

# Różne wizje blokują sukcesję

Właściciele firm rodzinnych i ich następcy różnie widzą rozwój biznesu. Na razie rzadko dochodzi do przekazania władzy.

Wiele firm rodzinnych za chwilę będzie zmuszonych, by przejść przez proces sukcesji. W związku z tym ośrodek dialogu i analiz Thinktank oraz bank BNP Paribas zbadały, jak bardzo zaawansowany jest ten proces w firmach rodzinnych oraz w jaki sposób wyzwania stojące przed rodzinnym biznesem postrzega starsze i młodsze pokolenie przedsiębiorców. W badaniu wzięło udział 105 założycieli firm rodzinnych oraz 105 sukcesorów na różnym etapie zaangażowania w działalność przedsiębiorstwa.

Większość firm rodzinnych wciąż znajduje się w rękach ich nestora – aż 86 proc. badanych stwierdziło, że w ich firmach za decyzje finansowe i kadrowe odpowiada założyciel. Jedynie w 12 proc. decyzje podejmuje sukcesorzy. I to pomimo że transfer wiedzy i kompetencji do młodszego pokolenia zadeklarowało aż 55 proc. przedsiębiorców. Podobny odsetek firm już przeprowadził sukcesję władzy, a transfer majątku przeprowadziło 3,7 na 10 badanych.

– Wielu sukcesorów wstąpiło razem z firmą swoich rodziców, nierzadko zarządza już biznesem, ale wciąż nie ma pełni decyzyjności – zaznacza Paweł Rabej, partner zarządzający w Thinktank.

– Proces sukcesji w wielu polskich firmach jest jeszcze na bardzo wczesnym etapie rozwoju – dodaje Andrzej Ząbek, dyrektor Departamentu Bankowości Prywatnej w banku BNP Paribas.

Zdaniem Dariusza Szulca z Instytutu Biznesu Rodzinnego, trzeba to zmienić, ponieważ sukcesja to długotrwały proces.

– Angażowanie weni dziecka od wczesnych lat zwiększa szanse jego powodzenia – dodaje Dariusz Szulc.

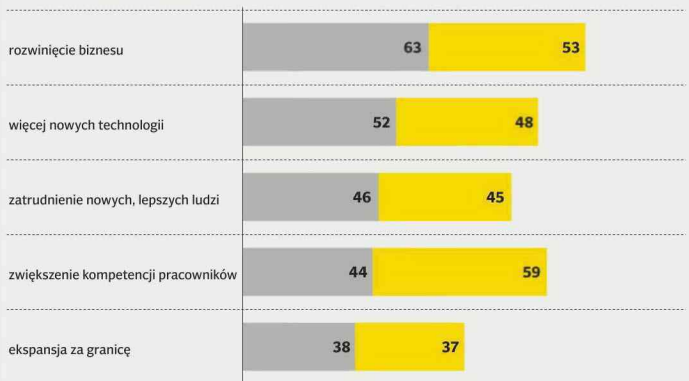
Aż 2/3 młodych sukcesorów badanych deklaruje, że współtworzyli realia firmy już przed 18. rokiem życia. Małgorzata Miączyńska, koordynator **projektu firm rodzinnych** w PARP, uważa, że problemem mogą być obawy nestorów przed przekazaniem firm. Właściciele firm i ich sukcesorzy mają nieco odmienne wizje rozwoju firmy. Aż 63 proc. młodych w perspektywie 1-2 lat chciałoby szukać nowych źródeł dochodu i rozwijać biznes. Planują inwestować w rozwój komunikacji i marketingu (58 proc.). Natomiast głównym wyzwaniem dla założycieli jest zwiększenie obrotów na rynkach już istniejących i odniesienie stopy zwrotu z już istniejących pomysłów na biznes. [SW]

## Odmienne priorytety w rodzinnych firmach

► Odsetek wskazań założycieli i sukcesorów firm



## Długofalowe priorytety strategiczne założycieli firm i sukcesorów (perspektywa 5-10 lat)



## Krótkoterminowe priorytety strategiczne założycieli firm i sukcesorów

