

PwC เผยผลสำรวจชี้เทรนด์ 'ธุรกิจครอบครัว' โต ต่อเนื่องในอีก 5 ปีข้างหน้าแนะกงสีไทยเร่งปรับแนวคิด รับ AEC



PwC ประเทศไทย (ไพร์ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส) เผยผลสำรวจชี้สองในสามของธุรกิจครอบครัว (Family-Owned Businesses หรือ FOBs) ทั่วโลกมียอดขายเพิ่มขึ้นในปีที่ผ่านมา พร้อมคาดแนวโน้มการเติบโตทางธุรกิจจะเติบโตแข็งแกร่งเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ในอีก 5 ปีข้างหน้า แม้การสรรหาบุคลากรที่มีทักษะ และปัญหาการวางแผนสืบทอดกิจการ (Succession planning) ยังคงเป็นปัจจัยเสี่ยงที่ธุรกิจครอบครัวต้องเผชิญในระยะข้างหน้า

ผลสำรวจ ธุรกิจครอบครัว PwC Family

Business Survey 2012 ซึ่งถูกจัดทำขึ้นผ่านการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารและเจ้าของกิจการครอบครัวจำนวน 1,952 รายในกว่า 30 ประเทศทั่วโลก ระหว่างวันที่ 7 มิถุนายน ถึง 18 กันยายน 2555 พบว่า มีธุรกิจครอบครัวที่ทำการสำรวจถึงร้อยละ 65 ที่มียอดขายเพิ่มขึ้นในปีที่ผ่านมา โดยเปรียบเทียบกับผลสำรวจในปี

2553 ที่มีต่ำกว่าร้อยละ 50 โดยการเติบโตของยอดขายนี้ เห็นได้อย่างชัดเจนโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก ละตินอเมริกาและตะวันออกกลาง ในขณะที่เดียวกันมีเพียงร้อยละ 19 ของธุรกิจครอบครัวที่ทำการสำรวจ ที่เห็นยอดขายของตนเองลดลงในปีที่ผ่านมา เปรียบเทียบกับปี 2553 ที่มีมากถึงร้อยละ 34

นาย ศิระ อินทรกำรชัช ประธานกรรมการบริหาร PwC ประเทศไทย กล่าวว่า “การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจไทยในการก้าวสู่เวทีโลก ขณะเดียวกันก็เป็นการเปิดบ้านต้อนรับผู้ประกอบการจากทั่วโลกที่จะขยายการลงทุนเข้าสู่ไทยเช่นเดียวกัน ฉะนั้นการเดินทางนำธุรกิจและตั้งรับในครั้งนี้ กลายเป็นโจทย์ใหญ่ที่ไม่ว่าบริษัทเล็ก กลาง ใหญ่ ต้องเผชิญ”

“ธุรกิจครอบครัว ถือได้ว่าเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความยิ่งใหญ่และความสำเร็จของเศรษฐกิจโลก และสำหรับประเทศไทย FOBs มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ แต่การเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการเปิด AEC นั้น ต้องอาศัยการเดินทางนำความคืบหน้าไปกับการเปลี่ยนผ่านจากธุรกิจครอบครัวสู่ความเป็นมืออาชีพ บริษัทต้องปรับกระบวนการคิด และกลยุทธ์ทางธุรกิจแบบรอบด้าน เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า รวมทั้งยังต้องสามารถดูแลพนักงานที่มีฝีมือให้อยู่และทำงานกับองค์กรของตนได้ในระยะยาว,” นาย ศิระกล่าว

“FOBs บ้านเราจำเป็นต้องปรับรูปแบบการทำงานให้เป็นที่มีความเป็นสากลมากขึ้น พุดต่างๆก็คือ ต้องผสมผสานการทำงานอย่างมืออาชีพแต่มีการดูแลเอาใจใส่คนในองค์กรให้เหมือนคนในครอบครัว เพื่อให้ธุรกิจเติบโตได้ในระยะยาว และต้องระลึกว่า บริษัทที่มีความสำคัญกับตระกูลมากกว่าการที่ตระกูลมีความสำคัญกับบริษัท และต้องส่งผ่าน Core value จากรุ่นสู่รุ่น เพื่อให้ธุรกิจไม่หยุดอยู่แค่รุ่นที่ 3,” เขากล่าว

เมื่อมองแนวโน้มในอนาคต นาย ศิระ กล่าวว่า “เทรนด์ธุรกิจครอบครัวทั่วโลกจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีผู้บริหารที่ถูกสำรวจถึง 81 เปอร์เซ็นต์ ที่คาดว่าธุรกิจครอบครัวของตนจะเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งและต่อเนื่องในอีก 5 ปีข้างหน้า ในขณะที่มีธุรกิจครอบครัวอีก 39 เปอร์เซ็นต์ ที่แสดงความมั่นใจมากต่อการเติบโตของธุรกิจในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งการเพิ่มขึ้นนี้จะเห็นได้ชัดใน กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง อินเดีย สิงคโปร์ แอฟริกาใต้ และเกาหลีใต้”

ด้าน นาย นอร์เบิร์ต วินเคลโยฮาน สมาชิกของ PwC’s Network Leadership Team กล่าวว่า “ผลสำรวจของเรา แสดงให้เห็นว่า family businesses คือ ฮีโร่ ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จตัวจริงที่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนสังคมและเศรษฐกิจโลก แต่เป็นที่น่าเสียดายว่า ธุรกิจเหล่านี้ส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากภาครัฐในช่วงที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการให้สิทธิทางภาษีต่างๆเพียงพอ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การให้ incentives ทางการเงินกับธุรกิจครอบครัวที่อยู่ในช่วง start-up รวมทั้ง การฝึกอบรมหรือให้การสนับสนุนในรูปแบบอื่นอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การสืบทอดกิจการ การขยายการลงทุนในต่างประเทศ การแก้ปัญหาความขัดแย้ง และการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ”

ไม่ต่อทางธุรกิจ: ความท้าทาย โอกาส และ หนทางข้างหน้า

หนึ่งในความท้าทายสำคัญที่ธุรกิจครอบครัวต้องเผชิญในปัจจุบันคือ ปัญหาการคัดเลือกบุคลากรที่มีทักษะเข้าทำงาน (Recruitment of skilled staff) และการขาดแคลนแรงงาน (Labour shortages) โดยมีผู้บริหารที่ถูกสำรวจถึงร้อยละ 43 แสดงความเห็นด้วย เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 38 ในปี 2553

“ผู้บริหารที่ทำการสำรวจเกือบ 60 เปอร์เซ็นต์ มองว่าการค้นหาลูกจ้างและพนักงานที่มีความรู้และทักษะเหมาะสมกับลักษณะของงานจะเป็นอุปสรรคที่สำคัญอันดับต้นๆ อีกประการหนึ่งในช่วง 5 ปีข้างหน้า และก็มีผู้บริหารอีกเกือบครึ่งที่มองว่าตัวเองจะต้องประสบกับปัญหาในการรักษาลูกจ้างที่มี Talent ไว้ให้อยู่กับองค์กรในช่วง 5 ปีข้างหน้าด้วยเช่นกัน,” นาย คีระ กล่าว

อีกทั้ง ประเด็นการวางแผนสืบทอดกิจการ (Succession) ที่ถือเป็นปัญหาคลาสสิก สืบเนื่องมาจากปัญหาความขัดแย้งภายในครอบครัว หรือการเมืองระหว่างสมาชิกในครอบครัวด้วยกัน โดยผลสำรวจพบว่า มีกิจการครอบครัวเพียงครึ่งเดียวที่มีการทำข้อตกลงผู้ถือหุ้น (Shareholders' agreement) อย่างเป็นระบบ ในขณะที่ร้อยละ 21 ไม่มีมาตรการในการแก้ปัญหาความขัดแย้งเลย

นอกจากนี้ สภาพตลาด (Market conditions) ยังเป็นตัวกำหนดปัจจัยภายนอกที่สำคัญ โดยผู้บริหารธุรกิจครอบครัวในกรีซ (ร้อยละ 64) รัสเซีย (ร้อยละ 49) และ ตะวันออกกลาง (ร้อยละ 46) ส่วนใหญ่ มองว่านโยบายภาครัฐและกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ (Government policy/regulation) เป็นประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานธุรกิจของตน และมีผู้บริหารถึงร้อยละ 66 ที่มองว่า สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ (Economic situation) จะยังเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานธุรกิจในอีก 5 ปีข้างหน้าอีกด้วย

“ธุรกิจครอบครัวที่เราสำรวจส่วนใหญ่เชื่อว่า โครงสร้างองค์กรของตน มีข้อได้เปรียบอยู่หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ความรวดเร็วและความยืดหยุ่นในการตัดสินใจ ความต่อเนื่องและวิสัยทัศน์ในระยะยาว รวมไปถึงทักษะในการเป็นนักบริหาร นอกจากนี้ ยังมองว่าตนมีบทบาทสำคัญในการจ้างงาน รวมทั้งให้ความสำคัญต่อการแบ่งปันคุณค่าของธุรกิจ (Business value) มากกว่าบริษัททั่วไปที่ไม่ใช่กิจการครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การส่งผ่านจากรุ่นสู่รุ่นของสมาชิกในครอบครัว,” นาย คีระ กล่าว