krok, který by jim mohl přivést nové zákazníky. Vládní opatření bude mít dopad na ekonomickou situaci vietnamské minority a uzavření prodejen už postihlo především podnikatele v pohostinství, obchodníky s textilem a obuví, ale i kosmetické salony, které začaly nabývat na popularitě. Dle autorova názoru z celé situace vyjdou pozitivně pouze obchody s potravinami, kterým se bude dařit dál a ostatní odvětví budou postiženy naopak negativně.

## 6. Shrnutí výsledků

Vietnamci kvůli špatným podmínkám ve Vietnamu migrovali do České republiky převážně za prací a vidinou lepšího života. Imigrace byla dobrovolná s výjimkou těch, kterým to jejich okolnosti jinak nedovolily. Mnoho z nich přijíždělo už v mladém věku po dostudování středních škol a povinných vojenských službách, které v té době byly ještě povinné. Nejvíce zastoupenou skupinou respondentů byla skupina ve věku 45-65, kteří zde žijí už přes 20 let, z čehož se dá předpokládat, že přijeli okolo roku 1989 a po revoluci měli možnost podnikat. Někteří z respondentů toto autorovi potvrdili.

Mnozí svoji podnikatelskou činnost začali prodejem na různých trzích a tržnicích, kam pravidelně jezdili vystavovat svůj stánek se zbožím. Postupně se přesouvali do kamenných prodejen. Obvyklou oblastí byl uváděn prodej oděvů a obuvi. Objevily se však i obchody s hračkami nebo smíšeným zbožím. U starších podnikatelů lze zpozorovat trend, jak od těchto oblastí přecházeli k obchodům s potravinami, se kterými stále pokračují a u těch mladších naopak to, jak od obchodů s potravinami ustupují a provozují spíše stravovací zařízení, ale hlavně kosmetické salony.

Důvodů pro podnikání bylo uvedeno několik, nejčastějšími však byla nezávislost a finanční motivace. Vietnamci nemají sebemenší problém pracovat v zaměstnaneckém poměru, ale kvůli nedostatečnému vzdělání a jazykovým problémům se jim nenabízí příliš dobře hodnocených příležitostí. Z tohoto důvodu by převážná většina neměnila zaměstnání. Pro Vietnamce je motivací zabezpečení rodiny, která je i přes náročnost provozování obchodů žene vpřed.

Zavedení elektronické evidence tržeb mnoho českých podnikatelů donutilo ukončit podnikání. Ti vietnamští z velké části ani přes vzniklé dodatečné náklady o ukončení neuvažovali, protože byly pro většinu z nich zanedbatelné. Přesto se objevila malá část respondentů, kteří o ukončení přemýšleli, ale ze stejných důvodů, jako proč začali podnikat, nepřestali. Nejčastějším důvodem bylo opět zabezpečení rodiny. Kromě EET mají specificky na obchody s potravinami vliv obchodní řetězce, jako jsou např. Albert, Lidl, Tesco apod. Respondenti, v jejichž blízkosti se takový obchod nachází, přiznali, že na jejich podnik vliv mají, ale díky několika faktorům jsou stále konkurenceschopní. Dva nejčastěji udávané byly otevírací doba a sortiment. Kromě těchto dvou hraje velkou roli v jejich konkurenceschopnosti i lokalita obchodu.

V otázce ohledně hospodářského výsledku za posledních 5 let, veliký růst zaznamenaly kosmetické salony a stravovací zařízení. Pokud jde o obchody s potravinami, nelze opravdu říct, zda jsou na úpadku, protože se zde objevili smíšené odpovědi a spíš se liší případ od případu. Obchody s oděvy však zaregistrovaly veliký pokles hospodářského výsledku a odhadují ho konstantní nebo klesající v horizontu tří let. V otázce ohledně výhledu na tři roky, obchody s potravinami ho odhadovaly převážně konstantní nebo mírně klesající. Nejoptimističtější byly opět kosmetické salony a stravovací zařízení, které očekávají mírný až výrazný růst.

Podle vietnamských podnikatelů by byl rostoucí zisk motivací pro převzetí, ale v případě, že by to nebylo plánem jejich dětí, objevilo se zde několik možných alternativ, jak s podnikem naložit. První by umožnila, aby podnik zůstal v rodině, přičemž pro 75 % z podnikatelů to není důležité. Jde o předání jakémukoli rodinnému příslušníkovi, který by měl zájem pokračovat v podnikání. Druhá z uvedených možností byla podnik prodat nějakému zájemci. Nejméně populární volbou bylo úplné ukončení podnikání. Převážná většina podnikatelů (77,23 %) se po odchodu do důchodu nechce vrátit do Vietnamu. Jsou zvyklí na život v České republice a pro návrat do rodné země nemají důvod. Jejich děti zde povedou svůj život a v budoucnu pak i vnoučata, se kterými budou chtít trávit čas.

## **6.1. Odpovědi na výzkumné otázky**

Nedá se říct, že by Vietnamci byli spokojeni s příležitostmi, jedná-li se ohledně trhu práce, protože se jich mnoho nenabízí, ale téměř všichni (93,07 %) si myslí, že jsou v České republice dobré podmínky pro podnikání. Těchto podmínek svojí pracovitostí využívají na maximum a dokáží konkurovat mnohem větším obchodům. S příležitostmi, které nabízí podnikání, jsou proto podle autorova názoru spokojeni.

97 % z dotazovaných podnikatelů má děti, které mají ambice studovat vysokou školu, ale ne s cílem převzít podnik v budoucnu. Většina rodičů svým dětem dává volný průběh ve výběru zaměření, pokud jde o vzdělání, a někteří si dokonce přejí, aby jejich děti nemusely mít tak náročnou práci, jako mají oni, proto je ve vzdělání velmi podporují. Těch, kteří své děti k převzetí vedou, bylo malé množství a v žádném z případů se nejednalo o obchod s potravinami. Vždy šlo už o větší podniky, např. velkoobchody nebo stravovací zařízení, kam by nastoupili na vyšší pozici, ne-li vedoucí. Nejpopulárnějším zaměřením je podle dotazníkového šetření ekonomické. Stejně jako výzkum od společnosti IPSOS (2019) pro AMSP ČR „Rodinné firmy – Nástupci a nástupkyně“

byl závěr takový, že si vietnamské děti primárně volí své zaměření na základě zájmů, a i když jsou s podnikem od malička spjatí, nejsou vedené k jeho převzetí.

Přestože mnoho podnikatelů neuvažuje o předání podniku, nedá se s jistotou říci, že bude vietnamských obchodů ubývat. Toto tvrzení může ovlivnit i počet nově příchozích Vietnamců, který se nedá předvídat. Z výsledků dotazníkového šetření byl pouze vyzorován klesající zájem o provoz obchodu s potravinami mezi mladšími podnikateli, který se přesunul na čím dál populárnější kosmetické salony, především nehtová studia. Dle autorova názoru proto vietnamských podnikatelů jako takových příliš neubude, ale spíše se od stereotypních obchodů s potravinami přesunou k jiným oblastem. Ať už půjde o nové vietnamské imigranty nebo absolventy vysokých škol, kteří budou podnikat v mnohem progresivnějším oboru díky svému vzdělání.

Děti podnikatelů budou volit spíše zaměstnání než podnikání. Se zvyšující se úrovní vzdělání a snižující se mírou nezaměstnanosti nebudou mít problém s uplatněním. Společně s průměrnou hrubou mzdou, která stále roste, je to pro ně mnohem bezpečnější volba než rizikové podnikání. Ubyde proto mnoho následníků a s tím i počet vietnamských podniků, protože nebude komu je předat. Dle autorova názoru se jedná převážně o obchody s potravinami, a službám, jako kosmetické salony, se bude stále dařit.

## 7. Závěr

Jak už bylo v úvodu řečeno, téma bakalářské práce vzniklo na základě studijního oboru autora a jeho vietnamského původu. Ten dovolil nahlédnout do vietnamské komunity, která je po tak dlouhé době fungování v České republice stále poměrně uzavřená okolnímu světu.

Bakalářská práce byla zaměřená na vývoj vietnamských podniků v kontextu problematiky family businessu. Family business je téma, které je v posledních letech ve světě velmi diskutované, a i pro Českou republiku je velmi aktuální, přestože teprve v polovině roku 2019 byla stanovená přesná definice. Proces následnictví v ČR už v minulosti nastal a nyní se stává aktuální pro vietnamskou komunitu podnikatelů, protože mnoho z nich právě nyní bude dosahovat věku, kdy by měli začít přemýšlet, jak naloží s podnikem.

Teoretická část čtenáře seznámila s pojmem family business a jeho přínosem pro ekonomiku. Přiblížený byl i proces následnictví, který je důležitý pro budoucí fungování podniku. Dále následovalo stručné představení průběhu Česko-vietnamských vztahů a historie vietnamské migrace.

V praktické části byly vyhodnocené odpovědi na jednotlivé otázky dotazníku. Ten byl vytvořen za účelem zodpovězení výzkumných otázek, které vyplývaly z probírané problematiky. Praktická část byla zakončena shrnutím výsledků šetření.

Cílem práce bylo vyhodnotit situaci vietnamských podniků v ČR pomocí dotazníku, postoj vietnamských podnikatelů k následnictví a následně odpovědět na předem stanovené výzkumné otázky. Tento cíl byl naplněn.

Výsledky dotazníkového šetření byly trochu odlišné, než autor předpokládal. Očekávalo se, že vietnamských podniků bude ubývat kvůli problematice family businessu. Z výsledků ale vyplývá, že se spíše mění trend u mladších podnikatelů, kteří se přesouvají do jiných oborů a ustupují od provozování obchodu s potravinami. To však neznamená, že bude pokles těchto obchodů drastický, protože se výzkumu zúčastnili i podnikatelé, kteří se nově přistěhovali, a přesto se rozhodli pro prodej potravin. To totiž zůstává stále tím nejdostupnějším oborem, který s trochu ekonomickým myšlením funguje. Mnohdy mají Vietnamci nějaké zkušenosti s obchodováním z Vietnamu.

V době zpracování bakalářské práce se neuvažovalo s koronavirovou pandemií, která ovlivnila celou ekonomiku země. Jejím vlivem se sníží i HDP a absolventi budou mít horší uplatnitelnost na trhu práce. Je proto možné, že toto bude mít vliv na původní

predikci a děti podnikatelů naopak zvolí spíše převzetí podniku po rodičích. V tomto případě budou zvýhodněny obchody s potravinami, které lidé nepřestanou nakupovat, a po službách nebude kvůli osobním financím tak vysoká poptávka.

## 8. Seznam zdrojů

1. Definition. *European family businesses* [online]. 2019 [cit. 2019-08-18]. Dostupné z: <http://www.europeanfamilybusinesses.eu/family-businesses/definition>
2. Rodinné firmy se dočkaly, vláda schválila definici rodinného podnikání. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 13.5.2019 [cit. 2019-08-18]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/rodinne-firmy-se-dockaly--vlada-schvalila-definici-rodinneho-podnikani-246105/>
3. Rodinné firmy překonaly další vrchol k podpoře českých podnikatelů. *Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR* [online]. 2019, 13.5.2019 [cit. 2019-08-18]. Dostupné z: <http://amsp.cz/rodinne-firmy-prekonaly-dalsi-vrchol-k-podpore-ceskych-podnikatelu/>
4. Přebírání rodinných firem nástupníky – příležitost nebo povinnost?. *Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR* [online]. 2019, 22.5.2019 [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <http://amsp.cz/prebirani-rodinnych-firem-nastupniky-prilezitost-nebo-povinnost/>
5. Ipsos pro AMSP: Rodinné firmy – Nástupci, Zpráva z kvalitativního výzkumu, 04/2019. *Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR* [online]. 2019, 22.5.2019 [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: [http://amsp.cz/wp-content/uploads/2019/05/Ipsos-pro-AMSP\\_Rodinn%C3%A9-firmy\\_N%C3%A1stupn%C3%ADci\\_2019-04-23-na-web-22.5.2019-nov%C3%A9.pdf](http://amsp.cz/wp-content/uploads/2019/05/Ipsos-pro-AMSP_Rodinn%C3%A9-firmy_N%C3%A1stupn%C3%ADci_2019-04-23-na-web-22.5.2019-nov%C3%A9.pdf)
6. Průzkum: Předávat žezlo bude letos v Česku třetina rodinných firem. *KPMG* [online]. 10.4.2017 [cit. 2019-08-18]. Dostupné z: <https://home.kpmg/cz/cs/home/pro-media/tiskove-zpravy/2017/04/pruzkum-rodinne-firmy.html>
7. České rodinné firmy jsou ve skvělé kondici. Dvě třetiny za rok výrazně zvýšily obrát. *KPMG* [online]. 19.2.2018 [cit. 2019-08-18]. Dostupné z: <https://home.kpmg/cz/cs/home/pro-media/tiskove-zpravy/2018/02/ceske-rodinne-firmy-jsou-ve-skvele-kondici.html>
8. PECHOVÁ, Eva. Migrace z Vietnamu do České republiky v kontextu problematiky obchodu s lidmi a vykořisťování [online]. Publikováno: 28.2.2008. [cit.2019-08-15]. Dostupné z: <https://migraceonline.cz/cz/e-knihovna/migrace-z-vietnamu-do-ceske-republiky-v-kontextu-problematiky-obchodu-s-lidmi-a-vykoristovani>
9. BROUČEK, Stanislav. Aktuální problémy adaptace vietnamského etnika v ČR [online]. Praha: Etnologický ústav, 5/2003. [cit.2019-08-15]. Dostupné z: [http://www.cizinci.cz/files/clanky/107/vietnamska\\_etnika.pdf](http://www.cizinci.cz/files/clanky/107/vietnamska_etnika.pdf)
10. BROUČEK, Stanislav. Historie imigrace z Vietnamu do českých zemí [online]. Vydáno: 31.5.2005. [cit.2019-08-15]. Dostupné z: <http://sea-l.cz/cs/clanky/posts/historie-imigrace-z-vietnamu-do-ceskych-zemi/>
11. KOCOUREK, Jiří. Vietnamci v České republice [online.] Publikováno: 6.5.2008. [cit.2019-8-17]. Dostupné z: <https://asimilovani.estranky.cz/clanky/narodnosti-v-cr/vietnamci.html>

12. Martínková, Š. Česko-vietnamské vztahy. In: Kocourek, Pechová: S vietnamskými dětmi na českých školách. H & H: Praha 2006. ISBN 80-7319-055-9
13. Podpora vlády je dle Prouzy nedostatečná, čeká masové propouštění. *Česká tisková kancelář* [online]. Publikováno: 30.03.2020. [cit. 2020-04-10]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/podpora-vlady-je-dle-prouzy-nedostatecna-ceka-masove-propousteni/1873218>
14. Vietnamci v Česku se zapojili do boje s novým koronavirem. *Česká tisková kancelář* [online]. Publikováno: 30.03.2020. [cit. 2020-04-10]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/vietnamci-v-cesku-se-zapojili-do-boje-s-novym-koronavirem/1871291>
15. BIBENOVÁ, Michaela. Vietnamská rodina a její integrace do společnosti [online]. Brno, 2013 [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/qxf5b>. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Přírodovědecká fakulta. Vedoucí práce Martina Kurowski.
16. HÁJEK, L. Ekonomie a ekonomika. Hradec Králové: Gaudeamus 2009. Makroekonomický produkt a důchod. ISBN 978-80-7435-013-9
17. Seznam platných mezinárodních smluv s Českou republikou. Ministerstvo zahraničních věcí České republiky [online]. [cit. 2019-08-19]. Dostupné z: [https://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie\\_statu/asi/vietnam/smlouvy/index.html](https://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asi/vietnam/smlouvy/index.html)
18. Obecná míra nezaměstnanosti v ČR a krajích. Český statistický úřad [online]. [cit. 2020-04-01]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/obecna\\_mira\\_nezamestnanosti\\_v\\_cr\\_a\\_krajich](https://www.czso.cz/csu/czso/obecna_mira_nezamestnanosti_v_cr_a_krajich)
19. Graf – Míra registrované nezaměstnanosti v ČR (stav k 31.12.). Český statistický úřad [online]. [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/graf-mira-registrovane-nezamestnanosti-v-cr-stav-k-3112>
20. Graf – Vývoj hrubého domácího produktu v ČR (ve stálých cenách). Český statistický úřad [online]. [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/vyvoj-hrubeho-domaciho-produktu-v-cr-ve-stalych-cenach>
21. Průměrná hrubá měsíční mzda. Český statistický úřad [online]. [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/prumerna-hruba-mesicni-mzda-graf>
22. Cizinci v ČR podle státního občanství v letech 1994–2018 (k 31. 12.). Český statistický úřad [online]. [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/documents/11292/27320905/c01R04\\_2018.xlsx/332dc18e-b6bf-4f38-8db0-b5e51f768905?version=1.0](https://www.czso.cz/documents/11292/27320905/c01R04_2018.xlsx/332dc18e-b6bf-4f38-8db0-b5e51f768905?version=1.0)
23. Podnikání. Nový občanský zákoník [online]. [cit. 2020-04-09]. Dostupné z: <http://obcanskyzakonik.justice.cz/index.php/obecna-cast/zakladni-instituty/podnikani>
24. Zákon č. 89/2012 Sb. [online]. [cit. 2020-04-09]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>

## 9. Seznam použitých zkratk

ASMP ČR – Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

ČR – Česká republika

ČSSR – Československá socialistická republika

ČSÚ – Český statistický úřad

ČTK – Česká tisková kancelář

ČZMRB – Českomoravská záruční a rozvojová banka

EET – Elektronická evidence tržeb

EFB – European Family Businesses

HDP – Hrubý domácí produkt

IZS – Integrovaný záchranný systém

MPO – Ministerstvo průmyslu a obchodu

MSP – Malé a střední podniky

NOZ – Nový občanský zákoník

RVHP – Rada vzájemné hospodářské pomoci

USA – Spojené státy americké

VDR – Vietnamská demokratická republika

VSR – Vietnamská socialistická republika

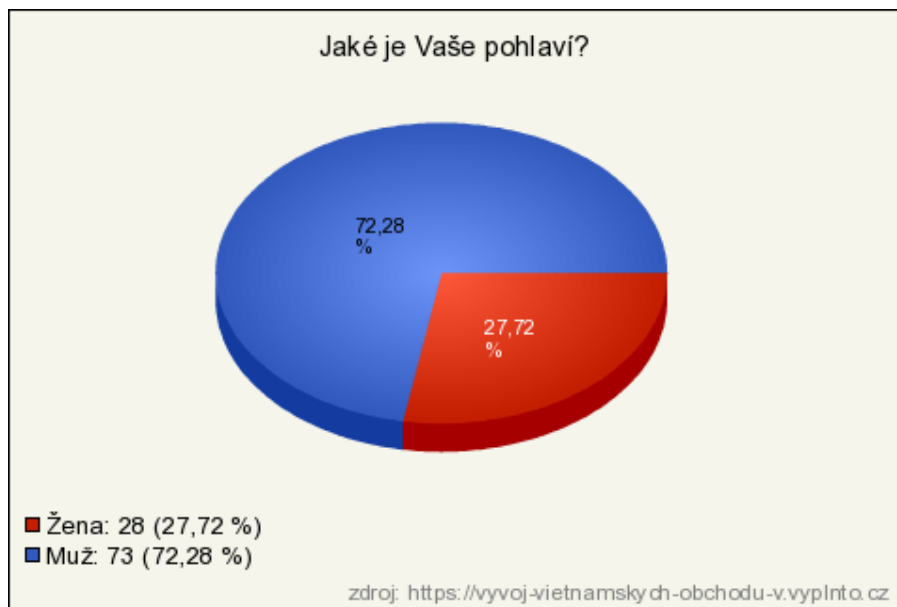
## 10. Seznam grafů

Graf 1: Věk, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	19
Graf 2: Doba pobytu v ČR, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	20
Graf 3: Důvody přestěhování do ČR, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	20
Graf 4: Zprostředkovatel přestěhování, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	21
Graf 5: Délka podnikání v ČR, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	22
Graf 6: Obor podnikání, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	23
Graf 7: Předchozí oblasti podnikání, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	24
Graf 8: Důvody pro podnikání, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	25
Graf 9: Ukončení podnikání kvůli EET, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	26
Graf 10: Důvody neukončení podnikání kvůli EET, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	26
Graf 11: Vliv obchodních řetězců na podnikání, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	27
Graf 12: Důvody konkurenceschopnosti s obchodními řetězci, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	28

Graf 13: Změna oboru nebo ukončení podnikání z důvodu neziskovosti, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	29
Graf 14: Plány s podnikáním, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	29
Graf 15: Důvody pro ukončení podnikání, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	30
Graf 16: Počet dětí, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	31
Graf 17: Zaměření dětí na VŠ, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	32
Graf 18: Předání podniku dětem, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	33
Graf 19: Vedení dětí k převzetí podniku, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	33
Graf 20: Hospodářský výsledek za posledních 5 let, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	34
Graf 21: Odhad hosp. výsledku v následujících 3 letech, zdroj: vlastní výzkum, 2020	35
Graf 22: Motivovanost k předání podniku, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	35
Graf 23: Plány s podnikem, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	36
Graf 24: Počet cizinců vietnamské národnosti v ČR, zdroj: ČSÚ, 2020.....	37
Graf 25: Vývoj HDP v ČR, zdroj: ČSÚ, 2020 .....	38
Graf 26: Obecná míra nezaměstnanosti.....	39
Graf 27: Průměrná hrubá měsíční mzda v ČR, zdroj: ČSÚ, 2020 .....	39
Graf 28: Pohlaví, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	50
Graf 29: Dobrovolnost přestěhování, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	50
Graf 30: Nejvyšší dosažené vzdělání, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	51
Graf 31: Nejvyšší vzdělání 2, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	51
Graf 32: Výběr jiného povolání, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	52
Graf 33: Podmínky pro podnikatele, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	52
Graf 34: Dopad zavedení EET, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	52
Graf 35: Vzniklé dodatečné náklady zavedením EET, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	53
Graf 36: Zanedbatelnost dodatečných nákladů vzniklých zavedením EET,.....	53
Graf 37: Důvody ukončení podnikání kvůli EET, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	53
Graf 38: Děti, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	54
Graf 39: Činnost dětí, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	54
Graf 40: Počet dětí studujících na VŠ, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	54
Graf 41: Výhoda rodinného podniku, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	55
Graf 42: Důležitost předání podniku v rámci rodiny, zdroj: vlastní výzkum, 2020.....	55
Graf 43: Návrat do Vietnamu, zdroj: vlastní výzkum, 2020 .....	55

## 11. Přílohy

### 11.1. Grafy



Graf 28: Pohlaví, zdroj: vlastní výzkum, 2020



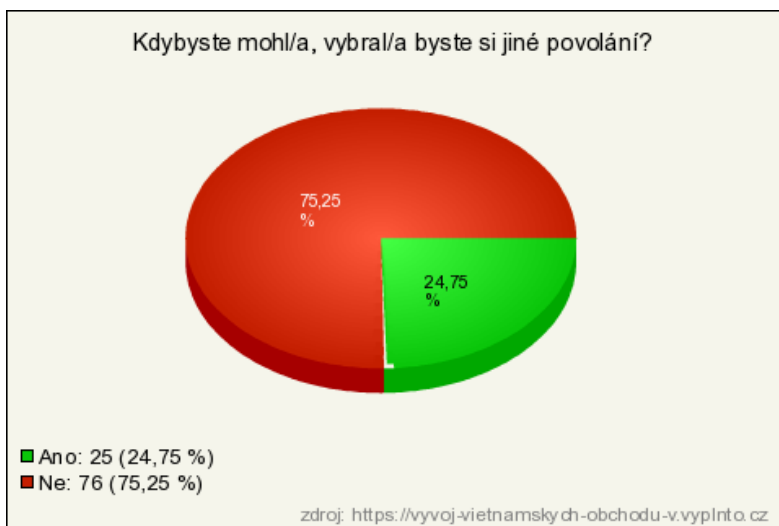
Graf 29: Dobrovolnost přestěhování, zdroj: vlastní výzkum, 2020



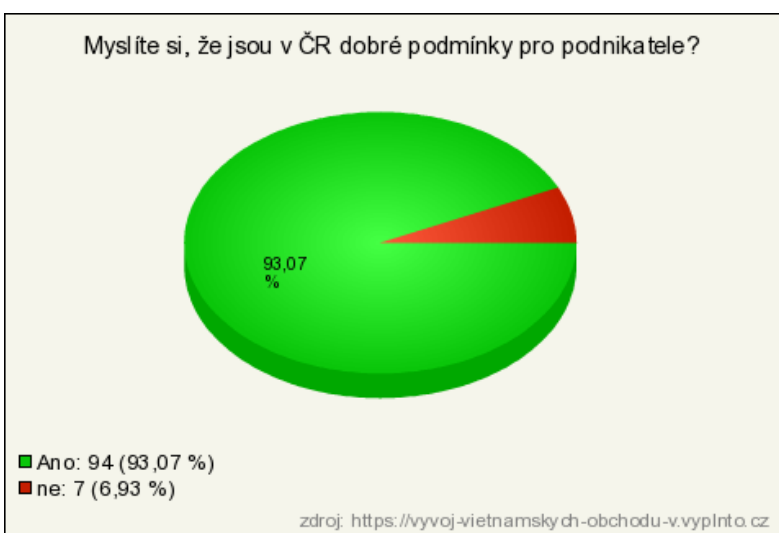
Graf 30: Nejvyšší dosažené vzdělání, zdroj: vlastní výzkum, 2020



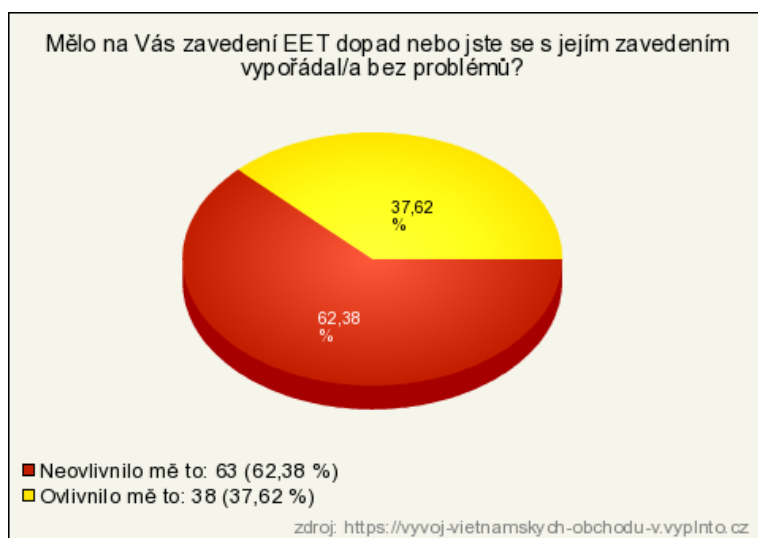
Graf 31: Nejvyšší vzdělání 2, zdroj: vlastní výzkum, 2020



Graf 32: Výběr jiného povolání, zdroj: vlastní výzkum, 2020



Graf 33: Podmínky pro podnikatele, zdroj: vlastní výzkum, 2020



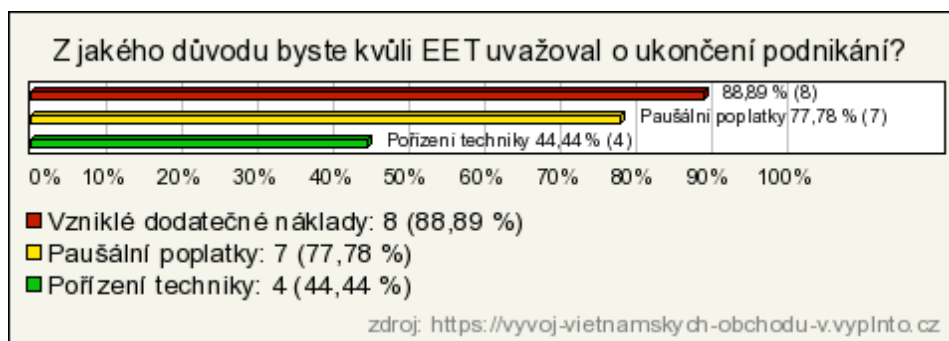
Graf 34: Dopad zavedení EET, zdroj: vlastní výzkum, 2020



Graf 35: Vzniklé dodatečné náklady zavedením EET, zdroj: vlastní výzkum, 2020



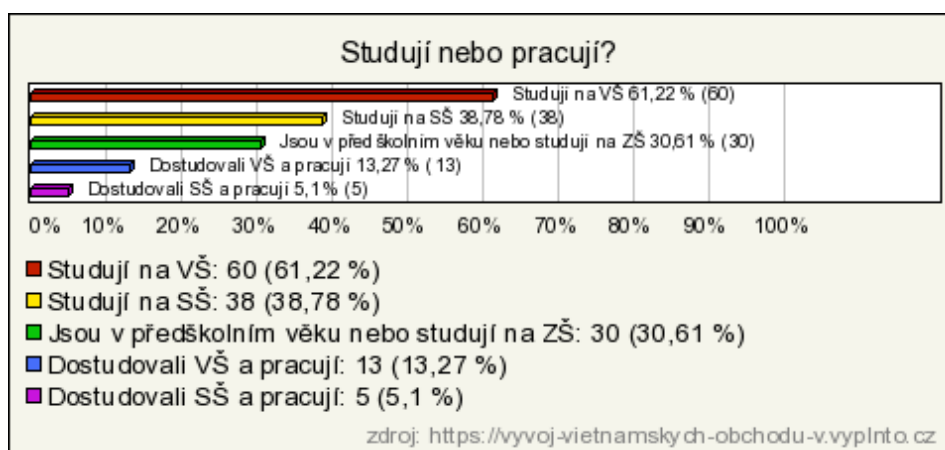
Graf 36: Zanedbatelnost dodatečných nákladů vzniklých zavedením EET,



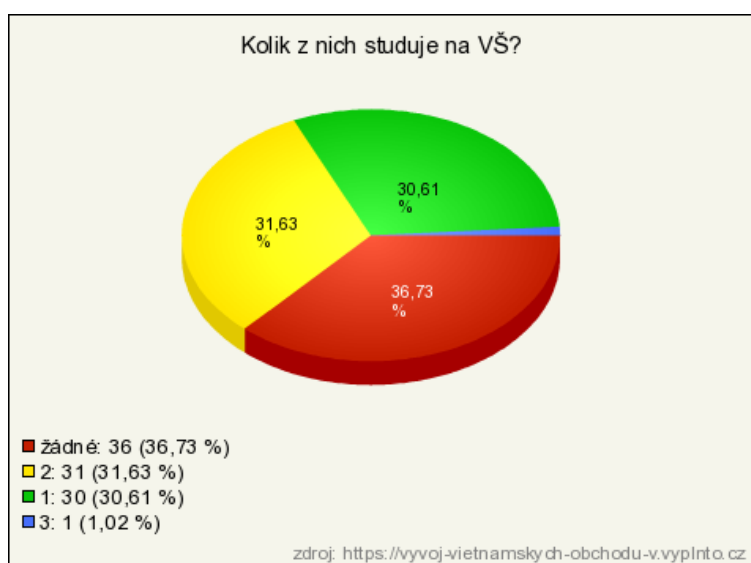
Graf 37: Důvody ukončení podnikání kvůli EET, zdroj: vlastní výzkum, 2020



Graf 38: Děti, zdroj: vlastní výzkum, 2020



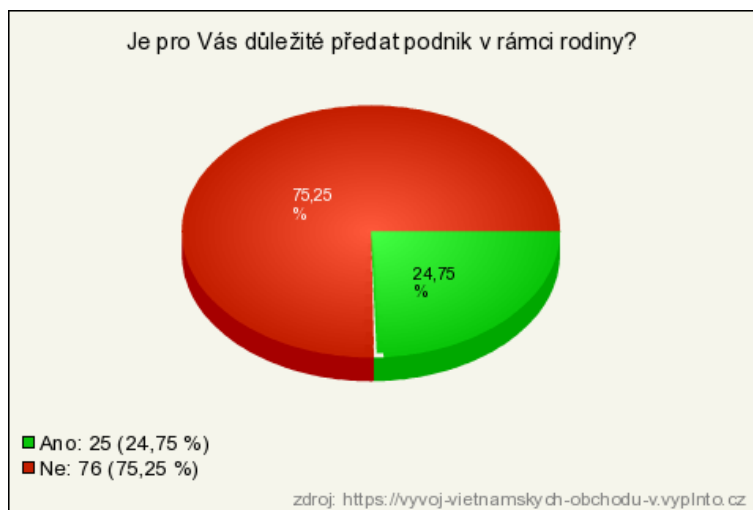
Graf 39: Činnost dětí, zdroj: vlastní výzkum, 2020



Graf 40: Počet dětí studujících na VŠ, zdroj: vlastní výzkum, 2020



Graf 41: Výhoda rodinného podniku, zdroj: vlastní výzkum, 2020



Graf 42: Důležitost předání podniku v rámci rodiny, zdroj: vlastní výzkum, 2020



Graf 43: Návrat do Vietnamu, zdroj: vlastní výzkum, 2020

## 11.2. Dotazník

1. Jaké je Vaše pohlaví?
  - a. Muž
  - b. Žena
  - c. jiné
2. Kolik je Vám let?
  - a. Méně než 35 let
  - b. 36-45
  - c. 46-55
  - d. 56-65
  - e. Více než 65 let
3. Jak dlouho žijete na území ČR?
  - a. Méně než 5 let
  - b. 5-10 let
  - c. 10-15 let
  - d. 15-20 let
  - e. 20 let a více
4. Co bylo důvodem Vašeho přestěhování do ČR? (*Možné více odpovědí*)
  - a. Za rodinou
  - b. Práce
  - c. Jiné:
5. Bylo Vaše přestěhování dobrovolné?
  - a. Ano
  - b. Ne
6. Jak jste se do ČR přestěhoval/a? Ve smyslu, kdo zařizoval administrativu? (letenky, ubytování atd.)
  - a. Osobně
  - b. Rodina
  - c. Kamarádi
  - d. Agentura
  - e. Jiné

7. Jaké je Vaše dosažené vzdělání?
- ZŠ
  - SŠ
  - VŠ
8. Školu Vašeho dosud nejvyššího vzdělání jste vystudoval v ČR?
- Ano
  - Ne
9. Jak dlouho podnikáte v ČR?
- Méně než 5 let
  - 5-10 let
  - 10-15 let
  - 15-20 let
  - Více než 20 let
10. Co je oborem Vašeho podnikání? *(možné více odpovědí)*
- Obchod s potravinami
  - Obchod s oděvy
  - Stravovací zařízení
  - Kosmetický salon (kadeřnictví, nehtové studium atd.)
  - Jiné, uveďte:
11. Jaké byly předchozí oblasti Vašeho podnikání v ČR? *(možné více odpovědí)*
- Obchod s potravinami
  - Obchod s oděvy
  - Stravovací zařízení
  - Kosmetický salon (kadeřnictví, nehtové studium atd.)
  - Jiné, uveďte:
12. Proč jste se rozhodl/a pro podnikání? *(možné více odpovědí)*
- Nezávislost
  - Neatraktivní příležitosti na trhu práce
  - Z nutnosti
  - Finanční motivace
  - Zájem a nadšení pro podnikání
  - Jiné:

13. Kdybyste mohl/a, vybral/a byste si jiné povolání?
- Ano
  - Ne
14. Myslíte si, že jsou v ČR dobré podmínky pro podnikatele?
- Ano
  - ne
15. Mělo na Vás zavedení EET dopad nebo jste se s jejím zavedením vypořádal/a bez problémů?
- Neovlivnilo mě to
  - Ovlivnilo mě to.
16. Vznikly pro Vás zavedením EET nějaké dodatečné náklady?
- Ano
  - Ne
17. Byly pro Vás tyto náklady zanedbatelné?
- Ano
  - Ne
18. Uvažoval/a jste kvůli EET o ukončení podnikání, jako mnoho českých podnikatelů?
- Ano
  - Ne
19. Z jakého důvodu byste kvůli EET uvažoval o ukončení podnikání?
- Pořízení techniky
  - Paušální poplatky
  - Vzniklé dodatečné náklady
  - Jiné, doplňte:
20. Pokud jste uvažoval o ukončení činnosti, z jakých důvodů jste kvůli EET neukončil podnikání? *(možné více odpovědí)*
- Finanční závislost rodiny
  - Nedostatek příležitostí na trhu práce
  - Neatraktivita jiných povolání
  - Jiné:

21. Jaký má na vás vliv otevření obchodních řetězců (Albert, Penny, Lidl atd.) poblíž vašeho obchodu?
- Nevím, nepohybuji se v tomto odvětví
  - Nemá vliv
  - Má vliv.
22. Pokud Vás ovlivňují, co si myslíte, že je důvodem vaší konkurenceschopnosti s těmito obchody? *(Možné více odpovědí)*
- Otevírací doba
  - Ceny
  - Sortiment
  - Bližší vztah se zákazníky
  - Jiné:
23. Uvažoval/a byste o změně oboru podnikání nebo ukončení, kdybyste kvůli otevření těchto obchodních řetězců nebyli ziskoví?
- Ano, uvažoval bych o ukončení podnikání
  - Ano, uvažoval bych o změně oboru
  - Ne
  - Nevím
24. Plánujete přestat s podnikáním?
- Ano
  - Ne
  - Nevím
25. Co by bylo důvodem?
- Věk
  - Neziskovost
  - Byrokracie
  - Náročnost
  - Jiné:
26. Máte nějaké děti?
- Ano
  - Ne

27. Pokud ano, kolik dětí máte?

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5 a více

28. Studují nebo pracují? *(Možné více odpovědí)*

- a. Studují na SŠ
- b. Studují na VŠ
- c. Dostudovali SŠ a pracují
- d. Dostudovali VŠ a pracují
- e. Nestudovali a pracují

29. Kolik z nich studuje na VŠ?

- a. žádné
- b. 1
- c. 2
- d. 3
- e. 4 a více

30. Pokud studují na vysoké škole, jaké mají zaměření? *(možné více odpovědí)*

- a. Ekonomické
- b. Lékařské
- c. Právnícké
- d. Humanitní
- e. Filozofické
- f. Technické
- g. Pedagogické
- h. Umělecké
- i. Přírodovědné
- j. Policejní a vojenské

31. Chcete, aby podnik převzaly Vaše děti?

- a. Ano
- b. Ne
- c. Nevím

32. Vedete své děti k tomu, aby převzaly podnik, nebo respektujete jejich rozhodnutí (dáváte jim volný průběh, aby šly vlastní cestou)?
- Ano, vedu
  - Ne, dávám jim volný průběh
  - Nevím
33. Jaký je Váš hospodářský výsledek za posledních 5 let?
- Výrazný růst
  - Mírný růst
  - Konstantní
  - Mírný pokles
  - Výrazný pokles
34. Jaký odhadujete vývoj vašeho hospodářského výsledku v následujících 3 letech?
- Výrazný růst
  - Mírný růst
  - Konstantní
  - Mírný pokles
  - Výrazný pokles
35. Byl by rostoucí hospodářský výsledek motivací k předání podniku?
- Ano
  - Ne
  - Nevím
36. Je výhoda být rodinnou firmou?
- Určitě výhoda
  - Spíše výhoda
  - Ani výhoda, ani nevýhoda
  - Spíše nevýhoda
  - Určitě nevýhoda
37. Je pro Vás důležité předat podnik v rámci rodiny?
- Ano
  - Ne

38. Jaké máte plány s podnikem, pokud ho Vaše děti nepřevzmou?

- a. Ukončit podnikání
- b. Prodat
- c. Předat rodině
- d. Jiné:

39. Chtěl/a byste se vrátit do Vietnamu?

- a. Ano, v jakém horizontu?
- b. Ne
- c. Nevím

## Zadání bakalářské práce

**Autor:** Quoc Dat Tran

**Studium:** I1600183

**Studijní program:** B6208 Ekonomika a management

**Studijní obor:** Finanční management

**Název bakalářské práce:** **Vývoj vietnamských obchodů v ČR**  
**Název bakalářské práce AJ:** The development of vietnamese shops in the Czech Republic

### Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Cíl: Seznámit s historií příchodu Vietnamců do ČR a zabývat se vývojem jejich obchodů v kontextu problematiky family businessu.

Osnova:

1. Úvod
2. Teoretická rešerše
3. Cíl a metodika práce
4. Family business
5. Shrnutí a doporučení
6. Závěr

- BROUČEK, Stanislav. Aktuální problémy adaptace vietnamského etnika v ČR
- BROUČEK, Stanislav. Historie imigrace z Vietnamu do českých zemí
- PECHOVÁ, Eva. Migrace z Vietnamu do České republiky v kontextu problematiky obchodu s lidmi a vykořisťování

**Garantující pracoviště:** Katedra ekonomie,  
Fakulta informatiky a managementu

**Vedoucí práce:** Ing. Martina Hedvičáková, Ph.D.

**Datum zadání závěrečné práce:** 19.10.2015