



HETEROGENICZNOŚĆ POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW RODZINNYCH. WYNIKI BADAŃ EMPIRYCZNYCH

DOI: 10.33141/po.2021.6.03

Przeгляд Organizacji, Nr 6(977), 2021, s. 28-34

www.przekladorganizacji.pl

Tomasz Ingram

© Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa (TNOiK)

Wprowadzenie

Badania dotyczące funkcjonowania przedsiębiorstw rodzinnych mają w Polsce i na świecie wieloletnią tradycję (Dibrell, Memili, 2019; Jeżak, 2016). Teoretycy i praktycy, odnosząc się do wyników badań prowadzonych za pomocą rozmaitych technik, wskazują na istotne różnice pomiędzy firmami rodzinnymi i nierodzinnymi (Ahluwalia i in., 2017). W wielu badaniach, zarówno tych prowadzonych na świecie, jak i tych w warunkach krajowych, przedsiębiorstwa rodzinne i nierodzinne traktowane są jako homogeniczne grupy zbliżonych do siebie pod względem podstawowych charakterystyk podmiotów gospodarczych (Marjański, 2018). Tymczasem można przypuszczać, że ani jedna, ani też druga grupa przedsiębiorstw nie jest wewnętrznie spójna. Powstaje na tym tle pytanie, czy wśród przedsiębiorstw rodzinnych można wyróżnić odmienne pod względem charakterystyk grupy (lub klasy) podmiotów oraz czy grupy te istotnie się od siebie różnią. Zagadnienie różnorodności przedsiębiorstw rodzinnych jest od lat podejmowane w naukach o zarządzaniu, niemniej przełożenie postulatów teoretycznych na konkretne działania badawcze ciągle pozostawia wiele do życzenia (Dibrell, Memili, 2019). Zbiorcze analizowanie przedsiębiorstw rodzinnych w sytuacji, w której grupa ta jest wewnętrznie niejednorodna, prowadzić może nie tylko do błędnych wyników, lecz również nieuprawnionych badawczo generalizacji czy uśredniania określonych wartości dla całej populacji, gdy faktycznie dane zjawisko dotyczy wyłącznie jej części.

W związku z powyżej przedstawionymi argumentami przyjęto dwa następujące cele niniejszego opracowania. Pierwszym z nich jest ocena heterogeniczności krajowych przedsiębiorstw rodzinnych. Natomiast celem drugim jest zaproponowanie metody poszukiwania ukrytych klas firm podobnych do siebie pod względem wybranych charakterystyk. Aby osiągnąć wskazane powyżej cele, wykorzystano dane empiryczne pochodzące ze 171 krajowych przedsiębiorstw rodzinnych, które zgromadzone zostały jesienią 2019 roku. Do identyfikacji klas przedsiębiorstw wykorzystano technikę analizy klas ukrytych (*latent class analysis*). Artykuł kończą wnioski o charakterze metodycznym i praktycznym oraz sugestie dotyczące przyszłych badań.

Heterogeniczność przedsiębiorstw rodzinnych

Badacze przedsiębiorstw rodzinnych poświęcają znaczącą część swojej uwagi na próby uzasadnienia odrębności przedsiębiorstw stanowiących ich obiekt zainteresowania od firm nierodzinnych. Starają się wykazać, w czym przedsiębiorstwa rodzinne są odmienne od tych nierodzinnych, jakie zachowania je wyróżniają, jakie wyniki i w jaki sposób osiągają. Znakomita większość tych porównań osadza się na fundamencie zmiennych dychotomicznych, które nie wprost sugerują, że przedsiębiorstwa rodzinne tworzą homogeniczną grupę – są do siebie podobne. Tymczasem, jak postulują J.H. Chua, J.J. Chrisman, L.P. Steier i S.B. Rau (2012), teoria funkcjonowania przedsiębiorstw rodzinnych powinna być zdolna nie tylko do rozróżnienia pomiędzy firmami rodzinnymi i nierodzinnymi, ale musi także móc wyjaśniać zróżnicowanie wśród samych przedsiębiorstw rodzinnych. Przyczyn zróżnicowania wśród przedsiębiorstw rodzinnych upatrują oni w odrębnościach w celach, strukturach zarządzania czy zasobach. Z kolei P. Jaskiewicz i W.G. Dyer (2017) wprost wskazują, że dokładne zrozumienie rodziny, z której wywodzi się założyciel przedsiębiorstwa, a w szczególności jej celów i zachowań, powinno pozwolić na wzbogacenie wiedzy dotyczącej przedsiębiorstwa rodzinnego. Niemniej, do tej pory niewiele wiadomo na temat tego, jak charakterystyki rodziny założycielskiej wpływają na cele, metody działania i wyniki przedsiębiorstwa rodzinnego i czy mogą one różnicować same przedsiębiorstwa. Pomimo niejasności owiewających przyczyny heterogeniczności przedsiębiorstwa rodzinnego, P. Jaskiewicz i W.G. Dyer (2017) argumentują wprost, że źródeł różnorodności przedsiębiorstw rodzinnych można poszukiwać w samej rodzinie, a ich źródłami mogą być struktury rodzinne, funkcje, interakcje czy specyficzne zdarzenia. Z kolei J.J. Daspit, J.J. Chrisman, P. Sharma, A.W. Peraon i R.V. Mahto (2018) wskazują na ład korporacyjny jako źródło zróżnicowania przedsiębiorstw rodzinnych. Niezależnie od przyczyn, zróżnicowanie jawi się w literaturze nie tylko jako nośny temat badawczy, ale również jako swoiste wyzwanie rzucone badaczom.

Sam termin heterogeniczności i klasyfikacji przedsiębiorstw rodzinnych pojawia się w literaturze relatywnie często w ostatnim dziesięcioleciu (Nordqvist i in., 2014; Sułkowski, 2011), niemniej badacze zmagają się z trudnością zidentyfikowania grup przedsiębiorstw rodzinnych, której można by przypisać konkretne znaczenie. Wielość istniejących typologii oraz ich nieścisłości i niedoskonałości sprawiają, że częstokroć niezwykle trudno jest przypisać wybrane przedsiębiorstwo do konkretnego typu (Więcek-Janka, 2016). Sprawia to, że ich użyteczność praktyczna i przydatność w kolejnych badaniach empirycznych może być kwestionowana. Warto przy tym pamiętać, że przedsiębiorstwa rodzinne wytwarzają od 60 do 90% PKD, tworzą od 50 do 80% miejsc pracy w sektorze przedsiębiorstw, 85% startupów to firmy rodzinne i stanowią od 70 aż do 95% wszystkich podmiotów gospodarczych (EFB, 2012). W Polsce udział przedsiębiorstw rodzinnych można oszacować na 78% wszystkich podmiotów gospodarczych (Kraśnicka i in., 2016).

Mając na uwadze już choćby samą liczbę przedsiębiorstw rodzinnych, można przypuszczać, że występują między nimi różnice – co więcej, mogą być to różnice na tyle istotne, że traktowanie ich jako jednej zbiorowości w badaniach prowadzić może do niezamierzonego przez badacza błędu nieuprawnionej generalizacji. W konsekwencji prawidłowość określonego odkrycia czy obserwacji dotyczącej analizowanego zachowania badanych przedsiębiorstw rodzinnych nie musi być prawdziwa w populacji. Z tego też powodu badacze interesują się coraz częściej metodami klasyfikacji do rozróżnienia pomiędzy firmami rodzinnymi. Choć w literaturze wskazuje się metody pozwalające na identyfikację rozbieżności pomiędzy firmami rodzinnymi, większość włączanych do badań narzędzi, w tym skale poświęcone rodzinności czy bogactwu społeczno-emocjonalnemu (Debicki i in., 2016) czy też zmienne charakteryzujące przedsiębiorstwa rodzinne, nie jest empirycznie wykorzystywanych w tym celu w badaniach.

W 2019 roku podjęto próbę usystematyzowania problematyki grupowania (klasyfikowania) przedsiębiorstw rodzinnych na łamach specjalnego, tematycznego numeru Family Business Review (FBR), a artykuły opublikowane w tym numerze poświęcono przede wszystkim wykorzystaniu bogatego instrumentarium analitycznego w odniesieniu do przedsiębiorstw rodzinnych – metodom taksonomicznym (Sanchez-Ruiz i in., 2019), technikom opartym na zbiorach rozmytych (Kosmidou, Ahuja, 2019), analizie profili ukrytych (Stanley i in., 2019), oraz analizie skupień (Rau i in., 2019). D.O. Neubaum, N. Kammerlander i K.H. Brigham (2019) we wstępnym artykule do wzmiankowanego numeru FBR, dokonując przeglądu literatury noszącego znamiona systematyczności z zakresu funkcjonowania firm rodzinnych i ich typologii, spośród setek opracowań naukowych odnaleźli zaledwie 23 artykuły opierające się lub wykorzystujące schematy kategoryzacji lub typologie. Podsumowując przedstawione powyżej argumenty, można stwierdzić, że badacze w coraz większym stopniu dostrzegają potrzebę uwzględnienia zróżnicowania wewnętrznego przedsiębiorstw rodzinnych w badaniach. Wynika to z relatywnie

dużej zmienności tej grupy obiektów – są tam zarówno firmy małe, jak i duże, zarządzane przez profesjonalnych menedżerów, jak również samych członków rodziny, mające wielowiekową tradycję, i te funkcjonujące dopiero od roku. Zatem traktowanie przedsiębiorstw rodzinnych jako homogenicznej grupy może być w tym przypadku źródłem błędów lub niepełnego poznania.

Choć na Zachodzie badania prowadzone w duchu zróżnicowania wewnętrznego przedsiębiorstw rodzinnych cieszą się rosnącą popularnością, żadne z napotkanych w trakcie analizy literatury opracowań nie odnosi się do zróżnicowania przedsiębiorstw rodzinnych w gospodarstwach posttransformacyjnych. Tymczasem, mając na uwadze specyfikę gospodarek dotkniętych procesami transformacji gospodarczej – takiej jak gospodarka Polski – zauważa się, że przedsiębiorczość rodzinna ma w niej postać zgoła odmienną od tych, spotykanych w państwach rozwiniętych. Na podstawie przytoczonych rozważań możliwe jest postawienie hipotezy badawczej dotyczącej struktury populacji firm rodzinnych w następującym kształcie:

Hipoteza: W populacji firm rodzinnych można wyodrębnić homogeniczne grupy przedsiębiorstw.

Metoda badawcza

Opis procedury i charakterystyka próby badawczej

Dane gromadzone były przez Centrum Badań i Rozwoju w drodze wywiadu bezpośredniego oraz ankiety internetowej, dobór miał charakter celowy (kwotowy – połowa firm miała być przedsiębiorstwami rodzinnymi, a połowa nierodzinnymi, przedsiębiorstwa miały tworzyć pary firma rodzinna – firma nierodzinna pod względem liczby zatrudnionych pracowników), respondentami byli albo właściciele, osoby zarządzające, albo wskazani przez nich pracownicy posiadający znaczącą wiedzę dotyczącą funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Badanie przebiegało w sposób następujący: w pierwszej kolejności zaproszono do badania 600 firm rodzinnych z całej Polski (baza firm rodzinnych będących w posiadaniu podmiotu realizującego badanie – Centrum Badań i Rozwoju) – z czego 251 zgodziło się wziąć udział w badaniach. W drodze wywiadu bezpośredniego zgromadzono 251 wypełnionych kwestionariuszy wywiadu. Ponieważ liczba ta była niższa, niż początkowo zakładano¹, w dalszej kolejności do badań zaproszono kolejne 300 przedsiębiorstw – w tym przypadku, ze względu na ograniczony czasowo zakres badania, respondenci wypełniali ankietę online po wcześniejszym kontakcie telefonicznym. Na tym etapie zebrano 92 kompletnie wypełnione kwestionariusze i 31 niepełnych ankiet. Łącznie, do dalszych analiz włączono 343 wypełnione kwestionariusze, z czego 171 pochodziło z przedsiębiorstw rodzinnych i to właśnie dane tych przedsiębiorstw są podstawą dla dalszych analiz w artykule.

Aby zrealizować postawiony cel, zdecydowano się na zastosowanie metody analizy klas ukrytych do poszukiwania wewnętrznego zróżnicowania w grupie przedsiębiorstw rodzinnych. Przedmiotem analizy były 4 zmienne



charakteryzujące badane przedsiębiorstwa: wielkość, wiek, profil działania i generacja rodziny zarządzająca firmą. Tabela 1 przedstawia częstość oraz statystyki opisowe (tam, gdzie to zasadne – wielkość i wiek badanych przedsiębiorstw) oraz sposób kodowania wykorzystany do dalszych analiz. Ze względu na przyjęty typ analizy wielkość i okres istnienia przedsiębiorstwa zostały dla potrzeb analizy przekodowane na zmienne nominalne.

Charakterystyka analizy klas ukrytych jako metody identyfikacji podgrup (klas) wśród przedsiębiorstw rodzinnych

Analiza klas ukrytych (dalej: LCA), zwana również modelami mieszanek rozkładów dla zmiennych jakościowych, jest statystycznym narzędziem wprowadzonym do badań w 1950 roku przez Lazarsfelda, który wykorzystywał tę technikę jako narzędzie budowania typologii (lub identyfikacji klastrów) opartych na dychotomicznych (zero-jedynkowych) zmiennych obserwowanych (Genge, 2014). Jest to metoda klasyfikacji należąca zatem do grupy metod ilościowych, a jej istota polega na identyfikacji nieobserwowalnych podgrup na podstawie zmienności parametrów modelu statystycznego. Te podgrupy tworzą kategorie zmiennej ukrytej (utajonej, latentnej) (Vermunt, Magidson, 2004). W praktyce umożliwia ona określenie liczby oraz identyfikację parametrów względnie homogenicznych klas obiektów – w przypadku niniejszych badań – klas przedsiębiorstw rodzinnych, w oparciu o ich charakterystyki badane z wykorzystaniem zmiennych dychotomicznych

lub nominalnych. Wyodrębnione klasy przedsiębiorstw są wewnętrznie spójne, przy czym jednocześnie istotnie od siebie różne.

Dzięki danym dotyczącym prawdopodobieństwa przynależności danego przedsiębiorstwa do określonej utajonej klasy (ściśle rzecz ujmując – warunkowego prawdopodobieństwa przynależności – *posterior membership probability*) możliwe jest jednoznaczne przypisanie określonej firmy do konkretnej klasy (grupy). Opisane powyżej podejście powinno pozwolić na identyfikację homogenicznie spójnych i jednocześnie względnie odrębnych od siebie klas przedsiębiorstw rodzinnych. Podejście to jest od lat konsekwentnie stosowane w naukach medycznych. Od początku XXI wieku stosowane jest w badaniach prowadzonych na gruncie marketingu, a w ostatnich latach zyskuje na popularności w naukach społecznych (Nylund-Gibson, Choi, 2018). Ostatnio popularnością cieszy się również w naukach o zarządzaniu. Zgodnie z dokonanym przeglądem literatury krajowej, do tej pory nie podejmowano próby zastosowania niniejszego podejścia do klasyfikowania przedsiębiorstw rodzinnych w Polsce.

Wyniki badań

Liczba klas przedsiębiorstw rodzinnych

W celu identyfikacji klas przedsiębiorstw rodzinnych wykorzystano oprogramowanie MPlus for Mac, a samą analizę prowadzono zgodnie z podejściem sugerowanym przez twórców pakietu, wykorzystując typ analizy

Tabela 1. Charakterystyka próby badawczej

Zmienna	Sposób pomiaru	Typ zmiennej	Sposób kodowania do dalszych analiz	Częstość	Procent (%)	Statystyki opisowe
Wiek	Liczba lat na rynku	Ciągła	1. Przedsiębiorstwa założone po 31 grudnia 1999 roku (mniej niż 20 lat)	79	46,2	Średnia: 23,1 Odchylenie standardowe: 16,83; Minimum: 4 Maksimum: 120 Mediana: 20
			2. Przedsiębiorstwa założone przed 31 grudnia 1999 roku (więcej niż 20 lat)	92	53,8	
Wielkość	Średnioroczna liczba zatrudnionych pracowników w przeliczeniu na pełne etaty	Ciągła	1. Przedsiębiorstwa zatrudniające do 49 pracowników włącznie	108	63,16	Średnia: 113,02; Odchylenie standardowe: 305,12; Minimum: 5 Maksimum: 2600 Mediana: 23
			2. Przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej 49 pracowników	63	36,84	
Dominujący profil działania	1. Handlowy 2. Usługi 3. Produkcyjny 4. Mieszany	Dyskretna (nominalna)	1. Handlowy	21	12,28	-
			2. Usługi	53	30,99	
			3. Produkcyjny	49	28,65	
			4. Mieszany	48	28,07	
Generacja właścicieli zarządzająca firmą	1. Pierwsza generacja 2. Druga lub kolejna generacja	Dyskretna (nominalna)	1. Pierwsza generacja	102	59,65	-
			2. Druga lub kolejna generacja	69	50,35	

Źródło: opracowanie własne

mixture (mieszanek rozkładów – Nylund i in., 2007; Nylund-Gibson i in., 2019). Identyfikacja liczby klas polega na rozpoczęciu analizy od relatywnie dużej liczby klas (np. 6) i poprzez sprawdzenie wartości prawdopodobieństwa p-value określenie, czy rozwiązanie takie jest poprawne. Jeśli wartości p-value dla testów: *Voung-Lo-Mendell-Rubin Likelihood Ratio Test* i *Lo-Mendell-Rubin Adjusted LRT Test* wskazują na ich istotność statystyczną ($p < 0,05$) oraz przybliżona wartość p dla *Parametric Bootstrapped Likelihood Ratio Test* jest istotna ($p < 0,05$), oznacza to, że zidentyfikowana liczba klas jest poprawna. Dodatkowo, pod uwagę bierze się jeszcze statystykę entropii (*entropy*), która przybiera wartości od 0 do 1, przy czym wartości bliższe 1 świadczą o lepszej jakości oszacowanego modelu. Wreszcie do porównania modeli można wykorzystać wartość Akaike Information Criterion – AIC (Kryterium Informacyjne Akaikego), przy czym o lepszym dopasowaniu modelu testowego do danych empirycznych świadczą niższe wartości tej statystyki (jakość dopasowania ocenia się, porównując minimum 2 oszacowane modele). Ponieważ wyniki badań otrzymane przez L. Stanleya, F.W. Kellermanna i T.M. Zellwegera (2017) sugerują, że zasadne jest wyszczególnienie 5 klas przedsiębiorstw rodzinnych, analizy rozpoczęto właśnie od tej liczby klas, by następnie zmniejszać ilość aż do momentu otrzymania rozwiązania spełniającego podstawowe kryteria. Statystyki modeli 5-, 4-, 3-, 2 – i 1-klasowych przedstawiono w tabeli 2.

Na podstawie danych przedstawionych w tabeli 2 można stwierdzić, że model zakładający 5 klas nie odpowiada rzeczywistym danym – wszystkie statystyki testów – wartości p wskazują, że nie jest to rozwiązanie optymalne. W szczególności, pierwsze z trzech podanych testów wskazują dla modelu 5, że rozwiązanie zakładające 4 klasy będzie istotnie lepsze niż testowane. Poziom entropii w przypadku modelu zakładającego 5 klas jest relatywnie wysoki, przy czym poziom AIC jest wyższy niż w przypadku modeli 2, 3 i 4,

co świadczy o tym, że modele te są lepiej dopasowane do danych. Podobnie rzecz się ma z modelem zakładającym istnienie 4 klas. Pierwsze trzy z analizowanych statystyk wskazują jednoznacznie, że rozwiązanie zakładające 3 klasy będzie istotnie lepsze niż rozwiązanie zakładające istnienie 4 klas przedsiębiorstw. Poziom współczynnika entropii jest w tym przypadku wysoki, przy czym AIC jest wyższe niż w przypadku rozwiązania zakładającego 3 klasy przedsiębiorstw rodzinnych.

W odniesieniu do rozwiązania zakładającego 3 klasy przedsiębiorstw można stwierdzić, że jest ono optymalne. Wartości pierwszych trzech testów są istotne statystycznie przy $p < 0,05$, zaś poziom entropii przekracza 0,7, wówczas rozwiązanie uznać można za dobre (Celeux, Sormenho, 1996). Także wartość statystyki AIC jest najniższa z wszystkich testowanych modeli, co wskazuje, że model zakładający istnienie trzech klas przedsiębiorstw jest najbliższy rzeczywistości (najlepiej dopasowany). Modele zakładające 2 lub 1 klasę są istotnie gorsze w każdym aspekcie od modelu opartego na 3 klasach. Można zatem stwierdzić, że zasadne jest wyszczególnienie 3 klas przedsiębiorstw rodzinnych – przynajmniej w badanej próbie.

Charakterystyka klas przedsiębiorstw rodzinnych

Na podstawie parametrów oszacowanych modeli (wykorzystując wyniki przedstawione w postaci prawdopodobieństw) możliwe jest określenie profilu przedsiębiorstw charakterystycznych dla wyodrębnionych klas. Klasy zostały odpowiednio określone jako „tradycjoniści”, „odkrywczy” i „zdobywcy”. W tabeli 3 przedstawiono charakterystykę wymienionych klas; wskazano prawdopodobieństwa poszczególnych charakterystyk dla każdej z klas.

Charakteryzując pierwszą ze zidentyfikowanych klas przedsiębiorstw – określoną mianem tradycjonalistów, to przede wszystkim mikro- i małe firmy istniejące dłużej niż

Tabela 2. Statystyki oszacowanych modeli oraz rozkład klas przedsiębiorstw

Model	Statystyki modelu					Liczba przedsiębiorstw w danej klasie				
	Vuong-Lo-Mendell-Rubin Test (wartość testu i p-value)	Lo-Mendell-Rubin Test (wartość testu i p-value)	BLRT (wartość testu i p-value)	Entropia	Akaike Information Criterion (AIC)	Klasa 1	Klasa 2	Klasa 3	Klasa 4	Klasa 5
1 klasa	-	-	-	-	1160,483	171				
2 klasy	-574,241 (p=0,3350)	39,639 (p=0,3431)	-574,241 (p=0,0000)	0,521	1133,743	71	100			
3 klasy	-553,871 (p=0,0023)	17,716 (p=0,0026)	-553,871 (p=0,0128)	0,742	1129,534	28	92	51		
4 klasy	-544,767 (p=0,1512)	13,178 (p=0,1575)	-544,767 (p=0,0800)	0,897	1129,990	37	24	93	17	
5 klas	-540,314 (p=0,1783)	10,472 (p=0,1884)	-540,314 (p=0,0870)	0,794	1137,864	39	56	33	31	12

BLRT - Bootstrapped likelihood ratio test

Źródło: opracowanie własne

20 lat o profilu mieszanym, zarządzane przez albo pierwsze, albo też drugie i kolejne pokolenie rodziny (przy czym zmienna ta nie ma znaczenia dla przynależności do grupy tradycjonalistów).

Druga ze zidentyfikowanych klas, odkrywcy, to mikro- i małe przedsiębiorstwa funkcjonujące na rynku krócej niż 20 lat i ulokowane w każdym z badanych profili, przy czym najprawdopodobniej będą to firmy o profilu usługowym lub mieszanym. Zarządzane są one przez pierwsze pokolenie (zarządza nim założyciel). W końcu trzecia ze zidentyfikowanych klas przedsiębiorstw, określona mianem zdobywców, to przedsiębiorstwa średnie i duże, istniejące powyżej 20 lat, o profilu produkcyjnym lub, w mniejszym stopniu, usługowym. Zarządzane są one zazwyczaj przez drugie lub kolejne pokolenie członków rodziny założycielskiej.

Podsumowując przeprowadzone analizy, można stwierdzić, że nie ma podstaw do odrzucenia postawionej hipotezy badawczej, przynajmniej w odniesieniu do grupy badanych przedsiębiorstw. Zatem zbiorowość przedsiębiorstw rodzinnych ma charakter heterogeniczny i można w niej wyodrębnić homogeniczne (bądź quasi-homogeniczne) grupy, które istotnie różnią się od siebie.

Dyskusja wyników badań

Przeprowadzone analizy z wykorzystaniem klas ukrytych ukazały, że w badanej grupie 171 przedsiębiorstw rodzinnych, uwzględniając jedynie odpowiedzi na 4 pytania charakteryzujące badane obiekty, wskazać można przynajmniej 3 homogeniczne, istotnie różne od

siebie klasy przedsiębiorstw, które nie są łatwo dostrzegalne po pobieżnej analizie zebranych danych. Warto zaznaczyć, że na samej identyfikacji klas użyteczność przedstawionego narzędzia się nie kończy. Postępując zgodnie z sugestiami S. Clarka i B. Muthena (2009), możliwe jest prowadzenie szerszej zakrojonych badań dotyczących na przykład tego, na ile przedsiębiorstwa w wyodrębnionych klasach różnią się pod względem efektywności, stopnia zagrożenia kryzysem, innowacyjności czy, jak ukazują A. Brune, M. Thomsen i C. Watrin (2019) – unikania płacenia podatków albo też zróżnicowania wynagrodzeń w firmach rodzinnych w Europie kontynentalnej (Barontini, Bozzi, 2018). Wykorzystanie wyników zaprezentowanych badań może mieć również swoje zastosowanie w prowadzeniu dalszych badań ilościowych i jakościowych, które dotyczyć mogą także zagadnień związanych ze strategiami funkcjonowania przedsiębiorstw rodzinnych czy stosowanych modeli biznesu. Przedstawione wyniki są zatem bardziej przyczynkiem do dalszych rozważań i wskazaniem na zasadność badania.

Zidentyfikowane klasy przedsiębiorstw rodzinnych zatem mogą być traktowane zarówno jako zmienna zależna, jak i niezależna, a także występować w modelach w roli mediatora lub moderatora, na co wskazują S. Clark i B. Muthen (2009). Zastosowanie wskazanej metodyki pozwala nie tylko na wychwycenie i uwzględnienie w postępowaniu badawczym, skądinąd istotnego, zróżnicowania przedsiębiorstw rodzinnych, ale również na wskazanie konkretnych przyczyn i jego skutków. Analiza grup ukrytych jest jednocześnie podejściem niezwykle elastycznym

Tabela 3. Prawdopodobieństwa występowania określonych charakterystyk dla trzech zidentyfikowanych klas przedsiębiorstw rodzinnych

Klasa	Tradycjoniści	Odkrywcy	Zdobycy
Wielkość przedsiębiorstw			
Mikro- i małe	0,776*	0,851*	0,178
Średnie i duże	0,224	0,159	0,822*
Okres istnienia			
Do 20 lat	0,196	0,851*	0,178
Powyżej 20 lat	0,804*	0,149	0,822*
Dominujący profil działania			
Handlowy	0,167	0,181*	0,000
Usługowy	0,031	0,369*	0,326*
Produkcyjny	0,000	0,189*	0,585*
Mieszany	0,801*	0,261*	0,089
Pokolenie zarządzające przedsiębiorstwem			
Pierwsze	0,000	0,918*	0,283*
Drugie	1,000	0,082	0,717*

* prawdopodobieństwo istotne statystycznie na poziomie $p < 0,05$; otrzymane współczynniki pozwalają ustalić specyficzny profil przedsiębiorstwa rodzinnego charakterystyczny dla danej klasy

Źródło: opracowanie własne

badawczo, gdyż przy pewnych modyfikacjach dotyczących samej metody estymacji pozwala na uwzględnianie zmiennych badanych na zróżnicowanych skalach. Warto w tym miejscu wskazać na badania L. Stanleya, F.W. Kellermanna i T.M. Zellwegera (2017), którzy, wykorzystując technikę analizy profili ukrytych, zidentyfikowali 5 grup przedsiębiorstw rodzinnych, uwzględniając 5 kryteriów mierzonych na skalach dyskretnych, porządkowych i ciągłych. Co więcej, analiza klas ukrytych jest ze swej natury niewrażliwa na nieliniowość czy nienormalność rozkładu badanych cech, przez co może być stosowana wtedy, gdy metody parametryczne zawodzą. Należy jednak pamiętać, że sama zaprezentowana w artykule metoda jest jedynie jednym z wielu podejść (obok innych metod klasyfikacyjnych, analizy skupień czy podejścia konfiguracyjnego opartego na algebrze Boola) i dokonując rozstrzygnięć metodologicznych, w tym względzie kierować się należy przede wszystkim celami badania, naturą badanego zjawiska i sposobem pomiaru kluczowych zmiennych (Clark, Muthen, 2009).

W ramach przeprowadzonych badań wykazano istnienie trzech klas przedsiębiorstw rodzinnych ze względu na swoje charakterystyki nazwanych etykietami: tradycjonałiści, odkrywcy i zdobywcy. Niemniej jednak nie można wykluczyć istnienia odmiennej liczby klas w inaczej wyłonionej zbiorowości i zakładając wykorzystanie odmiennych kryteriów klasyfikacji. Stanowi to nieodłączne słabość dociekań prowadzonych w drodze analizy klas ukrytych.

Odnosząc się dalej do ograniczeń związanych ze stosowaniem przyjętej metody, trzeba pamiętać, że jest ona stosunkowo wrażliwa na liczebność próby badawczej – estymacje złożonych modeli zmiennych ukrytych mogą nie zakończyć się powodzeniem, gdy liczba zmiennych będzie zbyt duża względem liczby szacowanych parametrów modelu. Tutaj pojawia się kolejne ograniczenie prezentowanych w artykule badań. Choć liczba 171 podmiotów nie jest mała, mając na uwadze standardy statystyczne, to jednak w odniesieniu do procesu szacowania szeregu parametrów złożonego modelu jest ona relatywnie niewielka. Pośrednim skutkiem tego ograniczenia jest relatywnie niewielka liczba przedsiębiorstw w zidentyfikowanych klasach. Gdyby chcieć prowadzić dalsze złożone analizy wykorzystujące np. modelowanie równań strukturalnych w ramach określonych klas przedsiębiorstw, ilość obserwacji w ramach pojedynczej klasy mogłaby być zbyt mała dla prawidłowego oszacowania modelu. Dla wyciągnięcia dalej idących wniosków dotyczących związków pomiędzy badanymi zmiennymi, wykorzystując na przykład popularne i częstokroć stosowane modelowanie równań strukturalnych, konieczne byłoby istotne powiększenie liczby badanych podmiotów tak, aby liczba przedsiębiorstw przypisana do każdej z klas była odpowiednio duża (od 6–10 obserwacji na każdy parametr modelu), a przynajmniej wynosiła 200 obserwacji w każdej z klas (Westland, 2010). W przypadku niemożliwości przeprowadzenia badań na tak dużych populacjach pomocne mogą być analizy osadzone na metodach nieparametrycznych, jednak ich siła częstokroć jest przedmiotem krytyki.

Podsumowanie

Podsumowując rozważania, można stwierdzić, że zróżnicowanie przedsiębiorstw rodzinnych to z jednej strony wyzwanie, któremu badacze starają się stawić czoła, lecz z drugiej strony – sama heterogeniczność zachęca do bardziej dogłębnego i osadzonego na solidniejszych fundamentach postępowania badawczego. Badania nad przedsiębiorstwami rodzinnymi weszły już w ten etap, w którym samo rozpoznawanie różnic pomiędzy firmami rodzinnymi a nierodzinnymi nie wnosi wiele do światowego stanu wiedzy. Na tym tle to właśnie heterogeniczność, niejednorodność przedsiębiorstw rodzinnych jest istotnym, donośnym badawczo i ważnym praktycznie zagadnieniem. Przeprowadzone badania świadczą o wewnętrznym zróżnicowaniu grupy przedsiębiorstw rodzinnych, które do tej pory zazwyczaj traktowane były jako homogeniczne i są zaproszeniem do dalszych badań ilościowych i jakościowych, skierowanych na pogłębienie wiedzy dotyczącej kształtowania ich efektywności oraz przyczyn jej zróżnicowania.

dr hab. Tomasz Ingram, prof. uczelni
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Kolegium Ekonomii
ORCID: 0000-0002-4161-6261
e-mail: tomasz.ingram@uekat.pl

Przypis

- 1) Podstawą dla oszacowania liczebności próby na potrzeby analizy był stworzony przed rozpoczęciem badań model badawczy – a w szczególności jego pożądane parametry: antycypowany efekt, poziom siły statystycznej, liczba zmiennych utajonych i obserwowanych oraz poziom prawdopodobieństwa. Na podstawie funkcji błędu, dolnej granicy liczebności próby dla modelu równań strukturalnych oraz funkcji rozkładu kumulatywnego (CDF) określono minimalną liczebność próby na 324 przedsiębiorstwa. Ponieważ liczba zgromadzonych wywiadów bezpośrednich (251) była niższa od założonej wskazanej powyżej, kolejne przedsiębiorstwa zostały zaproszone do badań.

Bibliografia

- [1] Ahluwalia S., Mahto R.V., Walsh, S.T. (2017), *Innovation in Small Firms: Does Family vs. Non-Family Matter?* „Journal of Small Business Strategy”, Vol. 27, No. 3, pp. 39–49.
- [2] Barontini R., Bozzi S. (2018), *Family Firm Heterogeneity and CEO Compensation in Continental Europe*, „Journal of Economics and Business”, Vol. 97, pp. 1–18.
- [3] Brune A., Thomsen M., Watrin C. (2019), *Family Firm Heterogeneity and Tax Avoidance: The Role of the Founder*, „Family Business Review”, Vol. 32, No. 3, pp. 296–317.
- [4] Celeux G., Soromenho G. (1996), *An Entropy Criterion for Assessing the Number of Clusters in a Mixture Model*, „Journal of Classification”, Vol. 13, pp. 195–212.

- [5] Chua J.H., Chrisman J.J., Steier L.P., Rau S.B. (2012), *Sources of Heterogeneity in Family Firms: An Introduction*, „Entrepreneurship Theory and Practice”, Vol. 36, No. 6, pp. 1103–1113.
- [6] Clark S., Muthén B. (2009), *Relating Latent Class Analysis Results to Variables Not Included in the Analysis*, <https://www.statmodel.com/download/relatinglca.pdf>, access date: 12.02.2021.
- [7] Daspit J.J., Chrisman J.J., Sharma P., Pearson A.W., Mahito R.V. (2018), *Governance as a Source of Family Firm Heterogeneity*, „Journal of Business Research”, Vol. 84, pp. 293–300.
- [8] Debicki B., Kellermanns F.W., Chrisman J., Pearson A.W., Spencer B. (2016), *Development of a Socioemotional Wealth Importance (Sewi) Scale for Family Firm Research*, „Journal of Family Business Strategy”, Vol. 7, No. 1, pp. 47–57.
- [9] Dibrell C., Memili E. (2019), *A Brief History and a Look to the Future of Family Business Heterogeneity: An Introduction*, [in:] E. Memili, C. Dibrell (eds.), *The Palgrave Handbook of Heterogeneity among Family Firms*, Palgrave Macmillan, Cham, pp. 1–15.
- [10] EFB (2012), *Family Business Statistics. European Family Businesses 2009*, <http://www.europeanfamilybusinesses.eu/uploads/Modules/Publications/pp---family-business-statisticsv2.pdf>, access date: 12.02.2021.
- [11] Genge E. (2014), *Zastosowanie ukrytych modeli Markowa w analizie oszczędności wśród Polaków*, „Studia Ekonomiczne”, Nr 189, s. 58–66.
- [12] Jaśkiewicz P., Dyer W.G. (2017), *Addressing the Elephant in the Room: Disentangling Family Heterogeneity to Advance Family Business Research*, „Family Business Review”, Vol. 30, No. 2, pp. 111–118.
- [13] Jeżak J. (2016), *Rozwój przedsiębiorczości rodzinnej w Polsce na tle tendencji światowych*, „Przeгляд Organizacji”, Nr 4, s. 52–59.
- [14] Kosmidou V., Ahuja M.K. (2019), *A Configurational Approach to Family Firm Innovation*, „Family Business Review”, Vol. 32, No. 2, pp. 154–173.
- [15] Kraśnicka T., Ingram T., Bratnicka K. (2016), *Stan i kierunki dalszych badań nad zjawiskiem przedsiębiorczości rodzinnej w Polsce*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie”, Nr 93, s. 285–297.
- [16] Marjański A. (2018), *Orientacja strategiczna w procesie rozwoju przedsiębiorstwa rodzinnego*, „Przeгляд Organizacji”, Nr 11, s. 36–42.
- [17] Neubaum D.O., Kammerlander N., Brigham K.H. (2019), *Capturing Family Firm Heterogeneity: How Taxonomies and Typologies Can Help the Field Move Forward*, „Family Business Review”, Vol. 32, No. 2, pp. 106–130.
- [18] Nordqvist M., Sharma P., Chirico F. (2014), *Family Firm Heterogeneity and Governance: A Configuration Approach*, „Journal of Small Business Management”, Vol. 52, pp. 192–209.
- [19] Nylund-Gibson K.L., Choi A.Y. (2018), *Ten Frequently Asked Questions About Latent Class Analysis*, „Translational Issues in Psychological Science”, Vol. 4, No. 4, pp. 440–461.
- [20] Nylund-Gibson K.L., Grimm R.P., Masyn K.E. (2019), *Prediction from Latent Classes: A Demonstration of Different Approaches to Include Distal Outcomes in Mixture Models*, „Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal”, Vol. 26, No. 6, pp. 967–985.
- [21] Nylund K.L., Asparouhov A., Muthén B. (2007), *Deciding on the Number of Profiles in Latent Profile Analysis and Growth Mixture Modeling: A Monte Carlo Study*, „Structural Equation Modeling”, Vol. 14, pp. 535–569.
- [22] Rau S.B., Schneider-Siebké V., Günther C. (2019), *Family Firm Values Explaining Family Firm Heterogeneity*, „Family Business Review”, Vol. 32, No. 2, pp. 195–215.
- [23] Sanchez-Ruiz P., Daspit J.J., Holt D.T., Rutherford M.W. (2019), *Family Social Capital in the Family Firm: A Taxonomic Classification, Relationships with Outcomes, and Directions for Advancement*, „Family Business Review”, Vol. 32, No. 2, pp. 131–153.
- [24] Stanley L.J., Hernández-Linares R., López-Fernández M.C., Kellermanns F.W. (2019), *A Typology of Family Firms: An Investigation of Entrepreneurial Orientation and Performance*, „Family Business Review”, Vol. 32, No. 2, pp. 174–194.
- [25] Stanley L., Kellermanns F.W., Zellweger T.M. (2017), *Latent Profile Analysis: Understanding Family Firm Profiles*, „Family Business Review”, Vol. 30, No. 1, pp. 84–102.
- [26] Sułkowski Ł. (2011), *Definicje i typologie małych firm rodzinnych: Wnioski z badań*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie”, Vol. 12, Nr 6, s. 9–22.
- [27] Vermunt J.K., Magidson J. (2004), *Latent Class Analysis*, „The Sage Encyclopedia of Social Sciences Research Methods”, Vol. 2, pp. 549–553.
- [28] Westland J.C. (2010), *Lower Bounds on Sample Size in Structural Equation Modeling*, „Electronic Commerce Research and Applications”, Vol. 9, No. 6, pp. 476–487.
- [29] Więcek-Janka E. (2016), *Przeгляд typologii przedsiębiorstw rodzinnych*, „Marketing i Zarządzanie”, Vol. 43, Nr 2, s. 167–179.

Heterogeneity of Polish Family Businesses: Latent Class Analysis

Summary

Heterogeneity of family businesses is a research problem frequently raised in the literature. In the paper, I attempt to show the importance of considering domestic family business diversity in empirical research. I also seek to test the method of searching for latent classes of similar companies in terms of selected characteristics. Data collected in the fall of 2019 from 171 Polish family businesses constituted the foundation of statistical analyses. Based on information regarding the size, age, activity profile, and the generation managing family businesses, I have been able to identify three classes of family businesses. They have been labeled as „traditionalists”, „explorers”, and „conquerors.” The latent class analysis technique has been used to identify the number and internal profile describing businesses assigned to a specific class.

Keywords

family business, heterogeneity, latent class analysis