

Sukcesor w firmie rodzinnej: urodzony czy wykształcony

Andrzej Blikle

8 kwietnia 2013

prezentacji i inne materiały do pobrania na

www.moznainaczej.com.pl



Niniejszy materiał by Andrzej Blikle is licensed under a [Creative Commons Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Unported License](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/).

© **Copyright by Andrzej Blikle.** W ramach moich praw autorskich chronionych ustawą z dnia 4 lutego 1994 (z późniejszymi zmianami) *Prawo autorskie i prawa pokrewne* wyrażam zgodę na niekomercyjne rozpowszechnianie niniejszego materiału przez jego zwielokrotnianie bez ograniczeń co do liczby egzemplarzy (w formie elektronicznej), a także umieszczanie go na stronach internetowych, jednakże bez dokonywania jakichkolwiek zmian i skrótów. Wszelkie inne rozpowszechnianie niniejszego materiału, w tym w części, wymaga mojej zgody wyrażonej na piśmie. Dozwolone jest natomiast cytowanie materiału zgodnie z zasadami ustanowionym przez w.w. ustawę.

Polskie firmy rodzinne

- $78\% \times 1.700.000 = 1.117.000$ (bez gospodarstw rolnych), Źródło: PARP 2011
- W grupie rodzinnych R-MMŚP: 90% mikro, 9% małe, 1% średnie, źródło PENTOR 2010
- Rozwojowa struktura populacji R-MMŚP (PENTOR 2010)
 - Zdobywanie pozycji — 45%
 - Kiełkowanie sukcesji — 16%
 - Profesjonalizacja zarządzania — 12%
 - Entuzjaści rodzinni — 13%
 - Zmiana warty — 10%
 - Wielopokoleniowi tradycjoniści — 5%
- Wiekowa struktura populacji:
 - do 3 lat — 3%
 - od 4 do 20 — 77%
 - powyżej 20 lat — 20%

Czy firmy rodzinne mogą być siłą?

W Unii Europejskiej 60% firm to firmy rodzinne

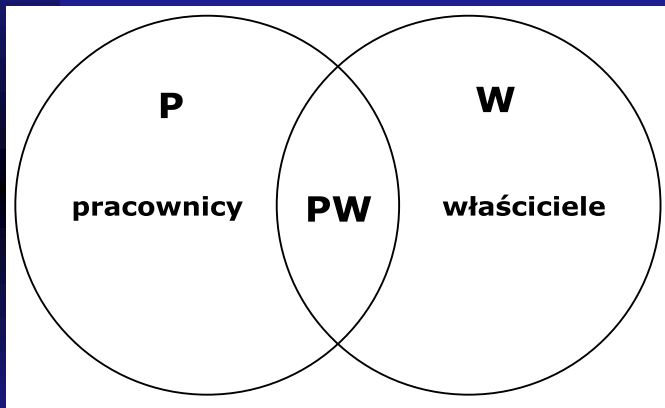
W gronie 250 największych firm na giełdzie w Paryżu znajduje się 57% firm o proweniencji rodzinnej

Europejska federacja stowarzyszeń firm rodzinnych skupia ca. 4.600 firm

W Polsce ponad 1 ml aktywnych firm to firmy rodzinne, a w tym także firmy duże: Konspol, Fakro, ITI,...

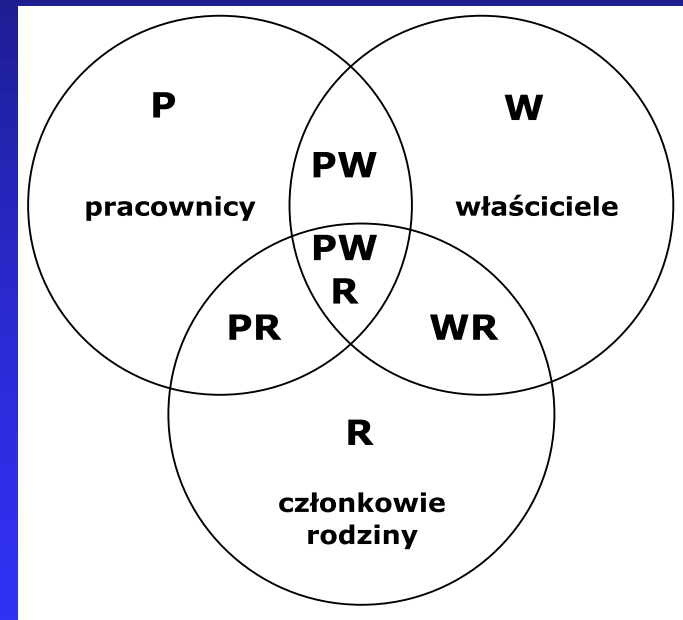
Największe wyzwania FR

- ❑ SUKCESJA — wyzwanie nadrzędne
- ❑ Dialog międzypokoleniowy
- ❑ Dialog firma – rodzina
- ❑ Dialog rodzina firmowa – rodzina niefirmowa



6 kier. komunikacyjnych

Potrzebna istotna wiedza z zakr. psychologii społecznej



28 kier. komunikacyjnych

Urodzenie a wiedza

URODZENIE

- wartości
- determinacja przetrwania
- honor marki

WIEDZA

- zarządzanie godnościowe
- marketing emocjonalny
- nowe technologie
- języki obce
- dostęp do świata

Dziękuję
za uwagę