

Czy przekazać piekarnię dziecku?



Przekazać piekarnię dziecku czy ją sprzedać? Odpowiedź na to pytanie nie jest prosta. W pierwszej kolejności powinniśmy zadać sobie pytanie, czy mamy komu zostawić piekarnię. Dzieci można zasadniczo podzielić na trzy grupy: dzieci wybitne, dzieci średnie, dzieci poniżej średniej. Rzeczą oczywistą jest, że najwspanialej mieć dzieci wybitne. Jeżeli to im zechcemy przekazać cukiernię lub piekarnię, możemy się rozczarować. Po prostu dzieci wybitne zwykle nie mają problemów ze znalezieniem doskonale płatnej, przyjemnej pracy. Dzieci ponadprzeciętne są dobrze wykształcone i poznały już smak dobrego życia w komforcie i poszanowaniu. Oferta prowadzenia pracowni cukierniczej lub sieci sklepów z pieczywem będzie dla nich raczej karą niż szczęściem. Z kolei dzieci poniżej średniej mogą mieć „alergie” na każdy rodzaj pracy. Mogą cechować się całkowitym brakiem ambicji, celów i zainteresowań. Przyjmujemy je do siebie, ponieważ na rynku czeka je tylko mało ciekawa, żmudna praca fizyczna za głodową pensją. Przekazanie firmy dziecku, które się do tego nie nadaje jest przepisem na katastrofę. Można więc przekazać piekarnię dziecku przeciętnemu, czyli nie zbyt wybitnemu, ale też nie najgorszemu.

Aspekty finansowe

Z czego będziemy się utrzymywać, gdy prześlemy naszą piekarnię? Zakładamy, że firma pod wodzą potomka będzie nam wypłacała stały zasiłek. I tu pojawia się kolejne pytanie: czy finanse firmy na to pozwolą? Czy finanse nie podupadną, gdy piekarnię przejmie młoda, niedoświadczona osoba? Pojawia się jeszcze jeden problem. Dziecko nie musi być jedynakiem. Jeżeli ma rodzeństwo, pojawiają się roszczenia ze strony pozostałych dzieci. Ich też trzeba będzie spłacać. Teraz licząc wszystko od końca. Jakie muszą być przepływy pieniężne, aby wypłacać stałą rentę rodzicom i jednocześnie spłacić udziały pozostałych dzieci?

Czas na przekazanie piekarni dziecku

Kolejny problem to wiek dziecka. Przekazanie piekarni zbyt młodemu dziecku jest niemożliwe. Zatem, czy przekazać ją dorosłemu dziecku, w średnim wieku, komuś kto już dawno ma poukładane życie?

Kiedyś, dawno temu, przekazanie firmy dziecku było koniecznością, ponieważ świat oferował bardzo ograniczone możliwości, żadnych lepszych szans na dobre życie oprócz pracy na swoim. Pojawiał się dylemat: albo przekazać firmę dziecku albo skazać je na nędzę i wypędzenie. Dzisiaj świat jest inny. Można sprzedać piekarnię, a część uzyskanych środków przekazać dziecku, aby realizowało swoją własną

wizję przyszłości. Z drugiej strony pieniądze ze sprzedaży piekarni mogą nie być wystarczające, aby stworzyć podobnie prosperującą, żywą firmę.

Dylemat sukcesji rozwiązują najczęściej same dzieci. Zanim się zorientujemy, mają już swoją drogę rozwoju, znacznie bardziej komfortową od nocnego wypiekania i rozwożenia pieczywa nad ranem.

Dzisiaj względy finansowe nie są już najważniejszym argumentem. Młode pokolenia wychowane w dobrobycie i pełnej dostępności dóbr i usług nie potrzebują dużych pieniędzy, aby zaspokoić większość swoich potrzeb.

Tradycja

Chyba jedynym argumentem przemawiającym za przekazaniem dziecku piekarni jest jej wielopokoleniowa tradycja. Tradycja jest czymś, co wzmacnia poczucie odpowiedzialności za jakość wyrobów, za dobre imię piekarni, wreszcie za dalsze jej utrzymywanie. Oczywiście żaden spadkobierca nie będzie prowadził piekarni tylko ze względu na tradycję. Z drugiej strony w potomkach istnieje ukryta, instynktowna potrzeba powielania pracy, którą wykonywali ich dziadkowie i ojcowie. Czasami niewiele potrzeba, aby zarazić dziecko smakiem ciężkiej pracy w piekarni. Przekazać, kiedy jeszcze jest na to czas, smak zadowolenia i szacunku, jakim dobry piekarz cieszy się w lokalnej społeczności. Zapoznać dziecko ze środowiskiem piekarskim i cukierniczym, tradycjami branżowymi i opracowaniami. Branże cukiernicza i piekarska rozwijają się równie dynamicznie jak inne. Stosowane są w niej podobnie złożone maszyny, metody dystrybucji i marketingu nie ustępują nawet najbardziej zaawansowanym branżom.

Pokażmy dziecku, że to co robimy jest potrzebne i zawsze będzie potrzebne ludziom. Pokażmy, że chociaż dziś nasza piekarnia nie jest nowoczesna, może stać się nowoczesna, stać się ważnym graczem na lokalnym rynku, można w niej wprowadzić nowatorskie metody sprzedaży i nowe produkty.

Jest wiele możliwych dróg rozwoju piekarni. Naszym obowiązkiem jest otwarcie drzwi naszemu potomkowi na nowy świat, aby zachować tradycję naszych przodków.

Wojciech Moszczyński