ZN WSH Zarządzanie 2015 (3), s. 257-261

Artykuł recenzyjny (recenzja naukowa)

Authors' Contribution:
(A) Study Design (projekt badania)
(B) Data Collection (zbieranie danych)
(C) Statistical Analysis (analiza statystyczna)
(D) Data Interpretation (interpretacja danych)
(E) Manuscript Preparation (redagowanie opracowania)
(F) Literature Search (badania literaturowe)

dr Monika Sipa [E]
Politechnika Częstochowska

Recenzja książki: Jan Klimek, Beata Żelazko (redakcja), *Innowacyjność firm rodzinnych – uwarunkowania i przejawy*, Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2015.

Jednym z najważniejszych wyzwań, przed jakimi stoją społeczeństwa XXI wieku, jest innowacyjność. Współczesna gospodarka charakteryzuje się dużą złożonością, a wzrost gospodarczy wiąże się z gospodarką opartą na wiedzy i innowacjach. W innowacjach upatruje się zwiększania wydajności oraz poprawy warunków życia. Wielu autorów[1] wskazuje na innowacje jako czynnik determinujący pozycję konkurencyjną zarówno państw, związków państw (UE), jak i przedsiębiorstw. Innowacyjność jest także jednym z priorytetów polityki Unii Europejskiej i obejmuje aktywność innowacyjną poszczególnych państw członkowskich. Przejawia się to między innymi w celach strategii lizbońskiej z 2000 r. czy też w nowym planie - „Europa 2020". Na poziom innowacyjności poszczególnych państw, istotny wpływ mają decyzje podejmowane przez władze w ramach aktywizacji działalności badawczo-rozwojowej poszczególnych jednostek, tworzących gospodarkę. Tempo zmian w technice, technologii oraz organizacji sprawia, że tylko przedsiębiorstwa innowacyjne, reagujące na zachodzące w ich otoczeniu zmiany, mogą osiągnąć wiele znaczących efektów, przesądzających o ich istnieniu.

Tak więc to, czy innowacje determinują rozwój przedsiębiorstw i ich pozycję rynkową, wydaje się, że już dziś nie podlega dyskusji. Ogrom literatury wskazującej na istotną rolę innowacji (nowości) w budowaniu pozycji rynkowej podmiotów gospodarczych powoduje, że przyjmujemy to za rzecz oczywistą. Nie oznacza to jednak, że w obszarze tym nie pojawiają się nowe pytania, problemy.

[1] Na przykład: J. Kay, G. Hamel, M. Porter, C.K. Prahalad, P.F. Drucker i inni.

Przykładem tego typu rozważań jest publikacja pt. *Innowacyjność firm rodzinnych – uwarunkowania i przejawy*, pod redakcją Jana Klimka i Beaty Żelazko. Monografia obejmuje szerokie spektrum problemów związanych z przejawami innowacyjności w firmach rodzinnych. Wymienioną publikację tworzy jedenaście rozdziałów, zawierających zarówno treści teoretyczne, jak i empiryczne. Publikacja, jak wspominają w *Słowie wstępnym* Redaktorzy, jest efektem konferencji zorganizowanej przez Zakład Przedsiębiorstwa rodzinnego SGH we współpracy z Izbą Rzemieślniczą oraz Małej średniej przedsiębiorczości w Katowicach.

Podjęta w opracowaniu problematyka jest ciekawym połączeniem innowacyjności i przedsiębiorczości rodzinnej, która jest uznawana za najstarszą formę prowadzenia biznesu oraz stanowi fundament rozwoju gospodarczego światowych gospodarek. Firmy rodzinne to przede wszystkim mikro, małe i średnie podmioty, ale nie tylko. Wśród firm rodzinnych znajdują się także przedsiębiorstwa duże, a także międzynarodowe holdingi. Biznes rodzinny charakteryzuje się odmiennymi od firm nierodzinnych cechami, znaczną złożonością oraz dość wysokim wskaźnikiem śmiertelności. Autorzy poszczególnych opracowań poruszają zagadnienia dotyczące zarówno bliższego, jak i dalszego otoczenia, wskazując na czynniki determinujące innowacyjność tej grupy firm oraz przejawy działań podejmowanych przez nie w tym obszarze. Problematykę innowacyjności przedsiębiorczości rodzinnej ukazano między innymi w kontekście: zarządzania strategicznego, uwarunkowań kulturowych firm rodzinnych, właściciela-lidera firmy i więzi rodzinnych, zarządzania wiedzą w firmach rodzinnych, czy też klienta jako źródła innowacji.

Monografię rozpoczynają teksty, które nakreślają ogólną sytuację dotyczącą poziomu innowacyjności sektora małych i średnich przedsiębiorstw (stanowiących w znacznym zakresie firmy rodzinne) na tle Unii Europejskiej. Przytoczono wielkości charakteryzujące aktywność innowacyjną tego sektora oraz podkreślono mocne i słabe strony tej skali firm w zakresie zwiększania swojej innowacyjności. Wskazano również czynniki determinujące powstawanie innowacji w tym sektorze, zwracając uwagę na fakt, iż innowacyjność przedsiębiorstw uzależniona jest zarówno od zasobów wewnętrznych firmy, jak i potencjału innowacyjnego otoczenia. J. Klimek oraz B. Żelazko w kolejnej części, w oparciu o badania własne, dokonali charakterystyki śląskich firm rodzinnych ze względu na ich działalność innowacyjną. Istotnym walorem tego rozdziału jest porównianie wyników badań własnych z wynikami badań przeprowadzonymi przez zespół kierowany przez T. Kraśnicką i T. Ingrama oraz GUS. Autorzy, odnosząc uzyskane wyniki do wyników publikowanym przez GUS, poddają w wątpliwość pogląd, iż aktywność innowacyjna przedsiębiorstwa rodzinnych jest niższa niż firm nierodzinnych. Warto jednak w tym miejscu zauważyć, że wyniki badań publikowanych przez GUS obejmują również dane dotyczące firm rodzinnych (brak jest rozgraniczenia na firmy rodzinne i nierodzinne), a także to, iż prawie połowa badanych przez Autorów firm rodzinnych, to mikropodmioty, które w badaniach GUS nie są uwzględniane. W dalszej części monografii Ł. Grzegorzek ujął zagadnienie innowacyjności w aspekcie współpracy firm rodzinnych z klientami (odbiorcami). Jak podkreślono w opracowaniu, źródłem wdrażanych w firmach rodzinnych innowacji

(szczególnie produktowych) może być klient. Wczesne rozpoznanie jego potrzeb pozwala na szybką reakcję firmy i jej odpowiedź w postaci nowego bądź zmodernizowanego produktu. W efekcie wyprzedzenie „innych" to lepsza pozycja rynkowa. Jak słusznie zauważa Autor, w obszarze tym warto zwrócić szczególną uwagę na budowanie odpowiednich relacji z klientami (CRM), ponieważ gromadzenie i umiejętne wykorzystanie informacji rynkowych umożliwia odniesienie sukcesu rynkowego.

Zwiększanie innowacyjności wymaga środowiska sprzyjającego działalności innowacyjnej oraz odpowiedniego potencjału w postaci wysoko wykwalifikowanych zasobów ludzkich i finansowych[2]. W podmiotach rodzinnych szczególne miejsce zajmują zasoby ludzkie wraz z tzw. czynnikami rodzinności. Dla tego typu podmiotów charakterystyczne są: wewnętrzna lojalność i zaufanie, które mogą redukować koszty ich funkcjonowania oraz zwiększać skuteczność ich działania. Cechy te stanowią trzon kultury organizacyjnej biznesu rodzinnego, będącej podstawą jej strategii oraz wizerunku.

Autorzy pięciu rozdziałów skupiają swoją uwagę właśnie na zasobach wewnętrznych przedsiębiorstw rodzinnych, ujmując zagadnienie innowacyjności w kontekście: kultury organizacyjnej, strategii, więzi wewnętrznych, a także właściciela (menadżera) firmy rodzinnej. D. Turek w ramach swojego opracowania dokonał przeglądu literaturowego definicji oraz pojęć dotyczących przedsiębiorstw rodzinnych i ich kultury organizacyjnej. Wynikiem tych rozważań jest między innymi ciekawe zestawienie czynników sprzyjających tworzeniu innowacji (klimat innowacyjny) z cechami charakterystycznymi dla kultury organizacyjnej firm rodzinnych. Tematyka ta jest istotna, ponieważ podkreślić należy, że stworzenie odpowiedniej kultury organizacyjnej umożliwia swobodny przepływ wiedzy w firmie, prowadząc do zwiększania umiejętności i kompetencji pracowników, a co za tym idzie – powiększenia zasobów wiedzy całej organizacji. Zagadnienia dotyczące tworzenia wiedzy w firmach rodzinnych zostały poruszone przez A. Barańską, która podjęła próbę wskazania pozytywnych i negatywnych cech kultury organizacyjnej przedsiębiorczości rodzinnej, mających wpływ na możliwości powiększania zasobów wiedzy w organizacji. Autorka wspomina między innymi o tzw. efekcie butelki, który wynika z dominującej roli właściciela firmy (zarządu) w zakresie pozyskiwania informacji i ich przetwarzania. W efekcie prowadzi to do ograniczonego wykorzystania i pomnażania wiedzy, a w dalszej perspektywie – do niewielkiej kreatywności i niskiej innowacyjności. Dominującą rolę właściciela w zakresie stymulowania innowacyjności pracowników w przedsiębiorstwach rodzinnych podkreśla także B. Chmielewiec. Autorka wskazała na pojawiające się w tym zakresie problemy oraz podjęła próbę wyodrębnienia zadań, jakie powinien realizować i kompetencji, jakie powinien posiadać właściciel (menadżer) firmy, aby inicjować powstawanie innowacji. W literaturze często podkreśla się, że prowadzenie rodzinnej firmy jest trudniejsze, ponieważ przeplatają się tutaj jednocześnie relacje biznesowe i więzi rodzinne. K. Leszczewska zwraca uwagę na szczególne miejsce nepotyzmu w tego typu organizacjach. Podejmuje rozważania na temat wpływu rodzinności (jej plusy

[2] V. Navickas, R. Kontautiene, *The Initiatives Of Corporate Social Responsibility As Sources Of Innovations*, Verslas: Teorija Ir Praktika Business: Theory And Practice, 2013 14(1), s. 27-34.

i minusy) na funkcjonowanie biznesu rodzinnego oraz na temat jego rozwoju i możliwości budowania przewagi konkurencyjnej w stosunku do podmiotów nierodzinnych.

Tworzenie i wprowadzanie innowacji nie jest jednak procesem bezpiecznym. Wysoki stopień ryzyka jest cechą charakterystyczną procesów innowacyjnych i jest zdeterminowany przede wszystkim przez znaczące koszty oraz wysoki odsetek niepowodzeń przy wdrożeniach zmian. Innowacja jest sukcesem wówczas, gdy ostatecznie zostaje wprowadzona na rynek i tworzy określone wartości ekonomiczne. Niestety, w wielu przypadkach tworzone koncepcje nowych produktów nie osiągają fazy komercjalizacji.

Efekty prowadzonych działań proinnowacyjnych często widoczne są w dłuższej perspektywie, dlatego w celu realizowania innowacji powinna być przyjęta strategia innowacji. Stanowi ona zazwyczaj część strategii rozwoju i jest z nią ściśle związana[3]. Samo sformułowanie strategii nie ma jednak większego znaczenia, jeżeli strategia ma nikłe szanse wdrożenia. Powodzenie tego procesu zależy w głównej mierze od stopnia przygotowania przedsiębiorstwa do jej wdrożenia, a w szczególności od odpowiedniego zakresu zaangażowania zespołu kierowniczego[4]. W ramach monografii aspekt ten poruszył S. Łobejko. Autor, w oparciu o przegląd literatury, zauważa, że w przedsiębiorstwach rodzinnych widoczna jest silna koncentracja na długofalowym działaniu, które sprzyja innowacyjności, a szczególnie realizacji strategii rozwoju nowego produktu. Wskazuje także na fakt, iż trzecie i dalsze pokolenia właścicieli w tego typu podmiotach nie traktują wzrostu firmy oraz jej innowacyjności jako kluczowych.

Przedsiębiorczość rodzinna to nie tylko mikro, małe czy średnie podmioty z niewielkim kapitałem. Są to także duże firmy funkcjonujące na giełdach. J. Lipiec w swoim opracowaniu zauważa, że brak jest w literaturze jasno sprecyzowanej definicji giełdowej firmy rodzinnej, co ułatwiłoby ich analizę porównawczą. Autor dokonał przeglądu funkcjonujących w literaturze definicji tego typu firm, zestawiając wybrane z nich w formie tabelarycznej. Sformułowana została również autorska definicja giełdowych firm rodzinnych w celu badania tego rodzaju podmiotów, które są notowane na WGPW. Jest to istotny walor opracowania.

Monografię zamyka ANEKS, w którym A. Bubiel przybliża zagadnienie Bitcoin jako innowacji w sferze finansowej przedsiębiorstw. Autor odniósł się do wybranych aspektów funkcjonowania tej wirtualnej waluty, podkreślając szanse jej rozwoju oraz możliwości wykorzystywania tej innowacji przez polskich przedsiębiorców.

Reasumując, warto podkreślić, że J. Klimek i B. Żelazko jako redaktorzy naukowi monografii pt. *Innowacyjność firm rodzinnych – uwarunkowania i przejawy* w bardzo sprawny sposób zebrali materiały pokonferencyjne, tworzący spójną całość. Monografia porusza ważne i aktualne dla polskiej gospodarki zagadnienia. Pozwala czytelnikowi dostrzec złożoność funkcjonowania przedsiębiorczości rodzinnej w kontekście szeroko

[3] W. Janasz, *Innowacje i ich miejsce działalności przedsiębiorstwa*, [w:] *Innowacje w modelach działalności przedsiębiorstw*, red. W. Janasz, Wydawnictwo Naukowe USz, Szczecin 2003, s. 69-73.

[4] A. Pomykalski, *Innowacje*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2001, s. 250-252; D. Faulkner, C. Bosman, *Strategie konkurencji*, Wydawnictwo FELBERG SJA, Warszawa 1999, s. 5.

rozumianej innowacyjności. Podjęte przez Autorów rozważania mają zarówno charakter teoretyczny, jak i teoretyczno-empiryczny, a przy ich opracowaniu wykorzystano obszerną literaturę przedmiotu, w tym głównie obcojęzyczną. Rozdziały teoretyczne mogą być inspiracją do dalszych badań, ponownych przemyśleń oraz poszukiwania nowatorskich koncepcji w zakresie działalności polskich przedsiębiorstw rodzinnych.

Monografia stanowi istotną pozycję książkową dla osób interesujących się zarówno problematyką innowacyjności, jak i przedsiębiorczości rodzinnej. Napisana jest w sposób jasny i przejrzysty, interesujący dla czytelnika. Może służyć zarówno menedżerom, przedsiębiorcom, jak i wszystkim tym, którzy chcą zapoznać się z pojęciami i wybranymi rozwiązaniami odnoszącymi się do poruszanej tematyki. Książka posiada wiele prezentacji graficznych. Zarówno strona edytorska, jak i szata graficzna pozwalają na komfortowe czytanie tekstu.