



Komunikat prasowy

Sopot, 30.09.2016

Jak sprawić, by firmy rodzinne rosły szybciej?

Firmę rodzinną charakteryzuje myślenie o ciągłości działania. Twórcy takich przedsiębiorstw nastawiają się zwykle, że przedsięwzięcia biznesowe, które budują, będą istniały przez pokolenia. Budowanie siły takiej firmy wnika z pasji, z chęci rozwoju, a nie z chciwości. Można umownie powiedzieć, że te przedsiębiorstwa mają „ludzką twarz”. Badania pokazują, że firmy rodzinne wyróżnia na rynku większa gotowość do konkurowania jakością produktów i usług.

Dziś największym dla biznesów rodzinnych jest wyzwanie sukcesji w zarządzaniu firmą. W dużej mierze powstawały one w sposób organiczny, nie zakładając zawczasu, że ktoś inny zajmie ich stery. Specyfika zarządzania firmą rodzinną i korporacją różni się natomiast zdecydowanie. Z badań firmy Deloitte wynika, że nawet w przypadku powierzenia zarządzania biznesem najemnym menadżerom, właściciele nadal podejmują kluczowe decyzje, związane z kierunkami rozwoju firm.

Dużą potrzebą rodzinnych firm jest także aktywne działanie w segmencie employer branding. Pracownicy powinni mieć przekonanie, że wiązanie swojej drogi zawodowej z tym segmentem jest dobrym rozwiązaniem. Wciąż pokutuje bowiem przekonanie, że firma rodzinna to „prywaciarz”, który nigdy nie będzie dobrym pracodawcą.

Potrzeby rodzinnych przedsiębiorstw różnią się, mniejsze potrzebują dostępu do kapitału, a duże wsparcia w umiędzynaradawianiu i inwestycjach w innowacje. Wspólne jest natomiast oczekiwanie zmniejszenia obciążeń regulacyjnych i uproszczenia ram biurokratycznych.

W panelu udział wzięli:

- Aneta Piątkowska (z-ca dyrektora Departamentu Strategii Rozwoju w Ministerstwie Rozwoju)
- Henryk Orfinger (prezes zarządu Dr Irena Eris)
- Artur Czepczyński (prezes zarządu ABC Czepczyński)
- Maciej Adamkiewicz (prezes zarządu, Adamed Pharma)
- Adam Chrościelewski (lider Family Business Network Deloitte)
- Jacek Rozwadowski (dyrektor zarządzający ENEL-MED)
- Paweł Wojciechowski (główny ekonomista ZUS).

Partnerem debaty była Rada Firm Rodzinnych Konfederacji Lewiatan.

Europejskie Forum Nowych Idei to międzynarodowy kongres środowisk biznesowych z udziałem wybitnych przedstawicieli świata polityki, kultury, nauki i mediów. Organizowane jest od 2011 r. przez Konfederację Lewiatan we współpracy z BusinessEurope, Miastem Sopot oraz polskimi i międzynarodowymi firmami i instytucjami. Celem Forum jest wypracowywanie pomysłów na silną Europę i konkurencyjną gospodarkę, otwartą na trendy cywilizacyjne i technologiczne. Tegoroczna edycja EFNI odbywa się w dniach 28-30 września w Sopocie, a jej hasło przewodnie to „Przyszłość pracy. Realia, marzenia i mrzonki”.

Więcej informacji: www.efni.pl

Patronat honorowy

Parlament Europejski

**EFNI**EUROPEJSKIE FORUM
NOWYCH IDEI

WWW.EFNI.PL

SOPOT

Partnerzy instytucjonalni**Strategiczni partnerzy medialni****Partner Gali otwarcia****Partner Gali zamknięcia****Partnerzy główni****Partnerzy wspierający****Partnerzy merytoryczni****Producent wykonawczy****Dodatkowe informacje:****Zbigniew Maciąg**zmaciag@konfederacjalewiatan.pl

tel.: +48 604 589 080

Grupa Pracodawców EKES, Przedstawicielstwo Komisji Europejskiej w Polsce, Rada Dialogu Społecznego

„Dziennik Gazeta Prawna”, Grupa Onet.pl

Bank Pekao S.A.

MetLife

BMW Group, Citi Handlowy, „Do Rzeczy”, Fiat Chrysler Automobiles, „Forbes”, France 24, Intel, „Newsweek”, Orange Polska, „Parkiet”, POLITICO, Polskie Forum HR, Radio ZET, Związek Pracodawców Technologii Cyfrowych Lewiatan

AMS, „Bloomberg Businessweek Polska”, „Gazeta Wyborcza”, Havas Media Group, IKEA, „Liberté!”, LINKLEADERS, „My Company Polska”, Polska Agencja Prasowa,

„Puls Biznesu”, Quatro Por Quatro, Rada Firm Rodzinnych Konfederacji Lewiatan, Radio TOK FM, „Warsaw Business Journal Observer”, Związek Pracodawców

Motoryzacji i Artykułów Przemysłowych

Centrum Stosunków Międzynarodowych, European Council on Foreign Relations,

Polityka Insight, Ośrodek THINKTANK, Global Compact Poland, Światowa Akademia

Sztuki i Nauki

Agencja IDFX