



วันที่: 16 ธันวาคม 2557

แหล่งที่มา: เว็บไซต์ Brand Age

<http://www.brandage.com/up-close-and-professional-the-family-factor/>

ธุรกิจครอบครัว ‘ยกเครื่อง’ บริหารบ้านและงานอย่างมืออาชีพ



PwC ประเทศไทย หนึ่งในเครือข่ายบริษัทผู้ให้บริการทางด้านการตรวจสอบบัญชี บริการให้คำปรึกษาทางด้านภาษี และบริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจรายใหญ่ของโลก เผยผลสำรวจล่าสุด **Up close and professional: the family factor**

ทั้งนี้ ผลสำรวจประจำปีครั้งที่ 7 ถูกจัดทำขึ้นระหว่างเดือนเมษายนถึงสิงหาคมโดยทำการเก็บข้อมูลจากบรรดาผู้บริหารและเจ้าของธุรกิจครอบครัว จำนวน **2,378** ราย ในกว่า **40** ประเทศทั่วโลก

ธุรกิจครอบครัวทั่วโลกยังคงเผชิญปัญหาการบริหารงานและแยกความแตกต่างระหว่างครอบครัวกับความเป็นมืออาชีพ ผู้ประกอบกิจการครอบครัวต้องเร่งยกระดับการพัฒนาองค์กร เน้นสร้างนวัตกรรมใหม่ พร้อมวางระบบบริหาร เพื่อก้าวไปสู่ความเป็นมืออาชีพอย่างแท้จริง เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน และส่งต่อกิจการไปสู่ทายาทรุ่นลูกหลานได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต ส่วนธุรกิจครอบครัวในไทยต้องเร่งปรับตัวทั้งการบริหารงานและเปลี่ยนโฉมธุรกิจให้ทันยุคดิจิทัล เพื่อเตรียมก้าวสู่เวทีเออีซีปลายปี 58

ผลจากการสำรวจที่น่าสนใจ ได้แก่

- ผู้บริหารธุรกิจครอบครัวทั่วโลกยังคงเผชิญกับปัญหาการปฏิรูปธุรกิจครอบครัว โดยผู้ประกอบการถึง 40% มองว่า การจัดโครงสร้างบริหารอย่างมืออาชีพ จะเป็นยังปัจจัยเสี่ยงของการดำเนินธุรกิจครอบครัวในอีก 5 ปีข้างหน้า
- 65% ของธุรกิจครอบครัวที่ทำการสำรวจ มีผลประกอบการที่แข็งแกร่งในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ขณะที่ผู้บริหารกว่า 70% คาดว่าธุรกิจของตนจะเติบโตได้อย่างมั่นคงในอีก 5 ปีข้างหน้า สะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจครอบครัวยังคงเป็นฟันเฟืองสำคัญของเศรษฐกิจโลก และเป็นรากฐานในการขับเคลื่อนสังคมและระบบเศรษฐกิจ โดยมีธุรกิจและรายได้คิดเป็น 70-90% ของจีดีพีโลก
- นอกจากนี้ มีผู้บริหารอีก 15% ที่มีแผนที่จะขยายกิจการ (Business expansion) โดยธุรกิจครอบครัวที่มีความต้องการที่จะขยายกิจการของตนมากที่สุด 3 อันดับแรกในโลก ได้แก่ ธุรกิจครอบครัวในสาธารณรัฐประชาชนจีน (57%) ตะวันออกกลาง (40%) และอินเดีย (40%)
- ความท้าทายภายใน (Internal challenges) องค์กรของธุรกิจครอบครัว 3 อันดับแรก ได้แก่ การพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ (64%) การดึงดูดพนักงานที่มีทักษะ (61%) และ การรักษา таланต์ให้อยู่กับองค์กร (48%) ในขณะที่ การแข่งขันทางด้านราคา (58%) สภาวะทางเศรษฐกิจ (56%) และการแข่งขัน (42%) ถูกจัดให้เป็นความท้าทายภายนอก (External challenges) 3 อันดับแรก
- 68% ของธุรกิจครอบครัวที่ถูกสำรวจ มีการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ ในขณะที่ 75% คาดจะยังส่งออกสินค้าอย่างต่อเนื่องในช่วงอีก 5 ปีข้างหน้า โดยบริษัทเหล่านี้ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในระดับ 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขึ้นไปและอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต (Manufacturing) และเกษตรกรรม (Agriculture)
- ธุรกิจครอบครัวที่มีความต้องการในการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศมากที่สุด คือธุรกิจครอบครัวที่ประกอบกิจการอยู่ในตลาดยุโรปตะวันออก (Eastern Europe) กลุ่มเศรษฐกิจ BRIC (บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน) และกลุ่มประเทศลูกใหม่ของเศรษฐกิจโลก หรือ MINT ประกอบด้วย เม็กซิโก อินโดนีเซีย ไนจีเรีย และตุรกี
- การวางแผนสืบทอดกิจการ (Succession planning) ยังคงเป็นปัญหาหลักของธุรกิจครอบครัวไทยในระยะข้างหน้า แม้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะบอกว่าตนเล็งเห็นความสำคัญของการส่งต่อความเป็นเจ้าของไปสู่รุ่นลูกหลานซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มในระดับโลกที่พบว่า 53% ของธุรกิจครอบครัว มีแผนสืบทอดกิจการในตำแหน่งสำคัญๆ แต่มีบริษัทเพียง 16% เท่านั้นที่มีการพูดคุยถึงแผนและมีการจดบันทึกกันอย่างจริงจัง