

PP FAMILY BUSINESS: BUDUJME SPOLEČNĚ DŮVĚROVÝ SEKTOR



Zaměřením skupiny Pavelka Partners je péče o české firmy, rodiny jejich zakladatelů a rodinný majetek. Po několika úspěšných letech na českém trhu se na začátku roku 2020 skupina rozšířila o novou entitu PP Family Business. Co je jejím zaměřením, účelem a co vedlo k jejímu vzniku?

T Ondřej Plánička, Pavelka Partners archiv Pavelka Partners

Rodinné firmy a privátní klientela jsou zcela jedinečným a speciálním odvětvím. Základními stavebními kameny, na kterých tento sektor stojí, jsou výborná znalost řemesla, mravní principy a péče o zákazníka. Základním tmelem je pak jednoznačně vzájemná důvěra. Rodinné firmy jsou základem ekonomiky státu a po 30 letech svobodného podnikání mnoho z nich stojí před nelehkým rozhodnutím. Jak dále. Vážnost a obtížnost tohoto rozhodnutí je navíc umocněna rychlostí dnešní doby a neu-

stále se měnícími podmínkami. Není čas řešit dnešní otázky, ve strategických rozhodnutích je nezbytné koukat dopředu, plánovat a řešit budoucí výzvy.

Důvěra jako cesta

Základním zaměřením společnosti PP Family Business je tak strategické plánování a rozvoj zaměřený dle potřeb rodinné firmy a její rodiny. Tedy zejména strategický rozvoj firmy, rozšiřování její-

ho portfolia a další akvizice, strukturace mezigeneračního předání a případně i příprava rodinné firmy na prodej a jeho smysluplná realizace. Těmito body však vše jen začíná. Hlavním cílem je především zajištění potřeb a bezpečného fungování rodiny při těchto rozhodnutích i po nich. Tedy podpora při přerodu rodiny a jejího majetku z konceptu family business na business family. Všechny tři cesty však mají jedno společné, a to nezbytnost vzájemné důvěry, upřímnosti a otevřené komunikace. A to obzvláště v dnešní době



Tým PP Family Business tvoří vedle Jana Pavelky a Ondřeje Pláničky (na fotografii na vedlejší straně) také advokáti Karel Rada a Barbora Masařová.



neustále očekávaného „ekonomického ochlazení“, které jako by svou povahou šlo právě proti těmto hodnotám. Vznik PP Family Business však v žádném případě nereguluje na tuto událost, ale na přirozený ekonomický a demografický vývoj českého trhu a podnikání.

Zakladatelé před rozhodnutím

Generace otců zakladatelů se blíží k pomyslnému přelomu, kdy musí učinit životní a mnohdy velice nejednoduché rozhodnutí. A to, jestli firmu dále rozvíjet a rozšiřovat, předat nebo prodat. V mnoha případech však na další rozvoj již nezbývá sil a současně není nikdo v rodině, kdo by pomyslné otěže převzal. Zároveň se české firmy a rodiny dostávají do mediánu západních ekonomik, kdy z první generace na druhou se povede předat přibližně jen jedna třetina. V posledním vyjmenovaném případě, kdy firma musí jít na prodej, si však dle nás práce jejích zakladatelů zaslouží patřičnou úctu, respekt a zejména podporu. Právě na tuto potřebu míří nově založená společnost PP Family Business s ambicí pochopení hodnoty firmy, očekávání zakladatele a potřeby jeho rodiny jako celku. S cílem poskytnout strategické poradenství se snaží přinést přidanou hodnotu v podobě nelehké role naváděče rodinné lodi bezpečnou cestou kolem útesů do cílového přístavu zároveň se snaží pružně reagovat právě na budoucí výzvy.

Jednoduše napomáhá otcům zakladatelům zajistit si zasloužené finanční bezpečí ve stáří a případnou budoucí prosperitu pro své potomky.

Podporujeme český byznys

Zejména při prodeji firem pak bývají absolutními nezbytnostmi důvěra, preciznost a pochopení rodinného podnikání. Zcela stěžejní je však volba, pokud možno toho nejoptimálnějšího kupujícího. Zkrátka vyhledání takové cesty, aby prodej byl pro firmu jen dalším přirozeným milníkem, vedoucím k jejímu následnému rozvoji a expanzi. Nikoliv k jejímu zániku, ztrátě její identity nebo jedinečnosti. K tomuto pak směřuje i spolupráce PP Family Business s řadou zejména českých fondů a skupin, které vznikají z matadorů českého byznysu. Tedy z lokálních prostředků, které cílí k udržení našeho know-how zde, u nás doma v Česku. O to důležitější je pak správná volba partnera a případného kupujícího zejména v době „ekonomického ochlazení“. V tomto snad lze dát za pravdu citátu Tomáše Bati, že krize je morální bídou, která pro svou léčbu potřebuje mravní stanoviska k lidem, práci a veřejnému majetku. PP Family Business se tak těší na společné výzvy a budování důvěrového sektoru tak, aby unikátní znalosti a vědomosti zůstaly nejen v bezpečí domácího prostředí, ale aby také mohly dále expandovat, a tím vytvářet a udržovat kultivované a morální podnikatelské prostředí. ■

Příčinou krize je morální bída. Přelom hospodářské krize? Nevěřím v žádné přelomy samy od sebe. To, čemu jsme zvykli říkat hospodářská krize, je jiné jméno pro mravní bídu. Mravní bída je příčina, hospodářský úpadek je následek. V naší zemi je mnoho lidí, kteří se domnívají, že hospodářský úpadek lze sanovat penězi. Hrozím se důsledku tohoto omylu. V postavení, v němž se nacházíme, nepotřebujeme žádných geniálních obrátů a kombinací. Potřebujeme mravní stanoviska k lidem, k práci a veřejnému majetku. Nepodporovat bankrotáře, nedělat dluhy, nevyhazovat hodnoty za nic, nevydírat pracující, dělat to, co nás pozvedlo z poválečné bídy, pracovat a šetřit a učinit práci a šetření výnosnější, žádoucnější a čestnější než lenošení a mrhání. Máte pravdu, je třeba překonat krizi důvěry, technickými zásahy, finančními a úvěrovými ji však překonat nelze, důvěra je věc osobní a důvěru lze obnovit jen mravním hlediskem a osobním příkladem.

TOMÁŠ BAŤA