

WOJCIECH POPCZYK



PRZEDSIĘBIORSTWA RODZINNE W OTOCZENIU GLOBALNYM

Analiza porównawcza
ekspansji międzynarodowej
firm rodzinnych i nierodzinnych
z rynku NewConnect



WYDAWNICTWO
UNIwersYTETU
ŁÓDZKIEGO

**PRZEDSIĘBIORSTWA RODZINNE
W OTOCZENIU GLOBALNYM**



40 LAT

WYDAWNICTWA
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO

WOJCIECH POPCZYK

**PRZEDSIĘBIORSTWA RODZINNE
W OTOCZENIU GLOBALNYM**

**Analiza porównawcza
ekspansji międzynarodowej
firm rodzinnych i nierodzinnych
z rynku NewConnect**



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO

ŁÓDŹ 2013

Wojciech Popczyk – Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem
Wydział Zarządzania, Uniwersytet Łódzki, 90-237 Łódź, ul. Matejki 22/26
wpopczyk@uni.lodz.pl

RECENZENT

Krzysztof Safin

OPRACOWANIE REDAKCYJNE

Dorota Stępień

SKŁAD I ŁAMANIE

Zdzisław Gralka

OKŁADKĘ PROJEKTOWAŁA

Barbara Grzejszczak

Wydrukowano z gotowych materiałów dostarczonych do Wydawnictwa UŁ

© Copyright by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2013

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
Wydanie I. W.06222.13.0.H

ISBN (wersja drukowana) 978-83-7525-939-1

ISBN (ebook) 978-83-7969-208-8

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
90-131 Łódź, ul. Lindleya 8
www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl
tel. (42) 665 58 63, faks (42) 665 58 62

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. Globalizacja jako współczesny typ otoczenia biznesowego	13
1.1. Ewolucja otoczenia i strategii rozwoju biznesu	13
1.2. Globalizacja jako wymiar współczesnego otoczenia biznesu	17
1.3. Gospodarka oparta na wiedzy – źródło konkurencyjności państw, regionów i przedsiębiorstw	24
1.4. Przedsiębiorczość międzynarodowa – definicja, siły determinujące jej tempo	28
Rozdział 2. Internacjonalizacja – strategia biznesu w globalizującym się otoczeniu	35
2.1. Istota oraz motywy internacjonalizacji działalności gospodarczej	35
2.2. Wpływ internacjonalizacji na efektywność biznesu	38
2.3. Modele internacjonalizacji biznesu	41
2.3.1. Model tradycyjny	41
2.3.2. Model sieciowy	44
2.3.3. Model nowych przedsięwzięć międzynarodowych (born globals)	45
2.3.3.1. Ogólna charakterystyka młodego przedsiębiorstwa globalnego	45
2.3.3.2. Typologia młodych przedsiębiorstw globalnych	48
2.3.3.3. Różnice między młodym przedsiębiorstwem globalnym a tradycyjnym	52
2.3.3.4. Komponenty wiedzy niezbędnej do wczesnej internacjonalizacji	57
2.3.3.5. ICT jako instrument wczesnej internacjonalizacji biznesu	58
2.4. Struktura strategii internacjonalizacji	60
2.4.1. Przedmiot internacjonalizacji	61
2.4.2. Kierunki geograficzne internacjonalizacji	61
2.4.3. Cel internacjonalizacji	62
2.4.4. Sposoby wchodzenia na rynki zagraniczne	63
2.4.5. Filozofia funkcjonowania biznesu na rynkach zagranicznych	66
Rozdział 3. Zachowania strategiczne przedsiębiorstw rodzinnych w otoczeniu globalnym – teoria i praktyka	69
3.1. Wybrane wymiary kultury organizacyjnej firm rodzinnych determinujące ich aktywność międzynarodową	69
3.1.1. Kultura stewardship	70
3.1.2. Wymiary kultury organizacyjnej wspierające orientację przedsiębiorczą w firmach rodzinnych	71
3.1.3. Sposób nabywania kompetencji niezbędnych do funkcjonowania w otoczeniu globalnym	72
3.2. Źródła przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw rodzinnych nad ich odpowiednikami nierodzinnymi	73
3.2.1. Wyróżniające cechy funkcjonalne firm rodzinnych – przegląd literatury	73
3.2.2. Badania empiryczne porównawcze wyników osiągniętych przez firmy rodzinne i nierodzinne publiczne na świecie	77

3.2.3. Badania empiryczne porównawcze wyników osiąganych przez firmy rodzinne i nierodzinne niepubliczne na świecie	81
3.2.4. Kapitał rodzinny – źródło przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw rodzinnych	84
3.2.5. Zarządzanie zaufaniem jako warunek utrzymania i powiększania przewagi konkurencyjnej przez firmy rodzinne	90
3.2.5.1. Pojęcie zaufania w organizacji	90
3.2.5.2. Zaufanie emocjonalne jako wyróżniający zasób firm rodzinnych	93
3.2.5.3. Zaufanie kompetencyjne i jego rola w utrzymaniu zaufania emocjonalnego w firmach rodzinnych	94
3.2.5.4. Zaufanie systemowe i jego rola w utrzymaniu zaufania emocjonalnego w firmach rodzinnych	96
3.2.6. Familizm jako źródło umiejętności wyróżniających	97
3.3. Perspektywa ponadgranicznego „wiążącego” kapitału społecznego – próba wyjaśnienia zaawansowanych form internacjonalizacji młodych przedsiębiorstw	101
3.3.1. Rola ponadgranicznego kapitału społecznego w internacjonalizacji młodych przedsiębiorstw	101
3.3.2. Mechanizm generowania i wykorzystywania kapitału społecznego w czasie przez młode, internacjonalizujące się przedsiębiorstwa – model teoretyczny	106
3.4. Przegląd dotychczasowych badań empirycznych zachowań strategicznych przedsiębiorstw rodzinnych w otoczeniu globalnym	110
Rozdział 4. Ekspansja międzynarodowa przedsiębiorstw rodzinnych i nierodzinnych z rynku NewConnect	117
4.1. Koncepcja i zakres badań empirycznych	117
4.2. Populacja badanych przedsiębiorstw – uzasadnienie wyboru	119
4.3. Problem badawczy i hipotezy	121
4.4. Metodologia badań	124
4.5. Charakterystyka zmiennych badawczych	126
4.6. Wyniki badań	134
4.6.1. Charakterystyka firm notowanych na NewConnect według cech, które mogą mieć wpływ na internacjonalizację działalności	134
4.6.2. Stan, uwarunkowania i przebieg internacjonalizacji przedsiębiorstw na NewConnect	146
4.6.3. Ocena wielowymiarowa procesów internacjonalizacji firm notowanych na NewConnect	152
4.6.4. Hipotezy pracy a wyniki badań	163
4.7. Przebieg internacjonalizacji w wybranych firmach rodzinnych NewConnect – studia przypadków	167
Zakończenie	213
Bibliografia	219
Spis tabel, rysunków i wykresów	227
Summary	229
Od Redakcji	233

Wstęp

Przedsiębiorstwa rodzinne są na świecie przedmiotem intensywnego i rosnącego zainteresowania nauki, praktyki i polityki od połowy lat 70. XX w. Powodem tego jest znacząca rola, jaką te specyficzne podmioty odgrywają w gospodarce rynkowej i otoczeniu społecznym. W latach 80. i 90. ubiegłego wieku opisywano zjawisko przedsiębiorczości rodzinnej, a następnie ustalano determinanty jej sukcesu i rozwoju. Jednocześnie środowisko naukowo-badawcze zajmujące się tą problematyką podzieliło się na tych, którzy uznawali formułę biznesu rodzinnego za optymalną w otoczeniu coraz bardziej trudnym, nieprzewidywalnym, obfitującym w zmiany o charakterze nieciągłym i afirmowali ją oraz tych, którzy – dopatrując się słabości i pewnych niedoskonałości funkcjonalnych firm rodzinnych – przewidywali ich marginalizację w warunkach gospodarki opartej na wiedzy i otwartej na szanse globalne.

Ostatnia dekada przyniosła na świecie (głównie w Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, Niemczech i Japonii) szereg cennych, rozstrzygających badań empirycznych, potwierdzających słuszość tych, którzy uznają formułę biznesu rodzinnego za bardziej adekwatną do aktualnych warunków otoczenia niż formułę biznesu nierodzinnego. Zaczęto podważać utrzymujące się stereotypy jako szkodliwe i krzywdzące dla przedsiębiorczości rodzinnej. Badania koncentrowały się na analizach porównawczych wyników finansowych i rynkowych osiąganych przez przedsiębiorstwa rodzinne i ich odpowiedniki nierodzinne. Badając populacje przedsiębiorstw publicznych i niepublicznych, analizie poddano takie mierniki efektywności finansowej, jak: ROA, ROE, ROS oraz współczynnik Q Tobina w przypadku przedsiębiorstw publicznych. Zdecydowana większość tych badań wykazała wyższą efektywność funkcjonowania przedsiębiorstw rodzinnych. Wszystkie badania porównawcze publicznych firm rodzinnych i nierodzinnych dowodzą znaczącej różnicy w osiąganych wynikach finansowych na korzyść tych pierwszych. Natomiast wyniki badań porównawczych przedsiębiorstw niepublicznych dowodzą, że firmy rodzinne funkcjonują nieznacznie lepiej lub osiągają wyniki nie gorsze niż ich odpowiedniki nierodzinne. Zdecydowana mniejszość wyników badań wykazuje gorszą efektywność niepublicznych firm rodzinnych niż firm nierodzinnych. Należy jednak pamiętać, że mniej profesjonalne firmy rodzinne niepubliczne mogą osiągać gorsze wskaźniki efektywnościowe z uwagi na to, że nie kierują się wyłącznie rentownością biznesu, ale mają na uwadze również cele, wartości i potrzeby rodziny właścicielskiej. Konkluzja z przeprowadzonych badań porównawczych jest taka,

że firmy rodzinne, mimo gorszej w wielu przypadkach pozycji wyjściowej w zakresie możliwości finansowania wzrostu czy zasobów ludzkich (nepotyzm), osiągają lepsze, a na pewno nie gorsze, wyniki finansowe niż firmy nierodzinne.

Publikacje i upowszechnianie się wyników wymienionych badań porównawczych rozpoczęły dyskusje w środowiskach naukowych nad źródłami wyższej efektywności funkcjonowania przedsiębiorstw rodzinnych niż nierodzinnych. Rozwijają się dwa niezależne nurty próbujące wyjaśnić źródła naturalnej przewagi konkurencyjnej firm rodzinnych: szkoła kapitału rodzinnego będącego specyficzną postacią kapitału społecznego oraz szkoła zasobowa wskazująca na familizm jako umiejętność wyróżniającą firm rodzinnych w zakresie redukcji negatywnych następstw agencji oraz orientacji na zachowania stewardship.

Mniej więcej w tym samym czasie rozpoczęły się dyskusje na temat zachowań firm rodzinnych w otoczeniu międzynarodowym. W nowej ekonomii XXI w. orientacja na zasoby globalne, w tym na wiedzę globalną, rynki globalne i konkurentów globalnych jest kluczem do osiągnięcia sukcesu, sposobem na przetrwanie i rozwój w długiej perspektywie czasu. Ekspansja międzynarodowa ma szczególne znaczenie dla aktywności badawczo-rozwojowej, innowacyjnej przedsiębiorstw wywodzących się z gospodarek wschodzących. Ograniczona chłonność rynków narodowych w tych krajach na kosztowne innowacje jest barierą szybkiej komercjalizacji nowych technologii i zniechęca przedsiębiorców do podejmowania prac badawczo-rozwojowych, a to z kolei pogarsza ich pozycję konkurencyjną w otoczeniu globalnym. Funkcjonowanie na rynkach zagranicznych ułatwia przedsiębiorstwom z gospodarek wschodzących nie tylko komercjalizację nowych technologii, ale pozwala im także przeciwdziałać efektowi naśladownictwa. Działalność na rynkach zagranicznych postrzegana jest jednak jako obciążona większym ryzykiem niż funkcjonowanie w otoczeniu krajowym. Stereotypy na temat zachowań strategicznych przedsiębiorstw rodzinnych, a zwłaszcza awersji do ryzyka, kształtują ich wizerunek jako podmiotów konserwatywnych, tradycyjnych, w mniejszym stopniu niż podmioty nierodzinne zorientowanych na wzrost i rozwój, koncentrujących się bardziej na szansach lokalnych niż globalnych. Nieliczne i obciążone błędami metodologicznymi badania porównawcze na świecie nie rozstrzygają jednak kwestii kompetencji globalnych biznesu rodzinnego i nierodzinnego. Nie zostały wykryte tak jednoznaczne prawidłowości, jak w przypadku efektywności funkcjonowania obu grup przedsiębiorstw.

W warunkach polskich, mimo znacznego postępu w zakresie kumulowania wiedzy na temat funkcjonowania przedsiębiorstw rodzinnych, istnieje w praktyce gospodarczej duże niezrozumienie istoty przedsiębiorczości rodzinnej, jej roli w gospodarce rynkowej, natury przewag konkurencyjnych i potencjału budowania gospodarki opartej na wiedzy. Niechlubnym dowodem w tym względzie jest zamieszczanie w prospekcie emisyjnym lub dokumencie informacyjnym publicznego przedsiębiorstwa rodzinnego informacji na temat jego rodzinności jako

jednego z typów ryzyka inwestycyjnego. W krajach wysoko rozwiniętych, takich jak USA czy Wielka Brytania, rodzinność w biznesie jest jego atutem, źródłem przewagi konkurencyjnej i cenną informacją dla potencjalnych inwestorów. Inwestycje w akcje publicznych firm rodzinnych uchodzą za bardziej rentowne i bezpieczne niż w akcje innych przedsiębiorstw. Są dwie konsekwencje takiego nieobiektywnego podejścia do rodzinności biznesu w Polsce. Po pierwsze, przedsiębiorstwa rodzinne, mimo tendencji wzrostowych i bardzo dobrych wyników finansowych, odnotowują niższą kapitalizację. Po drugie, mimo posiadania ewidentnych cech biznesu rodzinnego, przedsiębiorstwa starają się przemilczeć ten fakt lub go ukryć.

Przedmiotem badań autora jest ekspansja międzynarodowa polskich przedsiębiorstw notowanych na rynku NewConnect. *Celem pracy* jest ustalenie poziomu zaangażowania się w ekspansję międzynarodową oraz dokonanie analizy jej przebiegu w polskich publicznych przedsiębiorstwach rodzinnych notowanych na NewConnect w porównaniu do równoległych działań podejmowanych przez ich nierodzinne odpowiedniki. Niedostateczna wiedza na temat zachowań przedsiębiorczych firm rodzinnych na świecie i w Polsce, zwłaszcza w otoczeniu globalnym, a z drugiej strony waga tego typu zachowań dla procesów budowania gospodarki opartej na wiedzy, skłoniły autora do przeprowadzenia stosownych badań literaturowych i empirycznych, pozwalających określić potencjał biznesu rodzinnego w nowej ekonomii XXI w. Przyjęcie w badaniach jako punktu odniesienia firm nierodzinnych pozwala na obiektywną i wartościującą ocenę formuły biznesu rodzinnego i jednocześnie stanowi kontynuację dotychczasowych praktyk stosowanych w badaniach empirycznych przedsiębiorczości rodzinnej na świecie. Przedsiębiorstwo rodzinne zostało zdefiniowane w pracy jako **przedsiębiorstwo o dowolnej formie prawnej, którego kapitał w całości lub w decydującej części znajduje się w posiadaniu rodziny, przynajmniej jeden jej członek wywiera decydujący wpływ na kierownictwo lub sam sprawuje funkcję kierowniczą z zamiarem trwałego utrzymania przedsięwzięcia w rękach rodziny.**

Autor formułuje zatem główny problem badawczy w następujący sposób: *jaką rolę odgrywać mogą przedsiębiorstwa rodzinne w nowej ekonomii XXI w.?* Problemami badawczymi szczegółowymi są natomiast poniższe pytania:

- *jak silna jest orientacja przedsiębiorcza małych i średnich firm rodzinnych publicznych w konfrontacji z ich odpowiednikami nierodzinnymi?*
- *w jakim stopniu zaangażowanie rodziny w zarządzanie biznesem oraz w jego własność jest w stanie dodać firmie największą wartość na etapie wzrostu, zwłaszcza realizowanego poprzez ekspansję międzynarodową?*
- *czy i jak firmy rodzinne wykorzystują ekspansję międzynarodową w procesie przyspieszonego wzrostu i rozwoju w porównaniu do ich odpowiedników nierodzinnych?*
- *czy firmy rodzinne posiadają szczególne kompetencje pozwalające na wczesną ekspansję międzynarodową?*

Weryfikacja sformułowanych w części badawczej hipotez pozwoli na udzielenie odpowiedzi na powyższe pytania. Studia literaturowe oraz wyniki dotychczasowych badań uprawniły autora do sformułowania następujących hipotez będących prawdopodobnymi odpowiedziami na postawione problemy badawcze:

Hipoteza główna (H): *Przedsiębiorstwom rodzinnym nie zagraża marginalizacja w warunkach nowej ekonomii XXI w.*

Hipotezy pomocnicze:

H1. *Małe i średnie przedsiębiorstwa rodzinne są mniej zorientowane na przyspieszony wzrost i rozwój niż odpowiedniki nierodzinne, co może wynikać z ich naturalnej awersji do ryzyka i niechęci do poszukiwania źródła finansowania na alternatywnym rynku kapitałowym.*

H2a. *Wśród firm rodzinnych notowanych na rynku NewConnect dominuje typ „A”, w którym rodzina ma przewagę zarówno we własności, jak i w zarządzaniu.*

H2b. *Wśród firm rodzinnych notowanych na rynku NewConnect typ „C”, w którym rodzina ma przewagę w zarządzaniu, ale nie ma jej w strukturze własności, jest optymalny z punktu widzenia aktywności przedsiębiorczej.*

H3a. *Przedsiębiorstwa rodzinne na NewConnect angażują się w ekspansję międzynarodową częściej niż ich odpowiedniki nierodzinne.*

H3b. *Przedsiębiorstwa rodzinne na NewConnect częściej niż ich odpowiedniki nierodzinne rozwijają się międzynarodowo według modelu globalnego (born global) i częściej stosują zaawansowane, kapitałowe sposoby wejścia na rynki zagraniczne.*

H3c. *Stopień internacjonalizacji przedsiębiorstw rodzinnych na NewConnect jest wyższy niż ich odpowiedników nierodzinnych.*

H4. *Źródłem przewagi konkurencyjnej firm rodzinnych nad odpowiednikami nierodzinnymi w otoczeniu globalnym są ich wyróżniające umiejętności w zakresie generowania kapitału społecznego, w szczególności ponadgranicznego kapitału społecznego wiążącego.*

Praca składa się z czterech rozdziałów. *Pierwszy rozdział* charakteryzuje otoczenie globalne jako przestrzeń dla funkcjonowania współczesnych przedsiębiorstw. Identyfikuje zmiany w otoczeniu międzynarodowym i technologicznym, które generują nowe szanse rozwoju i wzrostu dla biznesu, pobudzają przedsiębiorczość międzynarodową i wpływają na internacjonalizację działalności gospodarczej, jej stopień, tempo i model. Komercjalizacja innowacji, nowych technologii na rynkach globalnych pozwala wykorzystywać i powiększać przewagę konkurencyjną biznesu, przyspiesza proces budowania gospodarki opartej na wiedzy. Struktura rozdziału została dostosowana do przedmiotu badań i celu całej rozprawy, a zatem nie wyczerpuje obszernej tematyki związanej z globalizacją. *Konkluzją rozważań w tym rozdziale jest uznanie ekspansji międzynarodowej za właściwe zachowanie strategiczne współczesnych przedsiębiorstw bez względu na ich wielkość i wiek.*

Rozdział drugi wyjaśnia i opisuje pojęcie internacjonalizacji, identyfikuje główne motywy podejmowania przez biznes ekspansji międzynarodowej, pre-

zentuje wpływ internacjonalizacji i jej natężenia na efektywność funkcjonowania biznesu w zależności od wielkości przedsiębiorstwa i sposobu wchodzenia na rynki zagraniczne. Zainteresowania badawcze autora koncentrują się na ekspansji międzynarodowej (internacjonalizacja czynna) głównie małych i średnich przedsiębiorstw w fazie intensywnego wzrostu i o silnej orientacji przedsiębiorczej. Wynika to z przyjętego *przedmiotu badań*. Zatem w rozdziale pominięte zostały wątki dotyczące internacjonalizacji przedsiębiorstw dojrzających, internacjonalizacji biernej czy pasywnej, a podjęte te, które opisują zachowania międzynarodowe młodych przedsiębiorstw pochodzących z gospodarek opartych na wiedzy lub aspirujących do nich. Stosownie do koncepcji badań empirycznych, których wyniki zostały przedstawione w ostatnim rozdziale, autor relatywnie dużo miejsca poświęcił charakterystyce dwóch głównych modeli internacjonalizacji: modelu tradycyjnego (*nawiązującego do szkoły Uppsala*) i globalnego (*International New Ventures/born globals*), z wyraźnym wskazaniem na model globalny jako bardziej wymagający, ale i bardziej efektywny w warunkach gospodarki opartej na wiedzy. Rozważania na temat internacjonalizacji, jako skutecznej strategii dostosowującej biznes do globalizującego się otoczenia, kończą się charakterystyką jej struktury. Model oraz wybrane elementy struktury strategii internacjonalizacji (selekcja rynków zagranicznych, cel, sposoby wchodzenia na rynki zagraniczne) determinują jakość ekspansji międzynarodowej. *Konkluzją rozważań w tym rozdziale jest uznanie modelu globalnego ekspansji zagranicznej biznesu za szybszą i efektywniejszą drogę jego wzrostu i rozwoju niż w modelu tradycyjnym, etapowym i ewolucyjnym. W przypadku młodych przedsiębiorstw technologicznych, pochodzących z gospodarek wschodzących, model globalny przyjęto za konieczny.*

Rozdział trzeci ustala źródła przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw rodzimych nad ich odpowiednikami nierodzinnymi, mogące różnicować przebieg internacjonalizacji w obu grupach przedsiębiorstw. Autor powołuje się na światowe badania porównawcze, które dowodzą faktu istnienia takiej przewagi konkurencyjnej zarówno w odniesieniu do przedsiębiorstw publicznych, jak i niepublicznych. Ustala, że jej źródłem jest kapitał rodzinny – specyficzna odmiana kapitału społecznego albo według szkoły zasobowej familizm – wyróżniająca umiejętność firm rodzinnych w zakresie generowania takich zasobów strategicznych, jak silna architektura wewnętrzna i zewnętrzna czy reputacja. Firmy rodzinne, dzięki posiadanej przewadze konkurencyjnej nad firmami nierodzinnymi, osiągają lepsze wyniki finansowe. Najnowsze ustalenia światowe w tym względzie świadczą, że źródłem przewagi konkurencyjnej firm rodzinnych nad nierodzinnymi w otoczeniu globalnym może być wyróżniająca umiejętność tych pierwszych w zakresie budowania ponadgranicznego kapitału społecznego wiążącego i pomostowego. Rozważania w tej części pracy kończy przegląd nielicznych jeszcze badań światowych na temat zachowań przedsiębiorczych firm rodzinnych w otoczeniu globalnym, pochodzących z różnych kręgów kulturowych. Badania te również posiadają charakter porównawczy,

a punktem ich odniesienia są firmy nierodzinne. Przywoływanie badań światowych jest zasadne z kilku powodów. Po pierwsze, tematyka przewagi konkurencyjnej firm rodzinnych nad firmami nierodzinnymi jest rozwijana od niedawna i tylko w ten sposób można dokonać podsumowania dotychczasowych ustaleń w tym względzie. Po drugie, podstawą rozważań nad przedsiębiorczością rodzinną w rozwiniętej gospodarce rynkowej jest twierdzenie M. A. Gallo, zgodnie z którym firmy rodzinne na świecie funkcjonują według tej samej logiki i są w zasadzie identyczne pod względem swoich problemów i zagadnień, jak i możliwych sposobów ich rozwiązania. Nie można zatem mówić o jakiejś ściślejszej specyfice narodowej tych podmiotów, a jedynie o różnicach wynikających z poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego danego kraju czy też etapu rozwoju konkretnego przedsiębiorstwa¹. Socjologowie zgadzają się, że każda rodzina jest grupą pierwotną, związkiem intymnym, opartym na wzajemnym uczuciu, współdziałaniu i wzajemnej odpowiedzialności, w którym akcent pada na wzmacnianie wewnętrznych relacji i interakcji. Wiele definicji socjologicznych dąży również do wypracowania tej właściwej dla rodziny jako „uniwersalnej instytucji społecznej”, określając ją „utrwalonym w tradycji wszystkich kultur, zrytualizowanym zespołem działań ludzkich ukierunkowanym na zaspokajanie istotnych potrzeb swoich członków (głównie seksualnych, prokreacyjnych, ekonomicznych i socjalizacyjnych)”². Po trzecie sama metodologia tych badań może stanowić inspirację dla organizacji podobnych badań w Polsce.

Rozdział czwarty prezentuje koncepcję, założenia metodologiczne badań własnych autora oraz analizę uzyskanych wyników. Dokonano statystycznej charakterystyki 425 przedsiębiorstw rodzinnych i nierodzinnych z rynku NewConnect według: cech zidentyfikowanych jako kluczowe czynniki internacjonalizacji, stopnia ich internacjonalizacji oraz modelu ekspansji międzynarodowej. Następnie przeprowadzono wielowymiarową ocenę procesów i stopnia internacjonalizacji wszystkich firm notowanych na rynku NewConnect, by w końcu poddać analogicznej analizie oddzielnie firmy rodzinne i nierodzinne. Zastosowano metodę modelowania zjawisk – regresję logistyczną i regresję liniową (w przypadku stopnia internacjonalizacji). Oprócz badań ilościowych na część empiryczną rozprawy składają się studia przypadków dziewięciu przedsiębiorstw rodzinnych z rynku NewConnect, które rozwijają się międzynarodowo według modelu globalnego. Umożliwiają one głębszy wgląd w naturę młodych przedsiębiorstw globalnych (born globals), potwierdzają realność spełnienia przez rodzinę właścicielską warunków podejmowania przyspieszonej ekspansji międzynarodowej, zidentyfikowanych w części literaturowej oraz wskazują na kluczową rolę ekspansji międzynarodowej w strategii wzrostu i rozwoju innowacyjnego biznesu. Przypadki zostały dobrane celowo według kryterium największego stopnia internacjonalizacji.

¹ M. A. Gallo, *Global perspectives on family businesses*, Loyola University, Family Business Center, Chicago 1994.

² M. Księżopolski, B. Rysz-Kowalczyk, C. Żołędowski (red.), *Polityka społeczna w kryzysie*, Instytut Polityki Społecznej UW, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2009.