Za krach firmy může v drtivé většině případů její vedení nebo vlastník. I tak se dá vyložit žebříček nejčastějších důvodů selhání firem, který na základě svých průzkumů sestavila T.M.A. ČR (Turnaround Management Associtation). Nedostatek zákazníků je mezi důvody krachů až na třetím místě. Před ním jsou nekvalitní finanční řízení se 23 % a nízká schopnost reagovat na aktuální situaci na trhu s 21 %, tedy chyby ze strany managementu. Pokles prodejů má na blížící se krizi a hrozící bankrot vliv jen ve 12 % případů. Až poté následují problémy se strategií, investicemi nebo marketingem.

**Nekvalitní finanční řízení**

Drobné podnikatele dlouhodobě likvidují velké řetězce a špatná platební morálka klientů. Až třetina z nich platí faktury po splatnosti. Zákonem stanovená splatnost faktur příliš nefunguje a v reálu se někdy splácejí se dvou i tříměsíčním zpožděním. Pokud se takových nesplacených faktur sejde víc, může to být pro podnikatele likvidační. V takové situaci bývá řešením proaktivní přístup, kdy se majitel firmy musí pečlivěji zaměřit na své finance .

Do problémových situací se podnikatelé často dostávají i vlastní vinou, když podceňují administrativu pohledávek. V konečném důsledku to může vést ke ztrátě jejich vymahatelnosti kvůli zbytečnému promlčení. 70 procent klientů, kteří se na nás obracejí s nezaplacenou fakturou, jsou drobní živnostníci. Většina podnikatelů do poslední chvíle věří, že se s dlužníkem nějak dohodnou. Právní pomoc využijí až po několika měsících marného přemlouvání, ačkoli už čtyřicetidenní prodleva ve splácení je pro mnohé z nich kritická.

**Špatné reagování na vývoj trhu**

Já bych na první místo dal neschopnost managementu a vlastníků připustit si tvrdou pravdu a včas a důsledně na ni reagovat. Obzvláště dříve úspěšné a zkušené firmy mají silné tendence časem zpohodlnět a zcela ztratit svůj zabijácký instinkt. Trh se mění čím dál rychleji. Řada firem žije jen ze své podstaty a neuvědomuje si, že je prakticky už teď živá-mrtvá, byť jejich finanční výsledky jsou stále uspokojivé, a dokonce mohou i dočasně zaznamenávat dílčí růst.

Typickým příkladem jsou cestovní kanceláře. Cestovky dosud úspěšně žily z dvacet let starého zákaznického kmene husákových dětí a jejich rodičů. Nastupující generace zvyklá na Booking.com, Airbnb, Skypicker, Uber a podobně jim zcela uniká a oni pro ni nemají žádnou konkurenceschopnou vizi.

**Otázka k zamyšlení: Platí výše uvedené ještě? Jak ovlivnil cestování Covid 19?**

**Poučte se z neúspěchů**

Podle některých odhadů nás v dohledné budoucnosti čeká nárůst krachu firem, a to zejména kvůli silné vlně mladých startupů. Situace může být o to horší, že podnikatelé často nejsou schopni zachytit včas moment, od kterého se jejich firma dostává do problémů. Do krize se přitom firmy nedostávají ze dne na den. To je ale normální Darwinova evoluční teorie v praxi, která vede nejen k samoregulačnímu pročišťování trhu. Každá krize je příležitost, a pokud nějakou krizí projdete, tak získáte nesdělitelnou zkušenost a příště máte šanci být úspěšnější.

Mezi nejrizikovější odvětví z hlediska bankrotu patří v České republice obchod, pohostinství a ubytování a doprava.

Zdroj: <https://www.podnikatel.cz/clanky/za-krach-vetsiny-firem-si-podnikatele-mohou-sami-vite-kde-delate-chyby/>