

Anna Maria Nikodemka-Wołowik

Uniwersytet Gdański

BADANIA PRZEDSIĘBIORSTW RODZINNYCH – DYLEMATY METODOLOGICZNE I APLIKACYJNE

Streszczenie: W referacie zaprezentowano wybrane problemy zarówno metodologiczne, jak i aplikacyjne, jakie stanęły przed badaczami podczas realizacji projektu nt. funkcjonowania przedsiębiorstw rodzinnych (FE) w Polsce. Odniesiono się także do badań poświęconych tematyce FE przeprowadzanych w skali międzynarodowej, skrótkowo omawiając ważniejsze dokonania na tym polu. Skoncentrowano się zwłaszcza na wyzwaniu związanym z operacjonalizacją pojęcia „przedsiębiorstwo rodzinne”, a także na wycinkowych kwestiach dotyczących procedury doboru próby.

Słowa kluczowe: przedsiębiorstwa rodzinne, Unia Europejska, zdefiniowanie przedmiotu badań.

1. Wstęp

Bodźcem do poruszenia przez autorkę problematyki badań nad rodzinną przedsiębiorczością stała się szeroka dyskusja podjęta na forum Komisji Europejskiej, zwłaszcza w Dyrekcji Generalnej ds. Przedsiębiorstw, a następnie przeniesiona na grunt lokalny członkowskich państw Unii Europejskiej i krajów do niej aspirujących.

Przedsiębiorstwa rodzinne (FE) należą do ważnych obiektów badań naukowych, także z punktu widzenia praktyki gospodarczej. Rozkwit zainteresowania nimi świata nauki przypada na lata 80. XX wieku, ale 30 lat wcześniej w amerykańskich ośrodkach akademickich Indiana University oraz Harvard University realizowano pierwsze pełne projekty badawcze poświęcone tym zagadnieniom [Nikodemka-Wołowik 2008, s. 205-219].

Za wydarzenie inicjujące nowe myślenie nt. rodzinnej przedsiębiorczości w Europie uznać można wystąpienie przewodniczącego Komisji Europejskiej J.M.D. Barroso na konferencji European Group of Owner Managed and Family Enterprises w 2007 r. w Lizbonie (grupę założono w 1997 r., należą do niej przedsiębiorcy z Bułgarii, Finlandii, Francji, Hiszpanii, Holandii, Niemiec, Norwegii, Portugalii, ze Szwecji, z Wielkiej Brytanii i Włoch). Podczas tego spotkania przewodniczący wygłosił znamienne słowa: „Przedsiębiorstwa rodzinne od dawna są niewidzialnymi

gigantami europejskiej gospodarki (...) Nadszedł czas, aby ukazały siebie i swój potencjał” [Barroso 2007].

Barroso wymienił w swojej przemowie szereg przymiotów, które stają się zarazem czynnikami budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw rodzinnych na rynku. Przedstawiciele tych podmiotów są postrzegani przez KE jako m.in.: gwarantami stałego zatrudnienia posiadający długofalową wizję prowadzenia biznesu, kultywujący narodową i regionalną kulturę, tradycję, budujący latami swą reputację, przejawiający dużą aktywność w zakresie *corporate social responsibility*. Co istotne, wtedy to po raz pierwszy pojawiła się klarowna deklaracja pomocy w rozwoju rodzinnej przedsiębiorczości w krajach UE. Ponadto właśnie w roku 2007 powołano zespół ekspercki pn. Expert Group on Family Business, w którym Polskę reprezentuje przedstawiciel Związku Rzemiosła Polskiego. Rok później w komunikacie KE poświęconym sektorowi MŚP (*Think Small First. A Small Business Act for Europe* z dnia 19.06.2008 r.) wyraźnie wyodrębniono przedsiębiorstwa rodzinne i określono kluczowe obszary ich aktywności wymagające instytucjonalnego wsparcia (np. kwestie sukcesji, rola kobiet w prowadzeniu FE).

Badania prowadzone przez autorkę od 2004 r. w wymiarze zarówno europejskim, jak i międzynarodowym potwierdzają tezę, iż następuje wzrost zainteresowania przedsiębiorstwami rodzinnymi we współczesnej gospodarce. Udowadniają to wspomniane wyżej działania KE, a także powiązane z nimi instytucje na poziomie poszczególnych krajów. Tendencje te odzwierciedlają m.in. badania marketingowe obejmujące swym zakresem podmioty gospodarcze funkcjonujące w obrębie państw unijnych oraz grup krajów.

Celem niniejszego opracowania jest uwypuklenie zagadnień związanych z badaniami przedsiębiorstw rodzinnych (nazywanych dalej FE)¹ w Polsce na tle dokonanych europejskich, przy czym skoncentrowano się głównie na aspektach metodologicznych oraz aplikacyjnych projektów aktualnie realizowanych w rzeczywistości gospodarczej.

2. Dotychczasowe badania

Choć w niektórych krajach europejskich przeprowadzane są od wielu lat indywidualne badania poświęcone FE (dominują tutaj Hiszpanie i Finowie), poniższe rozważania oparto na dwóch międzynarodowych szeroko zakrojonych studiach ujmujących w sposób kompleksowy problematykę rodzinnej przedsiębiorczości.

Odniesiono się do kwestii dyskusyjnych wybranych z dwóch zakończonych przedsięwzięć, a mianowicie do paneuropejskiego raportu pn. *Overview of Fam-*

¹ Dla przejrzystości tekstu, poza pełną nazwą przedsiębiorstwo rodzinne, stosowano także akronim pochodzący od angielskich słów FE (*Family Enterprises*). Zdecydowano się na akronim angielski, gdyż jego rodzimy odpowiednik jest skrótem już utrwalonym w Polsce, odnoszącym się do innych pojęć (np. *Public Relations* – PR).

ily *Business Relevant Issues – Final Report* z 2008 r.² [Mandl 2008] oraz do międzynarodowego opracowania pn. *Skuteczne działanie. Badanie przedsiębiorstw rodzinnych 2007/08* [Bailly, Watson, Winkeljohann 2008]. W tabeli 1 podano wykaz państw objętych tymi badaniami.

Tabela 1. Zasięg międzynarodowych badań nad przedsiębiorstwem rodzinnym

Projekt 1. <i>Overview of Family Business...</i>	Projekt 2. <i>Skuteczne działanie. Badanie...</i>
Liczba państw objętych badaniem	
33 kraje	29 krajów
Państwa objęte badaniem	
UE 27 i tzw. państwa oczekujące: Chorwacja, b. Republika Jugosławii, Macedonia, Turcja, oraz Islandia, Liechtenstein, Norwegia	z UE: Belgia, Cypr, Dania, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Luksemburg, Niemcy, Polska, Portugalia, Szwecja, Wielka Brytania, Włochy oraz inne kraje europejskie: Norwegia, Szwajcaria, Turcja, a także państwa spoza Europy: Arabia Saudyjska, Australia, Brazylia, Kanada, Katar, Meksyk, Oman, RPA, Stany Zjednoczone Ameryki Płn., Zjednoczone Emiraty Arabskie (nie będą dalej brane pod uwagę)

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Bailly, Watson, Winkeljohann 2008; Mandl 2008].

Paradoksalnie, jednym z podstawowych wniosków płynących z tych badań jest brak przyjęcia spójnej definicji przedsiębiorstwa rodzinnego zarówno w obrębie UE, jak i w poszczególnych krajach do niej należących. Wyjątki stanowią Finlandia i Hiszpania, w których na szczeblu ministerialnym dokonano próby wyraźnego wyselekcjonowania FE z ogółu przedsiębiorstw, poszukując ich specyficznych atrybutów (zasługa fińskiego Ministerstwa Zatrudnienia i Gospodarki oraz hiszpańskiego Ministerstwa Gospodarki i Finansów).

Wśród wspólnych kryteriów przyjmowanych do sformułowania definicji FE wymieniano w krajach UE 27 + 6 (zob. tab. 1) przede wszystkim trzy: własność rodziny (uważano tak w 100% badanych podmiotów), zarządzanie organizacją przez osoby z danej rodziny (wymieniane w 100% badanych podmiotów), zaangażowanie członków rodziny w codzienne działania przedsiębiorstwa (wymieniane w 33% badanych podmiotów). Obrazuje to rys. 1 [Mandl 2008, s. 17, 62].

Ponadto do pozostałych istotnych przymiotów zaliczono:

- samookreślenie – rozumiane jako rodzinna tożsamość (zwłaszcza w Belgii, Finlandii, Grecji, Irlandii, Portugalii, Słowenii, Wielkiej Brytanii),

² Autorka uczestniczyła w prezentacji raportu, mając możliwość przedyskutowania wyników bezpośrednio z badaczami realizującymi ten projekt podczas International Family Enterprise Research Academy 9th Annual Conference: "Global Perspective on Family Business Developments", VI 2009, IFERA and Cyprus International Institute of Management, Cypr.



Rys. 1. Dominujące kryteria identyfikujące FE w 33 krajach europejskich

Źródło: [Mandl 2008, s. 17, 62].

- traktowanie przedsiębiorstwa jako głównego źródła utrzymania rodziny właścicieli (zwłaszcza w Austrii, Czechach, na Litwie, w Polsce, Słowenii i Turcji),
- planowanie rodzinnej sukcesji (48% przedstawicieli FE w Europie planuje przekazanie firmy potomkom; w celu pokazania kontrastu warto wskazać, że w USA takie plany ma 84% FE),
- przynależność do sektora MŚP (ale np. w Luksemburgu, Norwegii i Szwecji ok. 30% największych firm to właśnie FE [Mandl 2008, s. 48]).

Choć omawiane raporty dostarczyły zbioru pewnych atrybutów typowych dla FE, kwestia doprecyzowania pojęcia przedsiębiorstwa rodzinnego tak, aby je odpowiednio zoperacjonalizować na potrzeby badawcze, pozostaje nadal otwarta. Podobne wnioski wypływają z przeglądu około 250 międzynarodowych publikacji poświęconych FE [Chua, Chrisman, Sharma 1999, s. 19-39]. Toteż jednym z rozwiązań uwzględniających niejednorodność interpretacji pojęcia FE jest każdorazowe jego precyzowanie z wyszczególnieniem kompozycji kryteriów uznanych za najistotniejsze dla postawionego w danym badaniu problemu. W przeciwnym bowiem razie należałoby podać w wątpliwość wiarygodność badań, gdyż nie spełniałyby one zasady rzetelności, a przede wszystkim trafności pomiaru. Ponadto autorka skłania się ku stanowisku, iż niemożliwe jest skonstruowanie uniwersalnej definicji FE w Europie m.in. ze względu na niejednolite pojmowanie rodziny *per se* w krajach unijnych oraz na szereg uwarunkowań kulturowo-społecznych i ekonomicznych wpływających na rozwój rodzinnej przedsiębiorczości na tle jakże odmiennych wydarzeń historycznych w różnych częściach kontynentu. Dylematy, o których wspomniano wyżej, dotyczą również badaczy podejmujących temat rodzinnej przedsiębiorczości w Polsce.

3. Polska inicjatywa

Rodzinna przedsiębiorczość ma w Polsce wielowiekową tradycję, jednakże dopiero od przełomu XX i XXI w. następuje zauważalny zwrot przedstawicieli ośrodków naukowych, instytutów badawczych i organizacji biznesowych ku tej problematyce.

Do instytucji wiodących na tym polu należy Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, która w 2006 r. rozpoczęła intensywną pracę nad oceną znaczenia FE w rodzimej gospodarce, a w 2008 r. uruchomiono kolejny program pn. „Badanie firm rodzinnych” o zasięgu ogólnopolskim w ramach Programu operacyjnego „Kapitał ludzki” (działanie 2.1.3)³. Warto podkreślić, iż przedsięwzięcie to ma charakter prekursorski – w Polsce dotąd nie przeprowadzono w pełni reprezentatywnych wielofazowych badań poświęconych FE. Zaangażowanych jest w nie kilka organizacji cieszących się dużym uznaniem, wśród których należy wymienić Inicjatywę Firm Rodzinnych – czołowy związek FE w Polsce.

Wyniki omawianych studiów, pochodzące ze ściśle powiązanych ze sobą pomiarów ilościowych oraz jakościowych, mają służyć głównie optymalnemu zaprojektowaniu kompleksowej usługi szkoleniowo-doradczej dedykowanej krajowym przedsiębiorstwom rodzinnym. Na etapie koncepcyjnym pojawiły się liczne kwestie dyskusyjne dotyczące metodologicznej i aplikacyjnej strony projektu. W niniejszym opracowaniu skoncentrowano się na dwóch kluczowych elementach, a mianowicie na określeniu przedmiotu badań po uprzednim sformułowaniu definicji przedsiębiorstwa rodzinnego odpowiadającej polskim realiom oraz na wybranych dylematach towarzyszących ustaleniu procedury doboru próby.

4. Przedmiot badań

W dyskusji nad adekwatnym do celów badania zdefiniowaniem przedsiębiorstwa rodzinnego brano pod uwagę wiele kryteriów. Były one bardzo zbliżone do wyróżników FE rozpatrywanych w przedstawionych międzynarodowych projektach, a także w innych badaniach o charakterze i naukowym, i komercyjnym.

W grupie kryteriów rozpatrywanych wstępnie znalazły się tzw. twarde, m.in.: wielkość i zasięg działania, czas funkcjonowania na rynku, struktura własności, liczba kolejnych pokoleń kontynuujących prowadzenie przedsiębiorstwa, ścieżka rozwoju (organiczny, przez m&a, wariant mieszany), oraz tzw. miękkie, np.: postawy wobec rodzinnej tożsamości, atrybut rodzinności własnego przedsiębiorstwa, udział członków rodziny w aktywności przedsiębiorstwa, rzeczywisty wpływ na decyzje. Natomiast trzy cechy zostały narzucone wcześniej, tj. przynależność do sektora MŚP (z założenia beneficjentem działań PARP mają być reprezentanci tego sektora) oraz funkcjonowanie i posiadanie siedziby w Polsce. Wykluczono reprezentantów takich

³ Autorka od 2006 r. współpracuje w tym zakresie z PARP jako ekspert zewnętrzny i stąd pochodzą zawarte tu treści.

sekcji Polskiej Klasyfikacji Działalności, jak rolnictwo, łowiectwo, leśnictwo, administracja publiczna, gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników, organizacje i zespoły eksterytorialne.

Definicji opisującej przedmiot badań nadano początkowo bardzo ogólny kształt. Przedsiębiorstwo rodzinne potraktowano jako podmiot rynkowy, w którym kontrolne udziały należą do nie mniej niż dwóch członków rodziny wpływających w sposób sformalizowany na zarządzanie tym przedsiębiorstwem i jego strategię. Tę wyjściową propozycję stopniowo modyfikowano w toku prac, co nie oznaczało wyłączenie zawężania definicji – pewne kryteria wymagały poszerzenia. Co zaskakujące, problemy pojawiły się przy ustaleniu, czym we współczesnej Polsce jest rodzina, jeden z fundamentalnych składników definicji. Choć społeczeństwo polskie należy do tradycyjnych, raczej sceptycznych wobec nowoczesnego podejścia do związków partnerskich w różnych konfiguracjach, okazało się, iż instytucję rodziny należy ujmować wieloznacznie. Warto tu wspomnieć, że przy realizacji badań nad rodzinną przedsiębiorczością jedynie w Wielkiej Brytanii i Rumunii podano dokładne znaczenie terminu „rodzina”.

W prezentowanym projekcie wybrano postępowe podejście, określając mianem rodziny:

- związki konwencjonalne – osoby będące krewnymi i/lub związane formalnie w sensie prawnym,
- związki niekonwencjonalne – osoby uznające się za rodzinę pomimo braku pokrewieństwa i statusu prawnego.

Elementy definicji zweryfikowano w reprezentatywnym sondażu ogólnopolskim, w którym populację generalną stanowiły wszystkie MŚP, stosując próbę losowo-warstwową. Realizacja tego badania była konieczna ze względu na brak jakichkolwiek wiarygodnych danych ilościowych dotyczących FE.

Warstwy losowania odpowiadały takim następujących zmiennym stratyfikacyjnym, jak:

- wielkość przedsiębiorstwa: mikro-, małe, średnie,
- sekcja PKD,
- województwo.

Dzięki wspomnianemu sondażowi poprzedzającemu część projektu skupiającą się wyłącznie na FE ostatecznie przyjęto, że złożoną jednostką próby będzie:

- podmiot gospodarczy o dowolnej formie prawnej (poza osobami fizycznymi prowadzącymi własną działalność gospodarczą, nikogo niezatrudniającymi),
- zarejestrowany i działający w Polsce, w którym: co najmniej dwóch członków rodziny wspólnie pracuje w tym przedsiębiorstwie, co najmniej jeden członek rodziny ma istotny wpływ na zarządzanie, członkowie rodziny posiadają znaczące udziały w przedsiębiorstwie.

Ostatni z podanych elementów wydaje się najbardziej kontrowersyjny, ale poza badaniem wyczerpującym każde inne oparte na losowym czy nielosowym doborze próby stanowi pewien kompromis. W omawianym przypadku bowiem istotniejszym

wyróżnikiem od większościowych udziałów okazało się subiektywne postrzeganie danego przedsiębiorstwa jako rodzinnego przez członków klanu i takież jego odbiór przez interesariuszy. Choć w czasie powstawania niniejszego tekstu raport znajdował się w fazie opracowania, według pierwszych szacunków przedsiębiorstwa rodzinne spełniające powyższe kryteria stanowią około 1/3 podmiotów sektora MŚP.

5. Zakończenie

Idea zrealizowania w Polsce badań nad przedsiębiorstwami rodzinnymi wpisuje się w ogólnoswiatową tendencję uwidaczniającą wzrost znaczenia tych podmiotów w gospodarce.

Jeśli zamierzenia ambitnego planu polskich badaczy powiodą się, to rezultaty ich poszukiwań mogą się przyczynić do wypełnienia ważkiej luki poznawczej. Skala przedsięwzięcia pozwala przypuszczać, że raport z badań będzie stanowił istotny wkład w studia nad rodzinną przedsiębiorczością nie tylko w kraju, którego dotyczy, ale okaże się przydatny w szerszym, europejskim wymiarze.

Literatura

- Bailey Ph., A. Watson, N. Winkeljohann, *Skuteczne działanie. Badanie przedsiębiorstw rodzinnych 2007/08*, raport PricewaterhouseCoopers 2008.
- Barroso J.M.D., dokument EC: Speech/07/675, II GEEF European Meeting, Lizbona, 29.10.2007.
- Chua J.H., Chrisman J.J., Sharma P., *Defining the family business by behavior*, "Entrepreneurship. Theory and Practice" 1999, vol. 23, no 4.
- Mandl I., *Overview of Family Business Relevant Issues – Final Report*, KMU Forschung Austria, Austrian Institute for SME Research, in co-operation with Turun Kauppakorkeakoulu Turku School of Economics, Vienna 2008, on the behalf of the European Commission, Enterprise and Industry Directorate-General (Contact No. 30-CE-0164021/00-51).
- Nikodemka-Wołowik A.M., *Komunikowanie tożsamości rynkowej w otoczeniu międzynarodowym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2008.

RESEARCH ON FAMILY ENTERPRISES IN POLAND – METHODOLOGICAL AND IMPLEMENTING DILEMMAS

Summary: The paper presents some chosen problems (both methodological and implementing) that appeared during the realization of a research project on family enterprises in Poland. Moreover, the article refers to the research on FE which was carried out in international dimension, briefly discussing some significant and current results in that area. The paper focuses especially on the challenge of defining the term FE as a crucial point in the research project as well as on some aspects of sampling procedure.