

Kar dve tretjini podjetij po eni generaciji propade

»Družinsko podjetništvo ima velike prednosti, in sicer osebno motivacijo ter identifikacijo z razvojno vizijo,« poudarja Ludvik Toplak, profesor in eden izmed soustanoviteljev Mednarodnega inštituta za družinsko podjetništvo.

Katarina Pernat

V Sloveniji so po podatkih družbe Ernest&Young gonilna sila gospodarstva prav družinska podjetja. Omenjena podjetja, med katerimi gre večinoma za mikro in majhna podjetja z manj kot 50 zaposlenimi, prispevajo 69 odstotkov prodaje in 67 odstotkov dodane vrednosti slovenskih podjetij, zaposlujejo pa 70 odstotkov delovno aktivnega prebivalstva. Presečna podatek, ki ga je podala Ekonomska fakulteta v Ljubljani, da okoli dve tretjini družinskih podjetij med prenosom propade.

Pomembna je družinska ustava

»Slabosti družinskega podjetništva so predvsem v slabi nadgradnji, nepovezanosti, posebej pa pri kontinuiteti dela, zlasti če naslednja generacija ne sodeluje pri razvoju. Za prenos med generacijami je pomembna družinska ustava, kako predati podjetje, kar je stalna praksa v tujini,« opozarja Ludvik Toplak, sicer tudi predsednik Alma Mater Europaea – ECM, ki razvija podiplomski magistrski študijski program Družinsko podjetništvo in socialno-tržna ekonomija.

Ključno za uspešno družinsko podjetje je tudi ustrezna izobraženost ustanoviteljev in njihovih naslednikov. »Razvojna stopnja ter novi trendi ter predvsem tuje prakse, ki so pomembne za uspeh, velikokrat prerastejo ustanovitelje. Izobraževanje pa je tisto, ki prinese znanje za nove čase,« še dodaja Toplak.

Več kot polovica v rokah prve generacije

Več kot polovico družinskih podjetij (57,5 odstotka) vodi prva generacija, 37,1 odstotka podjetij vodi druga generacija, v kar 62 odstotkov družinskih podjetij pa sta vključeni dve ali več generacij, še govori podatki raziskave, ki sta jo naredila EY in ljubljanska ekonomska fakulteta.

AJM – primer dobre prakse

Med večjimi družinskimi podjetji, ki jim je uspel prenos na drugo generacijo, je zagotovo podjetje AJM – okna, vrata, senčila, ki sta ga pred 25 leti ustanovila Marija in Janez Ajlec. Podjetje vodi mož najstarejše hčere, in sicer Trivo Krempl.

O prenosu vodenja podjetja na drugo generacijo, je Krempl za Glas gospodarstva pojasnil: »Predaja je potekala nekako po »naravnem« poti, če lahko temu tako rečemo. Funkcijo direktorja podjetja sem prevzel kot dolgoletni direktor prodaje, torej s položaja, ki v našem podjetju pod seboj združuje številne oddelke in je zato precej zahteven. Podjetja sicer ne vodim povsem sam, pač pa skupaj v dogovoru s preostalimi družinskimi člani. Pri nas smo ob predaji vodenja naslednji generaciji na mojo pobudo jasno (re)definirali vloge vseh družinskih članov, tako da ni šlo zgolj za prevzem direktorske pozicije. Menim, da je to, ob jasno določenih pravilih, ključ do uspeha.«

Vsi v podjetju

»Pri nas delamo v podjetju vse tri hčere ter naši partnerji. Vsi si želimo, da zgodbo družinskega podjetja nadaljujejo tudi prihodnje generacije naše družine. Kako pa se bodo odločili naši otroci, za zdaj ostaja še odprto, saj so vsi še premladi, da bi že razmišljali o tem,« nam je povedala Julija Ajlec Težak, najmlajša hči Marije in Janeza, ki je v AJM direktorica prodaje. gg



Foto: Arhiv PTZ

»Pri nas smo ob predaji vodenja naslednji generaciji na mojo pobudo jasno (re)definirali vloge vseh družinskih članov. Ni šlo zgolj za prevzem direktorske pozicije.«

Trivo Krempl, AJM



Foto: Depositphotos

19,4 odstotka družinskih podjetij v Sloveniji se ukvarja s trgovino na debelo,

74,3 odstotka je starih več kot 20 let,

87,2 odstotka jih letno ustvari manj kot štiri milijone evrov prometa.