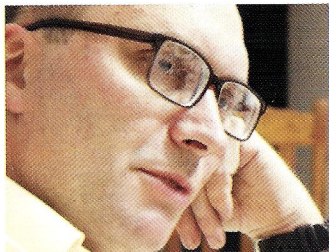


Czy zwiększać zyski sprzedawanej piekarni?



Teoria termostatu finansowego

Zadane w tytule pytanie: czy zwiększać zyski sprzedawanej piekarni, może wydawać się niepoważne. Kto by nie chciał dostawać miesięcznie większych pieniędzy na swoje konto? Większość piekarni rodzinnych w Polsce powstała po roku 1970, długo przed upadkiem komunizmu. Minęło więc prawie pół wieku i obecnie jesteśmy świadkami procesu, który potocznie zwany jest wymianą pokoleniową. Piekarnie są sprzedawane lub przekazywane dzieciom. Niezależnie od tego co się stanie, będzie to moment zwrotny w życiu właściciela i jego firmy. Moment ten wymaga przygotowania. Najważniejszym wykładnikiem wartości piekarni lub cukierni jest jej zdolność do osiągnięcia długotrwałego zysku. Żeby dobrze sprzedać piekarnię trzeba zwiększać jej zyski, pośrednio również przychody.

Jeżeli właściciel piekarni nie chce po prostu zlikwidować swojej działalności, w dużym uproszczeniu może wybrać jedną z trzech dróg:

- jeżeli chce przekazać piekarnię dziecku, jej finanse muszą być na tyle silne, aby spłacić pozostałe dzieci oraz wypłacać mu regularną godziwą rentę;
- jeżeli zdecyduje się sprzedać cukiernię, cena sprzedaży powinna być na tyle duża, aby odsetki z lokaty utworzonej po jej sprzedaży pozwalały na godne życie;
- jest jeszcze trzecia droga. Piekarnia może być oddana pod opiekę nowego zarządu, który będzie zwiększał jej zyski. Ale, żeby zatrudnić nowy zarząd trzeba mieć odpowiednie pieniądze teraz, czyli trzeba teraz zwiększyć zyski. Wszystkie drogi prowadzą do Rzymu.

Wszystkie drogi prowadzą więc do konieczności zwiększenia strumienia pieniężnych. Aby właściciel mógł opuścić piekarnię, musi szukać sposobów na bieżące zwiększenie jej przychodów.

Może wydawać się banalne i niepoważne, aby namawiać do tego właścicieli cukierni i piekarni. Przecież gdyby to było takie proste, każdy by tak zrobił i mielibyśmy społeczeństwo milionerów.

Dojrzała piekarnia osiąga pewne określone i ugruntowane obroty, ponieważ weszła w określone dla siebie tory prowadzenia działalności. Cukiernia lub piekarnia zatrzymuje się na pewnym poziomie i nie osiąga większych obrotów, ponieważ to wymagałoby wyrwania się ze stabilnego schematu prowadzenia działalności. To też oznaczałoby konieczność dodatkowych inwestycji, zatrudnienia nowych ludzi i zaciągania nowych kredytów. Wszystko to rodzi ryzyko związane z nowymi nieznanymi sytuacjami i nową kłopotliwą skalą działalności. Rozsądni przedsiębiorcy unikają szybkiego, ryzykownego rozwoju, na rzecz rozwoju zrównoważonego. To oficjalna, często spotykana wersja, wyjaśniająca, dlaczego nie należy podejmować ryzyka zwiększania zysków. Czy ta popularna opinia jest prawdziwa?

A może prawdziwą barierą w przebicciu szklanego sufitu przychodów jest mentalność właściciela piekarni. Pracowa-

łem nad poprawą wartości wielu prywatnych przedsiębiorstw, w których wystarczyło zrobić jeden mały krok, aby podwoić przychody, aby firmy w ciągu roku podwoiły lub potroiły swoje zyski. Właściciele doskonale zdawali sobie sprawę z tego potencjału, lecz nie chcieli nacisnąć czerwonego guzika, windującego ich firmy na wyższy poziom ekonomicznej dominacji.

W psychologii zarządzania istnieje coś takiego jak „Teoria termostatu finansowego”. Termostat to urządzenie, które utrzymuje stałą temperaturę w pomieszczeniu. Jeżeli temperatura spada termostat włącza ogrzewanie. Jeżeli temperatura jest za wysoka, termostat wyłącza ogrzewanie. Teoria termostatu finansowego mówi, że każdy ma swój poziom zarobków, w którym czuje się komfortowo. Ludzie podświadomie unikają zarabiania zbyt wysokich kwot pieniędzy. Gdy zarobki spadną poniżej granicy indywidualnego przedziału, ludzie czują się źle, mobilizują siły i podnoszą swoje zarobki. Taki termostat finansowy ma w sobie każdy. Ja również zaobserwowałem u siebie taką zależność. Zarabiał mniej, ale w spokoju, bez wychodzenia ze strefy komfortu, bez ryzyka.

Słynny makler giełdowy Jordan Belfort powiedział kiedyś, że czuje się przegrany i rozgoryczony, gdy w ciągu roku zarobi tylko 7 mln dolarów. Belfort czuje się źle, gdy zarobi na rękę ponad 580 tys. dolarów miesięcznie. Początkowo myślałem, że jest to wypowiedź celebryty, obliczona na wywołanie popularności i podziwu społecznego. Okazało się jednak, że to nieprawda. On naprawdę czuje się źle, gdy zarabia za mało. Jego termostat finansowy jest rozkręcony do tak niebotycznych sum zarobków.

Każdy właściciel firmy może sprawdzić jaki jest zakres jego termostatu finansowego. Wystarczy zadać sobie kilka prostych pytań:

- Co by się stało, gdybym wysłał kilku nowych handlowców na nowe sąsiadujące rynki zbytu? Wszyscy wiemy jak wzrastają przychody, gdy piekarnia otwiera się na nowe rynki zbytu.
- Czy chciałbym, żeby nagle konkurencyjna cukiernia stała się moją własnością?
- Co by było, gdybym dodatkowo otworzył kilka nowych punktów sprzedaży pieczywa?
- Czy chciałbym, aby moja firma nagle stała się dwa razy większa?

Co czujesz po zadaniu sobie tych pytań? Dominują u Ciebie strach i szukanie przeszkód? A może odwrotnie, może pojawiły się nadzieje i sposoby na realizację tych przedsięwzięć?

Wojciech Moszczyński