

V rodinnom biznise vidíme zmysel

DÔVERA

V západnej Európe je vnímanie rodinných firiem lepšie ako na Slovensku, vraví Miloslav Jurík z firmy Studio 21. Prevzal ju s bratom od rodičov.

Katarína Šebejová

©hn

katarina.sebejova@mafrasslovakia.sk

Jana a Vladimír Juríkovci rozprávajú o hodnotách, ktoré má firma v DNA. A synovia Miloš a Juraj o ich zachovaní.

Rodinnú firmu začal budovať Vladimír Jurík a neskôr sa k nemu pridala manželka Jana. „Keď som v roku 1993 zakladal spoločnosť Studio 21, mnohí sa ma pýtali, prečo 21. Odpoveďou bolo, že chcem pripravovať projekty s víziou, projekty pre 21. storočie,“ spomína zakladateľ.

Obaja synovia do firmy nastúpili hneď po skončení vysokej školy. Miloš v roku 2005 a na starosť si vtedy zobral ekonomicko-prevádzkový chod a marketing firmy, Juraj o rok neskôr a jeho parketou boli od začiatku projekcie a realizácie. „Už ako študenti pomáhali. Stáli pri nás, v dobrom aj zlom, od začiatku,“ pridáva Jana Juríková.

Premiérovým vlastným projektom boli Biele vody v Ivanke pri Dunaji. Postupne sa orientovali na celkové skvalitňovanie verejného priestoru a na dizajnové detské ihriská, ktorých majú dnes po Slovensku vyše tristo.

„Za skromný úspech považujem, že za 30 rokov sa ani raz nestalo, že by niekto z nášho tímu nedostal výplatu, hoci boli aj ťažké mesiace,“ zhrnie podnikateľ začiatky a odhalí hodnoty.

Rozvíjať rodinný biznis na Slovensku nie je najľahšie. Legislatíva rodinným firmám skôr nepraje, hoci snahy o zmeny sú. Pritom práve rodina dáva do biznisu takmer všetko. Najsilnejším vkladom je bezpochyby me-



Rodinná firma Studio 21, Miloslav a Juraj Juríkovci prevzali kormidlo po rodičoch.

FOTO: STUDIO 21

no – rodiny aj firmy. „V zahraničí, najmä v západnej Európe, je vnímanie rodinných firiem lepšie ako na Slovensku. Povážšne predstavujú serióznosť, kontinuitu, poctivý prístup k podnikaniu,“ konštatuje Miloslav Jurík, predstaviteľ druhej generácie rodinnej firmy Studio 21. Tento rok s bratom Jurajom, autorizovaným architektom, prebral od rodičov kormidlo a stal sa výkonným riaditeľom.

Žezlo druhej generácii

Rodičia svojich synov nikdy nebrali ako „detičky bohatých podnikateľov“, často s nimi chodili na rokovania, takže ich vnímali aj zahraniční partneri. „Počas rodinných debát vždy ponúkli svoje nápady na riešenie, užitočné, ktoré v danej situácii spravidla pomohli v ďalších krokoch. V posledných rokoch čoraz viac riešili bežný chod firmy, rozhodnutie odovzdať vedenie do ich rúk prišlo prirodzene. Sme už dôchodcovia, a hoci ešte pracujeme, ich tempo by sme už nezvládli,“ dodáva Jana Juríková.

„Generačný prechod vnímam ako logické, plynulé a jediné správne riešenie pokračovania našej firmy. Synovia do náš-

ho často intuitívneho konania vniesli organizovanú logistiku. Vedú firmu veľmi dobre, s plným nasadením. Z budúcnosti nemám obavy,“ smelo vraví mama. „Som rád, že genetická výbava firmy, ktorá sa orientuje na vízie a strategické uvažovanie, sa prejavuje aj v práci našich nasledovníkov,“ zhodnotí otec. Dáva to podľa neho záruku, že budú orientovaní na podnikanie, nie na „kšeft“. „To rozlišujem a som hrdý na to, že firma v súčasnosti, za vedenia našich synov, funguje ešte lepšie ako v prvej etape rozvoja,“ prezradí s uznaním.

Generačnú výmenu berie aj Miloslav ako prirodzenú a nevyhnutnú pre rozvoj firmy. „Sme radi, že v celom procese, ktorý je prirodzene náročný pre všetkých účastníkov, od majiteľov cez nás ako druhú generáciu až po ostatných spolupracovníkov, sme od začiatku spolupracovali s externými konzultantom, firmou Inotrix. Pomohla nám v internej komunikácii, vyjasniť si očakávania a spresniť jednotlivé kroky a tiež pri definovaní štruktúry firmy, kompetencií a zodpovedností. Verím, že to povedie k ďalšej profesionalizácii a rozvoju, v nadväznosti na úspechy a po-

zitívne vnímanie značky Studio 21 a rodiny Juríkovcov na slovenskom trhu,“ vysvetľuje nový výkonný riaditeľ.

Vzťahy viažu na hodnoty

Firemné hodnoty Studio 21 – spoľahlivosť, serióznosť, kvalita, inklúzia, rešpekt, odbornosť či osožnosť – sú súčasťou korporátnej identity a uznania na európskom trhu. „Sme rešpektovaní vďaka odbornému a serióznemu prístupu. Máme množstvo dobrých osobných vzťahov s majiteľmi či riaditeľmi významných európskych firiem. Na tom budeme stavať,“ podotýka Miloslav Jurík.

V zahraničí spolupracuje s výrobcami ako HAGS, Berliner Seilfabrik, Falco, Denfit, Playtop, Eurotramp, Decomark, Playnetic, Kaiser-Kühne či FiberCore Europe. Najmä pri návrhoch a realizáciách detských ihrísk je otázkou kvality a bezpečnosti prioritou, preto s osvedčenými partnermi pracujú desiatky rokov. Nepracujú „rychlo a lacno“. Detské ihrisko je pre nich dlhodobou investíciou do kvality verejného priestoru. Miestom komunikácie a socializácie detí, nie doplnkom bytovej výstavby. Skúsenosti a inovácie z vy-

spelých krajín v duchu svojho DNA prenáša firma aj na Slovensko. Vzdelávajú architektov, rozširujú povedomie o inkluzívnych ihriskách. Ako prví prišli s ponukou poschodových stojanov na bicykle. Zaoberajú sa tak pri projekcii a realizácii dizajnových detských ihrísk a exteriérových športovísk aj cyklostanami a smart riešeniami v mestách.

Ďalší krok – ďalší trh

„Nedávno som čítal o firme Lego, ktorá pripravuje na podnikanie už piatu generáciu. Napriek tomu, že je obrovská a medzinárodne úspešná, našiel som tam mnohé paralely s naším rodinným príbehom. Najmä v súvislosti so smerovaním firmy a jej rozvojom,“ hovorí Miloslav Jurík. Aj Studio 21 mieri ďalej.

„Expanziu vnímam ako prirodzený rozvoj firmy. Na českom trhu sme v minulosti realizovali čiastkové či menšie projekty, ale od tohto roku sa budeme cieľne zameriavať na rozvoj dcérskej firmy v Česku, ktorú sme tam založili,“ hovorí Miloslav Jurík.

„Osobne som zvedavý, ako sa nám bude dariť v Česku. Je tam väčší, ale aj ťažký trh. Viaceré české firmy nám boli v minulosti do istej miery vzorom. Teraz – v kontexte našich stretnutí v rámci Európy – sa s nami radia a istým spôsobom nám dávajú na vedomie, že nás považujú za to lepšie, s čím sa v obchodnom svete stretávajú. Vyzerá to, že sa v Európe nestratíme,“ myslí si Vladimír Jurík.

Zodpovednosť hrá prím. „Limity, samozrejme, máme. Vychádzajú z našej rozvojovej stratégie a tiež z finančného a obchodného plánu. Sme v tomto smere optimisti a náš úspech preverí čas,“ vraví Miloslav Jurík. Zatiaľ je skoro hovoriť o angažovaní tretej generácie. „V našich firemných hodnotách máme, že firma stojí na kvalitných a zodpovedných ľuďoch, funkčných procesoch, dobrom mene a inovatívnom prístupe k verejným priestorom, a to bez ohľadu na to, či v jej aktívnom vedení bude zástupca rodiny,“ uzatvára.

EXTERNÝ VÝKONNÝ RIADITEĽ RODINNEJ FIRMY MÁ VÝHODY:



1. Môže priniesť nové stratégie, na čo by mala byť rodinná firma pripravená.
2. Vzájomná spolupráca bude fungovať iba vtedy, ak sú vopred obom stranám jasné kompetencie, očakávania a spôsob komunikácie.
3. Je vhodný najmä pre rodinné podniky rozrastajúce sa horizontálne alebo diagonálne.
4. Je jednou z možností pri nutnej generačnej výmene vzhľadom na vek zakladateľov firmy.
5. Môže priniesť do rodinnej firmy nové procesy a vplyvy.
6. Pri prijatí je dôležité stanovenie cieľov, príprava na zmeny, harmonizácia vzťahov a prenos vedomostí.
7. Proces prechodu na nové vedenie má byť postupný. Vyžaduje školenie potenciálneho nástupcu niekým z rodiny a prípravu celej rodiny.
8. Od začiatku musí byť podľa charakteru firmy jasné, či je úlohou CEO kľásť dôraz na externý alebo interný manažment.
9. CEO by mal mať jeden hlavný kontakt v rodine kvôli efektívnej spolupráci.
10. Kľúčové je, aby proces prechodu manažmentu prebiehal plánovane, so zameraním na otvorenú komunikáciu, spoluprácu a dlhodobý úspech firmy.

K externému CEO v rodinnej firme sa vyjadril Milan Černák, manažing partner poradenskej spoločnosti RSM SK.