

Seznam piktogramů.....	7
Seznam zkratk.....	8
Úvodní slovo Karla Havlíčka, místopředsedy vlády ČR, ministra průmyslu a obchodu a ministra dopravy.....	9
Úvodní slovo Libora Musila, garanta projektu AMSP ČR Rodinná firma.....	10
Úvodní slovo Evy Svobodové, generální ředitelky AMSP ČR.....	11
Úvodní slovo prof. Ing. Ivana Jáče, CSc., poslance Parlamentu ČR.....	12

ÚVOD	13
-------------------	-----------

1	METODOLOGICKÝ POSTUP	17
1.1	Výzkumná problematika, vývoj jejího současného poznání	20
1.2	Výzkumné metody.....	25
1.3	Zdroje, výzkumný vzorek a analýza dat	28
1.3.1	Kódování a stanovení faktorů	29
1.4	Etické hledisko výzkumu	32
2	OHLÉDNUTÍ ZA ROKEM RODINNÉHO PODNIKÁNÍ 2018, KROKY K DEFINOVÁNÍ POJMU RODINNÉ PODNIKÁNÍ	33
2.1	Proč podporovat rodinné podnikání? Které prvky nebo rysy jsou charakteristické pro rodinný podnik?	33
2.1.1	Cesta za legislativním ukotvením definice rodinného podnikání v ČR.....	35
2.2	Shrnutí a výzkumný závěr.....	45
3	ŘÍZENÍ A SPRÁVA RODINNÉHO PODNIKÁNÍ	48
3.1	Rodinná ústava – základ pro rozvoj a přenos hodnot rodinného podniku, předpoklad eliminace potenciálních konfliktů	51
3.1.1	Postup při sestavování rodinné ústavy.....	52
3.2	Shrnutí a výzkumný závěr.....	56
4	KONFLIKT JAKO NEDÍLNÁ A TRVALÁ SOUČÁST MEZILIDSKÝCH VZTAHŮ	57
4.1	Jak na to, aby váš rodinný podnik ustál vnitřní konflikt	60
4.1.1	Reálné situace vedoucí ke konfliktu.....	65
4.2	Shrnutí a výzkumný závěr.....	67

5	KULATÉ STOLY JAKO MÍSTO PRO OTEVŘENOU DISKUSI O SPECIFICÍCH RODINNÉHO PODNIKÁNÍ V ČR	69
5.1	Témata, diskuse a závěry kulatých stolů.....	70
5.1.1	Doporučení generace zakladatelů – agregace vyjádření účastníků k tematice nástupnická strategie.....	74
5.1.2	Doporučení generace nástupců – agregace vyjádření účastníků k tematice nástupnická strategie.....	76
5.1.3	Možnosti odchodu zakladatele z rodinného podniku.....	79
5.1.4	Nepsané obecné zákony rodinného podnikání.....	83
5.1.5	Kulaté stoly v roce 2019.....	84
5.1.6	Kulaté stoly v roce 2020.....	84
5.2	Shrnutí a výzkumný závěr.....	85
6	BRAINSTORMING PROBLEMATIK ŘEŠENÝCH NÁSTUPNÍKY RODINNÝCH PODNIKŮ	89
6.1	Výstupy kvalitativního výzkumu s názvem Rodinné firmy – nástupci a nástupkyně.....	95
6.2	Shrnutí a výzkumný závěr.....	98
7	MARKETINGOVÁ VITALITA JAKO NÁSTROJ KONKURENCESCHOPNOSTI RODINNÉHO PODNIKÁNÍ	100
7.1	Marketingové nástroje v éře digitalizace a jejich využití v praxi ne/rodinných podniků – výstupy výzkumu.....	101
7.1.1	Cíl, data a metodologie výzkumu.....	103
7.1.2	Výzkumné otázky a hypotézy.....	104
7.1.3	Výsledky výzkumu.....	105
7.1.4	Diskuse k výstupům výzkumu.....	110
7.1.5	Limity výzkumu.....	112
7.1.6	Shrnutí a výzkumný závěr.....	112
7.2	Marketing a marketingové řízení.....	114
7.2.1	Marketingový mix.....	115
7.2.2	Strategické a taktické marketingové řízení.....	117
7.2.3	Marketingové strategie.....	118
7.2.4	Řízení vztahů se zákazníky.....	123
7.2.5	Trendy marketingové komunikace, komunikační strategie.....	124
7.3	Značka a její význam v prostředí rodinného podniku.....	131
7.3.1	Značka rodinného podniku jako ochranná známka.....	133
7.4	Marketingový a komunikační plán.....	136
7.5	Marketingový výzkum – test marketingové vitality Vašeho podniku.....	142
7.6	Shrnutí.....	147

8	MEDIÁLNÍ ZVIDITELNĚNÍ RODINNÉHO PODNIKÁNÍ.....	149
8.1	Toulavá kamera za rodinným stříbrem.....	150
8.1.1	Slavnostní předávání Ocenění za mimořádný přínos pro rozvoj regionu podnikům z pořadu Toulavá kamera 2018	155
8.1.2	Toulavá kamera za rodinným stříbrem 2019.....	159
8.1.3	Slavnostní předávání Ocenění za mimořádný přínos pro rozvoj regionu podnikům z pořadu Toulavá kamera 2019	163
8.2	Soutěž Equa bank Rodinná firma roku	167
8.2.1	Integrace nástrojů marketingové komunikace pro propagaci soutěže	168
8.2.2	Vyhlášení výsledků soutěže Equa bank Rodinná firma roku 2018.....	170
8.2.3	8. ročník soutěže Equa bank Rodinná firma roku 2019	179
8.2.4	Mediální partneři – zviditelnění a podpora rodinného podnikání	189
8.3	Shrnutí a výzkumný závěr.....	189
9	ROLE UNIVERZITNÍ PLATFORMY A VZDĚLÁVACÍCH INSTITUCÍ PŘI ROZVOJI RODINNÉHO PODNIKÁNÍ	192
9.1	Světová vzdělávací centra zaměřená na rodinné podnikání	193
9.2	Role a aktivity univerzitního prostředí v ČR.....	195
9.2.1	Vysoká škola finanční a správní, a.s.	195
9.2.2	VŠE v Praze – Centrum pro rodinné firmy	197
9.2.3	Technická univerzita v Liberci	202
9.3	Význam celoživotního vzdělávání.....	206
9.3.1	Centrum andragogiky, s.r.o.....	206
9.3.2	Performia	210
9.4	Shrnutí a výzkumný závěr.....	212
10	STATISTICKÉ HODNOCENÍ SLEDOVANÝCH FAKTORŮ, SOUHRN VÝZKUMNÝCH TVRZENÍ.....	213
	ZÁVĚR	218
	SUMMARY	220
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	224
	SEZNAM OBRÁZKŮ	241