

Młodzi nie chcą do rodzinnych biznesów

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

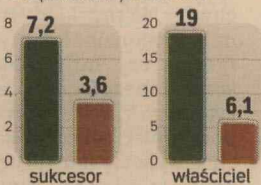
Tylko 6,3 proc. polskich studentów – dzieci właścicieli takich firm, zamierza je w przyszłości prowadzić.

Młode pokolenie w polskich rodzinnych firmach przewyższa przedsiębiorczością swych kolegów z Europy Zachodniej. Jednak tę przedsiębiorczość kierują częściej w stronę własnych biznesów niż rozwijania firm prowadzonych przez rodziców. Chęć bycia sukcesorem deklaruje mniej niż co dziesiąty przedstawiciel młodego pokolenia rodzinnych przedsiębiorstw w Polsce – wynika z raportu fundacji Instytut Biznesu Rodzinnego.

Raport „Barometr sukcesyjny” powstał na podstawie polskiej edycji międzynarodowego badania studentów

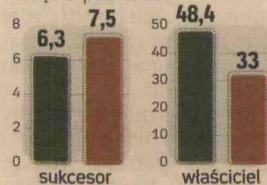
Plany młodego pokolenia w rodzinnych firmach, opinie w proc.

Bezpośrednio po studiach



źródło: Instytut Biznesu Rodzinnego

Pięć lat po studiach



• MŁODE POKOLENIE WOLI ZAŁOŻYĆ WŁASNY BIZNES

GUESS, w którym uczestniczyło prawie 11,9 tys. młodych Polaków studiujących na 37 renomowanych krajowych uczelniach. Prawie co czwarty uczestnik badania jest dzieckiem właścicieli rodzinnych biznesów, co więcej, z reguły biznesów z wieloletnią tradycją. Ponad połowa z nich działa od co najmniej 11 lat, a

niemal co piąta firma ma ponad 20-letnią historię.

– To oznacza, że ponad połowa rodzinnych firm powinna już zacząć myśleć o sukcesji. Proces przekazywania takiej firmy trwa kilka lat, a niekiedy dłużej – podkreśla Adrianna Lewandowska, prezes Instytutu Biznesu Rodzinnego, przyznając, że w większości pol-

skich firm ten temat jest pomijany. Wyniki badań dowodzą, że m.in. z powodu niewielkich chęci młodego pokolenia do prowadzenia rodzinnej firmy.

Większe chęci do bycia sukcesorem młodzi mają zaraz po studiach. Tuż po dyplomie o pracy w firmie rodziców myśli 7,2 proc. przedstawicieli młodego pokolenia. Ponad dwa razy więcej chce być przedsiębiorcą, ale na własną rękę. W perspektywie pięciu lat rodzinną firmę chciałoby rozwijać tylko 6,3 proc. studentów.

Zdaniem Adrianny Lewandowskiej taki wynik badania to m.in. efekt trudnej sytuacji absolwentów, którzy wiedzą, że w rodzinnej firmie mogą jednak liczyć na pracę. Część studentów, zwłaszcza tych z kierunków biznesowych, chciałaby wesprzeć rodzinny biznes zdobytymi na studiach umiejętnościami, a jednocze-

śnie uczyć się od rodziców praktyki biznesowej. Jak podkreśla Borysław Czyżak z firmy rekrutacyjnej Egon Zehnder, zachodnie badania dowodzą, iż przyszli sukcesorzy pierwsze doświadczenia zawodowe powinni zdobywać jednak poza rodzinnym biznesem.

Jak wynika z badania, najczęściej chęci do sukcesji (ok. 10 proc. badanych) ma młode pokolenie w firmach branży turystycznej i gastronomicznej, w doradztwie prawnopodatkowym oraz w usługach medycznych. W usługach prawniczych bardzo często liczy się marka i kontakty wypracowane przez rodziców.

Najrzadziej plany rozwoju rodzinnej firmy mają młodzi ludzie, których rodzice działają w branży szkoleniowo-edukacyjnej.

—Anita Błaszczak