

RAPORT

„WSPARCIE ADMINISTRACJI WAŻNE DLA ROZWOJU FIRM RODZINNYCH”

Wyniki badania Grupy On Board Think Kong z sierpnia 2016 r. na reprezentatywnej grupie 708 pracujących Polaków



Dialog publiczny a rozwój biznesu rodzinnego

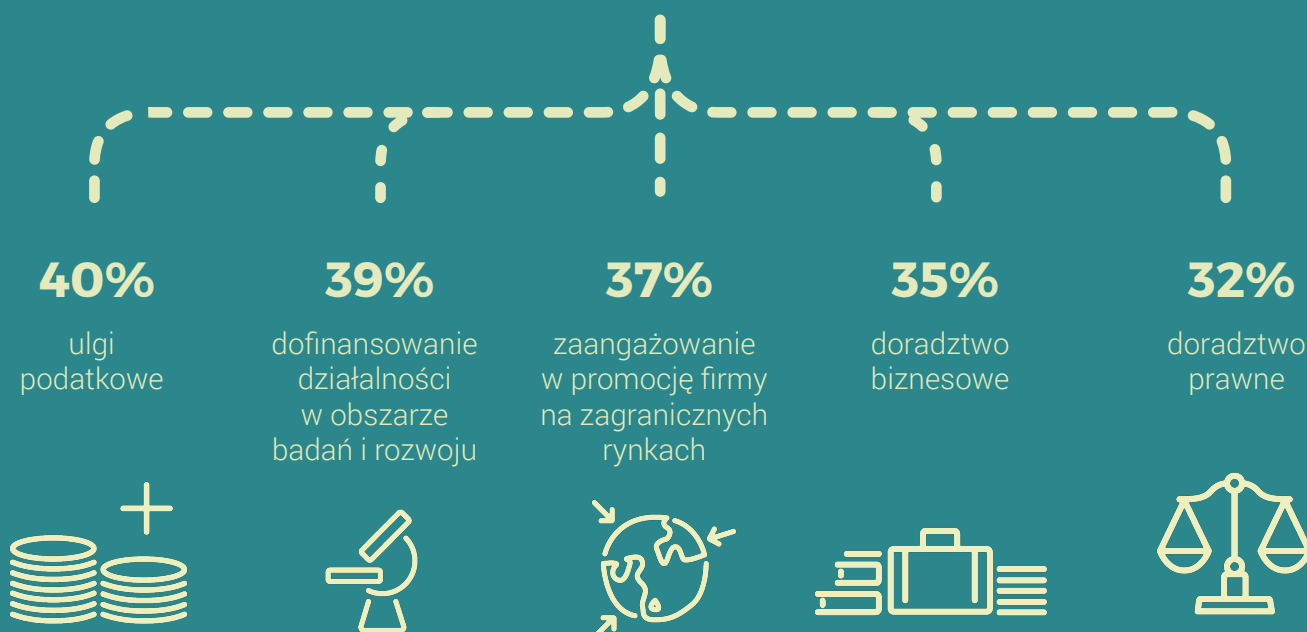
Rodzime firmy rodzinne stanowią ponad 70 proc. wszystkich polskich przedsiębiorstw. Swój sukces zaczęły budować 27 lat temu, kiedy została przeprowadzona transformacja gospodarcza, a polski rynek otworzył się na rynki zewnętrzne, umożliwiając tym samym swobodny przepływ kapitału. Biznes rodzinny jest niewątpliwie perłą polskiej gospodarki. Pamiętajmy jednak, że poza uznanymi markami takimi jak Dr Irena Eris, Solaris, Pamapol, Oknoplast czy Grupa Adamed, zdecydowaną większość firm rodzinnych stanowią małe i średnie przedsiębiorstwa. Aby efektywnie konkutować z dużymi korporacjami, firmy te powinny starać się m.in. o pomoc materialną i pozafinansową, niezbędną dla ich dalszego rozwoju, a także dążyć do profesjonalizacji swojego biznesu.

Wspólnie z SW Research zaprosiliśmy ponad 700 aktywnych zawodowo Polaków do udziału w badaniu poświęconym wizerunkowi firm rodzinnych. Zadaliśmy im pytanie: „Jakiego rodzaju wsparcie Pana/i zdaniem powinny otrzymywać firmy rodzinne od instytucji administracji publicznej?”.

Już 2/5 pracujących respondentów jako najatrakcyjniejszą formę wsparcia wskazało ulgi podatkowe. Niewiele mniej, bo 39 proc. badanych postawiło na dofinansowanie firm rodzinnych w obszarze badań i rozwoju. Jako pomocne w rozwoju przedsiębiorstw, zwracano uwagę także na doradztwo biznesowe (35 proc.) i prawne (32 proc.).

Wniosek? Zakres i wielkość pomocy uzależniona będzie od intensywności i poziomu relacji z przedstawicielami administracji publicznej. Każda firma bowiem, podobnie jak rozwinięte związki zawodowe, organizacje pozarządowe, czy nawet nieformalne stowarzyszenia, posiada swoich interesariuszy. Żaden z podmiotów nie działa w próżni i zawsze podlega wpływom innych jednostek, bądź też na nie oddziałuje. Właśnie dlatego, aby móc skorzystać z pomocy państwa, przedsiębiorcy rodzinni powinni zadbać o stałą komunikację i zbudowanie dobrych relacji z przedstawicielami instytucji publicznych.

Dla prawidłowego rozwoju przedsiębiorstw rodzinnych ważne będzie wsparcie administracji



Aż **69%** pracujących Polaków dobrze ocenia poziom innowacyjności produktów i usług oferowanych przez przedsiębiorstwa rodzinne.

Zdaniem ekspertów

Katarzyna Rek

Dyrektor Komunikacji Korporacyjnej
Grupy On Board Think Kong



Firmy rodzinne, chcąc ubiegać się o różne formy wsparcia powinny na bieżąco monitorować zachodzące zmiany legislacyjne, gospodarcze, polityczne, ale także decyzje odnośnie uruchamianych programów rozwojowych. Równolegle warto postawić na budowanie trwałych relacji z władzami – poprzez inicjatywy sektorowe, pozycjonowanie eksperckie, debaty czy konsultacje.

Sebastian Margalski

Dyrektor Wykonawczy i Członek Zarządu
Stowarzyszenia Inicjatywa Firm Rodzinnych



Możemy zaobserwować brak planowania działań i myślenia o przedsiębiorstwie w sposób długofalowy. Uważam, że w dobie nowych technologii, firmy rodzinne powinny przejść przez proces profesjonalizacji, skorzystać przynajmniej z części praktyk, realizowanych przez duże korporacje. Chcąc efektywnie konkurować z najbliższym otoczeniem, być równorzędnym parterem do rozmowy z instytucjami publicznymi, muszą wprowadzić nowy system zarządzania, uruchomić proces raportowania, ujednolicić procedury, czy wreszcie, wytyczyć jasne ścieżki rozwoju pracowników i sposoby ich wynagradzania. Do tego konieczne będzie jednak zatrudnienie wykwalifikowanych menadżerów, czy HR-owców.



ON BOARD THINK KONG GROUP

Wolska 88
01-141 Warszawa
tel. (22) 321 51 00

www.onboard.pl
www.thinkkong.pl