



ธุรกิจครอบครัวมีโอกาสรอดถึงรุ่น 3 เพียง 12% แนววางแผนสืบทอดมรดก

โดย ASTVผู้จัดการออนไลน์ 26 พฤษภาคม 2557 00:49 น.

PwC เผยผลสำรวจ ธุรกิจครอบครัวทั่วโลกเพียง 12 % ที่สามารถส่งต่อกิจการไปสู่รุ่นที่ 3 สำเร็จ และเพียง 1 % เท่านั้นที่ส่งต่อกิจการถึงรุ่นที่ 5 ซึ่งปัญหาช่องว่างระหว่างวัย ความน่าเชื่อถือของคนรุ่นใหม่ และการสื่อสารระหว่างคนรุ่นเก่า-ใหม่ เป็นความท้าทายที่ต้องเตรียมพร้อมและปรับตัว แนวธุรกิจเจ้าสัวเร่งวางกลยุทธ์ และมีแผนงานในการสืบทอดกิจการล่วงหน้าอย่างน้อย 5-7 ปี เพื่ออุดช่องว่าง และสมานความแตกต่างในการดำเนินธุรกิจของตระกูล

นายศิระ อินทรกำธรชัย ประธานกรรมการบริหาร บริษัท PwC ประเทศไทย (ไพรซ์วอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส) เปิดเผยถึงผลการศึกษา Bridging the gap: Handing over the family business to the next generation ที่ทำร่วมกับบริษัทวิจัย Kudos Research และ Jigsaw Research ว่า PwC ได้ทำการสำรวจทายาทธุรกิจครอบครัวที่คาดว่าจะขึ้นแท่นเป็นผู้บริหารกิจการต่อจากรุ่นพ่อ-แม่ของบริษัทที่มีรายได้มากกว่า 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯต่อปีจำนวน 207 รายใน 21 ประเทศทั่วโลก พบว่า ความเสี่ยงของการสืบทอดกิจการ (Succession) ให้ประสบความสำเร็จ กลายมาเป็นปัจจัยเร่งด่วน (Priority) ที่ธุรกิจครอบครัวทั่วโลกต้องให้ความสำคัญ หลังผลสำรวจพบว่ามีธุรกิจเจ้าสัวเพียง 12% เท่านั้นที่สามารถยืนยันยึด สืบทอดกิจการต่อเนื่องไปได้จนถึงรุ่นที่ 3 และเพียง 1% ที่ดำเนินต่อไปได้จนถึงรุ่นที่ 5

"ธุรกิจครอบครัวถือเป็นฟันเฟืองที่สำคัญของเศรษฐกิจโลก โดยมีสัดส่วนคิดเป็น 30% ของบรรดาธุรกิจโลก ระดับพันล้าน และยังเป็นรากฐานในการขับเคลื่อนสังคมและระบบเศรษฐกิจมหภาค โดยมีธุรกิจและรายได้รวมกันคิดเป็น 70-90% ของจีดีพีโลก" นาย ศิระ กล่าว

นายศิระกล่าวต่อว่า การวางแผนสืบทอดกิจการถือเป็นโจทย์ใหญ่ที่ธุรกิจครอบครัว ไม่ว่าจะเล็ก กลาง ใหญ่ ต้องเร่งเตรียมการตั้งแต่นับๆ จริงอยู่เมื่อครอบครัวเริ่มขยายใหญ่ขึ้น คนแต่ละรุ่น ต่างก็มีแนวคิด ค่านิยม ความเชื่อ และหลัก การในการทำธุรกิจที่ไม่เหมือนกัน แต่สิ่งที่จะต้องเป็น Shared value และต้องหาคำตอบร่วมกันคือ จะทำอย่างไรที่จะอุดช่องโหว่ต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ ความแตกต่างระหว่างวัย (Generation Gap) ทัศนคติ วิธีการบริหารงาน ถือเป็นหนึ่งใน 3 ช่องว่างหลัก ที่ผู้บริหารทั้งรุ่นเบบี้ บูมเมอร์และเจเนอเรชัน ต้องปรับตัวเข้าหากัน โดยผลสำรวจระบุว่า คนรุ่นใหม่ถึง 86% ต้องการที่จะสร้างสิ่งที่ถือเป็นก้าวสำคัญให้แก่องค์กรเมื่อพวกเขาเริ่มช่วงกิจการ

ขณะที่ 80% มีไอเดียสร้างสรรค์ใหม่ๆ ที่จะเปลี่ยนแปลงธุรกิจไปสู่การเติบโตในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ แนวทางในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างไปจากเดิม หรือแม้กระทั่งการลงทุนในด้านเทคโนโลยี และการใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ให้มากขึ้น

อย่างไรก็ดี อุปสรรคที่ทายาทเจเนอเรชันกำลังเผชิญในระยะข้างหน้า คือ การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ตนเอง (Credibility Gap) โดยทายาทที่ถูกสำรวจถึง 88% กล่าวว่า พวกเขาต้องทำงานหนักกว่าคนอื่นๆ เพื่อพิสูจน์ว่า ตนมีความพร้อม และมีคุณสมบัติที่แท้จริงในการสืบทอดกิจการ นอกจากนี้ทายาทเจเนอเรชันเกือบ 60% ยังระบุว่า การได้รับการเคารพนับถือจากเพื่อนร่วมงาน ก็ถือเป็นความท้าทายที่ยากลำบากที่สุดอีกประการหนึ่ง

เจ้าของกิจการส่วนใหญ่ยังไม่มั่นใจโยกกิจการให้ทายาท

แม้ว่าชนบทธรรมเนียมเก่าๆ ของการสืบทอดกิจการของธุรกิจครอบครัวทั่วโลก จะเป็นการสืบทอดอำนาจจากรุ่นพ่อ-แม่ สู่รุ่นลูกโดยอัตโนมัติ แต่ความเชื่อนั้นอาจใช้ไม่ได้ในโลกธุรกิจปัจจุบันเสมอไป หลังผลสำรวจพบว่า มีทายาทผู้ถูกสำรวจเพียง 35% ที่มั่นใจว่าพ่อแม่จะยกตำแหน่งให้ตนเป็นผู้บริหารอย่างแน่นอน ในขณะที่เกือบ 30% เชื่อว่ามีความเป็นไปได้เท่านั้น และ 73% เชื่อแค่ว่าตนจะได้ขึ้นมารับตำแหน่งบริหารในวันข้างหน้า แต่ไม่รู้เมื่อไหร่

"ในทางตรงกันข้าม เมื่อเราสำรวจความต้องการของเจ้าของกิจการรุ่นพ่อ-แม่ก็พบว่าเจ้าสัวหลายรายมีความกังวลว่าลูกหลานของตนจะมีความพร้อมที่ก้าวขึ้นมารับตำแหน่งผู้บริหารกิจการครอบครัวได้หรือไม่ โดยสิ่งที่น่าสนใจที่เราพบคือ มีผู้ถูกสำรวจมากกว่าครึ่งที่บอกว่าตนไม่แน่ใจว่าลูกหลานจะมีทักษะหรือความมุ่งมั่นมากพอที่จะขึ้นมารับบริหารกิจการให้ประสบความสำเร็จ ในขณะที่ 25% ต้องการที่ส่งผ่านความเป็นเจ้าของให้เท่านั้น แต่ไม่ใช่การบริหาร นี่จึงเป็นเหตุผลสำคัญว่าทำไมเราจึงเห็นหลายๆ องค์การจ้างบุคลากรหรือคนนอก (ครอบครัว) เข้ามาบริหารจัดการมากขึ้นในช่วงที่ผ่านมา" นาย ศิระกล่าว

เหตุผลข้างต้นยังสอดคล้องกับผลสำรวจที่พบว่า 64% ของทายาทเงินวายุที่ถูกสำรวจเชื่อว่า พ่อ-แม่คงจะไม่สามารถวางมือจากกิจการที่พวกเขาบุกเบิกและสร้างมากับมือง่าย ๆ

"ด้วยความคาดหวังและความเห็นที่แตกต่างกันของคนสองรุ่น ทำให้บ่อยครั้งที่เราเห็นเจ้าของกิจการรุ่นพ่อ-แม่ส่งมอบธุรกิจให้ลูกหลานแต่ในนาม ในทางปฏิบัติพวกเขากลับยังคงเป็นผู้กุมบังเหียน หรือ มีอำนาจในการตัดสินใจเรื่องสำคัญๆ ทั้งหมด" นาย ศิระ กล่าว

แนะธุรกิจครอบครัวไทยวางแผนถ่ายโอนกิจการ

เมื่อมองแนวโน้มธุรกิจครอบครัวในประเทศ นายศิระกล่าวว่า "เรายังมองว่าเทรนด์ธุรกิจครอบครัวในไทยในหลายๆอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็น ค้าปลีก อาหาร จะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะธุรกิจครอบครัวมีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจมาช้านาน และยังมีส่วนผลักดันให้ตลาดเศรษฐกิจของประเทศเติบโต มีขนาดใหญ่เป็นอันดับสองในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้"

ทั้งนี้ มูลค่าธุรกิจครอบครัวไทยยังสูงถึงเกือบ 30 ล้านล้านบาท และมีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่เป็นธุรกิจครอบครัว หรือบริหารกิจการโดยบุคคลในครอบครัว มากถึง 50.4%

"ผมมองว่าปัญหาเรื่องของการสื่อสารระหว่างคนในครอบครัว หรือ Communication Gap ถือเป็นปัจจัยภายในที่น่ากังวลที่ธุรกิจครอบครัวต้องเร่งแก้ไขมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมไทย ที่เรามักหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้าหรือพูดความจริงตรงไปตรงมา เพราะมองว่าเป็นการไม่ให้เกียรติผู้อาวุโส แต่ยังมี การสื่อสารกันน้อย ยิ่งทำให้ขาดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างสมาชิกครอบครัว เกิดความขัดแย้งส่งสมที่ไม่จำเป็น อย่าลืมว่า การสืบทอดกิจการเป็นประเด็นที่ต้องมีการสื่อสารและวางแผนร่วมกันแต่เนิ่นๆ ยิ่งถ้าผู้ประกอบการเป็นขนาดกลาง ถึง ขนาดเล็ก สายป่านไม่ได้ยาว หรือมีฐานทุนขนาดใหญ่ และมีระบบบริหารจัดการที่ดีพอที่จะสามารถต่อยอดกิจการให้เติบโตยั่งยืนหยึดเป็นสิบๆร้อยๆ ปีเหมือนต่างชาติ การไม่สื่อสารจะยิ่งทำให้ทางรอดของธุรกิจครอบครัวนั้นมีน้อยมาก" นาย ศิระ กล่าว

"นอกจากนี้ ปัจจัยภายนอกที่ถือเป็นความท้าทายของธุรกิจครอบครัวไทย คือการปรับตัวให้ทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก หรือ เมกะเทรนด์ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรศาสตร์ การเพิ่มขึ้นของชุมชนเมือง และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในภูมิภาคเอเชียที่มีธุรกิจครอบครัวอยู่กว่า 70% "