

Teresa KRAŚNICKA, Tomasz INGRAM, Katarzyna BRATNICKA
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

STAN I KIERUNKI DALSZYCH BADAŃ NAD ZJAWISKIEM PRZEDSIĘBIORCZOŚCI RODZINNEJ W POLSCE

Streszczenie. Celem artykułu jest zaprezentowanie stanu badań w Polsce i na świecie, wskazanie przyszłych kierunków badań w obszarze problematyki funkcjonowania przedsiębiorstw rodzinnych oraz przedstawienie modelu badawczego, odnoszącego się do jednego z wybranych kierunków badań nad zjawiskiem profesjonalizacji firm rodzinnych. Na podstawie przeprowadzonych studiów literaturowych przedmiotu zbudowano model badawczy, opisujący zależności pomiędzy stopniem rodzinności, profesjonalizacji oraz przyjętą strategią firmy rodzinnej a konkurencyjnością przedsiębiorstwa.

Słowa kluczowe: przedsiębiorstwa rodzinne, kierunki badań, profesjonalizacja, konkurencyjność firm rodzinnych.

FAMILY BUSINESS: THE STATE OF THE ART AND FUTURE RESEARCH DIRECTIONS

Summary. The aim of the paper is to present future research directions in the field of family business and to construct theoretical model related to one of them, in particular it refers to professionalization of family businesses that is perceived as important and up-to-date. We also identified the research gap in this regard. On the basis of literature studies we constructed research model depicting relationships between the level of familiness, professionalization as well as adopted strategy based on tradition and competitiveness of a family firm.

Keywords: family firms, professionalization, family firms' research, competitiveness of family firms.

1. Wprowadzenie

Przedsiębiorstwa rodzinne – w Polsce i na świecie – są przedmiotem intensywnych badań naukowych oraz uptylitarnych analiz, raportów, co wynika z potrzeb budowania teorii, ale

także praktyki. Badacze przedsiębiorczości rodzinnej podkreślają istotne znaczenie ekonomiczne firm rodzinnych, które stanowią podstawę zarówno polskiej gospodarki, jak i większości krajów Unii Europejskiej, ale również wielu innych krajów. Choć brakuje precyzyjnych danych, to według dostępnych szacunków udział przedsiębiorstw rodzinnych w Europie waha się od 50% (Holandia) do ponad 90% (Włochy), w USA – 90%, a np. w Chile – około 80% ogółu przedsiębiorstw [30]. W Polsce udział przedsiębiorstw rodzinnych, z uwzględnieniem najszerzej definicji, został oszacowany na 78% [30]. Rola firm rodzinnych we współczesnych realiach gospodarczych nie słabnie. Badania naukowe oraz inne źródła informacji wskazują, że udział firm rodzinnych zarówno wśród małych i średnich firm (MŚP), jak i tych dużych jest nadal istotny [25]. Zatem przedsiębiorstwa rodzinne odgrywają ważną rolę w rozwoju gospodarczym zdecydowanej większości gospodarek. Podkreśla się także znaczenie społeczne tych podmiotów, którym przypisuje się wiele charakterystycznych atrybutów, takich jak długowieczność, ostrożna polityka finansowa, nastawienie na długookresowe efekty działania, stabilność, podtrzymywanie tradycji kulturowych, działanie na rzecz społeczności lokalnej i większą odporność na kryzysy gospodarcze [30]. Główne zalety firm rodzinnych, takie jak efektywność operacyjna, wysoki kapitał psychologiczny i społeczny, sprawna komunikacja, ale również ich wady zestawiają Surdej, Wach [25]. Jeśli uwzględnić liczebność oraz znaczenie słabości firm rodzinnych, to otrzymamy oczywisty wniosek – zjawisko przedsiębiorczości rodzinnej jest ważne i zasługuje na zainteresowanie badaczy, bo nadal stanowi atrakcyjny przedmiot badań.

W tym kontekście sformułowano cele niniejszego artykułu. Pierwszym z nich jest identyfikacja najważniejszych opublikowanych tematów badań, przeprowadzonych w Polsce w ostatnich 15 latach oraz wskazanie dalszych kierunków badań – na tle przeglądu badań nad tym zagadnieniem na świecie. Ponadto, opierając się na tej wiedzy, celem artykułu będzie rekomendowanie profesjonalizacji firm rodzinnych jako pożądanego kierunku badań oraz przedstawienie modelu badawczego, odnoszącego się do profesjonalizacji firm rodzinnych, która może zdecydować o wzroście ich konkurencyjności. Artykuł powstał na podstawie studiów literaturowych – czasopism (wyspecjalizowanych zagranicznych i wybranych polskich) oraz polskich opracowań zwartych.

2. Pojęcie przedsiębiorstwa rodzinnego

Mimo znaczącego dorobku dotyczącego firm rodzinnych samo pojęcie pozostaje nadal wieloznaczne. Wach i Surdej – bazując na badaniach światowych – prezentują różne podejścia do definiowania firm rodzinnych, w których wyróżniają definiowanie uwzględniające jedno kryterium: własności, zarządzania lub kontynuacji pokoleniowej; dwa kryteria: własności i zarządzania oraz podejście, w którym wykorzystywane są dwa wyżej

wymienione kryteria oraz inne trzecie [25]. Cytowani autorzy, wykorzystując obszerne studia literaturowe przedstawili liczne próby definiowania przedsiębiorstw rodzinnych, które potwierdzają, że nie ma jednorodności, jeśli chodzi o pojęcie firm rodzinnych, co zresztą podkreślają wszyscy badacze tej problematyki. Z ich przeglądu wynika, że w definiowaniu przedsiębiorstw rodzinnych szczególnie często uwzględnia się kwestię własności oraz zarządzania. W innych definicjach nawiązuje się do dwóch wymiarów, takich jak: emocjonalny i biznesowy. Można zatem stwierdzić, że w definiowaniu firm rodzinnych najczęściej uwzględnia się następujące kryteria: własność, kontrolę (jako pochodną własności) i zarządzanie [25]. Na problemy z definiowaniem firm rodzinnych wskazują również inni autorzy, prezentujący przykłady definicji, potwierdzające tę różnorodność podejść [6; 24; 21; 18]. Obszerny przegląd definicji firm rodzinnych prezentuje także Więcek-Janka [26] oraz inni badacze podejmujący tę problematykę [22; 23; 24]. Posiłkując się propozycjami P. Aminoffa, można wyróżnić następujące kryteria, pozwalające zdefiniować istotę firm rodzinnych:

- strukturalne – gdy rodzina ma powyżej 50% udziałów w przedsiębiorstwie;
- subiektywne – gdy właściciel przedsiębiorstwa sam określa swoje przedsiębiorstwo mianem rodzinnego;
- funkcjonalne – gdy rodzina zaangażowana jest w prowadzenie przedsiębiorstwa;
- transferu międzypokoleniowego – zgodnie z którym przedsiębiorstwem rodzinnym jest takie, w którym dokonała się pełna sukcesja [11].

Ostatnie badania przeprowadzone na reprezentatywnej próbie 622 przedsiębiorców, zlecone przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości, dokładnie potwierdzają, jak duże są różnice w kwalifikowaniu firm do kategorii rodzinnych, uzależnione od przyjętych kryteriów. I tak: według definicji subiektywnej 42% respondentów postrzega swoje przedsiębiorstwo jako rodzinne, według definicji funkcjonalnej odsetek ten jest znacznie większy i wynosi 65%. Z kolei uwzględniając definicję strukturalną, 41% respondentów zaliczyło swoją firmę do rodzinnych, a najmniejszy odsetek – tylko 30% firm można zakwalifikować do rozważanej kategorii jako ściśle spełniające wszystkie kryteria [4]. Przytoczone wyniki badań dobrze ilustrują złożoność pojęcia firm rodzinnych i skutki zastosowania różnych kryteriów w ich wyodrębnianiu.

3. Przedsiębiorczość rodzinna jako przedmiot badań w Polsce

Badania firm rodzinnych w Polsce mają stosunkowo krótką historię, gdyż ich rozwój wiąże się dość ściśle z transformacją systemu gospodarczego, a pierwsze wyniki badań pojawiły się w publikacjach dopiero pod koniec lat 90. XX wieku. Przeglądu badań nad przedsiębiorczością rodzinną do 2009 roku dokonali Surdej i Wach [25], wskazując

przedmiot badań i ich autorów. Autorzy ci w latach 2008-2010 przeprowadzili także obszerne własne badania, dotyczące w szczególności sukcesji firm rodzinnych na próbie blisko 500 przedsiębiorstw. W tym okresie (umownie do 2010 roku) badania skupiały się głównie na diagnozie: charakterystycznych cech firm rodzinnych, więzi rodzinnych w biznesie i profilu przedsiębiorców, uwarunkowań ich rozwoju (także bazując na licznych analizach studiów przypadków wybranych polskich firm), zachowań strategicznych i strategii tych podmiotów oraz procesach sukcesji.

W ostatnich pięciu latach nie słabnie zainteresowanie przedsiębiorczością rodzinną, o czym świadczą kolejne publikacje zarówno zwarte, jak i w czasopiśmie, prezentujące wyniki badań, również empirycznych. Warto tu odnotować badania dotyczące wartości firm rodzinnych, rozpatrywane w różnych kontekstach [13]: procesów i zjawisk zachodzących w obszarze nadzoru w polskich firmach rodzinnych podczas zmiany międzypokoleniowej [10], ekonomicznego znaczenia firm rodzinnych (badania zrealizowane w latach 2009-2011) [7] oraz uwarunkowań i poziomu innowacyjności firm rodzinnych w Polsce [9].

O skali zainteresowania wśród polskich badaczy problematyką przedsiębiorczości rodzinnej oraz różnorodności podejmowanych problemów badawczych świadczą liczne artykuły zaprezentowane w dwóch monograficznych numerach czasopisma „Przedsiębiorczość i Zarządzanie” pod redakcją Ł. Sułkowskiego [23; 22]¹.

Należy również odnotować, że badania firm rodzinnych prowadzone są nie tylko w ośrodkach naukowych, ale zlecane są lub realizowane przez takie instytucje zajmujące się badaniem i monitoringiem albo wspieraniem rozwoju firm rodzinnych jak: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości oraz instytucje pozarządowe (np. Stowarzyszenie Inicjatywa Firm Rodzinnych, Instytut Biznesu Rodzinnego), a także instytucje komercyjne, tzn. firmy konsultingowe (KPMG, PWC). Szczególnie interesujące są badania prowadzone na zlecenie PARP [11].

4. Kierunki badań na świecie – na podstawie artykułów przeglądowych

Cennym źródłem wiedzy na temat firm rodzinnych jako przedmiotu badań i odrębnej domeny badawczej jest czasopismo „Family Business Review” założone w 1988 roku². W 25. rocznicę powołania do życia tego czasopisma Sharma, Chrisman i Gersick [19] dokonali analizy rozwoju badań nad zjawiskiem firm rodzinnych, zwracając uwagę na

¹ W numerze z 2011 roku spośród 30 artykułów zdecydowana większość poświęcona była różnym aspektom funkcjonowania przedsiębiorstw rodzinnych. Z kolei w numerze z 2012 roku znalazło się 21 artykułów poświęconych przedsiębiorstwom rodzinnym, dotyczących badań polskich firm rodzinnych, ale także przedsiębiorczości rodzinnej w innych krajach (np. Niemczech).

² Czasopismo wydawane jest przez Family Firm Institute, organizację założoną w 1984 roku w USA, której celem było koordynowanie i rozwój badań nad przedsiębiorczością rodzinną.

stopniowe wyłanianie się tej nowej domeny badawczej, doskonalenie podstaw metodologicznych badań oraz rozszerzanie zasięgu badań prowadzonych w różnych krajach, w różnych częściach świata, a opublikowanych w „Family Business Review” (FBR). Z przedstawionej przez Sharma, Chrisman i Gersick [19] analizy wynika, że tematyka artykułów zwłaszcza w latach 80. i 90. zdominowana była problemami sukcesji w firmach rodzinnych. W późniejszym okresie przedmiot badań prezentowanych w FBR uległ znacznemu rozszerzeniu i dotyczył: dynamiki biznesu oraz relacji interpersonalnych w rodzinie, konfliktów, wyników i efektywności, pojęcia governance, profesjonalizacji, umiędzynarodowienia, innowacji, wykorzystania konsultingu w firmach rodzinnych, tematyki gender i aspektów etnicznych. W ostatnich latach analizowanego okresu szczególnym zainteresowaniem cieszyła się również problematyka governance oraz tematyka wyników finansowych firm rodzinnych.

Ciekawej analizie przedmiotu badań odnoszących się do przedsiębiorczości rodzinnej w tym samym okresie, tzn. w czasie badań przeprowadzonych w latach 1998-2009, dokonali Yu, Lumpkin, Sorenson i Brigham, którzy przeanalizowali 257 badań empirycznych i na tej podstawie zestawili 327 zmiennych zależnych uwzględnionych w badaniach firm rodzinnych, a następnie według przyjętej metodyki badań opracowali 34 kategorie zmiennych zależnych. Zgodnie z zastosowaną metodyką (w tym analizą klastrową) Lumpkin, Sorenson i Brigham sklasyfikowali badania dotyczące firm rodzinnych i wyodrębnili ich sześć klastrow: (1) wyniki firm rodzinnych, (2) strategia, (3) wpływ społeczny i ekonomiczny, (4) governance, (5) sukcesja, (6) rola firm rodzinnych i ich dynamika. Zidentyfikowane kategorie zmiennych wskazują jakie najczęściej zagadnienia były przedmiotem badań w różnych krajach w analizowanym czasie. Dlatego warto przytoczyć przynajmniej część listy wyodrębnionych przez autorów zmiennych: wartości rodziny, profesjonalizacja zarządzania, proces sukcesji, plan sukcesji, role poszczególnych członków rodziny, zasoby ludzkie, treść strategii, misja i cele firmy, polityka inwestycyjna, struktura finansowa, rola sieci, podejmowanie decyzji, kontrola rodziny, satysfakcja, zaangażowanie, konflikt, charakterystyki biznesu rodzinnego, sukces, wyniki finansowe i inne [27].

Jeszcze inną próbę zdiagnozowania stanu badań nad zjawiskiem przedsiębiorczości rodzinnej – zresztą także zainspirowaną 25-leciem FBR – podjęli Litz, Pearson i Litchfield [20, 12], wykorzystując w tym celu metodę sondażu, który przeprowadzili wśród ponad 80 badaczy firm rodzinnych, wybranych według przyjętych kryteriów opisanych w artykule. Z obszernej analizy stanu badań nad zjawiskiem firm rodzinnych wynika między innymi, że w tej dziedzinie stwierdza się istotny postęp dotyczący zarówno rozwoju podejść teoretycznych, w tym interdyscyplinarnego podejścia do tej problematyki, jak i metodologii badań. Odnosząc się do pierwszej kwestii, Litz, Pearson i Litchfield podkreślają wyraźną rolę podejść multidyscyplinarnych w badaniach nad przedsiębiorczością rodzinną, w tym sięganie do nauk o rodzinie. Pojawiło się wiele obiecujących inicjatyw podejść teoretycznych, czego dowodem są prace na temat bogactwa socjoemocjonalnego firm rodzinnych [1], które wychodzą poza konwencjonalne wskaźniki wyników i obejmują przykładowo

odpowiedzialność za środowisko naturalne. Innym przykładem jest zastosowanie przez Nicholsona psychologii ewolucyjnej jako podstawy do zbadania paradoksu skutecznego funkcjonowania rodziny w firmie [17] czy wykorzystanie przez Hoffman, Hoelscher i Sorenson [5] teorii kapitału rodzinnego jako strategii służącej wyjaśnieniu roli pierwiastka rodzinności w firmie rodzinnej.

Podobnie dzieje się w obszarze metodologicznym, tzn. w obszarze poszukiwania nowych sposobów badania firm rodzinnych. Przykładem tych wysiłków może być analiza orientacji rynkowej w firmach rodzinnych, jakiej podęli się Zachary, McKenney, Short i Payne [28]. Zrezygnowali z wykorzystania ankiet skierowanych do indywidualnych respondentów, podejmując się w zamian analizy treści listów do akcjonariuszy spółek S&P 500³. Zespół badaczy przestudiował 1120 listów do akcjonariuszy, identyfikując w ten sposób różne typy orientacji rynkowej, które następnie odniesiono do wyników finansowych. Innym interesującym przykładem zastosowania nowego narzędzia badawczego, powstałego w wyniku interdyscyplinarnego podejścia do przedmiotu badań, jest opracowany przez Björnberg i Nicholsona [2] zestaw skal do pomiaru klimatu rodzinnego (Family Climate Scales), czyli zbior wielopoziomowych skal pomiarowych, obejmujących różnych interesariuszy. Skale te pozwalają oceniać co najmniej kilka aspektów kultury i procesów firm rodzinnych, takich jak (a) zdolność do adaptacji, (b) otwartość komunikacyjna, (c) autorytet międzypokoleniowy, (d) międzypokoleniowa uwaga poświęcana potrzebom, (e) spójność emocjonalna oraz (f) spójność poznawcza. Ponadto zwraca się uwagę na podejmowanie nowych tematów badawczych dotąd nieeksplorowanych bądź traktowanych fragmentarycznie, dotyczących np: kobiet w firmach rodzinnych, do których można zaliczyć także innowacyjność firm rodzinnych [12] czy badania tzw. przedsiębiorczości trans generacyjnej, której model proponują Zellweger, Nason i Nordqvist [29]. Model ten uwzględnia długookresową perspektywę, aby odkryć jak tworzone są wartości nie tylko dla obecnych interesariuszy, ale dla przyszłych generacji. Krytyczny przegląd badań zwłaszcza z ostatnich lat (łącznie 774 publikacji naukowych) zawiera FBR (marzec 2016 roku), w którym w pięciu artykułach ich autorzy podejmują się wyodrębnienia najważniejszych, ich zdaniem, kierunków badań i oceny wyników [20].

Reasumując, studia literaturowe w pełni potwierdzają stałe zainteresowanie badaczy przedsiębiorczością rodzinną eksplorowaną w wielu aspektach, rosnącą liczbę badań i co warte podkreślenia – podejmowaniem wysiłku na rzecz wyodrębnienia domeny badawczej, dotyczącej firm rodzinnych oraz budowania teorii. Przykład takiej interesującej próby prezentuje Moores [16], który opierając się na teorii paradygmatów Khuna, jako punktu wyjścia, a następnie przez wykorzystanie teorii zasobowej, teorii agencji i teorii organizacyjnego uczenia się przedstawił strukturę budowania teorii firm rodzinnych (business family domain). Nadal podkreśla się także konieczność kontynuowania badań, dostrzegając liczne obszary, zwłaszcza obszar rodziny, jako słabo rozpoznane.

³ Lista dużych przedsiębiorstw notowanych na giełdzie amerykańskiej, sporządzana przez agencję ratingową The Standard & Poor's.

5. Propozycje kierunków badań nad zjawiskiem przedsiębiorczości rodzinnej – przykłady luk badawczych po ćwierćwieczu transformacji w Polsce

Podjmując się próby wskazania niektórych przyszłych kierunków badań nad zjawiskiem firm rodzinnych, należy z jednej strony wziąć pod uwagę stan badań w Polsce, z drugiej natomiast dorobek światowy. Konieczne jest również uwzględnienie specyfiki tego zjawiska, związanego z transformacją systemową, z budowaniem gospodarki rynkowej w Polsce i uwarunkowaniami kulturowymi. Duża liczba badań prowadzonych w obszarze przedsiębiorczości rodzinnej na świecie nie pozwala na sporządzenie pełnego zestawienia kierunków badań sugerowanych przez tę liczną rzeszę badaczy, dlatego przytoczone zostaną tylko wybrane propozycje dalszych kierunków badań. Inspirujące wydają się sugestie dotyczące koncentracji w przyszłych badaniach na rodzinie [27] i propozycje, aby dalsze badania dotyczyły w szczególności: więzi rodziny z firmą, uwzględniając takie czynniki jak wizja rodziny, cele rodziny, korzyści emocjonalne oraz zasoby rodziny dostępne dla firmy; odpowiedzi na pytanie: w jaki sposób rodziny realizują swoje cele przez działalność biznesową; motywacji rodzinnych, sposobów zarządzania przedsiębiorstwem, które pozwalają osiągnąć sukces, realizując wizję i cele rodzinne; celów nieekonomicznych, wyników pozafinansowych oraz innych „nieekonomicznych efektów”, takich jak trwały wzrost, przetrwanie i długowieczność, a więc długoterminowej orientacji rodzin prowadzących firmę. Przytoczone propozycje kierunków badań są zgodne z tezą Mooresa [16], że rodzina prowadząca firmę jest kluczem do zrozumienia przedsiębiorczości rodzinnej.

Biorąc pod uwagę etap rozwoju polskich firm rodzinnych w większości małych i średnich, ich słaby poziom innowacyjności oraz konkurencyjności, do szczególnie ważnych wyzwań jakie przed nimi stoją należy zaliczyć podniesienie poziomu profesjonalizacji zarządzania tymi podmiotami. Należy również zauważyć, że profesjonalizacja firm rodzinnych należy do ważnych kierunków badań prowadzonych na świecie, co potwierdzają zaprezentowane wyżej przeglądy piśmiennictwa z tego zakresu.

6. Profesjonalizacja przedsiębiorstw rodzinnych jako sugerowany przedmiot badań

Jak wskazano powyżej, przedsiębiorstwa rodzinne od wielu lat stanowią interesujący obiekt badań zarówno wśród polskich, jak i zagranicznych autorów. Wśród znacznej liczby prowadzonych w tym obszarze dociekań istotne miejsce zajmuje problematyka profesjonalizacji ich działania. Choć w obszernej literaturze zachodniej doczekała się ona licznych opracowań teoretycznych i praktycznych, to do tej pory nie była konsekwentnie

poddawana analizom w warunkach krajowych. Tymczasem w świetle prowadzonych badań rozpoznanie stopnia profesjonalizacji oraz profesjonalne zarządzanie przedsiębiorstwem rodzinnym jest w warunkach dynamicznego i zmiennego otoczenia nie tyle jedną z możliwości, co wręcz koniecznością przetrwania oraz rozwoju tych podmiotów.

Profesjonalizacja, jak wskazują Hwang i Powell, nie doczekała się jeszcze jednoznacznego rozstrzygnięcia terminologicznego, a sens tego terminu jest dopiero określane. Niemniej na obecnym etapie można stwierdzić, że odnosi się ona przede wszystkim do zatrudniania pracowników na pełnym etacie na stanowiskach menedżerskich, jasnego określania struktury organizacyjnej, formalnych szkoleń, wartości merytokratycznych czy wykorzystania niezależnych dyrektorów. Tymczasem jednoznaczne określenie jej wymiarów oznaczać może dla przedsiębiorstwa wymierne korzyści, a w szczególności zaangażowanie pracowników, równouprawnienie kobiet w zakresie zarządzania czy dodatnie wyniki finansowe. Z tej perspektywy warto bliżej przyjrzeć się problematyce profesjonalizacji w odniesieniu do firm rodzinnych, a przede wszystkim rozpoznać jakie poziomy profesjonalizacji są charakterystyczne dla firm krajowych i w jaki sposób są one powiązane z efektywnością funkcjonowania przedsiębiorstw. Dalszy przegląd literatury wskazuje na kluczowe, jak się wydaje, kwestie w przedmiotowym obszarze. Jak podają Lien i Li [14] ogólnie wyróżnić można dwie formy kontroli funkcjonowania firm rodzinnych: przez zawłaszczanie wartości generowanej firm przez rodziny oraz zatrzymywanie wartości w przedsiębiorstwie, gdy jego wartość rynkowa rośnie [8]. Te dwie techniki stosowane przez przedsiębiorstwa rodzinne są w swojej istocie skrajnie różne, a w szczególności pierwsze podejście ogranicza przyszłe możliwości firmy w pozyskiwaniu funduszy na rozwój, podczas gdy w przypadku drugiego znaczącej obniżce ulegają dochody uzyskiwane przez członków rodziny. Przyjęcie któregoś z dwóch wariantów działania oznacza zatem skrajnie różne konsekwencje zarówno dla samego przedsiębiorstwa, jak i jego twórców.

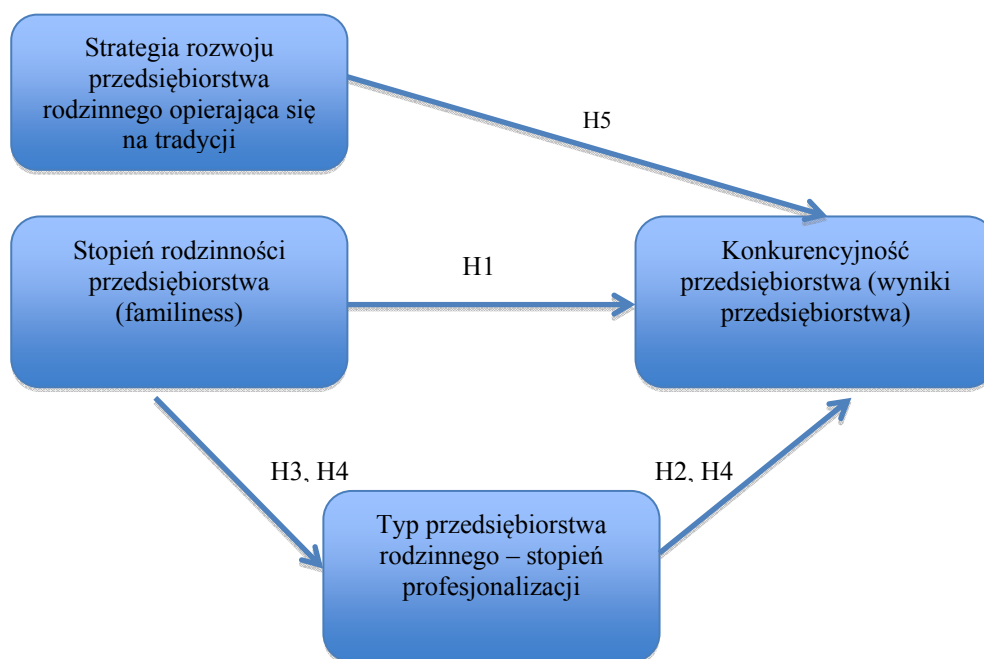
W nieco odmienny sposób do problemu profesjonalizacji podchodzą Dekker, Lybaert, Steijvers, Depaire i Mercken [3]. Ich uwaga skupiona została na rozróżnieniu przedsiębiorstw rodzinnych i stworzeniu ich typologii. W badaniach eksploracyjnych prowadzonych w oparciu o 532 przedsiębiorstwa rodzinne z Belgii wskazują oni na cztery typy przedsiębiorstw rodzinnych wyodrębnionych ze względu na systemy kontroli finansowej, systemy zarządzania włączające członków spoza rodziny, systemy kontroli zasobów ludzkich, decentralizację władzy oraz poziom aktywności. Autorzy wyszczególnili cztery typy przedsiębiorstw rodzinnych ze względu na ich zróżnicowanie, a w szczególności przedsiębiorstwa autokratyczne, konfigurację lokalną, hybrydowe zacieśniające kontrolę oraz hybrydowe administracyjne. W swoim artykule przedstawiają oni charakterystyki poszczególnych typów firm rodzinnych, wskazując jasno kryteria przynależności określonych przedsiębiorstw do wyszczególnionych typów ze względu na wskazane kryteria.

Interesującą konceptualizację typów przedsiębiorstw rodzinnych przedstawiają również Stewart i Hitt, którzy wyszczególniają sześć typów profesjonalizacji działania przedsiębiorstw

rodzinnych, a w szczególności: (a) minimalnie profesjonalne firmy rodzinne, (b) prywatne firmy rodzinne tworzące bogactwo, (c) przedsiębiorczo zarządzane firmy rodzinne, (d) grupy przedsiębiorczych firm rodzinnych, (e) pseudoprofesjonalne, publiczne firmy rodzinne oraz (f) hybrydowe profesjonalne firmy rodzinne. Ta interesująca typologia doczekała się w opracowaniu cytowanych autorów szczegółowego omówienia, a wskazane typy zostały w sposób dokładny scharakteryzowane. Koncepcja ta stanowiła podstawę do stworzenia narzędzia badawczego, które jest obecnie w fazie testów. W dalszej części artykułu przedstawiono proponowany model teoretyczny, stanowiący podstawę dla dalszych badań.

7. Model badawczy

Opierając się na dotychczasowych studiach literatury przedmiotu, skonstruowano model badawczy (rysunek 1), który w zamyśle ma stać się podstawą prowadzenia przyszłych badań empirycznych.



Rys. 1. Model konceptualny zależności między stopniem rodzinności, strategią rozwoju, stopniem profesjonalizacji oraz konkurencyjnością przedsiębiorstwa

Fig. 1. The conceptualization of relationships between familiness, strategy, professionalization and competitiveness of a family business

Źródło: Opracowanie własne.

W modelu wykorzystano cztery zasadnicze konstrukty: strategię rozwoju przedsiębiorstwa rodzinnego, bazującą na tradycji, stopień rodzinności przedsiębiorstwa, typ przedsiębiorstwa rodzinnego, wyszczególnianego na podstawie o stopnia profesjonalizacji

działań oraz konkurencyjność przedsiębiorstwa, mierzoną jego wynikami. Zależności między poszczególnymi konstruktami obrazują hipotezy badawcze od H1 do H5:

H1: Im wyższy stopień rodzinności (familiness), tym lepsza konkurencyjność przedsiębiorstwa;

H2: Im wyższy poziom profesjonalizacji działań przedsiębiorstwa, tym wyższa konkurencyjność (hipoteza robocza, dopiero po przeprowadzeniu badań literatury będzie można ją uszczegółwić);

H3: Istnieje związek między stopniem rodzinności przedsiębiorstwa a poziomem jego profesjonalizacji;

H4: Stopień profesjonalizacji działań przedsiębiorstwa rodzinnego mediuje w zależności między stopniem rodzinności przedsiębiorstwa a jego konkurencyjnością;

H5: Rozwój przedsiębiorstwa rodzinnego, bazujący na tradycji związany jest z jego konkurencyjnością.

Podstawą dla postawienia hipotez były dokonane analizy literatury przedmiotu, a do pomiaru poszczególnych zmiennych tworzących model wykorzystane zostaną poddane walidacji w uprzednio publikowanych opracowaniach skale. W modelu założono, że stopień rodzinności przedsiębiorstwa w odniesieniu do firmy rodzinnej jest pozytywnie związany z wynikami przedsiębiorstwa, co znajduje swoje odzwierciedlenie na przykład w badaniach prowadzonych przez Yu, Lumpkin, Sorenson i Brigham [27]. Z kolei związki profesjonalizacji z wynikami przedsiębiorstwa podkreślane są przez Lien i Li [14]. Wykorzystując szerokie dowody istniejące na poparcie zależności między strategią oraz wynikami przedsiębiorstwa przyjęto, że konkurencyjność jest zmienną silnie zależną od decyzji strategicznych, podejmowanych przez zarządzających. Warto zaznaczyć, że zależności opisane w postaci hipotez mają obecnie charakter roboczy, a rola strategii rozwoju przedsiębiorstwa rodzinnego i profesjonalizacji może ulec zmianie. W odniesieniu do pierwszego konstrukt zakłada się, że może być on zmienną kontrolną (tak jak obecnie) lub moderatorem zależności między stopniem rodzinności przedsiębiorstwa a poziomem jego wyników. Drugi konstrukt, profesjonalizacja, umiejscowiony został w roli mediatora, gdyż zakłada się, że wysoki stopień profesjonalizacji stanowi mechanizm, dzięki któremu wartości rodzinne przekładają się na konkurencyjność przedsiębiorstwa. Niemniej jednak może być on także potraktowany jako mediator podstawowej zależności opisanej w hipotezie pierwszej. Na tym wstępnym etapie badań jednoznaczne rozstrzygnięcie w tej kwestii nie jest jeszcze możliwe do zaproponowania.

8. Podsumowanie

Przeprowadzone badania teoretyczne i analiza opublikowanego dorobku badawczego w zakresie przedsiębiorczości rodzinnej w Polsce oraz na świecie wskazują, że tematyka ta uznawana jest za ważną i aktualną, a jednocześnie dostrzega się w tym obszarze wyraźne luki badawcze. Mimo dużej liczebności publikacji prezentujących wyniki badań nadal istnieje wiele wyzwań, czekających na badaczy, tym bardziej, że mają oni ambicje tworzenia teorii firm rodzinnych, odzwierciedlających ich specyfikę, a w szczególności rolę rodziny. W Polsce, mimo także rosnącej liczby publikacji, stan badań nad firmami rodzinnymi należy uznać za stosunkowo skromny, co wynika z uwarunkowań zewnętrznych, głównie obecnego stadium rozwoju tego zjawiska, przerwane na kilkadziesiąt lat z powodów politycznych – w gospodarce centralnie zarządzanej. Proponowany w artykule kierunek badań, dotyczący profesjonalizacji firm rodzinnych, uznano za szczególnie ważny zarówno ze względów poznawczych, jak i aplikacyjnych. Projektowane badania, których założenia koncepcyjne oraz metodyczne przedstawiono w artykule, mogą przyczynić się do wzbogacenia teorii przedsiębiorczości rodzinnej, a także dostarczyć praktycznych rekomendacji dla zarządzających firmami rodzinnymi.

Bibliografia

1. Berrone P., Cruz C., Gomez-Mejia L.R., Larraza-Kintana M.: Socioemotional wealth and corporate responses to institutional pressures: Do family controlled firms pollute less? "Administrative Science Quarterly", Vol. 55, 2010, p. 82-113.
2. Björnberg A., Nicholson N.: The family climate scales: Development of a new measure for use in family business research. "Family Business Review", Vol. 20, 2007, p. 229-246.
3. Dekker J.C., Lybaert N., Steijvers T., Deapire B., Mercken R.: Family firm types based on the professionalization construct: Exploratory research. "Family Business Review", Vol. 26, 2012, p. 81-99.
4. Firmy rodzinne w Polsce'2014. Koniunktura i otoczenie biznesu'2014. Projekt badawczy PARP: Panel Polskich Przedsiębiorstw. PARP, Warszawa 2015.
5. Hoffman J., Hoelscher M., Sorenson R.: Achieving sustained competitive advantage: A family capital theory. "Family Business Review", Vol. 19, 2006, p. 135-145.
6. Jeżak J., Popczyk W., Winnicka-Popczyk A.: Przedsiębiorstwo rodzinne. Funkcjonowanie i rozwój. Difin, Warszawa 2004.

7. Jeżak J.: Rozwój przedsiębiorczości rodzinnej w Polsce na tle tendencji światowych. „Przegląd Organizacji”, nr 4, 2016, s. 52-59.
8. Johnson S., Boone P., Breach A., Friedman E.: Corporate governance in the Asian financial crisis. “Journal of Financial Economics”, Vol. 58, 2000, p. 141-186.
9. Klimek J.: Rola innowacyjności w kształtowaniu konkurencyjności przedsiębiorstwa rodzinnego. „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa”, nr 12, 2015, s. 77-92.
10. Koładkiewicz I.: System nadzoru w firmie rodzinnej. Doświadczenia polskie i światowe. Poltext, Warszawa 2015.
11. Kowalewska A.: Firmy rodzinne w polskiej gospodarce – szanse i wyzwania. PARP, Warszawa 2009.
12. Kraus S., Pohjola M., Koponen A.: Innovation in family firms: an empirical analysis linking organizational and managerial innovation to corporate success. “Review of Managerial Science”, Vol. 6, 2012, p. 265-286.
13. Lewandowska A., Hadryś-Nowak A.: Strategie zrównoważonego rozwoju oparte na wartościach firm rodzinnych jako naturalna siła rozwoju przedsiębiorstwa. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego 2012, nr 736, „Finanse, Rynki finansowe, Ubezpieczenia”, nr 55, s. 405-420.
14. Lien Y.-C., Li S.: Professionalization of family business and performance effects. “Family Business Review”, Vol. 27, 2014, p. 346-364.
15. May P., Lewandowska A.: Stawka większa niż biznes. Strategie rozwoju firm rodzinnych. Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2014.
16. Mores K.: Paradigms and theory building in the domain of business families. “Family Business Review”, Vol. 22, 2009, p. 167-180.
17. Nicholson N.: Evolutionary psychology, organizational culture, and the family firm. “Academy of Management Perspectives”, Vol. 22, 2008, p. 73-84.
18. Safian K.: Przedsiębiorstwo rodzinne – istota i zachowania strategiczne. Difin, Warszawa 2008.
19. Sharma P., Chrisman J.J., Gersick K.E.: 25 years of Family Business Review: Reflection on the past and perspectives for the future. “Family Business Review”, Vol. 25, 2012, p. 5-15.
20. Short J.C., Sharma P., Lumpkin G.T., Pearson A.W.: Oh, the Places We’ll Go! Reviewing Past, Present, and Future Possibilities in Family Business Research. “Family Business Review”, Vol. 29, 2016.
21. Sobiecki R. (red.): Przedsiębiorstwo rodzinne w gospodarce globalnej. Oficyna Wydawnicza, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2014.
22. Sułkowski Ł. (red.): Firmy rodzinne – determinanty funkcjonowania i rozwoju. Współczesne aspekty zarządzania. „Przedsiębiorczość i Zarządzanie”, t. XII, z. 6, Łódź 2011.

23. Sułkowski Ł. (red.): Firmy rodzinne – współczesne wyzwania przedsiębiorczości rodzinnej. Kierunki i strategie rozwoju. „Przedsiębiorczość i Zarządzanie”, t. XIII, z. 7, Łódź 2012.
24. Sułkowski Ł., Marjański A.: Firmy rodzinne – jak osiągnąć sukces w sztafecie pokoleń. Poltext, Warszawa 2009.
25. Surdej A., Wach K.: Przedsiębiorstwa rodzinne wobec sukcesji, Difin. Warszawa 2010.
26. Więcek-Janka E.: Wiodące wartości w zarządzaniu przedsiębiorstwami rodzinnymi. Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań 2013, s. 27-35.
27. Yu A., Lumpkin G., Sorenson R.L., Brigham K.H.: The landscape of family business outcomes: A summary and numerical taxonomy of dependent variables. “Family Business Review”, Vol. 25, 2012, p. 33-57.
28. Zachary M.A., McKenney A., Short J.C., Payne G.T.: Family business and market orientation: Construct validation and comparative analysis. “Family Business Review”, Vol. 24, 2011, p. 233-251.
29. Zellweger T.M., Nason R.S., Nordqvist M.: From Longevity of Firms to transgenerational Entrepreneurship of Families: Introducing Family Entrepreneurial Orientation. “Family Business Review”, Vol. 25, 2012, p. 136-155.
30. Barometr firm rodzinnych, Inicjatywa Firm Rodzinnych, European Family Business KPMG, sierpień 2014. Dostępny na: www.kpmg.com/pl/firmyrodzinne

Abstract

Family business has received significant research interest in recent years. In this vein, we aim at presenting future research directions in the field of family business and constructing theoretical model related to one of them, in particular it refers to professionalization of family businesses that is perceived as important and up-to-date. Literature review allowed for identification of several important aspects, that has not received substantial attention in Polish studies. Thus, on the basis of literature studies we constructed original research model depicting relationships between the level of familiness, professionalization as well as adopted strategy based on tradition and competitiveness of a family firm. We conclude with implication for theory and practice and delineate future research directions.