

Za milenijce i Generaciju Z obiteljski biznis se presporo razvija

Još uvijek 39 posto nasljednika priznaje da u njihovoj tvrtki postoji otpor prema prihvaćanju promjene vodstva.

Objavio Darko Buković - 13.12.2022 u 10:25



Osnivači tvrtki koji su krenuli sredinom devedesetih, sada su 55 i 60 plus godina, a upravo to je vrijeme u kojemu poduzetnici, osnivači i vlasnici, prva generacija, trebaju početi planirati prijenos upravljanja na drugu generaciju [Izvor: Pexels]

U životu, posebno poslovnom životu, postoje neki datumi koji ostaju upisani u povijest kompanije. Odluka o prepuštanju kontrole sljedećoj generaciji veliki je događaj koji se događa jednom u poslovnom životu tvrtke. Na taj proces treba gledati dvojako – vlasnici se trebaju osjećati sigurnima da će tvrtka ostati u sigurnim rukama, a budući upravljači, novi lideri, spremni krenuti u novu avanturu u kojoj oni igraju glavnu ulogu koja će osigurati novi razvoj, svladati sve izazove, jer posjeduju vještine za zaštitu i razvoj tvrtke.

Koliko je pandemija koronavirusa pomogla ubrzanju svijesti i promišljanju kako će dalje biti vođene **obiteljske kompanije**, govori i podatak da 61 posto takvih obiteljskih kompanija potvrđuje kako obitelj ima plan nasljeđivanja.

U PwC-ovoj anketi *Global Family Business Survey 2022*, 30% sadašnje generacije reklo je da postoji čvrst plan. Ipak, još uvijek 39 posto nasljednika, predstavnika novih generacija, priznaje da u njihovoj tvrtki postoji otpor prema prihvaćanju promjene vodstva.

A što to znači biti spreman za nasljeđivanje? Ne zaboravimo da to nije trenutak, nego proces. Svaki proces traje i zato je dobar trenutak za podsjetiti da se u Hrvatskoj snažnija pojava privatnog poduzetništva događa sa samostalnošću hrvatske države. Ako pogledamo taj podatak, osnivači tvrtki koji su sredinom devedesetih krenuli, sada su 55 i 60 plus godina, a upravo to je vrijeme u kojemu poduzetnici, osnivači i vlasnici, prva generacija, trebaju početi planirati prijenos upravljanja na drugu generaciju.

U nas se podrazumijeva – na svoju djecu ili druge članove obitelji. No, što ako djeca ili obitelj nisu zainteresirani za nastavak tog biznisa ili sebe vide u nekim drugim životnim izazovima? Prijenos poslovanja na obitelj dakle nije jedini oblik prijenosa vlasništva.

61 posto obiteljskih kompanija potvrđuje kako obitelj ima plan nasljeđivanja.

“Prijenos poslovanja je osjetljiva stvar. O tome se javno ne priča, jer je to tema o kojoj poduzetnici ne vole pričati zbog mogućih problema koje mogu imati. Poslovi se rade u diskreciji. Živimo u okruženju u kojem postoji i predrasuda ‘da to valja, ne bi se prodavalo’ ili ‘ako se prodaje, sigurno je u problemima’. Međutim, kada krenu priče i zaposlenici se pitaju što će promjena donijeti, što će se s njima dogoditi, ostat će bez posla.... i krenu razne ‘ćakule’. I nastaje više štete nego koristi, jer dođe glas i do dobavljača, koji se odmah pitaju a što je s nama. Sve to sluša i osluškuje i konkurencija, pa pritišće i sa svoje strane”, pojasnio je **Nikola Oršanić**, vlasnik i osnivač **Consultariuma** za poslovno posredovanje i savjetovanje pri kupoprodaji mikro i malih tvrtki. Naglašava još jednom razloge zašto se takvi postupci vode i rade u punoj diskreciji, jer što ako djeca ne žele preuzeti poslovanje? Treba shvatiti i osnivača, koji je svoj cijeli životni vijek ugradio u tvrtku, da ne spominjemo odricanja – na sve strane.

Sve ostaje u obitelji

Vratimo se na djecu, sada buduće vlasnike, bolje reći moguće nasljednike obiteljske kompanije.

Svako **obiteljsko poduzeće** u mladosti tih ljudi imalo je snažnu ulogu, kako u njihovom društvenom tako i u ekonomskom razvoju. Obiteljsko im je poduzeće osiguralo s jedne strane ‘lagodan’ život, a s druge strane od samih su početka odgajani kao oni koji će taj posao jednog dana naslijediti. Kojeg dana, zapitao se i **Boris Vukić**, jedan od najboljih poznavatelja stanja u obiteljskim poduzećima u širem dijelu jugoistočne Europe, povlačeći paralelu s princem, danas kraljem Charlesom, koji je ohoho godina čekao da naslijedi posao. Mogu li toliko čekati ili će krenuti svojim putem, stvarajući paralelno svoje poduzetničke korake, pitanje je koje se ne postavlja kad je već došao trenutak za prijenos poslovanja, nego daleko prije.

Imaju li svoje želje ta djeca, žele li se uopće baviti poslom kojim se bavi otac/majka, osnivači kompanije, odnosno ako žele koliko su puta sami sebi rekli kako će jednog dana sasvim drugačije voditi posao i tvrtku kad oni preuzmu poslovne aktivnosti.

Jedna od zasigurno ključnih odluka vezana je uz dijelom potrebu da sve ostane u obitelji. Taj ostanak u obiteljskom poduzeću pruža mogućnost mladima da ostanu u radnoj zajednici s članovima obitelji te da skupa dijele uspjehe i neuspjehe. Psiholozi će reći da je ta obiteljska okolina bitna za ispunjenje želja, a osjećaj pripadnosti je i nešto što daje dodanu vrijednost.

72% NextGensa očekuje da će biti osobno uključen u povećanje poslovanja

Pogledajmo rezultate **NextGen ankete** – 72% NextGensa očekuje da će biti osobno uključen u povećanje poslovanja, posebno u dijelu ulaganja za osiguranje održivosti u budućnosti, a 28 posto nove generacije već je sad uključeno u te postupke i aktivno radi na tome.

Još je jedan podatak zanimljiv – 63% milenijalaca i 55% GenZ generacije kaže da se poslovi kreću presporo. I ti podaci govore o načinima na koji bi nove generacije vodile poslovanje. I da, nove generacije i nasljednici u većini slučajeva neće voditi poslovanje kako su to radili osnivači.

A istodobno osnivači moraju to prihvatiti, iako su sav svoj život i znanje ulagali u razvoj te kompanije, onako kako su oni znali. I treba prihvatiti da će netko drugi voditi sad kompaniju, na

način koji je možda dijametralno suprotan načinu kako to rade osnivači.

I umjesto kraja ovog teksta treba izdvojiti još tri podatka – 43% iz NextGensa kažu da su sada više uključeni u posao nego što su bili prije 2020, njih 36% ocjenjuje da je pandemija rezultirala jačom komunikacijom mladih sa sadašnjom generacijom, kao i da se njih 43% osjećaju predanije poslovanju nego prije pandemije.

Projekt izrade i objavljivanja serijala tekstova pod naslovom ***Nasljednici – djeca s posebnim, biznis, potrebama***, autora Darka Bukovića, financijski je podržala Agencija za elektroničke medije, kroz projekt Poticanja novinarske izvrsnosti za 2022. godinu
