

# Firmy rodzinne patrzą w przyszłość z rosnącym

Zdecydowana większość **firm rodzinnych** ocenia, że ich sytuacja ekonomiczna w perspektywie najbliższych sześciu miesięcy będzie bardzo dobra lub dobra. Poziom optymizmu europejskich przedsiębiorców rodzinnych jest jednak znacznie wyższy niż polskich respondentów – wynika z badania przeprowadzonego przez KPMG w Polsce i siedemnastu innych krajach Europy.

## Trzy czwarte firm ma w planach nowe inwestycje

Aż 74 proc. polskich i 75 proc. europejskich przedsiębiorstw rodzinnych deklaruje, że planuje nowe inwestycje. W przypadku Polski zdecydowanie najczęściej (81 proc. wskazań) są to plany dotyczące inwestycji w działalność podstawową firmy, znacznie rzadziej natomiast w dywersyfikację (49 proc.) czy umiędzynarodowienie (24 proc.). Jedynie kilka procent respondentów twierdzi, że chce wyjść z inwestycji (7 proc. polskich i 3 proc. europejskich firm). Jeśli chodzi o wymiar geograficzny, polskie przedsiębiorstwa rodzinne planują inwestycje przede wszystkim na rynkach, które znają. Aż 88 proc. z nich wskazało, że zainwestuje w kraju, aby zwiększyć udziały w rodzimym rynku, a 51 proc. ma plany dotyczące pozostałych krajów Europy. Polscy respondenci, którzy nie prowadzą działalności międzynarodowej, najczęściej deklarowali, że ich produkty lub usługi nie mogą być sprzedawane poza granicami kraju (34 proc.) oraz że sprzedaż na rynek krajowy jest wystarczająca (34 proc.). Najbardziej przyczyną braku aktywności na rynku międzynarodowym okazał się brak wsparcia publicznego (13 proc.), czy brak finansowania (10 proc.).

– Przyczyn umiarkowanego zainteresowania ekspansją zagraniczną można upatrywać w „demografii” polskich firm rodzinnych. Są to takie cechy jak m.in.: młody wiek, niewielki potencjał ludzki i rzeczowy oraz rodzaj prowadzonej działalności przedsiębiorstw, które nie sprzyjają działalności międzynarodowej. Założyciele **firm rodzinnych** często nie mają dostatecznej wiedzy i znajomości rynków zagranicznych. Z naszych obserwacji wynika, że młode pokolenie z rodzinnych biznesów jest bardziej otwarte na

zagranicę i można przewidywać zwiększenie eksportu w firmach po zmianie pokoleniowej – komentuje Andrzej Blikle, prezes stowarzyszenia Inicjatywa **Firm Rodzinnych**.

## Rosnące koszty pracy największym zmartwieniem

Ponad połowa polskich respondentów (55 proc.) stwierdza, że zmaga się obecnie z rosnącymi kosztami pracy. Kwestia ta sygnalizuje problem, z którym będzie musiała poradzić sobie polska gospodarka – w dłuższej perspektywie stosunkowo tania siła robocza nie może być podstawowym źródłem wzrostu. W krajach Europy Zachodniej, gdzie koszty pracy są znacznie wyższe, ale rosną wolniej, problem

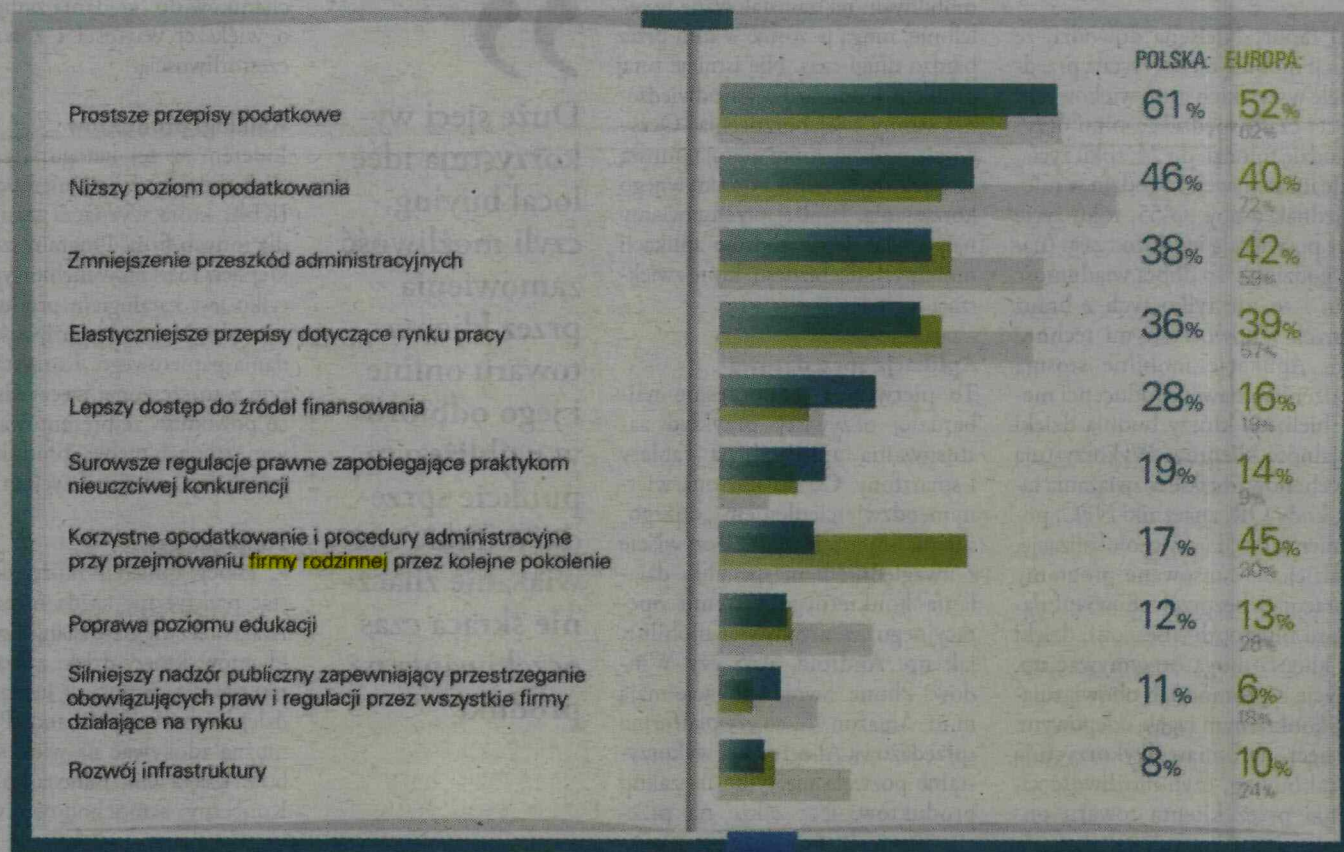
ten sygnalizował jedynie jeden na pięciu badanych. Największym zmartwieniem europejskich **firm rodzinnych** jest z kolei spadek rentowności, na który wskazała blisko połowa (49 proc.) respondentów. Jest to jednocześnie drugi najczęściej sygnalizowany problem polskich **firm rodzinnych**.

– Właściciele **firm rodzinnych** są świadomi problemów i zagrożeń, związanych głównie z szybkim wzrostem kosztów pracy i spadkiem rentowności, jednak przyszłość oceniają optymistycznie. Może to mieć związek m.in. z poprawą dostępu do finansowania, które dla większości **firm rodzinnych** nie stanowi obecnie problemu – komentuje Wojciech Stopka, partner w dziale audytu w KPMG w Polsce.

## Potrzeba uproszczenia przepisów podatkowych

Badanie KPMG pokazuje, że obecnie najbardziej oczekiwaną zmianą, zarówno przez polskie, jak i europejskie **firmy rodzinne**, jest uproszczenie przepisów podatkowych (wskazało na nie aż 61 proc. polskich i 52 proc. europejskich respondentów). Polskie przedsiębiorstwa w drugiej kolejności liczą na niższe opodatkowanie (46 proc.). Takie oczekiwania ma także 40 proc. europejskich firm. Europejscy respondenci stosunkowo często (45 proc.) wskazywali także na problem opodatkowania i procedur, jakie towarzyszą przejmowaniu firmy przez kolejne pokolenia rodziny.

## Jakich zmian i ulepszeń oczekują **firmy rodzinne**?



Źródło: Raport KPMG w Polsce „Barometr **firm rodzinnych**”



# optymizmem

– Polskie **firmy rodzinne** to przede wszystkim sukces zbudowany w ciągu ostatnich 25 lat, zaś za sterem często nadal siedzi pierwsze pokolenie przedsiębiorców. Pokolenie to jest nadal zainteresowane dynamicznym rozwojem biznesu i marzy przede wszystkim o prostszym systemie podatkowym. Warto pamiętać, że ten postulat zawiera w sobie również oczekiwanie, by prawo było stabilne. System prawa, który ulega modyfikacjom kilka razy w roku, nie może być prosty i przyjazny przedsiębiorcom. W przeciwieństwie do europejskich przedsiębiorców Polacy nie obawiają się procesu przekazywania swojego biznesu kolejnemu pokoleniu. Wynika to głównie z bardzo korzystnych w Polsce zasad zwolnienia z opodatkowania spadków i darowizn w ramach najbliższej rodziny – komentuje Andrzej Bernatek, partner w dziale doradztwa podatkowego w KPMG w Polsce.

## Najważniejsza jest komunikacja między pokoleniami

Prawie wszyscy polscy respondenci (96 proc.) zgodnie twierdzą, że komunikacja między pokoleniami jest bardzo ważną lub ważną kwestią w ich działalności biznesowej. Podobny odsetek przedstawicieli polskich firm (94 proc.) wskazuje na istotność utrzymywania równowagi między życiem rodzinnym a ich działalnością biznesową. Wśród przedsiębiorstw europejskich, najczęściej bardzo ważne lub ważne było utrzymywanie kontroli nad firmą przez rodzinę (87 proc.) oraz posiadanie odpowiednich struktur i procesów nadzoru (91 proc.). Zarówno polscy, jak i europejscy respondenci zdecydowanie najrzadziej wskazywali na istotność przejmowania udziałów członków rodziny niezaangażowanych w działalność firmy (odpowiednio 37 i 26 proc.). – Warto zwrócić uwagę, że większość polskich **firm rodzinnych** powstała na początku lat 90. i teraz właśnie założyciele przekazują lub zamierzają przekazać firmę następnemu pokoleniu. W międzyczasie zaszły też poważne zmiany w technologiach informacyjnych

i sposobach zarządzania, które w naturalny sposób są bliższe młodym. Założyciele zaś mają bogatsze doświadczenie i czują większą odpowiedzialność za los rodziny. Od tego, czy się dogadają i czy stworzą dobre relacje rodzinne, będzie zależeć przyszłość ich biznesu. Zgoda rodzinna jest podstawą udanej sukcesji, tego podstawowego procesu w **firmie rodzinnej**, który często trwa kilkanaście lat – komentuje Andrzej Blikle, prezes stowarzyszenia Inicjatywa **Firm Rodzinnych**.

## Zdolność do zdobywania klientów to atut

Zapytane o swoje mocne strony, **firmy rodzinne** najczęściej wskazywały na umiejętność zdobywania klientów lub lojalnych konsumentów (54 proc. polskich i 56 proc. europejskich respondentów). Polacy niemal równie często wskazywali na obsługę klienta (51 proc.) oraz wyznawane wartości i wzorce postępowania (41 proc.). Z kolei europejskie przedsiębiorstwa za swój atut często uważają lojalność i przywiązanie pracowników (49 proc.), a także silną markę lub pozycję rynkową (44 proc.).

– Budujące jest to, że polskie **firmy rodzinne** zwiększają w ostatnim okresie przychody i zatrudnienie oraz w zdecydowanej większości, planują nowe inwestycje. Spadające marże to, niestety, zjawisko, z którym od dłuższego czasu muszą sobie radzić nie tylko **firmy rodzinne** i nie tylko w Polsce. Warto zwrócić uwagę, że chociaż rodziny w większości planują zachowanie kontroli nad biznesem przy zmianie pokoleniowej, to są coraz bardziej otwarte na powierzanie bieżącego zarządzania swoimi firmami menedżerom z zewnątrz. Czy powyższe trendy utrzymają się w przyszłości? Na pewno częściową odpowiedź na to pytanie poznamy już za pół roku przy okazji kolejnej edycji badania – komentuje Mirosław Grabarek, partner w dziale audytu w KPMG w Polsce

*Źródło: KPMG, „Barometr firm rodzinnych” jest drugą edycją europejskiego badania KPMG przeprowadzanego w wybranych krajach Europy*