

Хсіангтсай Чіанг, Уей Джиуан Ю

Аналіз впливу вибору підходящого наступника у сімейних фірмах на їх успіх

Серед засновників сімейних фірм, вибір наступника є найбільшою перешкодою на шляху до довгострокового успіху. Згідно досліджень Інституту Сімейного Бізнесу, лише біля 30% сімейних фірм виживають під час передачі справ другому поколінню, 12% все ще тримаються на плаву під час передачі справ третьому поколінню, і лише біля 3% усіх сімейних фірм продовжують свою діяльність під час передачі справ четвертому та наступним поколінням. В порівнянні з західними країнами, стійкий розвиток сімейних підприємств у Китаї повинен опиратися на їх діяльність. Неминучість вибору наступника може знищити цінності фірми. Дослідження присвячене визначенню успішного плану вибору наступника для збереження бізнес-цінностей та добробуту сім'ї. Основною метою цього дослідження є аналіз зв'язку між наступництвом, наступником та успіхом фірми. Вибірка складається з тайванських лістингових фірм та необхідних даних з тайванської бази даних наукових журналів за період з 1996 по 2016 рр. Вибірка не включає в себе інформацію про цінні папери, фінансові фірми та іншу неповну інформацію. Вибірка дослідження складається з 1,286 фірм та щорічних даних 13,849 фірм, 2,918 з яких мають проблеми з вибором наступника. Автори використовують регресійну модель для аналізу зв'язку між наступництвом, наступником та успіхом фірми. Основні результати дослідження свідчать про негативний вплив вибору наступника на успіх фірми. Однак, наступник, обраний серед членів родини, кращий за наступника, обраного поза родинною, а вибір наступника з числа дітей кращий за вибір наступника з числа інших членів родини.

Ключові слова: наступництво, наступник, сімейна фірма, успіх фірми.

Класифікація JEL: G32, J24, L25.



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/), що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Хсіангтсай Чіанг, Уей Джиуан Ю

Анализ влияния выбора подходящего преемника в семейных фирмах на их успех

Среди основателей семейных фирм, выбор преемника является наибольшим препятствием на пути к долгосрочному успеху. Согласно исследованиям Института Семейного Бизнеса, лишь около 30% семейных фирм выживают во время передачи дел второму поколению, 12% все еще держатся на плаву во время передачи дел третьему поколению, и лишь около 3% всех семейных фирм продолжают свою деятельность во время передачи прав четвертому и следующим поколениям. По сравнению с западными странами, устойчивое развитие семейных предприятий в Китае должно опираться на их деятельность. Неминуемость выбора преемника может уничтожить ценности фирмы. Исследование посвящено определению успешного плана выбора преемника для сохранения бизнес-ценностей и благосостояния семьи. Основной целью данного исследования является анализ связи между преемственностью, преемником и успехом фирмы. Выборка состоит из тайванских листинговых фирм и необходимых данных с тайванской базы данных научных журналов за период с 1996 по 2016 гг. Выборка не включает в себя информацию о ценных бумагах, финансовых фирмах и другую неполную информацию. Выборка исследования состоит из 1,286 фирм и ежегодных данных 13,849 фирм, 2,918 из которых имеют проблемы с выбором преемника. Авторы используют регрессионную модель для анализа связи между преемственностью, преемником и успехом фирмы. Основные результаты исследования свидетельствуют об отрицательном влиянии выбора преемника на успех фирмы. Однако, преемник, выбранный среди членов семьи, лучше преемника, выбранного вне семьи, а выбор преемника из числа детей лучше выбора преемника из числа других членов семьи.

Ключевые слова: преемственность, преемник, семейная фирма, успех фирмы.

Классификация JEL: G32, J24, L25.



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/), что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует присутствия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.