

Malwina Szczepkowska, Krystyna Wietrzyk-Szczepkowska

Firmy rodzinne jako specyficzny rodzaj mikroprzedsiębiorstw w Polsce

Ekonomiczne Problemy Usług nr 62, 399-406

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MALWINA SZCZEPKOWSKA

Uniwersytet Szczeciński

KRYSTYNA WIETRZYK-SZCZEPKOWSKA

Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny

FIRMY RODZINNE JAKO SPECYFICZNY RODZAJ MIKROPRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE

Wprowadzenie

Sektor małych i średnich przedsiębiorstw uznawany jest za istotny element gospodarki, a wg P. Druckera nawet za „sól gospodarki rynkowej”. Warto przy tym zaznaczyć, że podmioty tej skali mają w Polsce, w odróżnieniu do innych państw Europy Środkowo-Wschodniej, dłuższą tradycję działania¹. Znaczny udział ilościowy w sektorze MMŚP (mikro + MŚP) stanowią firmy mikro, zatrudniające do 10 osób i osiągające obroty do 2 mln euro, które w praktyce zakładane i zarządzane są przez jedną lub dwie osoby, a prowadzone również przez członków rodziny.

W Polsce gwałtowny rozwój mikroprzedsiębiorstw rodzinnych nastąpił głównie po transformacji ustrojowej. Bezpośrednim impulsem do ich zakładania było uchwalenie – jeszcze przez ostatni PRL-owski rząd – liberalnej ustawy o działalności gospodarczej z 23 grudnia 1988 roku².

W literaturze przedmiotu przedsiębiorstwo rodzinne zwykle traktuje się jako jednostki mikro, zależne finansowo, zarządzane przez właścicieli w sposób mało profesjonalny. Jeszcze do niedawna polskie firmy rodzinne miały znaczenie marginalne i lokowały się przede wszystkim w dziedzinach działalności prowadzonej na niewielką skalę: rzemieślniczej, handlowej czy rolniczej. Obecnie przedsiębiorstwa

¹ T. Łuczak, *Rola małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, w: *Nowe pogranicze Europy. Liwa, Łotwa, Estonia*, red. E. Reichmann, SGH-PWE, Warszawa 2003, s. 28.

² DzU 1988 r., nr 41, poz. 324.

rodzinne sytuują się również wśród dużych podmiotów gospodarczych, przykładem są: producenci żywności (Roleski, Duda), handlu (Piotr i Paweł, Blikle) czy mediów (TVN), a ich znaczenie dla gospodarki rośnie.

1. Istota mikroprzedsiębiorczości rodzinnej

Przedsiębiorstwa rodzinne stanowią szczególną grupę podmiotów gospodarczych, w których większość struktury własności oraz funkcje zarządcze pozostają w rękach jednej rodziny. Zatem najbardziej ogólnie pojmując jest to „podmiot o dowolnej formie prawnej, którego kapitał w całości lub w decydującej części znajduje się w posiadaniu rodziny. Dodatkowo przynajmniej jeden członek rodziny wywiera decydujący wpływ na kierownictwo lub sam sprawuje funkcję kierowniczą z zamiarem trwałego utrzymania przedsięwzięcia w rękach rodziny”³. Takie definiowanie dopuszcza różnorodne formy firmy rodzinnej: od małego zakładu wytwórczego, w którym pracują tylko członkowie rodziny, poprzez przedsiębiorstwo średniej wielkości, zarządzane przez właściciela, aż do wielkiego podmiotu, w którym rodzina odgrywa jedynie rolę właściciela większościowego, a zarządzanie zostało oddane wynajętemu menedżerowi⁴. Jednak bardzo często przyjmowaną definicją jest po prostu uznawanie przez przedsiębiorcę swojej firmy za rodzinną. W Polsce badacze mówią nawet o 90% podmiotów wśród przedsiębiorców mikro i ok. 60% wśród wszystkich podmiotów⁵. Dla porównania w USA firmy rodzinne to prawie 90% wszystkich przedsiębiorstw, które wytwarzają od kilkunastu do ponad 40% PKB⁶, zaś w Unii Europejskiej udział przedsiębiorstw rodzinnych waha się, w zależności od kraju, od 45% do 90%, a wytwarzają one od 45% do 65% PKB⁷.

³ J. Jeżak, W. Popczyk, A. Winnicka-Popczyk, *Przedsiębiorstwo rodzinne. Funkcjonowanie i rozwój*, Difin, Warszawa 2004, s. 19; P.A. Frishoff, *Understanding Family Business: What is a Family Business?*, Oregon State University, Austin Business Family Program, 15 April 1995, www.frishoffbus.orst.edu.

⁴ Por. *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem*, red. K. Safin, Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław 2008, s. 42–43.

⁵ Por. J. Żukowska, *Polskie firmy rodzinne a kryzys*, www.firmyrodzinne.pl/index.php, polskie-firmy-rodzinne-a-kryzys, s. 1.

⁶ Por. M. C. Shaker, J.H. Astrachan, *Myths and Realities: Family Businesses' Contribution to the US Economy – A Framework for Assessing Family Business Statistic*, „Family Business Review” 1996, vol. 9, no. 2, s. 107–119.

⁷ Por. Ł. Sułkowski, A. Marjański, *Determinanty przedsiębiorczości w biznesach rodzinnych – badania empiryczne*, w: *Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wyzwania współczesności*, Prace Naukowe AE we Wrocławiu nr 1116, Wrocław 2006, s. 349; K. Safin, *Przedsiębiorstwo rodzinne – ujęcie modelowe*, w: *Zarządzanie i marketing 10*, Prace Naukowe AE we Wrocławiu nr 800, Wrocław 1998, s. 77; Ł. Sułkowski, *Przedsiębiorczość w firmach rodzinnych*, w: *Przed-*

Przedsiębiorstwa rodzinne występowały w Polsce w okresie PRL-u, ale na niewielką skalę. Były powszechnie określane mianem „prywatna inicjatywa”, co miało wydźwięk raczej pejoratywny. Pojawiły się (jak wspomniano wcześniej) na bardzo dużą skalę w okresie transformacji. Firmy te odegrały niezwykle ważną rolę społeczną i polityczną w przemianach gospodarczych, gdyż głównie to dzięki nim powstała klasa drobnych właścicieli. Ich funkcjonowanie złagodziło napięcia społeczne i zmniejszyło wysokie koszty procesu przemian. Podmioty rodzinne umożliwiły pochłanianie nadwyżek siły roboczej na rynku poprzez możliwości samozatrudnienia, a także osiągnięcie sukcesu i awansu społecznego poprzez zmianę statusu społecznego⁸.

O specyfice przedsiębiorstw rodzinnych decyduje połączenie i przenikanie się sfer realizujących odmienne cele, tj. rodziny i przedsiębiorstwa. Sprzężenie tych składowych wyznacza ich sposób funkcjonowania, realizowane cele, kulturowane wartości oraz politykę finansową, determinuje zatem wszystkie działania podmiotu rodzinnego, powodując specyficzne, niespotykane gdzie indziej sprzeczności, zagrożenia i słabości. Wszystko to jest konsekwencją faktu, że członkowie rodziny łączą pracę i własność. Firmy rodzinne uznawane są za unikalny typ przedsiębiorstw charakteryzujący się cechami, które mogą stanowić o ich istotnej przewadze konkurencyjnej, która w opinii A. Toflera wynika szczególnie z następujących cech firm rodzinnych⁹:

- są zdolne do szybkiego podejmowania decyzji;
- w większym stopniu są gotowe do realizowania ryzykownych przedsięwzięć;
- potrafią szybciej się zmieniać i lepiej przystosowywać do nowych potrzeb rynkowych;
- charakteryzują się szybką i efektywną komunikacją dzięki stałym i bliskim kontaktom członków kierownictwa;
- członkowie rodziny mają zazwyczaj głębokie poczucie współwłasności firmy, dlatego przejawiają silną motywację w dążeniu do celu, są wyjątkowo lojalni i często pracują ponad normę.

2. Znaczenie mikroprzedsiębiorstw rodzinnych w polskiej gospodarce

Obok wspomnianej już roli społecznej i politycznej sektora MMŚP warto podkreślić ich szczególną funkcję gospodarczą. Stymulowanie wzrostu gospo-

siębioreczość i innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw – wyzwania współczesności, Prace Naukowe AE we Wrocławiu nr 1030, Wrocław 2004, s. 465.

⁸ *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*, red. B. Piasecki, PWN, Warszawa 1999, s. 65.

⁹ J. Jeżak, W. Popczyk, A. Winnicka-Popczyk, *Przedsiębiorstwo rodzinne. Funkcjonowanie i rozwój*, Difin, Warszawa 2004, s. 19, 21–22, 25–26.

darczego odbywa się głównie poprzez innowacyjność przedsiębiorstw mikro, małych i średnich, a także tworzenie przez nie nowych miejsc pracy. W związku z tym pozycja sektora MMŚP z roku na rok jest coraz wyższa, co potwierdzają dane statystyczne. Od okresu transformacji zaobserwować można w Polsce w swoisty boom mikroprzedsiębiorczości. Ilościowe rozmiary tego zjawiska w ostatnich latach, również na tle rozwoju całego sektora prywatnego, przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1

Liczba mikroprzedsiębiorstw sektora latach 2004–2010

Wyszczególnienie	2004	2005	2006	2007	2008	2009	30 VI 2010
Sektor prywatny	3 442 317	3 478 024	3 497 270	3 546 103	3 632 565	3 622 185	3 709 891
Mikroprzedsiębiorstwa sektora prywatnego	3 319 007	3 350 628	3 368 066	3 413 903	3 495 633	3 479 763	3 566 780
Udział mikroprzedsiębiorstw sektora prywatnego*	96,4 %	96,3%	96,3%	96,3%	96,2%	96,0%	96,1%
Zakłady osób fizycznych	2 763 380	2 776 459	2 765 348	2 787 650	2 845 321	2 815 617	2 887 135
Udział zakładów osób fizycznych**	83,2%	82,8%	82,1%	81,7%	81,4%	80,9%	80,9%

*obliczono jako % udział mikroprzedsiębiorstw sektora prywatnego do całego sektora prywatnego

** obliczono jako % udział zakładów osób fizycznych do mikroprzedsiębiorstw sektora prywatnego

Źródło: opracowanie i obliczenia własne na podstawie: *Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej*, GUS lata 2004–2010, Warszawa 2004–2010.

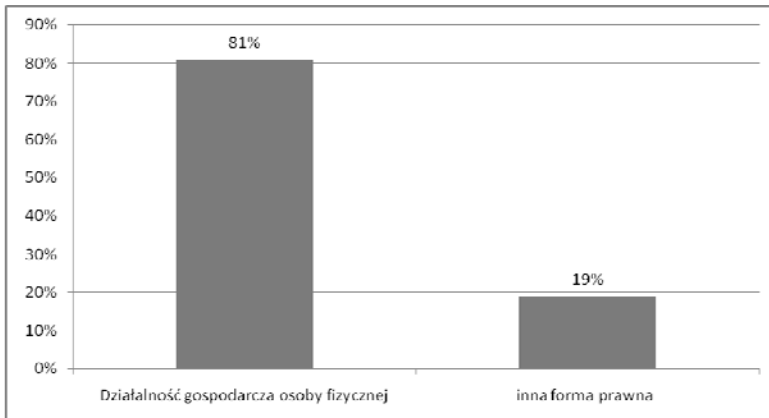
Warto zauważyć, że mikroprzedsiębiorstwa sektora prywatnego stanowiły (na koniec I półrocza 2010 roku) aż 98,1% wszystkich mikroprzedsiębiorstw zarejestrowanych w systemie REGON, a tylko niecałe 2% z nich działało w sektorze publicznym.

Jak wynika z danych zawartych w tabeli 1, ponad 96% wszystkich podmiotów sektora to mikroprzedsiębiorstwa, jedynie ok. 4% firm działa na większą skalę. Ich podstawową formą organizacyjno-prawną są (zgodnie z nomenklaturą GUS) zakłady osób fizycznych prowadzące działalność gospodarczą (blisko 81%). W I półroczu 2010 roku zarejestrowanych było 2,88 mln takich przedsiębiorstw. Biorąc pod uwagę, że w Polsce na koniec 2009 roku zatrudnionych było ok. 13,8 tys. osób¹⁰,

¹⁰ *Mały Rocznik Statystyczny 2010 r.*, GUS, Warszawa 2010, s. 137.

oznacza to, że blisko co czwarta pracująca osoba miała zgłoszoną działalność gospodarczą. Taka ogromna liczba jednoosobowych firm niewątpliwie wynika z inicjatywy i postaw przedsiębiorczych Polaków.

Mając na względzie typ działalności mikropodmiotów można przyjąć, że wszystkie one są firmami rodzinnymi, co potwierdzają również badania PARP przeprowadzone w latach 2008–2010 dla tej grupy przedsiębiorstw¹¹. Analizy wskazują, że najbardziej popularną formą prawną działalności przedsiębiorstw rodzinnych jest działalność gospodarcza osoby fizycznej. W sumie 81% (o 18 pkt proc. więcej niż w nierodzinnych) polskich firm rodzinnych działa właśnie w ramach tej formy prawnej, co przekłada się na 37% udziału przedsiębiorstw rodzinnych w całej kategorii podmiotów zarejestrowanych jako działalność gospodarcza osoby fizycznej¹² (rysunek 1).



Rys. 1. Udział firm rodzinnych ze względu na formę organizacyjno-prawną

Źródło: Raport PARP, prasa.parp.gov.pl/komunikaty/314FIRMY_RODZINNE.ppt.

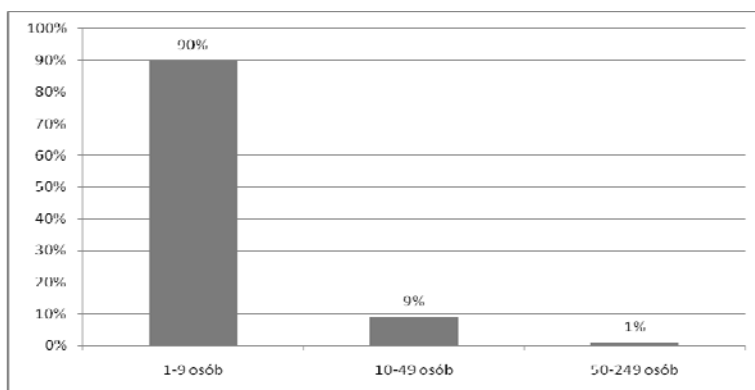
Za najbardziej typową dla firm rodzinnych uznaje się formę własności indywidualnej. Jest jednak pewna trudność zaliczenia takich firm do kategorii podmiotów rodzinnych. Wynika ona z braku ciągłości działalności, gdyż przedsiębiorstwo wraz ze śmiercią właściciela przestaje istnieć. Kontynuacji zatem może podlegać substancja, ale nie firma. Jednakże z punktu widzenia firmy rodzinnej najważniejsze jest utrzymanie rodzinnego charakteru, czyli nierozproszenie własności i zarządzania, a także ponoszenie całkowitego ryzyka przez rodzinę. Te elementy wystę-

¹¹ Badania PARP przeprowadzone na 1680 podmiotach w latach 2008–2010. Szerzej zobacz: *Znaczenie firm rodzinnych dla polskiej gospodarki*, PARP, Warszawa 2010, www.parp.gov.pl.

¹² Raport PARP, prasa.parp.gov.pl/komunikaty/314FIRMY_RODZINNE.ppt.

pują w prostszych formach, jak działalność jednoosobowa oraz spółki osobowa. Można w związku z tym założyć, że wszystkie przedsiębiorstwa własności indywidualnej to firmy rodzinne. Dodatkowo można zauważyć, że im bardziej skomplikowana forma organizacyjna, tym udział firm rodzinnych jest mniejszy¹³.

Podobna prawidłowość występuje również w odniesieniu do wielkości przedsiębiorstwa. Poniższy wykres pokazuje, że 90% sektora MMŚP stanowią firmy rodzinne. Natomiast wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstw udział tych podmiotów maleje.



Rys. 2. Wykres udział firm rodzinnych z sektora MMŚP ze względu na liczbę zatrudnionych

Źródło: *Skala i znaczenie firm rodzinnych w Polsce*, www.rynekpracy.pl/artukul.php/wpis.176/szukaj.1 data publikacji 16.02.2010.

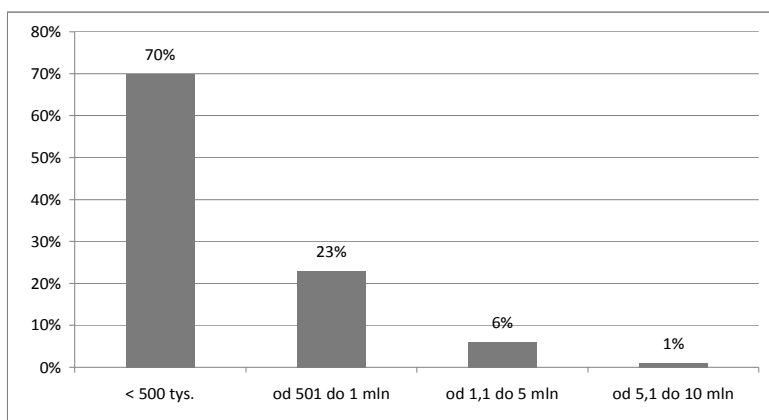
Jak wynika z badań PARP, w przeciętnym przedsiębiorstwie rodzinnym pracuje około 5,8 pracowników (w nierodzinnej – 7,7 osoby), z czego 2,7 pracowników to członkowie rodziny¹⁴.

Firmy rodzinne, podobnie jak pozostałe przedsiębiorstwa sektora MMŚP, nie należą do grupy „rekinów finansowych” (rysunek 3). Większość z nich w ostatnim roku osiągnęła obroty poniżej 1 mln zł, przy czym przeważały podmioty o obrotach poniżej 500 tys. zł. Szacowana łączna liczba osób zatrudnianych przez firmy rodzinne to nieco ponad 1 milion 300 tysięcy (21 proc. ogółu zatrudnionych przez MMŚP), w tym około 850 tysięcy to pracownicy firm mikro, prawie 330 tysięcy

¹³ Por. K. Safin, *Przedsiębiorstwa rodzinne – istota i zachowania strategiczne*, Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław 2007, s. 55–57.

¹⁴ Raport PARP, prasa.parp.gov.pl/komunikaty/314FIRMY_RODZINNE.ppt.

– firm małych i 160 tysięcy – firm średnich. Średnia liczba pracowników w firmach rodzinnych to 5,8, w tym średnio 2,7 osoby z rodziny¹⁵.



Rys. 3. Wielkość obrotów firm rodzinnych w roku 2008

Źródło: *Skala i znaczenie firm rodzinnych w Polsce*, www.rynekpracy.pl/artukul.php/wpis.176/szukaj.1 data publikacji 16.02.2010.

Szacuje się, że firmy rodzinne wytwarzają co najmniej 10,4 proc. ogółu polskiego PKB (ponad 121 miliardów złotych), przy czym mikrofirmy rodzinne wytwarzają 7 proc. PKB, małe firmy rodzinne 1,9 proc., a średnie firmy rodzinne 1,4 proc. PKB.

Podsumowanie

Zainteresowanie problematyką przedsiębiorczości rodzinnej na świecie i w Polsce wynika z faktu, że podmioty te są ważną częścią systemu gospodarczego, a ich ciągłość funkcjonowania i odniesienie sukcesu ma znaczący wpływ na stabilność i efektywność gospodarki.

Jak wynika z badań polskich firm rodzinnych, oprócz ich specyfiki łączenia funkcji własności i zarządzania charakteryzują się one tym, że niemal wszystkie z nich to mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 10 osób. Inną charakterystyczną cechą polskich firm rodzinnych jest fakt, że występują w najprostszej formie organizacyjno-prawnej, a ich liczba maleje wraz z większym skomplikowaniem formy

¹⁵ A. Okrański, *Elastyczność firm rodzinnych*, „Gazeta Bankowa”, <http://gb.pl/gospodarka/raporty/elastycznosc-firm-rodzinnych.html>, stan na 01.02.2010.

własności. Ich wielkość generuje również niewielką skalę działania – zdecydowana większość firm osiąga obroty roczne do 500 tys. zł.

Wszystkie te cechy polskich mikroprzedsiębiorstw rodzinnych tworzą ich przewagę na rynku. Mniej sformalizowane organizacje rodzinne są bardziej elastyczne, łatwiej dostosowują się do zmian otoczenia i indywidualnych potrzeb klienta. Ich płaskie struktury organizacyjne i bezpośrednie relacje między pracownikami powodują większą łatwość podejmowania decyzji, a także ich ewentualną zmianę w razie potrzeby.

FAMILY BUSINESS AS THE SPECIFIC TYPE OF POLISH MICRO COMPANIES

Summary

Family business is a company owned, controlled, and operated by members of one or several families. Most of companies from MicroSME (*-enterprises*) are family businesses.

The objective of this article is to present and analyse polish micro family companies; to present their influence on polish economy.

Translated by Malwina Szczepkowska