

ไพรัชเรงธุรกิจไทยทำแผนส่งต่อทายาท

ไพรัชเรงเดอเรียลเอสเตทเผยผลสำรวจ 12% ของธุรกิจครอบครัวทั่วโลกรวมไทย สามารถส่งต่อกิจการสู่รุ่นที่ 3 ได้สำเร็จ และมีเพียง 1% ที่ส่งต่อกิจการถึงรุ่นที่ 5 ซึ่งช่องว่างคนรุ่นเก่ากับใหม่เป็นความท้าทายต้องรับมือ ทำแผนสืบทอดกิจการล่วงหน้า 5-7 ปี

นายศิระ อินทรกำธรชัย ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ไพรัชเรงเดอเรียลเอสเตท ประเทศไทย (PwC) เปิดเผยถึงผลการศึกษา "การปิดช่องว่าง: ส่งมอบธุรกิจครอบครัวให้ทายาทรุ่นต่อไป" ที่ทำร่วมกับคูตอส รีเสิร์ช และจิกซอร์ รีเสิร์ช สองบริษัทวิจัย จากการสำรวจทายาทธุรกิจครอบครัวที่คาดว่าจะขึ้นเป็นผู้บริหารกิจการต่อจากพ่อแม่ ในกลุ่มบริษัทที่มีรายได้มากกว่า 5 ล้านดอลลาร์ต่อปีจำนวน 207 รายใน 21 ประเทศทั่วโลกรวมไทย

โดยผลสำรวจพบว่าความเสี่ยงของการสืบทอดกิจการให้ประสบความสำเร็จ กลายมาเป็นเรื่องเร่งด่วนที่ธุรกิจครอบครัวทั่วโลก

ต้องให้ความสำคัญ หลังสำรวจพบว่าธุรกิจครอบครัวเพียง 12% ที่ยื่นหยัดสืบทอดกิจการต่อเนื่องจนถึงรุ่นที่ 3 และเพียง 1% ที่ดำเนินต่อได้จนถึงรุ่นที่ 5

"ธุรกิจครอบครัวถือเป็นฟันเฟืองที่สำคัญของเศรษฐกิจโลก โดยมีสัดส่วนคิดเป็น

มูลค่าของธุรกิจครอบครัวไทย
เกือบ 30 ล้านล้าน

30% ของบรรดาธุรกิจโลกระดับพันล้าน และยังเป็นรากฐานในการขับเคลื่อน

สังคมและระบบเศรษฐกิจมหภาค โดยมีธุรกิจและรายได้รวมกันคิดเป็น 70-90% ของจีดีพีโลก" นายศิระ กล่าว

เขายังมองแนวโน้มธุรกิจครอบครัวในไทย ในหลายๆ อุตสาหกรรม ทั้งค้าปลีกและอาหาร จะยังเติบโตต่อเนื่อง เพราะธุรกิจครอบครัวมีบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจมานาน และมีส่วนผลักดันให้เศรษฐกิจขนาดใหญ่อันดับสองในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

(อาเซียน) เติบโต ทั้งนี้มูลค่าธุรกิจครอบครัวไทยยังสูงเกือบ 30 ล้านล้านบาท และมีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่เป็นธุรกิจครอบครัว หรือบริหารกิจการโดยบุคคลในครอบครัวมากถึง 50.4%

นายศิระกล่าวด้วยว่าการวางแผนสืบทอดกิจการถือเป็นโจทย์ใหญ่ที่ธุรกิจครอบครัวไม่ว่าเล็ก กลางหรือใหญ่ ต้องเร่งเตรียมตั้งแต่เนิ่นๆ สิ่งที่ต้องเป็นมูลค่าร่วมกันและต้องหาคำตอบร่วมกันคือ จะทำอย่างไรที่จะปิดช่องโหว่ต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

โดยปัจจัยภายนอกถือเป็นความท้าทายของธุรกิจครอบครัวไทย คือการปรับตัวให้ทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก หรือเมกะเทรนด์ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรศาสตร์ การเพิ่มขึ้นของชุมชนเมือง และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในเอเชียที่มีธุรกิจครอบครัวอยู่กว่า 70%