

Spis treści

Wprowadzenie	7
Rozdział 1. Sukcesja jako strategiczny problem przedsiębiorstwa rodzinnego	11
1.1. Istota problemu	11
1.2. Pojęcie i cel sukcesji	13
1.3. Strategia sukcesji jako element strategicznej koncepcji rozwoju przedsiębiorstwa	22
1.4. Uwarunkowania procesów sukcesyjnych	30
1.5. Stan badań nad procesami sukcesyjnymi – podsumowanie	49
Rozdział 2. Wymiana jako teoretyczna perspektywa badania procesów sukcesyjnych	56
2.1. Punkt wyjścia	56
2.2. Teoria wymiany – elementy paradygmatu	61
2.3. Struktura rodzinno-biznesowa	74
2.4. Sytuacja sukcesji i strategia analizy	76
Rozdział 3. Logika badań	79
3.1. Przygotowanie i sposób przeprowadzenia badań	79
3.2. Problematyka badań	84
3.3. Schemat analiz	88
3.4. Firmy rodzinne i przedsiębiorcy jako uczestnicy badań	93
3.4.1. Firmy rodzinne	94
3.4.2. Przedsiębiorcy rodinni	102
Rozdział 4. Rodzina i biznes rodzinny	108
4.1. Wprowadzenie	108
4.2. Model rodziny	110
4.3. Relacje rodzina – firma: biznes w rodzinie	113
Relacje rodzina – firma: rodzina w biznesie	115

4.4. Role rodzinne a role biznesowe	118
4.5. Odniesienie do wartości: orientacje aksjologiczne w firmach rodzinnych	121
4.6. Rodzina i biznes: stosunki wymiany	125
4.7. Rola więzi rodzinnej w wymianie rodzina – biznes	130
4.8. Konkluzje	133
Rozdział 5. Procesy sukcesyjne w firmach rodzinnych	135
5.1. Wprowadzenie	135
5.2. Sytuacja sukcesji	138
5.2.1. Planowanie sukcesji	139
5.2.2. Kontekst sytuacji	143
5.2.3. Właściciel – gotowość do sukcesji i nacisk rodziny	150
5.2.4. Dzieci i sytuacja sukcesji	160
Rozdział 6. Strategie i praktyki sukcesyjne	167
6.1. Strategie sukcesji <i>vs</i> strategie przedsiębiorstw	167
6.2. Sposób i zakres realizacji planu sukcesji w firmach rodzinnych	174
6.3. Profil sukcesora i relacje sukcesor – właściciel	178
6.4. Konkluzje	181
Zakończenie	184
Literatura	199
Wykaz tabel	205
Wykaz rysunków	207