

# Cuprins

<b>INTRODUCERE.....</b>	<b>7</b>
<b>1. AFACERILE DE FAMILIE – CONCEPT, DIMENSIUNI, CARACTERISTICI ȘI TENDINȚE .....</b>	<b>11</b>
1.1.1. <i>Conceptualizări operaționale ale afacerilor de familie.....</i>	16
1.1.2. <i>Conceptualizări ale esenței afacerilor de familie .....</i>	20
1.2.1. <i>Perspectiva sinergiilor sistemice.....</i>	26
1.2.2. <i>Perspectiva transgenerațională a afacerilor de familie.....</i>	39
1.2.3. <i>Specificul culturii organizaționale în afacerile de familie .....</i>	41
1.2.4. <i>Caracteristici cu potențial negativ ale afacerilor de familie.....</i>	52
<b>2. ROLUL ȘI CONTRIBUȚIA ECONOMICĂ ȘI SOCIALĂ A AFACERILOR DE FAMILIE .....</b>	<b>57</b>
2.1. <i>Factori determinanți ai evaluării rolului afacerilor de familie .....</i>	57
2.2. <i>Rolul afacerilor de familie în economie .....</i>	64
2.3. <i>Rolul afacerilor de familie în dezvoltarea antreprenoriatului .....</i>	70
<b>3. POTENȚIALUL RELAȚIONAL AL AFACERILOR DE FAMILIE.....</b>	<b>73</b>
3.1.1. <i>Rolul identității organizaționale în relațiile cu stakeholderii.....</i>	77
3.1.2. <i>Identitatea organizațională în cadrul afacerilor de familie .....</i>	80
3.1.3. <i>Antecedente și consecințe ale comunicării identității afacerii de familie .....</i>	84
3.2.1. <i>Ciclul de viață al afacerii și generațiile aflate la conducere.....</i>	99
3.2.2. <i>Orientarea pe termen lung .....</i>	104
3.2.3. <i>Orientarea spre virtute organizațională .....</i>	108
3.2.4. <i>Urmărirea obiectivelor non-financiare și angajarea proactivă a stakeholderilor .....</i>	112
<b>4. PERSPECTIVA STAKEHOLDERILOR AFACERII DE FAMILIE .....</b>	<b>115</b>
4.1. <i>Perspectiva clienților.....</i>	116
4.2. <i>Perspectiva angajaților .....</i>	123
4.3. <i>Perspectiva furnizorilor.....</i>	127
<b>5. ARGUMENT FINAL ÎN FAVOAREA COMUNICĂRII IDENTITĂȚII DE FAMILIE .....</b>	<b>131</b>
<b>BIBLIOGRAFIE .....</b>	<b>137</b>