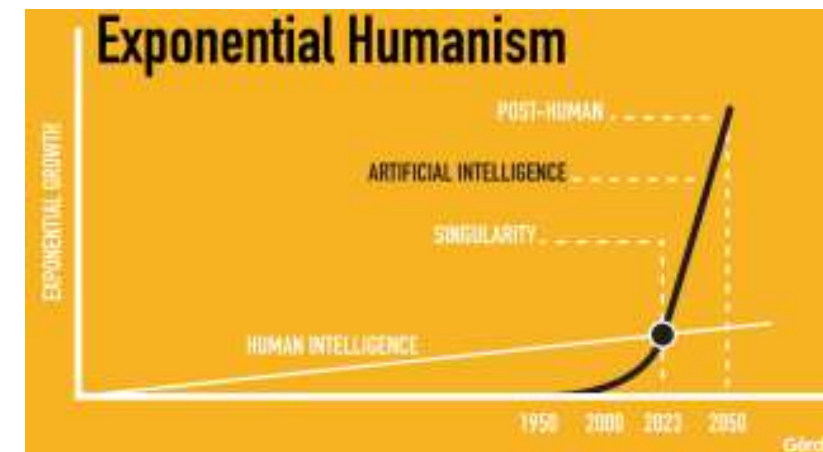


Kakve lidere trebaju obiteljske tvrtke

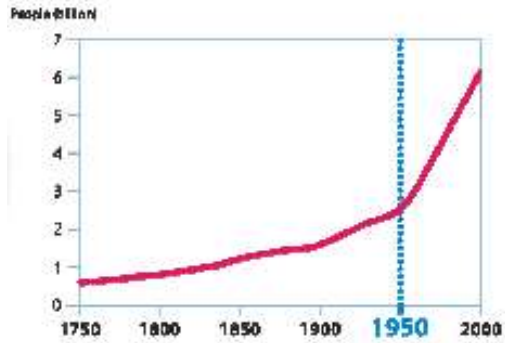
Svijet će se u narednih 20 godina promijeniti više nego u prethodnih 300

Gerd Leonhard



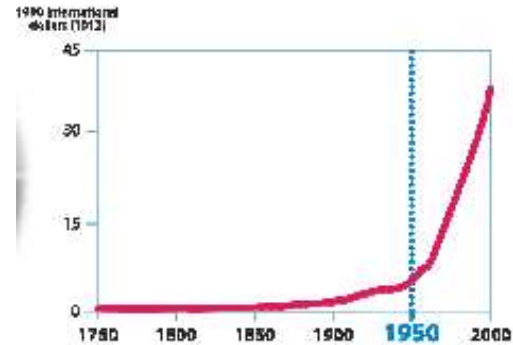
VELIKO UBRZANJE

Population



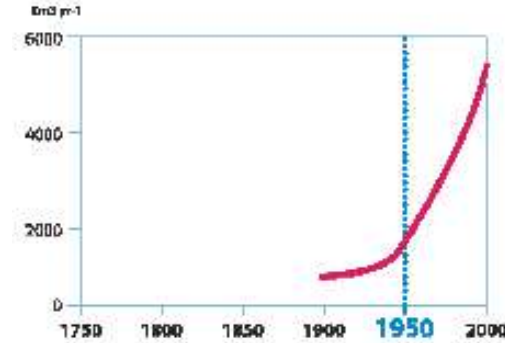
US Bureau of the Census (2000) International database
IGBP synthesis: Global Change and the Earth System, Steffen et al 2004

Total real GDP



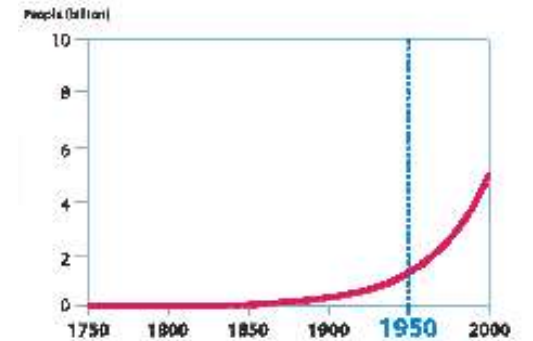
Northam (1997) The economics of new goods, University of Chicago Press
IGBP synthesis: Global Change and the Earth System, Steffen et al 2004

Water use

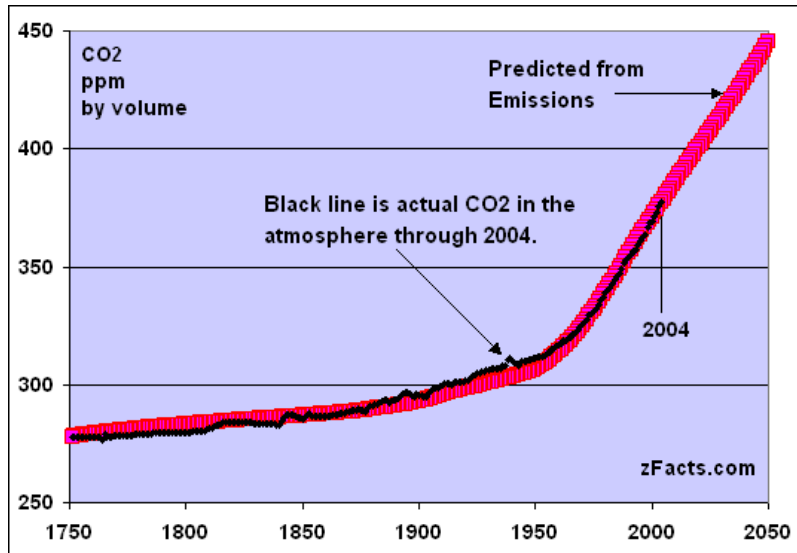


Shikunov (1996) Global Water Resources
IGBP synthesis: Global Change and the Earth System, Steffen et al 2004

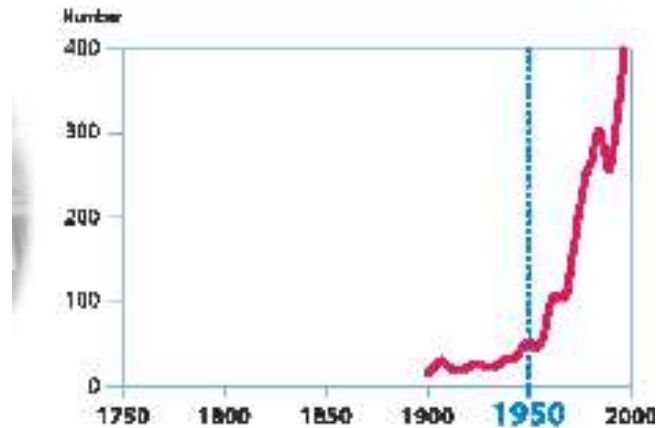
Urban population



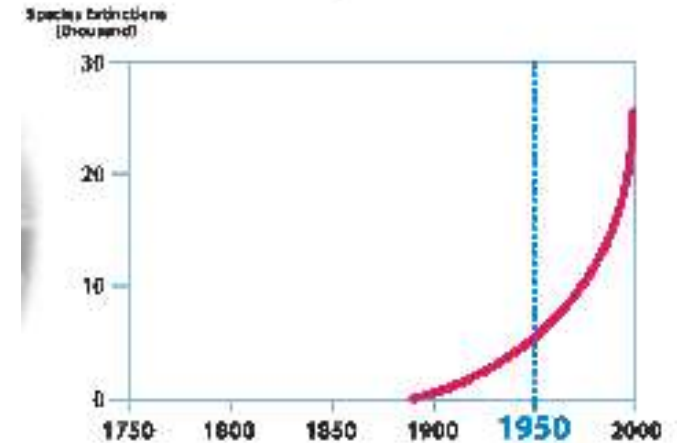
The State of the World's Cities (2001)
IGBP synthesis: Global Change and the Earth System, Steffen et al 2004



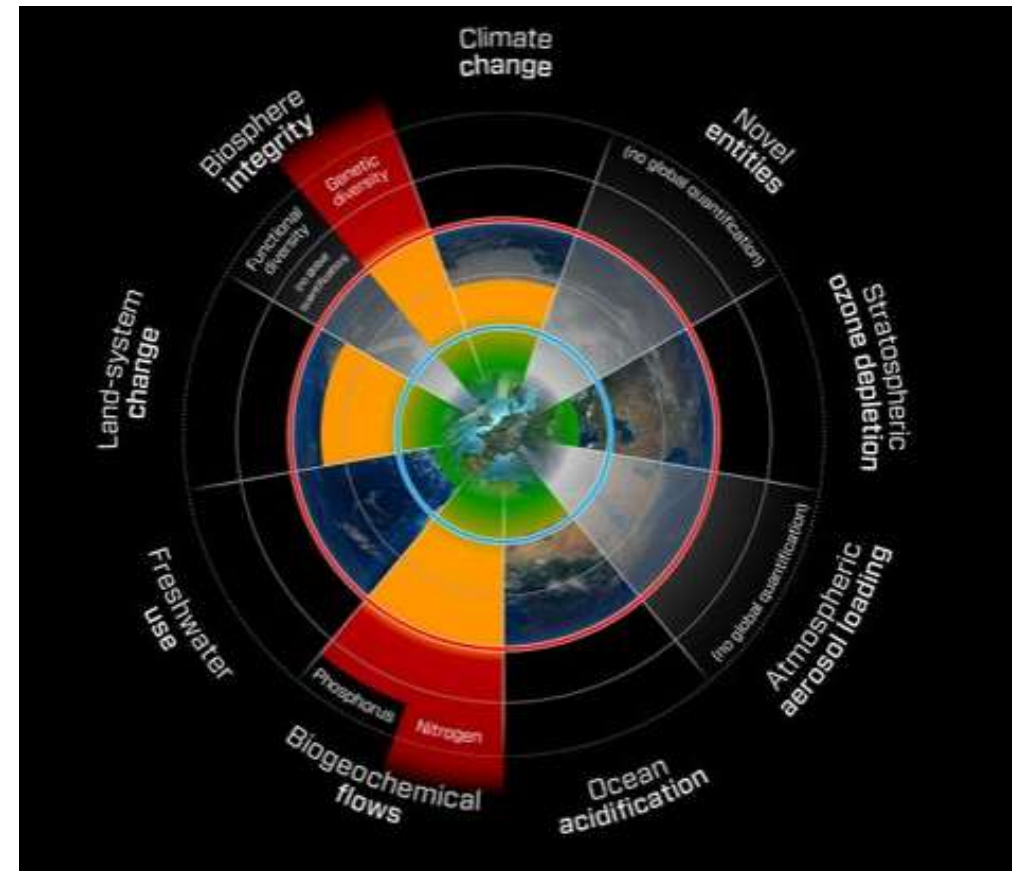
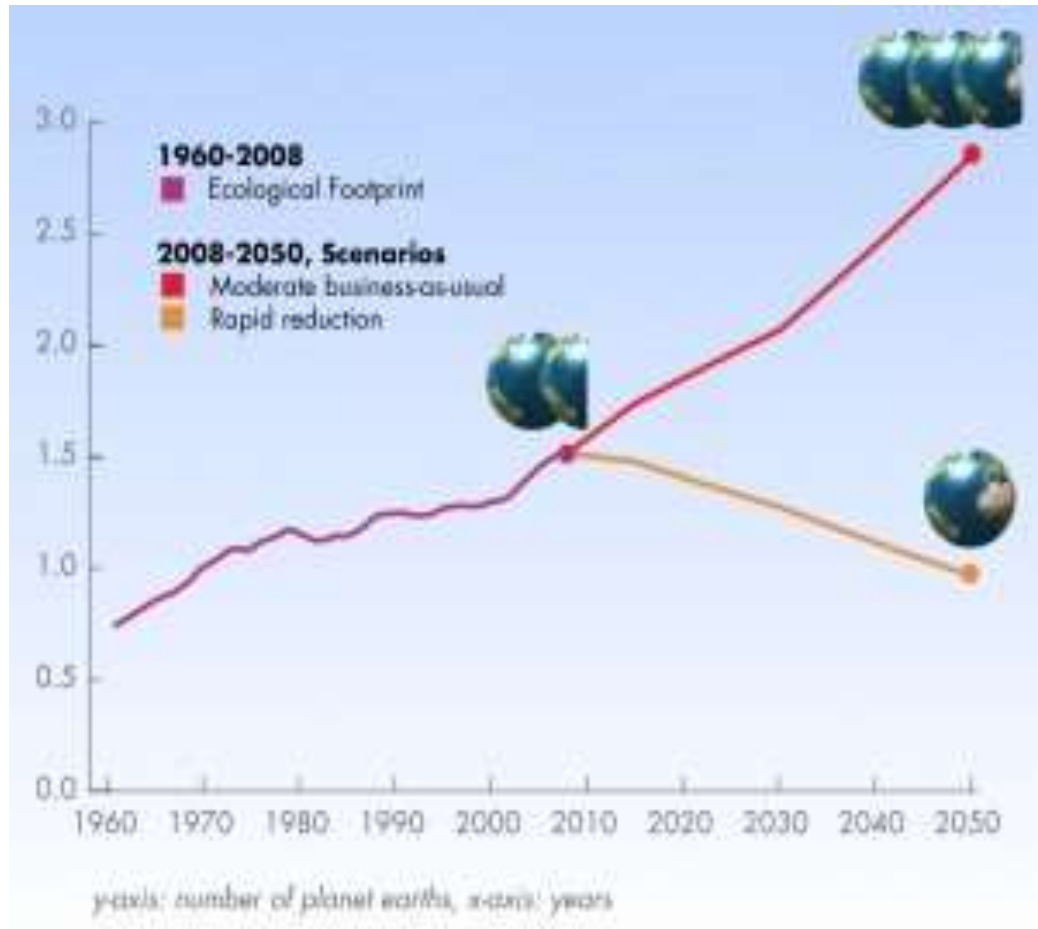
Natural climatic disasters



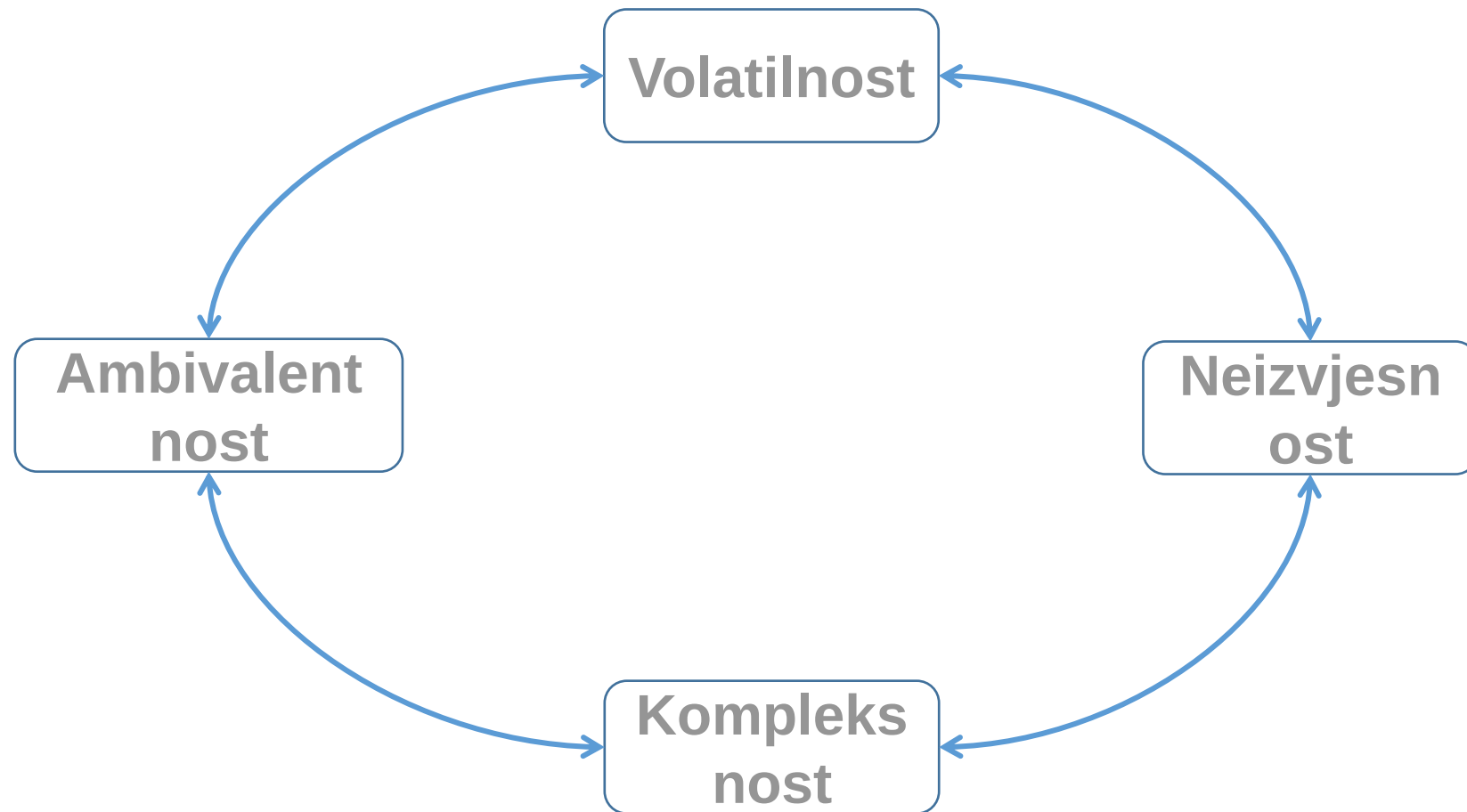
Biodiversity loss



POSLEDICE VELIKOG UBRZANJA



SVIJET DOLAZEĆE BUDUĆNOSTI



SVIJET JE NA RASKRSNICI

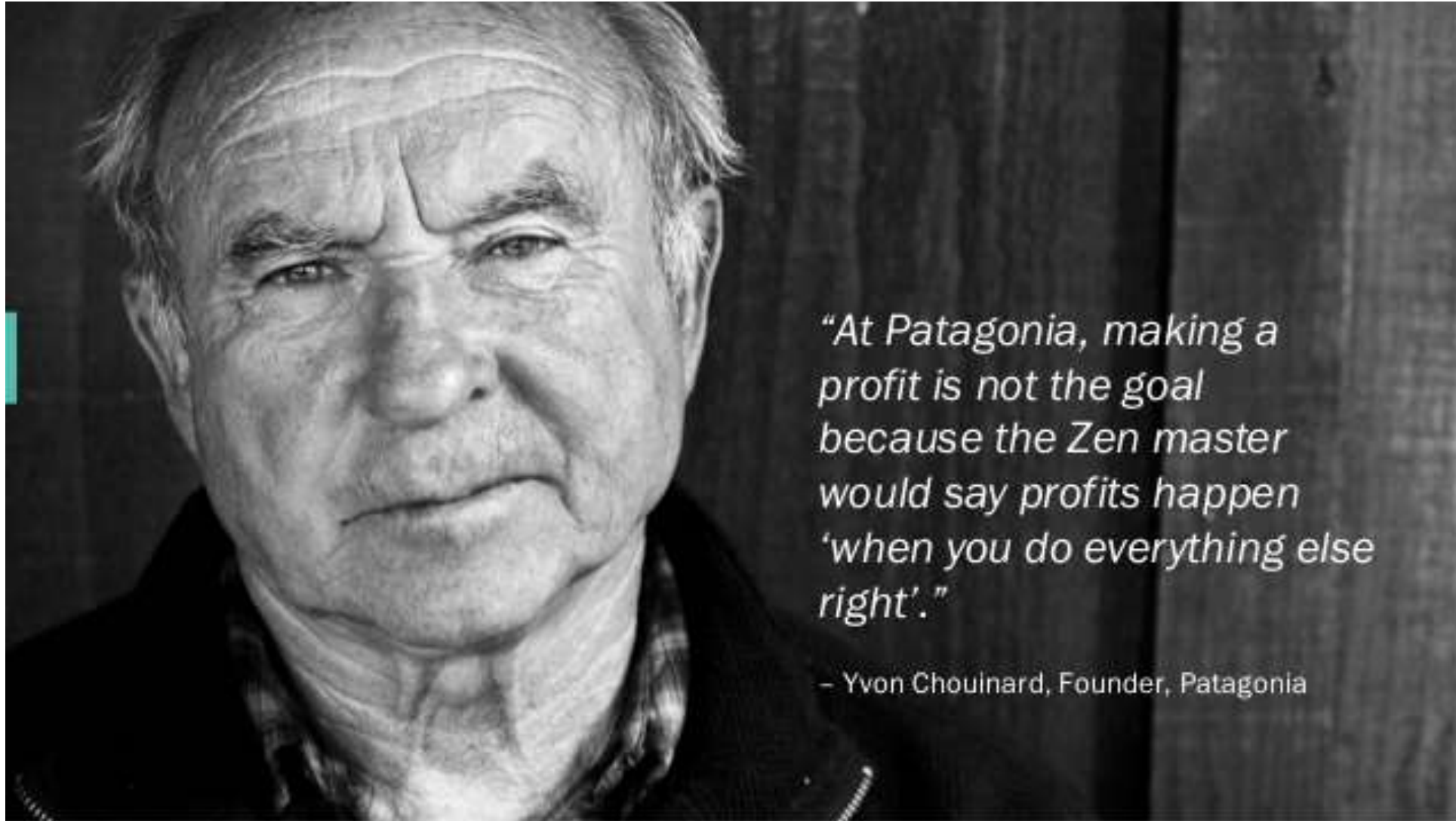


Poricanje...BAU...konfuzija...kaos....sukobi... rizici kolapsa ekoloških i socijalnih sistema

Suočavanje sa realnošću, suradnja, stvaranje društva koje će biti ekološki održivo, ekonomski uspješno i društveno pravedno > **ciljevi održivog razvoja**

Izbor je na svima nama

PROFIL LIDERA



"At Patagonia, making a profit is not the goal because the Zen master would say profits happen 'when you do everything else right'."

– Yvon Chouinard, Founder, Patagonia

YVON CHOUINARD: ŽIVOTNA FILOZOFIJA

Posao treba biti zabava



Svi trebaju na posao dolaziti s
veseljem

Na poslu trebamo biti okruženi prijateljima,
koji mogu obući što god poželeva - čak mogu
biti i bosonogi

Svi trebaju imati fleksibilno radno vrijeme

PATAGONIA PROFIL KOMPANIJE



Misija: izrađivati najbolji proizvod, ne izazivati nepotrebnu štetu, koristiti poslovanje kao inspiraciju i primjenu rješenja za krizu okoliša

Vrijednosti: sve odluke se donose u kontekstu ekološke krize, kvaliteta proizvoda, profit nije primarni cilj, transparentnost

Filozofije: dizajn proizvoda, proizvodnja, distribucija, marketing, financije, HR, upravljanje, zaštita okoliša

Aktivnosti

1. Aktivistička kompanija
2. Utjecaj na okoliš
3. Lanac snabdijevanja

LIDERI KAKVE TREBAMO **KLJUČNA OBILJEŽJA** vs **DOLAZEĆA** **BUDUĆNOST**

Volatilnost

Nesigurnost

Kompleksnost

Ambivalentnost

Nesebičnost

Usredotočena svjesnost

Holistička
orijentacija

Usmjerenost prema 'dolazećoj
budućnosti'

Otpornost

Autentičnost

PATAGONIJA PRISTUP NASLJEĐIVANJU

“Izlazak na burzu predstavljalo bi smrt za ovu kompaniju. Kompanija ne može biti na burzi i biti odgovorna. Moja djeca to razumiju. Stoga sve više i više preuzimaju vođenje tvrtke.”

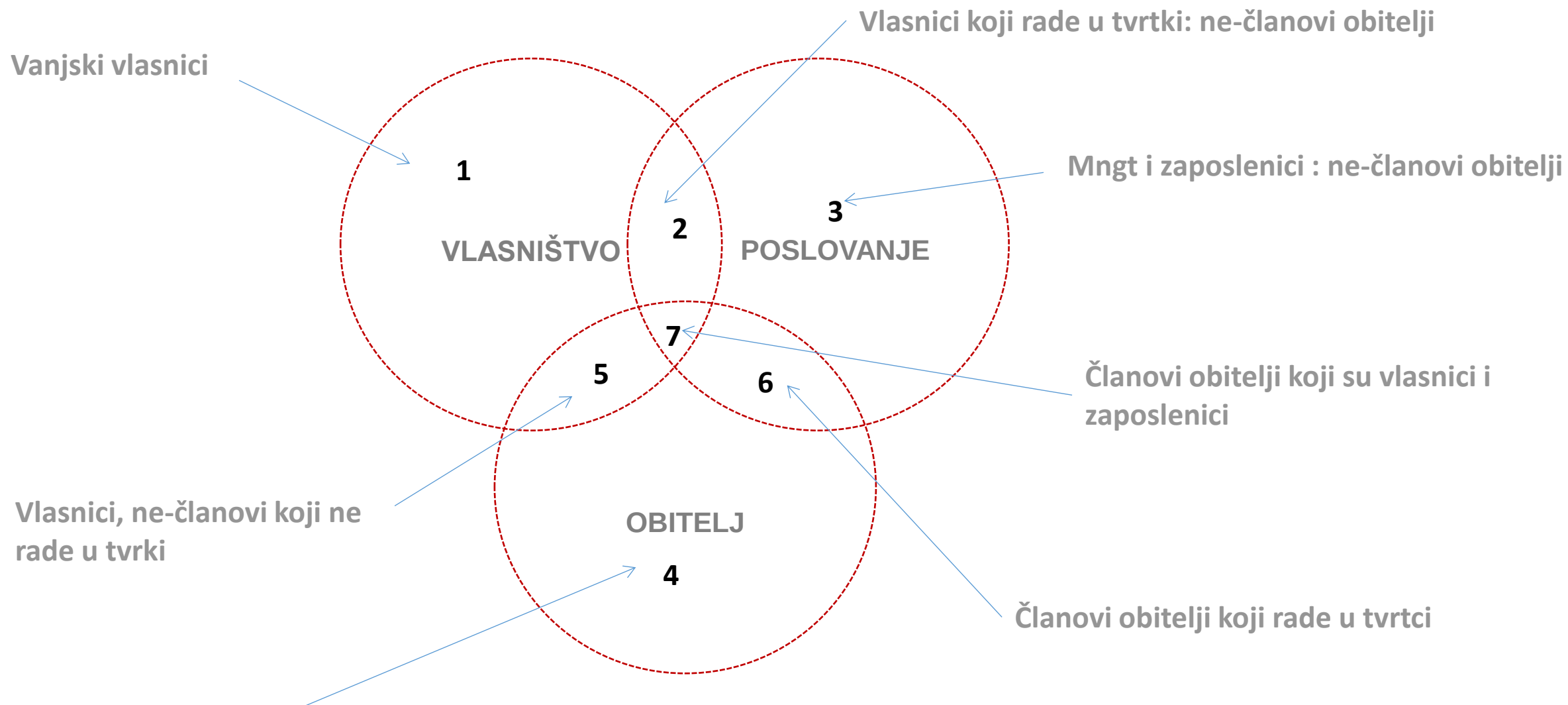
Yvon Chouinard



Fetcher Chouiard

Claire Chouiard

SISTEM OBITELJSKOG POSLOVANJA

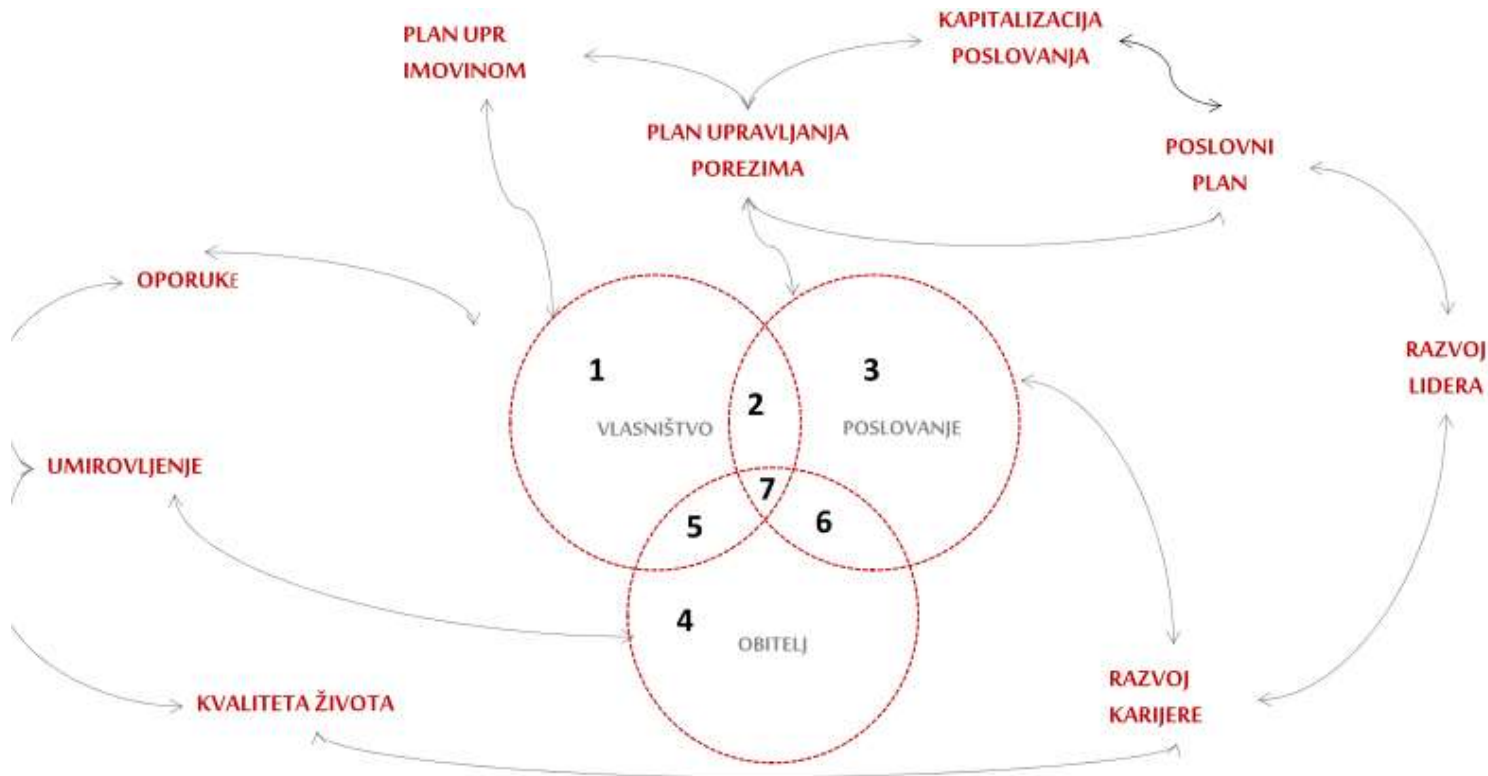


Izvor: Tagiuri, R. i Davis, A. John

PLANIRANJE NASLJEĐIVANJA – ČEK LISTA

AKTIVNOSTI

- Početi na vrijeme
 - Ispitati očekivanja, istražiti opcije
 - Poticati međugeneracijsku suradnju
 - Napisati plan nasljeđivanja



PLANIRANJE NASLJEĐIVANJA – ČEK LISTA

AKTIVNOSTI (2)

- Konzultirati članove obitelji, kolege, zatražiti pomoć izvana

- Izbor nasljednika

Kriteriji tradicionalni: vještine, posvećenost, podrška članova obitelji i zaposlenika

Kriteriji novi: nesebičnost, usredotočena svjesnost, holistička usmjerenost, usmjerenost prema 'dolazećoj budućnosti', emocionalna otpornost, autentičnost

- Razvoj nasljednika
- Revizija svrhe, vrijednosti i vizije tvrtke