

Agata Buczak

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska ■ Wrocław University of Economics and Business, Poland

Jacek Wychowanek

Wyższa Szkoła Zarządzania i Przedsiębiorczości, Wałbrzych ■ Wałbrzych Higher School of Management and Entrepreneurship, Poland

Przedsiębiorczość rodzinna w polskiej literaturze naukowej w latach 2018–2023

Family Entrepreneurship in Polish Academic Literature: 2018–2023

Streszczenie: W opracowaniu podjęto się rozważań nad tematyką przedsiębiorczości rodzinnej, uznawanej za szczególną, wyjątkową, łączącą podstawową jednostkę społeczną, którą jest rodzina, z działalnością biznesową. Celem badawczym uczyniono przegląd publikacji i badań w naukach ekonomicznych, opublikowanych przez polskich badaczy w latach 2018–2023 (stan na dzień 30.06.2023 r.), poświęconych zagadnieniu przedsiębiorczości rodzinnej. Wyniki prowadzonych analiz opracowano w ujęciu tabelarycznym – od najnowszych do najstarszych publikacji, pogrupowane według zakresu realizowanej tematyki ze wskazaniem: autora/ autorów opracowania wraz z jego tytułem i rokiem opublikowania, zakresu tematycznego, który był w nim poruszony, przeprowadzonych badań, ich wyników i końcowych wniosków, zwieńczonych komentarzem od autorów. Wykonane badania pozwoliły wskazać tematykę rozważań prowadzonych przez badaczy, m.in. w zakresie: finansowania działalności firm rodzinnych w Polsce, relacji na linii właściciel – sukcesor, wpływu pandemii COVID-19 na szeroko ujmowany zakres prowadzonej działalności firm rodzinnych. Udało się również zdefiniować lukę poznawczą w postaci braku opracowań naukowych, m.in. w zakresie zagadnienia miejsca i roli kobiet w działalności podmiotów o charakterze familiarnym, procesów internacjonalizacji tych przedsiębiorstw, barier i czynników mobilizujących w procesie sukcesji.

Abstract: The issue of family entrepreneurship, which combines the basic social unit of the family with business activity, is considered special and discussed in this article. The research goal was to review publications and research in the economic sciences dedicated to the issue of family entrepreneurship and published by Polish researchers in the years 2018–2023 (as of June 30, 2023). The results of the analyses have been prepared in a tabular format from the most recent to the oldest, grouped according to subject matter, indicating the author(s) along with title and year of publication, the thematic scope covered, the research carried out, results and final conclusions, and ended with a comment from the authors. The research allowed the topics, which included financing the activities of family businesses in Poland, owner-successor relations and the impact of the COVID-19 pandemic, on the broad range of activities of family businesses. We also managed to define some cognitive gaps in academic work, including the place and role of women in the activities of corporate entities, the processes of internationalization of these enterprises, along with barriers and mobilizing factors in the succession process.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość rodzinna; przedsiębiorstwa rodzinne; przegląd krajowej literatury i badań; sukcesja

Keywords: family entrepreneurship; family enterprises; review of national literature and research; succession

Otrzymano: 3 kwietnia 2024

Received: 3 April 2024

Zaakceptowano: 6 czerwca 2024

Accepted: 6 czerwca 2024

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Buczak, A., Wychowanek, J. (2024). Przedsiębiorczość rodzinna w polskiej literaturze naukowej w latach 2018-2023. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 20(1), 123–155. <https://doi.org/10.24917/20833296.201.8>

Wstęp

Na temat przedsiębiorczości powiedziano już wiele, zaproponowano liczne opracowania. Zagadnienie to cieszy się niesłabnącym zainteresowaniem badaczy zarówno nurtu ekonomicznego, jak i zarządzania czy psychologii, co nie dziwi – wszystkie te nauki należą do nauk społecznych, gdzie człowiek znajduje się w centrum reakcji i wzajemnych relacji z szeroko ujmowanym otoczeniem: gospodarczym, międzyludzkim, procesowym, społecznym czy ekonomicznym.

Od czasów Adama Smitha, nazywanego „ojcem ekonomii”, zakres pojęcia przedsiębiorczości znacznie się powiększył. To już nie tylko tworzenie i rozpowszechnianie nowych produktów, wprowadzanie nowych metod wytwarzania, znajdowanie nowych rynków zbytu, budowanie nowych form gospodarczych oraz odkrywanie nowych źródeł zaopatrzenia w surowce i materiały (Huefner i in., 1991: 14-15). Przedsiębiorczość dziś to synonim poszukiwania, dostrzegania, tworzenia oraz skutecznego wykorzystywania okazji i możliwości w celu kreowania nowych wartości, takich jak: produkty bądź usługi, rynki zbytu, środki produkcji, formy organizacyjne, strategie (Głodowska, 2019: 20). Przedsiębiorczości można się nauczyć, można ją wytrenować (Lichniak, 2009: 71) i odnosi się to do wszelkiego działania, na które składają się identyfikacja, ocena i eksploatacja szans wprowadzenia nowych produktów oraz nowych usług, czy też sposobów organizowania nowych rynków, surowców (Shane, 2003: 3).

Wraz z rozwojem pojęcia przedsiębiorczości powstają nowe jego gałęzie, dziedziny zyskujące swoje nazewnictwo od osoby „przedsiębiorcy”, która decyduje o jego charakterze i zakresie oddziaływania. I tak, w literaturze znajdujemy przedsiębiorczość: korporacyjną, niezależną, intelektualną, garażową, społeczną, kobiet, seniorów, etyczną, systemową, ewolucyjną, rodzinną (Klonowska-Matynia, Palinkiewicz, 2013). Właśnie ta ostatnia – przedsiębiorczość rodzinna – stanowi główne pole zainteresowań autorów niniejszego opracowania, którego celem jest przegląd publikacji i badań w naukach ekonomicznych, opublikowanych przez polskich badaczy w latach 2018-2023 (stan na dzień 30.06.2023 r.), poświęconych zagadnieniu przedsiębiorczości rodzinnej. Zaplanowano, by wyniki analiz zamieścić w tabeli zbiorczej, w układzie rosnącym – od najnowszych do najstarszych publikacji, pogrupowane według zakresu tematyki, ze wskazaniem: autora/autorów opracowania, tytułu i roku publikacji, zagadnień, które były w nim poruszone, przeprowadzonych

badań, ich wyników i końcowych wniosków. Każdy z modułów zwieńczono komentarzem od autorów niniejszego artykułu.

Proponowany artykuł wypełnia lukę poznawczą w postaci opracowania zbiorczego, przywołującego mnogość rozważań naukowych w tematyce przedsiębiorczości rodzinnej, którą definiuje się jako determinującą zaangażowanie członków rodziny (Klonowska-Matynia, Palinkiewicz, 2013: 37), wyróżniającą się innowacyjnością i pomysłowością (Piecuch, 2010: 45), potencjałem mającym wpływ na wiele gałęzi gospodarki i szeroko ujmowanej przedsiębiorczości. Wykonane prace pozwolą wskazać również zakres bądź zakresy tematów, które w kontekście przedsiębiorczości rodzinnej nie były w badanym okresie podejmowane przez rodzimych naukowców. Do chwili obecnej nie wyodrębniono opracowania, które, w sposób przejrzysty i chronologiczny, podsumowałyby dokonania polskich badaczy, reprezentujących nauki ekonomiczne w tym zakresie. Dlatego, proponowane rozważania należy uznać za spełniające warunek innowacyjności i niepowtarzalności.

Metodyka prowadzonych badań

By przyjęty cel mógł być zrealizowany, dokonano szczegółowej weryfikacji zbiorów opracowań naukowych na takich platformach, jak: Google Scholar (<https://scholar.google.com/>; 2023, 16 lipca), Central and Eastern European Online Library GmbH (<https://www.ceeol.com/>; 2023, 16 lipca), Biblioteka Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu (<https://katalog.ue.wroc.pl/searcheds>; 2023, 16 lipca), Biblioteka Nauki (<https://bibliotekanauki.pl/>; 2023, 16 lipca), Research Gate (<https://www.researchgate.net/>; 2023, 16 lipca). Wyszukiwania w ww. zasobach prowadzono z użyciem następujących określeń: przedsiębiorczość rodzinna, firmy rodzinne, przedsiębiorstwa rodzinne, przedsiębiorstwa familijne, przedsiębiorczość familiarna, przedsiębiorczość familijna, firmy familijne, family businesses. Wstępna weryfikacja dostarczyła 423 opracowań. W kolejnych działaniach z wyszukiwania autorzy wykluczyli dziedziny inne niż nauki społeczne, a szczególną uwagę skierowali na opracowania w naukach ekonomicznych autorstwa wyłącznie polskich badaczy, opublikowane nie tylko w języku polskim. Koniecznym w tym miejscu jest wyjaśnienie, iż autorzy w niniejszym artykule skupili się wyłącznie na opracowaniach polskich badaczy po głębokiej analizie zgromadzonego materiału badawczego, która doprowadziła do powzięcia decyzji o podzieleniu na dwa osobne artykuły – przegląd literatury na temat przedsiębiorczości rodzinnej: zagraniczny (o charakterze globalnym, z wyłączeniem polskich autorów) i krajowy, gdzie twórcami byli wyłącznie Polacy. Do przeszukiwania bazy danych przyjęto wyłącznie artykuły pełnotekstowe opublikowane w latach 2013–2023 (stan na dzień 30.06.2023 r.). Listy do redaktorów, komentarze, raporty, recenzje i artykuły redakcyjne zostały wykluczone. Bibliografie odpowiednich artykułów przeglądowych, zidentyfikowanych podczas przeszukiwania baz danych, zostały ręcznie sprecyzowane w celu rozpoznania dodatkowych odpowiednich artykułów do uwzględnienia. Ostateczna weryfikacja pozwoliła na włączenie do rozważań 38 artykułów: 35 opracowanych w języku polskim i 3 w języku angielskim. W efekcie przeprowadzonych prac badawczych wyszczególniono zagregowane zakresy tematyczne, w których autorzy realizowali swoje zainteresowania badawcze: sukcesja; finansowanie i rozliczenia w przedsiębiorstwach o charakterze familiarnym; wpływ sytuacji kryzysowych, m.in. pandemii COVID-19, na działalność firm rodzinnych; dzielenie się wiedzą i korzystanie z doświadczeń starszych pokoleń właścicieli; przedsiębiorstwa rodzinne

a innowacyjność, jakość i rozwój; różnego rodzaju badania i przeglądy literatury poświęcone przedsiębiorczości firm o charakterze familiarnym, w tym monografie.

Przedsiębiorczość rodzinna w polskiej literaturze naukowej – wyniki badań

Przedsiębiorstwa rodzinne, bez względu na to, czy działają na rodzimym rynku, czy za granicą, stają przed koniecznością rozwiązywania kwestii operacyjnych, strategicznych czy inwestycyjnych w taki sposób, by dawać sobie radę z wieloma zagadnieniami wynikającymi z ich rodzinnej specyfiki, jak również z faktem bycia konkurencyjnymi wobec menadżersko zarządzanych podmiotów konkurencyjnych. Przewagę tę mogą budować poprzez wykorzystanie swoistych cech familistycznych, takich jak długoterminowa perspektywa prowadzenia biznesu przez przyszłe pokolenia, która zwiększa siłę rodzinnych podmiotów i od chwili założenia daje im wyraźną tożsamość w coraz bardziej anonimowym świecie biznesu (Cadbury, 2000: 1-3), a to właśnie rodzina właścicielska kształtuje przedsiębiorstwo w taki sposób, w jaki nie są w stanie tego czynić członkowie rodzin w przedsiębiorstwach niebędących własnością rodziny (Lansberg, 2002: 44). Jednakże najistotniejsze spostrzeżenie badaczy zagadnienia wskazuje, że dzisiejsza firma – bardziej niż w jakimkolwiek czasie minionego stulecia – zbudowana jest w oparciu o związki – czyli materiał, z którego zbudowane są również rodziny (Petzinger, 1999: 218). Pomimo upływającego czasu nie udało się wyodrębnić jednej definicji, która wypełniłaby oczekiwania wszystkich badaczy tego zagadnienia, co wynikać może z faktu, iż definiowanie firmy rodzinnej nie może opierać się wyłącznie na kryteriach obiektywnych, takich jak: typ własności, wielkość czy sposób zarządzania, ale musi również uwzględniać czynniki subiektywne, jak: wartości i postawy reprezentowane przez właściciela i jego rodzinę, finansową odpowiedzialność za firmę, zaangażowanie rodziny w prowadzenie biznesu, strategiczną orientację długiego okresu prowadzenia firmy oraz troskę o planowanie sukcesji (Zawadka, 2011: 30). Trudność w definiowaniu pojęcia przedsiębiorczości rodzinnej związana jest także z faktem występowania w przestrzeni informacyjnej wielu jej synonimów, czy też „obiegowych” określeń odstających od naukowego brzmienia, a mających odmienne znaczenie dla osoby wypowiadającej się. Przedsiębiorczość rodzinna jest niejako połączeniem dwóch bytów:

1. instytucji rodziny (społecznej) mającej do realizacji swoje cele, takie jak: prokreacja, prowadzenie wspólnego gospodarstwa domowego, organizowanie życia członków rodziny oraz zabezpieczanie swoich potrzeb wewnętrznych (Zawadka, 2011: 31),
2. przedsiębiorstwa, które posiada cele związane z: zaspokajaniem potrzeb obcych, podejmowaniem ryzyka oraz ekonomiczną samodzielnością (Safin, 2007: 17-18), maksymalizacją zysków i minimalizacją strat.

W czasie przygotowywania opracowania w literaturze przedmiotu zidentyfikowano wiele definicji przedsiębiorstwa rodzinnego (family business), za pomocą których próbowano wyjaśniać jego społeczno-ekonomiczną specyfikę. Oto niektóre z nich:

- Z biznesem rodzinnym mamy do czynienia wtedy, gdy co najmniej dwa pokolenia jednej rodziny miały znaczący wpływ na cele i politykę firmy (Donnelley, 2002: 4).
- Przedsiębiorstwo rodzinne to podmiot gospodarczy, w którym większość struktury własności oraz funkcja zarządzania całym podmiotem pozostają w rękach jednej rodziny (Sułkowski, 2004: 99).
- Firma rodzinna posiada dowolną formę prawną, kapitał przedsiębiorstwa znajduje się

w całości lub w decydującej części w rękach rodziny i przynajmniej jeden członek rodziny wywiera decydujący wpływ na kierownictwo lub sam sprawuje funkcję kierowniczą z zamiarem trwałego utrzymania przedsięwzięcia w rękach rodziny (Frishkoff, 1995).

- Przedsiębiorstwo rodzinne to przedsięwzięcie, które obejmuje własność, zarządzanie i odpowiedzialność rodziny za biznes (Cadbury, 2000: 5).
- Biznes rodzinny ma miejsce wtedy, gdy co najmniej dwóch członków rodziny pracuje w nim, sprawując kontrolę nad zarządzaniem i finansami, a sukcesja już się odbyła lub jest planowana (Zawadka, 2011: 32).
- Firma rodzinna jest kierowana przy pomocy nadzoru właścicielskiego rodziny i (lub) menedżerów posiadających intencję kształtowania i (lub) kontynuowania wizji przedsiębiorstwa przez koalicję, którą kontrolują członkowie jednej lub kilku rodzin w taki sposób, który umożliwia utrzymanie wizji pomiędzy pokoleniami (Chua, Chrisman, Sharma, 1999: 19–39).

W tabeli 1 zagregowano efekty prac badawczych polskich autorów, opublikowanych w latach 2018–2023 (stan na 30.06.2023 r.), z podziałem na zrealizowane zakresy tematów, szczegółowo przywołujących poczynione wnioski i obserwacje, z klasyfikacją do grupy monografii lub samodzielnego artykułu lub rozdziału w monografii wieloautorskiej, wraz z komentarzem autorów niniejszego opracowania. Wszystkie wskazane w tabeli 1 opracowania naukowe zostały odpowiednio zamieszczone w literaturze końcowej, w kolejności alfabetycznej.

Tabela 1. Przedsiębiorczość rodzinna – przegląd opracowań i badań polskich autorów w latach 2018–2023 (stan na dzień 30.06.2023 r.)

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<ul style="list-style-type: none"> – Biegajło (2021) – Tytuł artykułu w monografii: <i>Charakterystyka search funds jako inwestorów dla firm rodzinnych w Polsce w obliczu braku sukcesji</i> – Oficyna Wydawnicza SGH 	<p style="text-align: center;">Tematyka opracowań: sukcesja</p> <ul style="list-style-type: none"> – Celem artykułu była analiza search funds jako nowej grupy inwestorów na rynku kapitałowym w Polsce, która stanowi jednocześnie grupę potencjalnych inwestorów dla firm rodzinnych w obliczu braku sukcesji – Search fund (pol. fundusz poszukiwawczy) to wehikuł inwestycyjny prowadzony przez jednego lub dwóch menedżerów (dalej zwanych Menedżerami), którzy nawiązują współpracę z niewielką grupą powiązanych inwestorów i mentorów w celu poszukiwania, przejęcia 100% wybranego biznesu i prowadzenia go przez okres od 6 do 10 lat, aż do przeprowadzenia procesu dezinwestycji. Tematyka search fund w polskiej literaturze jest tematyką „raczkującą” – W opracowaniu podjęto się przeprowadzenia studium przypadku: sprzedaż firmy rodzinnej MotionVFX na rzecz search fund. Jedyną w Polsce taka transakcja miała miejsce w 2020 r. – Nextline przejął MotionVFX od dotychczasowego właściciela – Przeprowadzone analizy wykazały, że search funds proponują znacznie niższe wyceny transakcyjne na podstawie najpopularniejszego w praktyce mnożnika EV/EBITDA od średnich poziomów tego mnożnika na rynku. Z drugiej jednak strony ta grupa inwestorów akceptuje pewne parametry spółki przejmowanej, które nie są akceptowalne przez inne grupy inwestorów, np. brak profesjonalnej kadry zarządzającej – Menedżerowie search funds są zainteresowani przejęciem 100% wybranego biznesu, przez co stają się właścicielami przejętego przedsiębiorstwa. Jest to ich jedyna praca i jedyny biznes, który chcą rozwijać. Daje to poczucie komfortu sprzedającemu, że po transakcji jego biznes nie będzie miał częścią dużej korporacji lub konkurencji, a będzie najważniejszym biznesem dla nowych właścicieli
<ul style="list-style-type: none"> – Popczyk (2020) – Tytuł artykułu w monografii: <i>Modele sukcesji zarządzania w przedsiębiorstwach rodzinnych</i> – Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego 	<ul style="list-style-type: none"> – Celem opracowania była identyfikacja koncepcji naukowych, które pomogą zrozumieć powody niepowodzeń sukcesyjnych w firmach rodzinnych oraz prezentacja najlepszych rozwiązań sukcesyjnych na świecie, zwiększających prawdopodobieństwo transferu międzypokoleniowego (lub pozarodzinnego) zarządzania w małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach rodzinnych – Ważną konkluzją wynikającą z przeglądu literatury i rozważań nad efektywnym modelem sukcesyjnym w przedsiębiorstwach rodzinnych jest nieuchronność przekształcania się rodzin menedżerskich, aktywnie uczestniczących w zarządzaniu, w rodziny właścicielskie, ograniczające się tylko do funkcji nadzorczych i kontrolnych w wielopokoleniowych, dużych przedsiębiorstwach rodzinnych – Efekt „grawitacji rodziny i jej wartości” w przedsiębiorstwie pozwala utrzymać wyjątkową kulturę organizacyjną, opartą na infrastrukturze moralnej rodziny, nawet w warunkach wycofania się członków rodziny właścicielskiej z aktywnego przywództwa – Wartości rodziny właścicielskiej nadal mogą wyznaczać wzorce zachowań w organizacji i poza nią
<ul style="list-style-type: none"> – Dźwiągół-Barosz (2018a) – Tytuł artykułu w monografii (a): <i>Kompetencje sukcesorów współczesnych przedsiębiorstw rodzinnych</i> – Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie – Dźwiągół-Barosz (2018b) – Tytuł artykułu w monografii (b): <i>Jak przygotować sukcesora do zarządzania przedsiębiorstwem rodzinnym?</i> 	<ul style="list-style-type: none"> – Autorka w niewielkim odstępie czasu, w roku 2018, opublikowała dwa artykuły poruszające zagadnienie związane z tematyką kompetencji sukcesorów w przedsiębiorstwach rodzinnych. Zdanie autorów prezentowanego opracowania – zasadnym jest przedstawienie ich w jednym panelu prezentacyjnym, ze wskazaniem osobno celów i osiągniętych wyników, gdyż są ze sobą kompatybilne – Celem opracowania (a) była próba identyfikacji kluczowych kompetencji sukcesorów na podstawie analizy wyników badań zastanych oraz wyników badań własnych – Na podstawie zastanych wyników badań ustalono, iż za bardzo przydatne sukcesorzy ocenili najczęśćcej pracowitość, odwagę, dokładność, zaangażowanie i posiadaną praktykę; w odniesieniu do cech ocenionych jako bardzo przydatne, najczęśćcej podkreślane były te, które można ukształtować głównie w procesie wychowania i socjalizacji; badani

<p>Podstawowe dane publikacyjne</p> <p>– Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej</p>	<p>Zakres prowadzonych badań i ich wyniki</p> <p>podkreślali również, że tylko praktyka, jaką otrzymali w biznesie rodzinnym, możliwość podejmowania samodzielnych decyzji wpływa na zaangażowanie w pracy; W procesie sukcesji, za najrzadziej wykorzystywane badania uznali trzy cechy: ambicję, inteligencję i innowacyjność</p> <ul style="list-style-type: none"> – W badaniach autorki opracowania uzyskano następujące wyniki: <ul style="list-style-type: none"> - Za najbardziej przydatną kompetencję uznano pracowitość, która interpretowana jako wytrwałość i determinacja w realizacji podjętych zadań, jest szczególnie potrzebna podczas sukcesji. Bez tej kompetencji sukcesorzy, poddani presji swoich rodziców z jednej strony a pracowników z drugiej, mogliby nie podjąć okresowi napięć i częstych konfliktów; Sukcesorzy podkreślali, że bez tak pojętej pracowitości trudno byłoby przetrwać kryzysy i konflikty, jakie pojawiają się w procesie sukcesji - Drugą najwyższą ocenioną kompetencją była praktyka w zawodzie, wskazująca na konieczność zaangażowania potencjalnych sukcesorów w zagadnienia praktyczne związane z wykonywanym później zawodem. Doświadczenie w branży jest związane poprzez kształtowanie umiejętności zawodowych z praktyką zawodową, co wskazuje na wagę wychowania dzieci w kulturze biznesowej - Sukcesorzy dodatkowo wysoko ocenili przydatność zachowań etycznych w procesie sukcesji, co mogło być związane ze świadomością konieczności prowadzenia procesu sukcesyjnego w transparentny sposób i nastawieniem na znalezienie rozwiązania, które zabezpieczy interesy zaangażowanych w sukcesję stron. Kolejne kompetencje ocenione jako potrzebne w procesie sukcesji to odwaga i kreatywność – Celem opracowania (b) była analiza uwarunkowań i transformacji kompetencji sukcesorów współczesnych przedsiębiorstw rodzinnych, ze szczególnym uwzględnieniem ich cech przywódczych, inteligencji emocjonalnej oraz kompetencji związanych z wychowaniem i socjalizacją, wskazano również na szczególną rolę nestorów w procesie przygotowania następców do zarządzania przedsiębiorstwem rodzinnym – Analiz dokonywano na podstawie badań innych autorów oraz wyników badań własnych przeprowadzonych przez przywołaną autorkę – dotyczyły kompetencji sukcesorów warunkujących sprawne zarządzanie współczesnymi przedsiębiorstwami rodzinnymi – W toku prowadzonych analiz wskazano, iż: <ul style="list-style-type: none"> - specyfika zarządzania przedsiębiorstwem rodzinnym niesie za sobą konieczność uwzględniania nie tylko aspektów ekonomicznych, ale również szeroko pojętych relacji międzyludzkich; - proces przygotowania następców wymaga współpracy pomiędzy pokoleniami, ze szczególnym uwzględnieniem roli nestorów w procesie wychowawczym od wczesnych lat dzieciństwa, poprzez stopniowe wprowadzanie sukcesorów do przedsiębiorstw rodzinnych przy jednoczesnym przekazywaniu wiedzy, dobrych praktyk, wzorców zachowań, zastosowaniu metod doskonalenia kompetencji oraz pobudzaniu motywacji do działania - rodzice, którzy chcą, aby zarządzanie przedsiębiorstwem rodzinnym było kontynuowane przez następne pokolenia, powinni świadomie wprowadzać w życie projekt edukacji (w tym emocjonalnej) dla swoich sukcesorów, a kluczowe jest zrozumienie, że sukcesorzy w firmach rodzinnych się nie rodzą, tylko są starannie wychowywani i przygotowywani przez seniorów – Wśród czynników w sposób znaczący oddziałujących na przedsiębiorstwa rodzinne w procesie ich sukcesji niewątpliwie są: postęp techniczno-technologiczny (automatyzacja i robotyzacja procesów produkcyjno-usługowych), uwarunkowania geopolityczne: dynamicznie rozwijający się proces globalizacji, uwarunkowania kulturowe, w tym religijne, powstanie nowego środowiska gospodarczego – środowiska wirtualnego, opartego na rozwoju Internetu (rozwoju technologii teleinformatycznych), środowisko, w jakim funkcjonuje organizacja (realne, wirtualne, rodzinne)
---	--

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<p>Komentarz:</p> <p>Sukcesja, rozumiana jako powolna zmiana władzy i odpowiedzialności zachodząca w czasie (Handler, 1990), jest zjawiskiem niemal intuicyjnie łączonym z przedsiębiorczością rodzinną, ponieważ ściśle utożsamia się ją z co najmniej dwoma pokoleniami jednej rodziny, a związek ten jest związkami wzajemnym tak rodziny z firmą, jak firmy z interesami i celami rodziny (Donnelley, 1964: 94). W badanym okresie krajowi autorzy swoje rozważania badawcze agregowali w zagadnieniu roli nestorów przedsiębiorstw rodzinnych jako nauczycieli i kreatorów przyszłego pokolenia zarządzającego tymi podmiotami. Sposób przekazywania swojej wiedzy i doświadczeń, jaki od najmłodszych lat będą reprezentować wobec następców, finalnie wpłynie na kondycję przedsiębiorstwa po dokonaniu procesu sukcesji (Dźwiłgot-Barosz, 2018a, 2018b). Ciekawe rozważania (Biegajło, 2021) dotyczyły również sytuacji, gdy przedsiębiorstwo do „tej” chwili rodzinne, nie posiadając zdefiniowanego sukcesora, staje się obiektem działalności nowej grupy inwestorów (search funds). Dowiedziono, że przejęcie przedsiębiorstwa wiąże się z jego rozwojem, ponieważ dla nowych właścicieli zyskuje ono miano najważniejszego w życiu biznesu, któremu w całości się poświęcają.</p> <p>Konieczna wydaje się uwaga, iż zagadnienie sukcesji w przedsiębiorstwach rodzinnych nie było w latach 2018–2023 częstym tematem rozważań polskich badaczy. Zdaniem autorów niniejszego opracowania nie podjęto się, m.in. rozważań w zakresie barier i motywacji towarzyszących procesowi sukcesji, i to zarówno na gruncie krajowym, jak i zagranicznym. Zdefiniowano zatem lukę poznawczą w tym poziomie rozważań</p>	<p>Sukcesja, rozumiana jako powolna zmiana władzy i odpowiedzialności zachodząca w czasie (Handler, 1990), jest zjawiskiem niemal intuicyjnie łączonym z przedsiębiorczością rodzinną, ponieważ ściśle utożsamia się ją z co najmniej dwoma pokoleniami jednej rodziny, a związek ten jest związkami wzajemnym tak rodziny z firmą, jak firmy z interesami i celami rodziny (Donnelley, 1964: 94). W badanym okresie krajowi autorzy swoje rozważania badawcze agregowali w zagadnieniu roli nestorów przedsiębiorstw rodzinnych jako nauczycieli i kreatorów przyszłego pokolenia zarządzającego tymi podmiotami. Sposób przekazywania swojej wiedzy i doświadczeń, jaki od najmłodszych lat będą reprezentować wobec następców, finalnie wpłynie na kondycję przedsiębiorstwa po dokonaniu procesu sukcesji (Dźwiłgot-Barosz, 2018a, 2018b). Ciekawe rozważania (Biegajło, 2021) dotyczyły również sytuacji, gdy przedsiębiorstwo do „tej” chwili rodzinne, nie posiadając zdefiniowanego sukcesora, staje się obiektem działalności nowej grupy inwestorów (search funds). Dowiedziono, że przejęcie przedsiębiorstwa wiąże się z jego rozwojem, ponieważ dla nowych właścicieli zyskuje ono miano najważniejszego w życiu biznesu, któremu w całości się poświęcają.</p> <p>Konieczna wydaje się uwaga, iż zagadnienie sukcesji w przedsiębiorstwach rodzinnych nie było w latach 2018–2023 częstym tematem rozważań polskich badaczy. Zdaniem autorów niniejszego opracowania nie podjęto się, m.in. rozważań w zakresie barier i motywacji towarzyszących procesowi sukcesji, i to zarówno na gruncie krajowym, jak i zagranicznym. Zdefiniowano zatem lukę poznawczą w tym poziomie rozważań</p>
<p>Tematyka opracowań: finansowanie i rozliczenia w przedsiębiorstwach o charakterze rodzinnym</p> <ul style="list-style-type: none"> – Kordela (2019) – Tytuł artykułu w monografii: <i>Przedsiębiorstwa rodzinne na rynku papierów wartościowych – doświadczenia z rynku Niemieckiego</i> – Wydawnictwo SGGW <ul style="list-style-type: none"> – Węclawski (2018) – Tytuł artykułu w monografii: <i>Selected Aspects of Cooperation between Family Enterprises and Banks. Comparative Analysis between Poland and Austria</i> (tłum.) <i>Wybrane aspekty współpracy firm rodzinnych z bankami. Analiza porównawcza Polski i Austrii</i> – Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego 	<ul style="list-style-type: none"> – Celem artykułu było przedstawienie przesłanek składających się na niemieckie przedsiębiorstwa rodzinne do debutu giełdowego oraz charakterystyka giełdowych przedsiębiorstw rodzinnych w Niemczech – Wykonane analizy (krytyczna analiza zagranicznej i polskiej literatury przedmiotu, elementy statystyki opisowej oraz metoda opisowa) analizy i oceny wskazują, że przedsiębiorstwa rodzinne w Niemczech mają znaczący wpływ na gospodarkę realną, jak również są istotne dla giełdy papierów wartościowych, co wyrażone jest, m.in.: liczbą debiutów giełdowych oraz liczbą notowanych firm rodzinnych. W porównaniu do nierodzinnych przedsiębiorstw obecnych na giełdzie charakteryzują się niższą sumą bilansową i niższymi obrotami. Natomiast ocena korzyści związanych z obecnością na giełdzie zależy jest, m.in. od wielkości przedsiębiorstwa – Celem badań było określenie charakteru współpracy firm rodzinnych z bankami: liczba banków działających na rzecz przedsiębiorstw, przyczyny ich wyboru, długość współpracy, charakter relacji, wykorzystana oferta bankowa i przesłanki jej zmiany, stosunek do współpracy w przypadku problemów finansowych w przedsiębiorstwach oraz sektor bankowy – W artykule przedstawiono wyniki własnych badań ilościowych i jakościowych przeprowadzonych w latach 2014–2015 w Polsce i w Austrii. Stwierdzono, że: <ul style="list-style-type: none"> - firmy rodzinne współpracują długoterminowo ze stosunkowo niewielką grupą banków - polskie firmy rodzinne wybierają bank ze względu na ofertę i warunki cenowe, podczas gdy firmy austriackie cenią sobie przede wszystkim dobre relacje i bliskość banku (regionalnego) - w Austrii firmy częściej korzystają z usług finansowych, ale jednocześnie silniej odczuwają restrykcyjność regulacji nadzorczych w dostępie do kredytu – Celem artykułu było zidentyfikowanie, czy przedsiębiorstwa rodzinne obecne na giełdzie charakteryzują się odmienną podatnością cen ich walorów na wpływ efektów kalendarzowych względem cen spółek nierodzinnych – Przeanalizowano logarytmiczne i arytmetyczne miesięczne stopy zwrotu z akcji prawie 400 przedsiębiorstw z GPW w latach 2006–2016, następnie, za pomocą analizy wariancji i jednoczynnikowej, zwerifikowano potencjalne różnice między wydzielnymi grupami
<ul style="list-style-type: none"> – Stradomski, Mikutowski (2018) – Tytuł artykułu w monografii: <i>Efekty kalendarzowe polskich rodzinnych spółek giełdowych</i> – Finance, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia 	<ul style="list-style-type: none"> – Celem artykułu było zidentyfikowanie, czy przedsiębiorstwa rodzinne obecne na giełdzie charakteryzują się odmienną podatnością cen ich walorów na wpływ efektów kalendarzowych względem cen spółek nierodzinnych – Przeanalizowano logarytmiczne i arytmetyczne miesięczne stopy zwrotu z akcji prawie 400 przedsiębiorstw z GPW w latach 2006–2016, następnie, za pomocą analizy wariancji i jednoczynnikowej, zwerifikowano potencjalne różnice między wydzielnymi grupami

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<ul style="list-style-type: none"> - Winnicka-Popczyk (2018) - Tytuł artykułu w monografii: <i>Czynniki finansowania innowacji w polskich firmach rodzinnych</i> - Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk 	<ul style="list-style-type: none"> - Przeprowadzone badania wskazały, że na polskim rynku publicznym nie były widoczne statystycznie istotne różnice w występowaniu efektów kalendarzowych dla dwóch wyodrębnionych populacji – przedsiębiorstw rodzinnych i przedsiębiorstw nierodzinnych - Do przyczyn zaliczono następujące czynniki: siła oddziaływania samych efektów kalendarzowych jest malejąca, co z kolei tłumaczono jako efekt dojrzwania polskiego rynku kapitałowego, a także rosnącej roli tradingu wolumentowego; przedsiębiorstwa rodzinne są traktowane przez inwestorów jako długoterminowa inwestycja, stabilizująca ze względu na swą charakterystykę portfeli papierów wartościowych; ewentualne występowanie efektów kalendarzowych ma swoje źródło w nieracjonalności zachowań inwestycyjnych na rynku, trudno było uznać, że inwestorzy w jednym obszarze (timingu decyzji) będą zachowywać się irracjonalnie, a w innym (doboru spółek do portfela) wykazą racjonalną, uzasadnioną selektywność - Celem artykułu była próba identyfikacji czynników finansowania aktywności innowacyjnej w przedsiębiorstwach rodzinnych, posłużono się analizą studium przypadku – obserwacją badawczą objęto bowiem przedsiębiorstwa rodzinne znajdujące się na liście Laureatów „Diamentów Forbesa 2016” - W toku badań ustalono udział firm rodzinnych w poszczególnych grupach listy „Diamenty Forbesa 2016” (firmy małe, średnie, duże) oraz zaproponowała model opisujący finansowanie innowacji w przedsiębiorstwach z wymienionej wyżej bazy; wyodrębniono 409 małych, 108 średnich oraz 26 dużych firm rodzinnych – łącznie 543 podmioty - Uzyskano realizację hipotez w brzmieniu: <ul style="list-style-type: none"> - (H1) – Firmy rodzinne stanowią liczącą się populację przedsiębiorstw z listy „Diamenty Forbesa 2016”. Hipoteza została potwierdzona. 28,1% wszystkich laureatów nagrody „Diamenty Forbesa w 2016” stanowiły firmy rodzinne - (H2) – Nakłady badanych przedsiębiorstw rodzinnych na innowacje są intensywne. Hipoteza potwierdzona. Blisko 50% badanych przedsiębiorstw rodzinnych nakłady na innowacje traktowało jako poszukiwanie szans, element prowadzący do wyróżnienia się na tle konkurencji lub środek ekspansji. Wynikało to z kultury konkurowania, za którą opowiedziało się aż 87% badanych, preferującej budowanie przewagi w oparciu o wartość dodaną (jakość, innowacyjność, reputacja, marka, serwis i inne) - (H3) – Głównym źródłem finansowania innowacji w badanych firmach rodzinnych są środki własne oraz fundusze unijne. Hipoteza potwierdzona częściowo. Środki własne były najpowszechniejszym źródłem finansowania innowacji, środki unijne występowały natomiast nieco częściej niż w badanych firmach nierodzinnych i leasingowi - (H4) – W badanych podmiotach istnieje ściśle związane ze specyfiką firm rodzinnych, które są skorelowane z intensywnością nakładów finansowych na innowacje - (H4a) – pozytywnie. Intensywność nakładów finansowych na innowacje w badanych firmach zależała w głównej mierze od liczby członków rodziny wśród zatrudnionych/ współpracujących z firmą, wprowadzania innowacji z motywów troski o klienta, działania na rynku Europy Wschodniej oraz posiadania udziałowca zagranicznego. Powyższe czynniki odpowiadały głównym pozytywnym cechom przedsiębiorstw rodzinnych, takim jak: zaangażowanie rodziny w działalność firmy (kapitał społeczny, w tym więzy rodzinne, rozłożenie ryzyka), skoncentrowanie na kliencie i szczególne dbałość o zaspokojenie jego potrzeb, ostrożne zarządzanie ryzykiem w kontaktach z otoczeniem, tworzenie kapitału ponadgranicznego, stąd obecność udziałowca zagranicznego jako elementu motywującego do dostosowywania oferty do wymogów rynków międzynarodowych, pomysłodawcy i dostarczyciela kapitału

<p>Podstawowe dane publikacyjne</p>	<p>Zakres prowadzonych badań i ich wyniki</p> <p>- (H4b) – negatywnie. Intensywność nakładów finansowych na innowacje w badanych firmach była negatywnie skorelowana z następującymi czynnikami: wielkość zatrudnienia, wiek firmy, zrealizowana sukcesja, wprowadzenie innowacji dostosowawczych. Działo się tak w sytuacji występowania zachowawczych tendencji w prowadzeniu biznesu oraz nadmiernej obawy przed ponoszonym ryzykiem, zwłaszcza finansowym (np. rozwój ekstsensywny, utrwalone modele zachowań, rutyna, „spoczęcie na laurach” czy strategia „na przetrwanie”). Hipoteza H4 została potwierdzona w całości</p>
<p>Komentarz:</p> <p>Kwestie szeroko ujmowane jako finansowe, w tym m.in. źródła dotowania i rozliczanie działalności przez przedsiębiorstwa o charakterze rodzinnym, w rozważaniach polskich badaczy, prowadzonych w latach 2018–2023, ukierunkowane były na analizę wpływu obecności takich podmiotów na giełdzie papierów wartościowych, m.in. w Polsce i w Niemczech (Kordela, 2019; Stradomski, Mikutowski, 2018). Dowiedziono, że podmioty o charakterze familijnym charakteryzują się niższymi obrotami giełdowymi, jednak przez inwestorów są traktowane jako stabilna, długoterminowa możliwość ulokowania kapitału właśnie ze względu na reprezentowanie szczególnych cech łączenia interesów i sukcesów rodziny z dobrostanem tworzonego przedsiębiorstwa. W omawianym poźnim tematyki uwidoczniło się większe zaangażowanie autorów w zakresie podejmowania badań wykraczających poza granice Polski (Węclawski, 2018), dzięki czemu zaobserwowano cechy wspólne polskich i austriackich przedsiębiorstw rodzinnych w relacji z bankami – współpraca nawiązywana jest długoterminowo, jednakże z wąską grupą instytucji finansowych. Po długich rozważaniach autorzy niniejszego opracowania do omawianego poziomu tematyki włączyli również opracowanie A. Winnickiej-Popczyk (2018), które łączy w sobie kwestie finansowe i zagadnienie innowacyjności. W ostatecznej ocenie uznano, iż przeważa pierwiastek „inwestycyjny” poświęcony jednej z gałęzi prowadzonej przez przedsiębiorstwa rodzinne działalności. Intensywność i wielkość nakładów ponoszonych przez polskie przedsiębiorstwa o charakterze familijnym na rzecz diagnozy potrzeb i implementowania innowacji pochodzą w głównej mierze ze środków własnych badanych podmiotów, które chętnie korzystają również z takich instrumentów finansowych jak leasing czy kredyty inwestycyjne. Znaczącym motorem zwiększenia nakładów na innowacje okazała się współpraca z zewnętrznym, najczęściej zagranicznym inwestorem, a przez to konieczność dostosowania oferty przedsiębiorstwa do wymagań i oczekiwań nowego rynku i obecnych na nim konsumentów. W ocenie autorów prezentowanego opracowania lukę poznawczą w omawianym poziomie tematyki stanowią kwestie nakładów na procesy internacjonalizacji przedsiębiorstw rodzinnych. Jednakże, pewnym usprawiedliwieniem dla zastanego stanu literatury jest fakt, iż szczególne cechy przedsiębiorstw rodzinnych, takie jak, np.: długoterminowa perspektywa, unikanie nadmiernego ryzyka, obawa przed utratą kontroli (Hadrys-Nowak, Więcek-Janka, Lewandowska, 2017: 138), mogą tłumaczyć wyższe zaangażowanie polskich przedsiębiorstw rodzinnych w działalność na krajowym rynku, co przekłada się na relatywnie niewielką liczbę podmiotów decydujących się na proces umiędzynarodowienia</p>	<p>Tematyka opracowań: wpływ sytuacji kryzysowych, m.in. pandemii COVID-19, na działalność firm rodzinnych</p> <ul style="list-style-type: none"> - Raczynska, Swalek (2022) - Tytuł artykułu w monografii: <i>Sklonność firm rodzinnych do korzystania z rozwiązań pomocowych podczas pandemii COVID-19</i> - Monografie Politechniki Łódzkiej <ul style="list-style-type: none"> - Celem artykułu był przegląd dostępnej pomocy dla polskich przedsiębiorstw oraz rozpoznanie skłonności do korzystania z oferowanych rozwiązań poprzez porównanie firm rodzinnych i nierodzinnych - Na potrzeby opracowania przeprowadzono badanie, w którym udział wzięło 422 firmy, należących do grupy przedsiębiorstw rodzinnych lub nierodzinnych. Dobór próby do badań został przeprowadzony w taki sposób, aby próba składała się z dwóch podgrup: przedsiębiorstw rodzinnych i nierodzinnych. Próba badawcza składa się z par firm: rodzinnej i nierodzinnej, mających podobną wielkość i funkcjonujących w tej samej branży - Badania wykazały, że: <ul style="list-style-type: none"> - zdecydowana większość firm korzystała z proponowanych rozwiązań wsparcia pomocy rządowych w odpowiedzi na negatywne skutki gospodarcze wywołane COVID-19 - z funduszy unijnych firmy rodzinne, a także nierodzinne korzystały bardzo rzadko - przedsiębiorstwa deklarowały, że korzystały przede wszystkim z szeroko rozumianej oferty tarczy antykryzysowej oraz zwolnienia z opłacania składek ZUS

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<ul style="list-style-type: none"> – Ociepa-Kubicka (2022) – Tytuł artykułu w monografii: <i>Wpływa pandemii Covid-19 na zmianę modeli biznesowych na przykładzie wybranej firmy</i> – Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej 	<ul style="list-style-type: none"> - w przypadku rozwiązania dotyczącego opłacania wynagrodzeń zaobserwować można, iż duża część badanych firm nie korzystała z tej pomocy - ponadto porównując firmy rodzinne i nierodzinne pod względem skłonności do korzystania z pomocy państwa w czasie pandemii COVID-19, zauważyć można, że jest ona na podobnym poziomie - z oferowanych form wsparcia najczęściej korzystały firmy usługowe – Celem publikacji była analiza kierunku zmian w modelu biznesowym wynikająca z pandemii COVID-19; – Badania oparto na przykładzie firmy rodzinnej, działającej w Koniecpolu. Analizę modelu biznesowego oparto na jednym z najpopularniejszych szablonów modelu biznesowego, jakim jest Business Model Canvas. Na podstawie tej analizy przedstawiono model przedsiębiorstwa przed pandemią i w trakcie jej trwania w 2020 roku – Dane do badania i analiz pozyskano od właściciela oraz pracowników firmy podczas przeprowadzonych bezpośrednich wywiadów – Z analizy danych firmy można stwierdzić, iż okres pandemii wpłynął na modyfikację i zmianę w sześciu z dziewięciu obszarów Business Model Canvas (partnerzy, kluczowe działania, kluczowe zasoby, propozycja wartości, segment klientów, struktura kosztów). Natomiast nie uległy zmianom dwa obszary (kanały, struktura przychodów) – Częściowo natomiast zmianom uległy relacje z klientami (to znaczy: odbiorcy nadal oczekują od firmy jakości i terminowości, natomiast utrudnione były bezpośrednie relacje z klientem) – Pandemia przede wszystkim wpłynęła na zmianę propozycji wartości dla klientów, dlatego tak ważne przy tworzeniu modelu biznesowego jest skupienie uwagi na dwóch początkowo najważniejszych elementach Business Model Canvas – na propozycji wartości oraz na segmentach klientów, którzy z tej wartości mają korzystać. Dobrze zbadane i ocenione powyższe dwa obszary pozwalają łatwiej analizować, projektować i przede wszystkim dobrze odpowiednio rozwiązywać na potrzeby Klientów
<ul style="list-style-type: none"> – Martyniuk (2020) – Tytuł artykułu w monografii: <i>Funkcjonowanie polskich przedsiębiorstw rodzinnych w okresie spowolnienia gospodarczego</i> – Uniwersytet Gdański 	<ul style="list-style-type: none"> – Celem artykułu było zaprezentowanie reakcji przedsiębiorstw rodzinnych na zjawiska kryzysowe w gospodarce – Wnioski powstały na podstawie zarówno autorskich, jak i dostępnych międzynarodowych badań przedsiębiorstw rodzinnych opisujących ich postawy w czasie spowolnienia gospodarczego – W pryzmacie sytuacji kryzysowych wykazano, że zasadniczą część jego przyczyn tkwi wewnątrz przedsiębiorstw, które, skracając horyzont czasowy osiągnięcia celów ekonomicznych, podejmowały bardzo duże ryzyko – Inną strategię działania przyjmują natomiast przedsiębiorstwa o charakterze rodzinnym, w których ze względu na ściśle zależności pomiędzy sytuacją finansową rodziny i przedsiębiorstwa, głównym celem strategicznym jest stabilność w długim okresie. To powoduje, że prowadzą one znacznie ostrożniejszą politykę inwestycyjną i preferują konserwatywne strategie finansowania działalności, co pozytywnie wpływa na ich kondycję finansową w okresach dekonunktury – Jak wskazały wyniki przeprowadzonych badań, istotną zaletą tych podmiotów w czasach spowolnienia gospodarczego są bliższe relacje z otoczeniem, specyficzne relacje z pracownikami (często członkowie rodziny), którzy w okresie kryzysu wykazują większe zaangażowanie i są skłonni do obniżenia wynagrodzenia w celu poprawy sytuacji finansowej przedsiębiorstwa
<p>Komentarz:</p> <p>Biorąc pod uwagę niezwykle liczne opracowania naukowe, które badacze wielu dziedzin nauki poświęcili tematyce wpływu pandemii COVID-19 na różne aspekty życia: społecznego, ekonomiczno-gospodarczego, politycznego, odkryciem naukowym i badaniem nad niwelowaniem skutków tej niespotykanej we współczesnym świecie sytuacji, należy stwierdzić, że polscy autorzy nie poświęcili wiele miejsca dla korelacji pandemii i przedsiębiorczości rodzinnej. Oczywiście jest, że lata 2018–2023, przyjęte dla proponowanego opracowania, stanowią wyjaśnianie stanu literatury – za początek pandemii w Polsce przyjmując się marzec 2020 r. (wykrycie pierwszego potwierdzonego przypadku zakażenia wirusem). Stąd dwa opracowania datowane na rok 2022 (Ociepa-Kubicka; Raczyńska, Swalek), w których podjęto się</p>	

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<p>– Kajda-Kariozen (2022)</p> <p>– Tytuł artykułu w monografii: <i>Kapitał intelektualny w przedsiębiorstwach rodzinnych – analiza wyników badań własnych</i></p> <p>– Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas</p>	<p>Tematyka opracowań: przedsiębiorstwa rodzinne a innowacyjność, jakość i rozwój</p> <ul style="list-style-type: none"> – Celem artykułu była identyfikacja i ocena zmiennych kapitału intelektualnego w przedsiębiorstwach rodzinnych – Badanie prowadzone było od stycznia do połowy maja 2022 roku za pomocą wywiadów telefonicznych i wywiadów bezpośrednich w siedzibach 27 przedsiębiorstw działających w różnych branżach na terenie województwa łódzkiego, co przelożyło się na wykonanie 78 wywiadów bezpośrednich – W badaniu wzięli udział właściciele przedsiębiorstw rodzinnych i osoby zarządzające będące członkami rodziny. – W nawiązaniu do rozumienia terminu „kapitał intelektualny” w przeprowadzonej analizie odniesiono się do jego klasycznego rozumienia jako sumy trzech składowych: kapitału ludzkiego, strukturalnego oraz relacyjnego – Na pierwszy plan wyłoniła się chęć doskonalenia i podnoszenia kwalifikacji, następnie samodzielność w podejmowaniu decyzji, kompetencje interpersonalne, kompetencje cyfrowe – Ankietowani odpowiedzieli (w kwestii polityki rekrutacyjnej), iż najważniejsze jest zdobyte doświadczenie zawodowe przez kandydata, posiadane kompetencje, a dopiero na trzecim miejscu fakt, że kandydat jest członkiem rodziny. Wydaje się zatem, iż wynik ten stanowi pozytywny przejaw, świadczący o tym, że nawet jeśli cechą charakterystyczną dla przedsiębiorstw rodzinnych jest nepotyzm, to jednak dbanie o dobro przedsiębiorstwa i jego możliwości rozwoju stanowią priorytet dla właścicieli i kadry zarządzającej wywodzącej się z rodziny – Unikalną cechą właścicieli przedsiębiorstw rodzinnych długoterminowa perspektywa działania stanowi priorytet; – Kolejną unikalną cechą przedsiębiorstw rodzinnych jest to, że w swojej działalności nakierowane są na tworzenie długotrwałych relacji, opartych na wzajemnym zaufaniu i lojalności – Biznesy rodzinne, jako przedsiębiorstwa, ale także jako rodziny, wspierają rozmaite inicjatywy mające na celu poprawę funkcjonowania społeczności lokalnej oraz troskę o najbliższe środowisko – Wskazano następną cechą przedsiębiorstw rodzinnych – potrzeba łączenie celów ekonomicznych i pozatekonicznych w ramach prowadzonej działalności
<p>– Martyniuk, Gostkowska-Drzewiecka (2022)</p> <p>– Tytuł artykułu w monografii: <i>Non-financial information reporting of Polish family and non-family</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> – Zgodnie z założeniami koncepcji bogactwa społecznie-emocjonalnego, firmy rodzinne przywiązują szczególną uwagę do pozafinansowych aspektów swojej działalności, gdyż wymiar ten jest ściśle utożsamiany z rodzinami właścicieli i ich reputacją. Badanie miało na celu porównanie raportowania informacji niefinansowych polskich firm rodzinnych z ich nierodzinnymi odpowiednikami oraz zbadanie jakości informacji prezentowanych przez obie grupy podmiotów – Dobór spółek stanowiących próbę badawczą został dokonany za pomocą analizy dopasowanych par

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<p><i>companies. A comparative analysis (tłum. Raportowanie informacji niefinansowych polskich firm rodzinnych i nierodzinnych. Analiza porównawcza)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości. Stowarzyszenie Księgowych w Polsce 	<ul style="list-style-type: none"> – Raporty NFI firm rodzinnych różnią się pod względem jakości od raportów ich nierodzinnych odpowiedników. Nasze wyniki potwierdzają stwierdzenie, że firmy rodzinne przygotowują lepszą jakość informacji niefinansowych niż ich nierodzinne odpowiedniki – Pod względem przydatności informacji najwyżej ocenianymi elementami dla firm rodzinnych były kwestie związane z miejscem pracy i rynkiem, potwierdzające koncentrację na dobrych relacjach z pracownikami, klientami i dostawcami – Pod względem wiarygodności informacji większość elementów została również oceniona wyżej dla firm rodzinnych. Najwyżej oceniono elementy związane z czytelnością i podstawowymi zasadami raportowania – Stwierdzono, że podobnie jak w innych krajach Europy Środkowo-Wschodniej poziom komunikacji CSR w Polsce jest generalnie niski – Sprawozdawczość NFI wynika z obowiązków prawnych, a nie z konieczności ujawniania zainteresowanym stronom zdarzeń środowiskowych, społecznych czy gospodarczych. Żądna z analizowanych firm rodzinnych i nierodzinnych nie złożyła dobrowolnie raportu niefinansowego; stąd w badaniu, spośród 59 zidentyfikowanych par tylko 16 kwalifikowało się do dogłębnej analizy
<ul style="list-style-type: none"> – Głód, Wronka-Pośpiech (2022) – Tytuł artykułu w monografii: <i>Dopasowanie strategiczne a konkurencyjność firm z sektora MSP – moderująca rola otoczenia</i> – Oficyna Wydawnicza SGH 	<ul style="list-style-type: none"> – W artykule zaprezentowano rozważania dotyczące roli dopasowania strategicznego w kontekście konkurencyjności firm z sektora MSP. Z uwagi na znaczenie otoczenia, zwłaszcza w przypadku występowania sytuacji kryzysowej (okres pandemiczny), podjęto badania dotyczące jego moderującej roli w zależności pomiędzy dopasowaniem strategicznym a konkurencyjnością – Badania przeprowadzono wśród 422 firm z sektora MSP (rodzinnych i nierodzinnych) – Na podstawie wyników przeprowadzonych badań empirycznych można stwierdzić, że dopasowanie wpływa na konkurencyjność badanych firm rodzinnych i nierodzinnych. Przyjęcie odpowiedniej strategii konkurencyjnej wpływa na osiągnięte wyniki oraz na skuteczność strategiczną. Dodatkowo, w przypadku pojawienia się sprzyjających warunków w otoczeniu rynkowym (hojność i w nieco mniejszym ujęciu dynamizm), pociąga to za sobą zwiększenie siły oddziaływania dopasowania na konkurencyjność – Lepsze dopasowanie strategiczne pozwala lepiej wykorzystywać pojawiające się szanse w otoczeniu rynkowym do podnoszenia konkurencyjności firm – Przeprowadzone badania empiryczne nie wskazało na występowanie istotnych różnic pomiędzy firmami rodzinnymi i nierodzinnymi w przyjętym obszarze badawczym. Zidentyfikowane różnice dotyczyły jedynie kwestii skuteczności strategicznej na korzyść firm nierodzinnych oraz niewielkiej różnicy w sile oddziaływania dopasowania strategicznego na skuteczność strategiczną na korzyść firm rodzinnych – Celem artykułu było pokazanie problemu konfliktu interesów pomiędzy właścicielem i menedżerem, w kontekście zróżnicowania struktury własności przedsiębiorstwa, oraz identyfikacja rozwiązań pozwalających na jego ograniczenie – Dzięki przyjęciu perspektywy właściciela uwypuklono wiele doniesień literaturowych odnoszących się do innych typów konfliktów, które współwystępują z konfliktem interesów właściciela i menedżera – Wielkość konfliktów jest determinowana przez stopień koncentracji własności w przedsiębiorstwie oraz to, jaki typ inwestora jest właścicielem dominującym bądź mniejszościowym – Konflikt interesów ograniczają nadzór korporacyjny oraz znajomość mechanizmów radzenia sobie z procesami relacyjnymi, które występują w organizacjach w zależności od ich struktury własności
<ul style="list-style-type: none"> – Daniłowska (2022) – Tytuł artykułu w monografii: <i>Rozbieżność interesów właściciela i menedżera a struktura własności przedsiębiorstwa</i> – Edukacja Ekonomistów i Menedżerów 	

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<ul style="list-style-type: none"> - Żukowska (2020) - Tytuł pracy doktorskiej: <i>Efekty ekonomiczne profesjonalizacji przedsiębiorstw rodzinnych</i> - Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie 	<ul style="list-style-type: none"> - Głównym celem przeprowadzonych badań była identyfikacja różnic pomiędzy wybranymi efektami ekonomicznymi w przedsiębiorstwach rodzinnych reprezentujących różny profil profesjonalizacji - W części empirycznej pracy zamieszczone zostały wyniki badań własnych przeprowadzonych w okresie od maja 2018 do grudnia 2019 roku. Przedmiotem badań był zestaw działań oraz cech przedsiębiorstw rodzinnych, które mogą wskazywać na poziom ich profesjonalizacji. Na podstawie częstotliwości i intensywności występowania tych cech, przeprowadzona została identyfikacja różnych profili profesjonalizacji przedsiębiorstw rodzinnych - Badaniami zostały objęte przedsiębiorstwa posiadające swoją siedzibę w Polsce, zidentyfikowane jako „rodzinne” tzn. sądzalnie uznające się za przedsiębiorstwo rodzinne (podczas badań zadeklarowały swoją „rodzinnność”) oraz spełniające kryterium zaproponowane przez S. Klein, tj. osiągające wartość wskaźnika SFI (Substantial Family Influence) większą lub równą 1. Zgodnie z jego logiką przedsiębiorstwo ma charakter „rodzinny”, gdy rodzina posiada w nim udziały własnościowe, a siłę jej wpływu na przedsiębiorstwo wyraża udział w własności, organach nadzorczych i kontrolnych - Pierwszym z badanych przejawów profesjonalizacji była obecność wśród członków zarządu profesjonalistów nienależących do rodziny, jednak uzyskane wyniki mogą sugerować, że przedsiębiorstwa rodzinne w Polsce nie są skłonne do przekazywania funkcji zarządczych menedżerom spoza rodziny - Kolejnym badaniem przejawem profesjonalizacji było korzystanie przez przedsiębiorstwa rodzinne z doradztwa zewnętrznego. Respondenci badania zostali poproszeni o podanie informacji, czy współpracują z zewnętrznymi instytucjami doradczymi lub konsultingowymi. Wśród badanych przedsiębiorstw rodzinnych 52,7% zadeklarowało tego rodzaju kooperację. Współpraca regularna wystąpiła najczęściej w przypadku doradztwa podatkowego oraz doradztwa w zakresie rachunkowości i sprawozdawczości finansowej (48,8% badanych) - Organy nadzorcze w postaci rady nadzorczej/rady dyrektorów lub zgromadzeń wspólników stanowią komponenty podsystemu nadzoru korporacyjnego (corporate governance), które w tej pracy zostały uznane za jeden z przejawów profesjonalizacji w przedsiębiorstwie rodzinnym. Wykazano rzadkość występowania organów nadzorczych w polskich przedsiębiorstwach rodzinnych - Profesjonalizacja nadzoru w przedsiębiorstwie rodzinnym dotyczy również funkcjonowania określonych struktur kształtujących zarządzanie podsystemem rodziny w przedsiębiorstwie (family governance). Najprostszą jego formę, w toku prowadzonych analiz, ustanowiono nieformalne spotkania rodziny - Przejawem profesjonalizacji przedsiębiorstwa rodzinnego jest również poziom decentralizacji decyzyjności, tj. stopnia, w jakim główna osoba zarządzająca dzieli się zakresem podejmowanych decyzji. Badania własne wykazały, że w 39,2% spółek decyzyjność skoncentrowana była w rękach jednej osoby (większość decyzji podejmowała główna osoba zarządzająca) - Aktywny zarząd i nadzór w przedsiębiorstwie rodzinnym, organizujące swoją współpracę w sposób formalny, są jednym ze sposobów profesjonalizacji rodzinnego biznesu. Aktywność zarządu i nadzoru przejawia się w przeprowadzaniu regularnych, sformalizowanych spotkań obu tych organów oraz częstotliwości ich odbywania. Spośród wszystkich respondentów, którzy udzieli odpowiedzi na pytanie o przeprowadzanie formalnych spotkań organów zarządczych, 44,97% podmiotów zadeklarowało obecność tego przejawu profesjonalizacji w swojej organizacji - Funkcjonowanie w przedsiębiorstwie rodzinnym sformalizowanych mechanizmów planowania i kontroli sugeruje podniesienie poziomu racjonalizmu podejmowanych decyzji i działań, a tym samym stanowi jedną z cech profesjonalizacji takiego podmiotu. Najczęściej wskazywano na korzystanie z budżetów i planów finansowych (58,73% przedsiębiorstw), rzadziej natomiast – narzędzi kontroli finansowej w postaci analizy odchyleń wykonania budżetu/planu finansowego lub weryfikacji zgodności z budżetem 43,67%)

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<ul style="list-style-type: none"> - Grześ-Bukłaho, Zajkowski (2019) - Tytuł artykułu w monografii: <i>Przedsiębiorstwo rodzinne jako miejsce pracy i rozwoju kariery zawodowej</i> - Akademia Zarządzania, Politechnika Białostocka 	<ul style="list-style-type: none"> - Do przejawów profesjonalizacji zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie rodzinnym należy zakwalifikować: funkcjonowanie sformalizowanych procedur zatrudniania, działanie formalnego systemu oceny pracowniczej, wygradzanie w oparciu o sformalizowany system motywacyjno-premiowy, wytyczanie określonych ścieżek kariery dla pracowników oraz przejrzysty system szkoleń. Najpopularniejszym przejawem profesjonalizacji w tym obszarze było funkcjonowanie systemu finansowania szkoleń i rozwoju (89% badanych). Podobnie często wskazywano na posiadanie systemu motywacyjno-premiowego (85,7% respondentów). Najrzadziej wykorzystywanymi mechanizmami formalizowania zarządzania zasobami ludzkimi były natomiast cykliczna, formalna ocena pracowników oraz rekrutacja w oparciu o sformalizowane procedury - Ważną rolę w profesjonalizacji przedsiębiorstwa rodzinnego odgrywają zasoby wiedzy nabywane poprzez naukę (poszerzanie, nabywanie kompetencji) oraz praktykę (zbieranie, wymiana doświadczeń). Uzyskane wyniki pokazują, że odsetek firm, w których członkowie zarządu spoza rodziny podnosili swoje kompetencje zarządcze (70,2%) był wyższy, niż odsetek przedsiębiorstw, w których analogiczne szkolenia odbywali członkowie rodziny (60,7%) - Celem badań przeprowadzonych na potrzeby opracowania było poznanie opinii na temat zatrudnienia oraz możliwości rozwoju w przedsiębiorstwach rodzinnych na podstawie firmy X - Analizowana próba badawcza wyniosła 30 osób – pracowników przedsiębiorstwa - Szczegółowa analiza danych zebranych podczas badania ankietowego dotycząca opinii pracowników przedsiębiorstwa X na temat funkcjonowania oraz zatrudnienia w przedsiębiorstwie rodzinnym pozwoliła na sformułowanie następujących wniosków: pracownicy przedsiębiorstwa X wyrazili dobrą opinię na temat funkcjonowania oraz zatrudnienia w strukturach przedsiębiorstwa rodzinnego; w opinii przeszło połowy ankietowanych pracowników (57%) przedsiębiorstwo rodzinne było lepszym pracodawcą w odniesieniu do pozostałych podmiotów funkcjonujących na rynku; 80% ankietowanych pracowników było zadowolonych z pracy w przedsiębiorstwie rodzinnym X; ponad połowa ankietowanych wskazała, że w przedsiębiorstwie panuje dobra atmosfera pracy; z drugiej jednak strony pracownicy wskazali, że ich pomysły nie są brane pod uwagę; pracownicy przedsiębiorstwa X widzieli jedynie niewielkie szanse na swój rozwój zawodowy w firmie – 43% ankietowanych wskazało, że ich kwalifikacje zawodowe nie są wykorzystywane, właściciel przedsiębiorstwa X powinien przywiązać większą uwagę do: rozwoju swoich pracowników, co może skutkować większym zaangażowaniem w powierzane obowiązki; inwestycji w szkolenia pracowników, co w rezultacie powinno poprawić kompetencje kadry pracowniczej; przedsiębiorstwo X powinno także podkreślać w relacjach ze swoimi interesariuszami rodzinny charakter przedsiębiorstwa
<ul style="list-style-type: none"> - Majchrzak, Więcek-Janka (2019) - Tytuł artykułu w monografii: <i>Application of Grey Systems Theory in the analysis of relationships between family enterprise communication and their market attitude</i> (tłum. <i>Zastosowanie teorii szarych systemów w analizie relacji między komunikacją a postawą rynkową przedsiębiorstw rodzinnych</i>) - Informatyka Ekonomiczna 	<ul style="list-style-type: none"> - Teoria Systemów Szarych (Grey Systems Theory) została wprowadzona stosunkowo niedawno, bo w 1982 roku w Chinach; stworzona przez chińskiego uczonego, profesora Deng Julonga. Metody i procedury badawcze opracowane w ramach Teorii Systemów Szarych pozwalają na wnioskowanie na podstawie niepełnych informacji, co zwykle ma miejsce, gdy informacje o elementach (parametrach) systemu są niepełne, informacje o strukturze systemu są niepełne, informacje o granicach systemu są niepełne, informacje o zachowaniu systemu są niepełne. Właściwości Teorii Systemów Graya w porównaniu z innymi metodami analizy danych nie wymagają przyjęcia założenia dotyczącego rozkładu prawdopodobieństwa analizowanych cech. Jest to konsekwencją działania na małej próbie, w której dopuszcza się pojawienie się danych niewystarczających i niepełnych - Gray Incidence Analysis służy do rozwiązywania takich problemów jak: określenie, które elementy systemu są ważniejsze od innych, które elementy systemu mają większy wpływ na przyszły rozwój systemu, które elementy przyczyniają się do pozytywnych zmian w systemie i powinny być wzmacniane, a które elementy mają negatywny wpływ na przyszły rozwój systemu i powinny być kontrolowane

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<ul style="list-style-type: none"> – Krasicka, Ingram, Głód (2019) – Tytuł artykułu w monografii: <i>Rodzinnosc polskich przedsiębiorstw – stymulator czy przeszkoda innowacyjności?</i> – Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa 	<ul style="list-style-type: none"> – W artykule zaproponowano koncepcję analizy zależności między komunikacją przedsiębiorstw rodzinnych a ich postawą rynkową – Badaniami objęto 20 rodzin. Wybrane przedsiębiorstwa rodzinne spełniały takie warunki, jak: co najmniej dwie osoby z rodziny były zawodowo zaangażowane w działalność rynkową przedsiębiorstwa, a kierownictwo uznawało rodzinny charakter przedsiębiorstwa. W próbie znalazły się cztery przedsiębiorstwa o stażu rynkowym poniżej 10 lat, pięć przedsiębiorstw w przedziale od 11 do 20 lat, dwa przedsiębiorstwa w przedziale od 21 do 30 lat, siedem przedsiębiorstw w przedziale od 31 do 40 lat oraz dwa przedsiębiorstwa z ponad 41 lat doświadczenia. Badane przedsiębiorstwa miały następujący profil: produkcyjno-usługowy (n = 3), handlowy (n = 2), usługowy (n = 2), produkcyjno-usługowy (n = 2), produkcyjno-handlowy (n = 2), handlowo-usługowe (n = 1) i produkcyjno-handlowo-usługowe (n = 7). Badanie przeprowadzono metodą wywiadu telefonicznego wspomaganego komputerowo (CATI). Przedstawiciele firm rodzinnych oceniali (w pięciostopniowej skali): <ul style="list-style-type: none"> a) w jakim stopniu w przedsiębiorstwie stosowana jest tradycyjna pozycja rynkowa oparta na wartościach związanych z bezpieczeństwem b) w jakim stopniu przedsiębiorstwo zajmuje innowacyjną pozycję rynkową nastawioną na szybki rozwój i budowanie przewagi konkurencyjnej c) w jakim stopniu przedsiębiorstwo wykorzystuje mieszaną pozycję rynkową – Wyniki uzyskane z analizy odpowiedzi udzielonych przez dwadzieścia ankietowanych podmiotów wskazują na duży wpływ komunikacji zewnętrznej firmy rodzinnej na pozycję innowacyjną oraz duży wpływ komunikacji wewnętrznej firmy rodzinnej na tradycyjną pozycję w działalności rynkowej firm rodzinnych – Rozpoznane zależności wskazywały, że w celu wzmocnienia pozycji innowacyjnej należy udoskonalić zewnętrzne formy komunikacji, a w celu wzmocnienia pozycji tradycyjnej należy udoskonalić wewnętrzne formy komunikacji – Celem przeprowadzonych badań było zidentyfikowanie wpływu rodzinności na innowacje firm rodzinnych z założeniem moderującej roli wielkości przedsiębiorstw i ich wieku – Badania ilościowe przeprowadzono w 2017 r. na próbie 200 polskich firm rodzinnych – Analiza wyników przeprowadzonych badań empirycznych doprowadziła do pozytywnej weryfikacji hipotezy, iż rodzinność jest powiązana z nakładami ponoszonym na innowacje – Im starsze i większe przedsiębiorstwa, tym więcej przychodów ze sprzedaży przeznaczają na działalność innowacyjną – wysoki poziom rodzinności w firmie oraz postępująca wraz z rozwojem firmy profesjonalizacja procesów zarządczych może wpływać pozytywnie na podejmowanie decyzji związanych z nakładami ponoszonymi na innowacje – Potwierdzono związek pomiędzy wymiarami rodzinności a wynikami aktywności innowacyjnej mierzonymi liczbą wdrożeń, ale wpływ ten jest negatywny – Uzyskane wyniki wskazały, że w przedsiębiorstwach rodzinnych mniejsza, niż w podmiotach nierodzinnych, liczba pomysłów jest komercjalizowana. Przy jednoczesnej skłonności do wydawania większych kwot na procesy innowacyjne (innovation input) może to oznaczać, że pomysły są bardziej dokładnie testowane i na wstępnym etapie odrzucajony jest znaczący procent nowych rozwiązań. Jednocześnie rodzinność tworzy w pewien sposób klimat sprzyjający realizacji działań innowacyjnych, które przecież nie zawsze muszą zakończyć się sukcesem w postaci kompleksowego wdrożenia pomysłu innowacyjnego – Hipoteza: nakłady ponoszone na innowacje są mediatorem w zależności pomiędzy rodzinnością a wynikami aktywności innowacyjnej mierzonymi liczbą wdrożeń; została zweryfikowana częściowo pozytywnie. Badania wskazujące na mediującą rolę nakładów ponoszonych na innowacje w badanej relacji

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<ul style="list-style-type: none"> – Tyszkiewicz (2019) – Tytuł artykułu w monografii: <i>Kultura organizacyjna determinantą rozwoju wartości w przedsiębiorstwie rodzinnym</i> – Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej 	<ul style="list-style-type: none"> – Przyczyn innowacyjności przedsiębiorstw rodzinnych poszukiwać należy zatem nie tylko w rodzinności i nakładach na innowacyjność, ale również w innych obszarach determinujących liczbę innowacji: skłonności do uczenia się, nastawieniu umysłu na paradoks czy koncepcji bogactwa społeczno-emocjonalnego, które są charakterystyczne dla przedsiębiorstw rodzinnych – Hipoteza: wielkość i wiek przedsiębiorstw rodzinnych moderują relację pomiędzy rodzinnością a poziomem innowacyjności, została zweryfikowana negatywnie. Wielkość i wiek przedsiębiorstw nie wzmacniają zależności pomiędzy rodzinnością a poziomem innowacyjności – Rodzinność, rozumiana jako unikalna wiązka zasobów odzwierciedlająca stopień zintegrowania rodziny, przedsiębiorstwa i zarządzania może stanowić istotny czynnik determinujący innowacyjność przedsiębiorstwa rodzinnego – Celem artykułu było przedstawienie kultury organizacyjnej, która decyduje o ciągłym rozwoju wartości integrujących rodzinę z przedsiębiorstwem rodzinnym – Badania nad grupą 17 pracowników zostały przeprowadzone w 2018 roku w przedsiębiorstwie rodzinnym Biuro Ekonomiczno-Rachunkowe Ewa King & Olaf King s.c. w Wałbrzychu – Badane przedsiębiorstwo rodzinne, kształtując wartości, funkcjonuje, łącząc w sobie przekazanie zapału do realizacji celów organizacji z wartościami osobistymi tak, aby powstały dobra materialne, a równocześnie zachowana została odpowiedzialność społeczna – Stosowanie ładu rodzinnego budowanego na fundamencie zaufania pozwala przedsiębiorstwu na zwiększenie konkurencyjności i efektywności, a także wspiera poczucie więzi w rodzinie oraz przyczynia się do większej skłonności do podejmowania strategicznych zmian przez obu współników – Dokształcanie i zdobywanie wiedzy przez członków rodziny, jak i pracowników przedsiębiorstwa jest bardzo przychylnie odbierane przez wszystkich pracowników
<ul style="list-style-type: none"> – Doborzyński i in. (2019) – Tytuł artykułu w monografii: <i>Barier rozwoju firm rodzinnych w Polsce</i> – Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej 	<ul style="list-style-type: none"> – Celem artykułu było przedstawienie barier, które stoją na przeszkodzie rozwoju firm rodzinnych w Polsce – Badania oparto o dotychczasową analizę literatury przedmiotu – Potwierdzono, iż firmy rodzinne borykają się z barierami dotyczącymi każdego przedsiębiorstwa, a dodatkowo z problemami typowymi dla przedsiębiorstw rodzinnych takimi jak: liczba sukcesorów, brak zaufania ze strony rodziny, niechęć w przekazywaniu kompetencji oraz brak rozdziału życia prywatnego z zawodowym
<ul style="list-style-type: none"> – Głód, Wronka-Pośpiech (2018) – Tytuł artykułu w monografii: <i>Zależność pomiędzy wartościami organizacyjnymi a innowacyjnym stylem przywództwa. Perspektywa firm rodzinnych.</i> – Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa 	<ul style="list-style-type: none"> – Celem niniejszego opracowania było ustalenie zależności pomiędzy wartościami organizacyjnymi a innowacyjnym stylem przywództwa w firmach rodzinnych – W opracowaniu przyjęto wobec powyższego następującą hipotezę badawczą: występuje zależność pomiędzy wartościami organizacyjnymi a innowacyjnym stylem przywództwa w firmach rodzinnych – Narzędzie badawcze stanowił kwestionariusz ankiety, który wypełniali zarządzający przedsiębiorstwami rodzinnymi – 200 podmiotów z całej Polski, dobór miał charakter losowy – Na podstawie przeprowadzonych badań wskazano, że wyraźnie rysuje się zależność pomiędzy wartościami organizacyjnymi firm rodzinnych a innowacyjnym stylem przywództwa; wykorzystywanie kreatywności w działaniu, odpowiednie jej stymulowanie i rozwijanie, wyzwała dodatkowy potencjał firmy, inspirowanie, tworzy nowe pomysły, które – w procesie innowacyjnym – przekształcają się w produkty, usługi i technologie; w czasach, w których zmiana jest stałym elementem biznesu, innowacyjność staje się wymogiem, a nie przywilejem – jest ona zatem warunkiem koniecznym, ale niewystarczającym do osiągnięcia sukcesu

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<ul style="list-style-type: none"> – Marjański, Sułkowski (2018) – Tytuł artykułu w monografii: <i>Wpływ rodzinności na kształtowanie się strategii przedsiębiorstw rodzinnych</i> – Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu 	<ul style="list-style-type: none"> – Celem opracowania była zidentyfikowanie wpływu rodzinności na strategię przedsiębiorstw rodzinnych – Przeprowadzono badania empiryczne w 20 przedsiębiorstwach rodzinnych regionu łódzkiego, w okresie lipiec 2017–marzec 2018 r.; przeprowadzono indywidualne wywiady pogłębione oparte na powtarzalnym scenariuszu badawczym, który dawał możliwość zadawania respondentom dodatkowych pytań umożliwiających w razie potrzeby uszczegółowienie podejmowanej problematyki; scenariusz wywiadu został poddany konsultacji z trzema ekspertami zewnętrznymi zajmującymi się problematyką firm rodzinnych; dwóch ekspertów pochodziło ze środowiska naukowego, a jeden z organizacji przedsiębiorców rodzinnych – Przeprowadzone badania potwierdziły problem występujący w badaniach firm rodzinnych, że w większości z nich panuje niechęć do ujawniania ważnych dla ich rozwoju informacji; dualne oddziaływanie podsystemów rodziny i przedsiębiorstwa powoduje, że ujawnianie zagadnień związanych z przedsiębiorstwem łączy się z koniecznością ujawnienia informacji związanych z rodziną – We wszystkich podmiotach zidentyfikowano istotny wpływ czynnika rodzinności na kształt strategii, który uważano za ważny czynnik strategiczny prowadzący do osiągnięcia sukcesu w wymiarze biznesowym i rodziny właścicielskiej – Wskazywano, że w strategii przedsiębiorstwa łączy się cele przedsiębiorstwa i cele rodziny – Rodzinność pozwala także na wykorzystanie w procesie tworzenia i wdrażania strategii cennych zasobów ludzkich, kapitału społecznego opierającego się na zaufaniu, a także zasobów rzeczowych i finansowych – Jako ważny element strategii wskazywano zagadnienia związane z planowaniem i przeprowadzaniem procesu sukcesji – Dokonanie wyboru wariantu strategii przedsiębiorstwa rodzinnego jest zdefiniowane poziomem rodzinności, który przejawia się stopniem zaangażowania właścicieli zarządzających firmą oraz chęcią młodego pokolenia do kontynuowania rodzinnego biznesu – Istnienie potencjalnych sukcesorów i ich zaangażowanie oznacza możliwość rozpoczęcia procesu międzygeneracyjnego transferu władzy i własności w rodzinie, czyli sukcesji – Perspektywa zachowania rodzinnego przywództwa wywiera istotny wpływ na rozpoczęcie, kierunek i głębokość zmian strategicznych oraz wybór strategii
<ul style="list-style-type: none"> – Głód (2018) – Tytuł artykułu w monografii: <i>Wpływ innowacyjnego przywództwa na konkurencyjność przedsiębiorstw rodzinnych</i> – Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk 	<ul style="list-style-type: none"> – Celem opracowania było przedstawienie relacji występujących pomiędzy innowacyjnym stylem przywództwa a konkurencyjnością firm rodzinnych – Przeprowadzone badania empiryczne zostały przeprowadzone w okresie czerwiec – sierpień 2017 roku z udziałem 200 przedsiębiorstw rodzinnych z całej Polski, a ich dobór miał charakter losowy – Potwierdziły hipotezę zakładającą wpływ innowacyjnego przywództwa na poziom konkurencyjności firm rodzinnych – Przeprowadzone badania wskazały, że kształtowanie konkurencyjności firm rodzinnych to proces, który obejmuje szereg aspektów – przede wszystkim tworzenia zasobów i umiejętności składających się na potencjał konkurencyjności firmy – Składową innowacyjnego przywództwa, która bezpośrednio wpływa na poziom konkurencyjności firm rodzinnych, jest przyzwolenie na podejmowanie działań innowacyjnych mimo mogących się pojawiać błędów w działaniu, przy narażeniu samym podmiotu na ryzyko – Dla przetrwania firm rodzinnych potrzebne są: wiedza, umiejętności i kompetencje pracowników oraz ciągłe poszukiwanie, tworzenie i wykorzystywanie przewag konkurencyjnych, od tych najmniejszych po strategiczne – Przeprowadzone badania wskazują, że styl przywództwa jest jednym z wielu czynników mających wpływ na poziom konkurencyjności firm rodzinnych

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<p>Komentarz:</p> <p>Poziom tematyczny poświęcony opracowaniom z szeroko ujmowanego zakresu innowacyjności, jakości i rozwoju w firmach rodzinnych zaliczyć należy do grupy najchętniej analizowanych wątków wśród polskich badaczy – w latach objętych obserwacją badawczą zaproponowali oni 12 opracowań (spśród 38 przyjętych do analizy w prezentowanym artykule). Wśród szczegółowych zagadnień, w zakresie których prowadzone były rozważania, należy przytoczyć te dotyczące: wpływu kapitału intelektualnego członków przedsiębiorstwa rodzinnego, jako sumy trzech składowych: kapitału ludzkiego, strukturalnego oraz relacyjnego, na ogólną kondycję i kierunek działania tego typu podmiotu gospodarczego (Kajda-Kariozen, 2022); pozafinansowych aspektów prowadzenia działalności, wśród których znalazło się, m.in. poczucie jedności, rodzinności, współodpowiedzialności za losy przedsiębiorstwa (Martyniuk, Gostkowska-Drzewiecka, 2022; Tyszkiewicz, 2019; Marjański, Sułkowski, 2018); implementacji odpowiedniej dla okoliczności strategii konkurencyjnej (Głód, Wronka-Pospiech, 2022); niechęci polskich przedsiębiorstw o charakterze rodzinnym do oddawania kompetencji zarządzających w ręce zewnętrznych doradców i menedżerów (Żukowska, 2020; Daniłowska, 2022); skłonności do uczenia się jako determinanty innowacyjności w firmach rodzinnych (Krasicka i in., 2019); braku rozdziału życia rodzinnego od zawodowego jako jednej z barier rozwoju przedsiębiorstwa o charakterze rodzinnym (Dobrzyński i in., 2019); przedsiębiorstw rodzinnych jako miejsca stabilnego zatrudnienia, jednakże ograniczonego w aspekcie podnoszenia kwalifikacji przez pracowników i brania pod uwagę ich opinii w kluczowych kwestiach (Grześ-Buklano, Zajkowski, 2019); innowacyjnego stylu przywództwa jako czynnika wzrostu konkurencyjności w omawianym typie przedsiębiorstw (Głód, Wronka-Pospiech, 2018; Głód, 2018). Wiele czynników, materialnych, finansowych, społecznych, po prostu „ludzkich”, może i – zgodnie z wynikami przytoczonych badań – definiuje kierunek i tempo rozwoju przedsiębiorstw rodzinnych lub ich brak.</p> <p>Według autorów proponowanego opracowania, luka poznawcza w tym poziomie tematycznym dotyczy połączenia intensyfikacji działalności innowacyjnej i rozwojowej z wpływem płci właściciela i/lub sukcesora. Autorzy podkreślają, że wątek „płci właściciela/ sukcesora” wśród polskich badaczy zagadnienia przedsiębiorczości rodzinnej nie istniał w latach objętych obserwacją badawczą. Kwestia ta wymaga zapewne szczegółowej analizy bieżącego stanu literatury naukowej w przywołanym wątku tematycznym</p>	<p>Zakres prowadzonych badań i ich wyniki</p> <p>Poziom tematyczny poświęcony opracowaniom z szeroko ujmowanego zakresu innowacyjności, jakości i rozwoju w firmach rodzinnych zaliczyć należy do grupy najchętniej analizowanych wątków wśród polskich badaczy – w latach objętych obserwacją badawczą zaproponowali oni 12 opracowań (spśród 38 przyjętych do analizy w prezentowanym artykule). Wśród szczegółowych zagadnień, w zakresie których prowadzone były rozważania, należy przytoczyć te dotyczące: wpływu kapitału intelektualnego członków przedsiębiorstwa rodzinnego, jako sumy trzech składowych: kapitału ludzkiego, strukturalnego oraz relacyjnego, na ogólną kondycję i kierunek działania tego typu podmiotu gospodarczego (Kajda-Kariozen, 2022); pozafinansowych aspektów prowadzenia działalności, wśród których znalazło się, m.in. poczucie jedności, rodzinności, współodpowiedzialności za losy przedsiębiorstwa (Martyniuk, Gostkowska-Drzewiecka, 2022; Tyszkiewicz, 2019; Marjański, Sułkowski, 2018); implementacji odpowiedniej dla okoliczności strategii konkurencyjnej (Głód, Wronka-Pospiech, 2022); niechęci polskich przedsiębiorstw o charakterze rodzinnym do oddawania kompetencji zarządzających w ręce zewnętrznych doradców i menedżerów (Żukowska, 2020; Daniłowska, 2022); skłonności do uczenia się jako determinanty innowacyjności w firmach rodzinnych (Krasicka i in., 2019); braku rozdziału życia rodzinnego od zawodowego jako jednej z barier rozwoju przedsiębiorstwa o charakterze rodzinnym (Dobrzyński i in., 2019); przedsiębiorstw rodzinnych jako miejsca stabilnego zatrudnienia, jednakże ograniczonego w aspekcie podnoszenia kwalifikacji przez pracowników i brania pod uwagę ich opinii w kluczowych kwestiach (Grześ-Buklano, Zajkowski, 2019); innowacyjnego stylu przywództwa jako czynnika wzrostu konkurencyjności w omawianym typie przedsiębiorstw (Głód, Wronka-Pospiech, 2018; Głód, 2018). Wiele czynników, materialnych, finansowych, społecznych, po prostu „ludzkich”, może i – zgodnie z wynikami przytoczonych badań – definiuje kierunek i tempo rozwoju przedsiębiorstw rodzinnych lub ich brak.</p> <p>Według autorów proponowanego opracowania, luka poznawcza w tym poziomie tematycznym dotyczy połączenia intensyfikacji działalności innowacyjnej i rozwojowej z wpływem płci właściciela i/lub sukcesora. Autorzy podkreślają, że wątek „płci właściciela/ sukcesora” wśród polskich badaczy zagadnienia przedsiębiorczości rodzinnej nie istniał w latach objętych obserwacją badawczą. Kwestia ta wymaga zapewne szczegółowej analizy bieżącego stanu literatury naukowej w przywołanym wątku tematycznym</p>
<p>Tematyka opracowań: dzielenie się wiedzą i korzystanie z doświadczeń starszych pokoleń właścicieli</p> <p>Rychta (2022)</p> <p>Tytuł artykułu w monografii: <i>Rola mentoringu w pozyskiwaniu wiedzy przez młodsze pokolenie w przedsiębiorstwie rodzinnym</i></p> <p>Przedsiębiorczość-Edukacja, UP Kraków</p>	<p>– Artykuł dotyczy edukacji sukcesorów i opiera się na wynikach autorskiego badania, którego celem była próba ustalenia, w jakim stopniu i zakresie praktyki mentoringowe przyczyniają się do nabywania wiedzy przez potencjalnych i rzeczywistych sukcesorów w przedsiębiorstwie rodzinnym</p> <p>– Badanie (wstępne) przeprowadzono na grupie 54 potencjalnych i rzeczywistych sukcesorów przedsiębiorstw rodzinnych</p> <p>– Z odpowiedzi udzielonych przez respondentów wynika, iż praktyki mentoringowe podejmowane przez założycieli przedsiębiorstw rodzinnych, takie jak wsparcie udzielane następcom podczas ich działalności w biznesie, przekazywane rady, dzielenie się wiedzą i doświadczeniem zdobytym przez lata prowadzenia działalności gospodarczej są ważne i cenne dla młodszego pokolenia, gdyż pozwalają na poznanie specyfiki funkcjonowania biznesu rodzinnego oraz pozyskanie wiedzy i umiejętności niezbędnych do jego kontynuacji</p>
<p>Rychta (2021)</p> <p>Tytuł artykułu w monografii: <i>Transfer wiedzy w ramach relacji mentor-sukcesor jako narzędzie realizacji idei zrównoważonego rozwoju</i></p> <p>Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie</p>	<p>– W opracowaniu, opartym na analizie literatury, podjęto próbę objaśnienia mechanizmu urzeczywistniania zrównoważonego rozwoju poprzez transfer wiedzy, realizowany w ramach relacji mentor-sukcesor w przedsiębiorstwie rodzinnym</p> <p>– Celem prowadzonych rozważań było przybliżenie mentoringu jako formy organizacji transferu wiedzy między osobą zarządzającą a wybranym następcą, a także zwrócenie uwagi na oddziaływanie międzypokoleniowej komunikacji i kooperacji na sukcesję, która determinuje zrównoważony rozwój</p> <p>– Weryfikacji poddano tezę, zgodnie z którą wykorzystanie mentoringu w międzypokoleniowym transferze wiedzy usprawnia proces sukcesji oraz jest przejawem kształtowania odpowiedzialności przedsiębiorstwa względem przyszlących pokoleń rodziny założycielskiej</p>

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<p>Komentarz:</p> <p>Poziom tematyczny poświęcony aspektom przekazywania wiedzy na linii pokolenia założycieli – sukcesor w latach objętych obserwacją badawczą nie doczekało się licznych opracowań. W tych, które autorzy przywołali w prezentowanym artykule podkreślano, że praktyki przekazywania wiedzy i doświadczenia młodszych pokoleńom przedsiębiorstwa rodzinnego są ważnym i cennym elementem funkcjonowania tych podmiotów (Rychta, 2022), a gdy transfer wiedzy dokonuje się w kooperacji opartej na bliskiej relacji i wzajemnym zaufaniu, powstają sprzyjające warunki dla budowania działalności opartej na założeniach zrównoważonego rozwoju (Rychta, 2021). Autorzy niniejszego artykułu wskazują, iż luka poznawcza w omawianym poziomie tematycznym usytuowana jest w wątku wpływu transferu wiedzy od założycieli do osób spoza rodziny, menedżerów, osób zewnętrznych pełniących funkcje zarządcze w przedsiębiorstwie o charakterze rodzinnym.</p>	<p>– Ustalono, iż:</p> <ul style="list-style-type: none"> - stworzenie, w oparciu o wyznawane wartości, uczciwego, bezpiecznego i stabilnego miejsca pracy, dążenie do trwałego rozwoju przedsiębiorstwa, a następnie przekazanie go młodszemu pokoleniu to strategiczny cel założycieli przedsiębiorstw rodzinnych - przedsiębiorstwa rodzinne, które odpowiednio wcześniej zaplanują proces sukcesji, uwzględniając działania obejmujące przekazanie wiedzy i doświadczenia młodszemu pokoleniu, mogą zmniejszyć ryzyko związane ze zmianą na stanowisku właściciela i zapewnić długoterminowe funkcjonowanie rodzinnego biznesu - mentoring wspomaga proces dzielenia się wiedzą, szczególnie rodzinnym know-how między nestorem a sukcesorem i poprzez to odgrywa znaczącą rolę w skutecznym przejściu władzy i własności przez młodsze pokolenie oraz jest przejawem kształtowania odpowiedzialności przedsiębiorstwa względem przyszłych pokoleń rodziny założycielskiej. Tym samym teza, iż wykorzystanie mentoringu w międzypokoleniowym transferze wiedzy usprawnia proces sukcesji, została zweryfikowana pozytywnie, gdyż przekazywanie młodszemu pokoleniu kompleksowej wiedzy o rodzinnym biznesie czy sposobach zarządzania firmą, pozwala na przygotowanie następcy do przejścia władzy i odpowiedzialności za majątek przedsiębiorstwa oraz rodziny - międzypokoleniowa komunikacja i kooperacja, oparte na bliskiej relacji i wzajemnym zaufaniu, sprzyjają dzieleniu się wiedzą w procesie sukcesji oraz są fundamentem do budowania wizji wielopokoleniowego przedsiębiorstwa rodzinnego
<p>I Tematyka opracowań: różnego rodzaju badania i przeglądy literatury poświęcone przedsiębiorczości firm o charakterze rodzinnym, w tym monografie</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ingram (2023) – Monografia pt.: <i>Odporność organizacyjna przedsiębiorstw rodzinnych</i> – Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach 	<ul style="list-style-type: none"> – W sferze teoretycznej monografia zmierzała do wypełnienia ujawnionej luki w kwestii doprecyzowania rozmytego pojęcia odporności organizacyjnej, czyli określenia jej ram teoretycznych – W sferze metodycznej podstawowym celem opracowania była próba operacjonalizacji i zaproponowania metody pomiaru samej odporności rozumianej przez pryzmat zdolności przedsiębiorstwa, osadzenie jej w kontekście charakterystycznym dla przedsiębiorstw rodzinnych i powiązanie z główną zmienną zależną interesującą – W sferze empirycznej praca zmierzała do sprawdzenia zależności pomiędzy odpornością organizacyjną i efektywnością organizacyjną przedsiębiorstw rodzinnych w kontekście zmiennych charakterystycznych dla tej grupy firm – w szczególności pod uwagę wzięto zagadnienia bogactwa społeczno-emocjonalnego, które określające jest jako czynnik najsilniej odróżniający przedsiębiorstwa rodzinne od nierodzinnych, uczenia się na błędach i niepowodzeniach, stanowiącego podstawę dla tworzenia organizacyjnych zdolności do adekwatnych odpowiedzi na zagrożenia płynące z otoczenia oraz wrogości, złożoności i zmienności otoczenia, postrzeganych jako tworzące zbiór uwarunkowań, w których funkcjonuje każde przedsiębiorstwo, także rodzinne

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<ul style="list-style-type: none"> - Popczyk, Winnicka-Popczyk (2022) - Tytuł artykułu w monografii: <i>Definicja przedsiębiorstwa rodzinnego z perspektywy logiki</i> - Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa (TNOiK) 	<ul style="list-style-type: none"> - W sferze praktycznej podjęto próbę zaprezentowania wskazówek pomagających przedsiębiorcom kierującym firmami rodzinnymi tworzyć warunki organizacyjne sprzyjające oraz zwiększające szanse na przetrwanie zawirowani i nieprzewidywanych trudności - Aby zrealizować tak postawione cele, zdecydowano się na wykorzystanie wieloletowego procesu badawczego, zakładającego pogłębione studia literaturowe, wykorzystujące między innymi technikę systematycznego przeglądu literatury, oraz badania empiryczne, zaprojektowane i zrealizowane zgodnie z wytycznymi prowadzenia badań ilościowych. Dane stanowiące podstawę rozważań zostały zgromadzone na przedmie lat 2018 i 2019 i pochodzą od respondentów z 339 krajowych małych i średnich przedsiębiorstw rodzinnych - Przeprowadzone analizy ukazały, że odporność organizacyjna jest bezpośrednio związana z efektywnością firmy rodzinnej i pozostaje pod wpływem zdolności do uczenia się na błędach i niepowodzeniach oraz bogactwa społeczno-emocjonalnego - Analizy prowadzone w pracy zwracają uwagę na silne uwikłanie odporności organizacyjnej i jej współzależność od wielu elementów tworzących jej kontekst organizacyjny - Celem artykułu było zaproponowanie definicji przedsiębiorstwa rodzinnego na miarę XXI w., wypracowanej w oparciu o najlepsze praktyki metodologiczne w zakresie definiowania pojęć i przy uwzględnieniu niewątpliwych osiągnięć nauki amerykańskiej w tym zakresie - Po wnikliwej analizie dostępnej literatury przedmiotu, autorzy opracowania zaproponowali następującą definicję przedsiębiorstwa rodzinnego: Przedsiębiorstwo rodzinne jest to organizacja gospodarcza, której kultura, strategiczne wybory i zachowania kształtowane są przez system wartości i norm rodziny właścicielskiej/zatoycielskiej, a siła oddziaływania systemu pozwala na wyroźnienie jego następujących typów: <ul style="list-style-type: none"> a) przedsiębiorstwo, w którym rodzina pełni kluczowe funkcje menedżerskie (bycie liderem) i dominuje (oznacza posiadanie względnej większości głosów w zgromadzeniu ogólnym w przypadku spółek giełdowych (nie mniej niż 25%), które pozwalają na kontrolę właścicielską, lub bezwzględnej większości we własności w przypadku przedsiębiorstw niegiełdowych (powyżej 50%) w strukturze jego własności b) przedsiębiorstwo, w którym rodzina wycofuje się z pełnienia kluczowych funkcji menedżerskich, ale dominuje w jego strukturze własności i sprawuje kontrolę nad zarządem c) przedsiębiorstwo, w którym rodzina pełni kluczowe funkcje menedżerskie, ale nie dominuje w strukturze jego własności - Podstawowym celem opracowania było zaprezentowanie możliwości wykorzystania rodzinnego charakteru wielu przedsiębiorstw świadczących usługi noclegowe dla budowania ich przewagi konkurencyjnej - Podstawową hipotezą badawczą uczyniono stwierdzenie: Rodzinny charakter („familiness”) sprzyja rozwojowi przedsiębiorstw świadczących usługi noclegowe, dając możliwości budowania związanych z marką przewag konkurencyjnych - Wnioski: Mikroprzedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe stanowią najliczniejszą grupę podmiotów zajmujących się obsługą turystów w destynacji. Jednocześnie mają one, w porównaniu z większymi przedsiębiorstwami, np. hotelami, ograniczone możliwości konkurowania. W związku z powyższym celowe jest poszukiwanie źródeł ich przewag konkurencyjnych. Jednym z istotnych źródeł uzyskania przewagi może być budowanie lojalności klientów poprzez rozwijanie relacji z nimi - Rodzinny charakter przedsiębiorstw wywiera szczególnie istotny wpływ na ich postrzeganie i możliwości budowania ich marki (w tym wizerunku)
<ul style="list-style-type: none"> - Dębski (2021) - Monografia pt.: <i>Zarządzanie marką w budowaniu konkurencyjności rodzinnych przedsiębiorstw na rynku usług noclegowych</i> - Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk 	<ul style="list-style-type: none"> - W sferze praktycznej podjęto próbę zaprezentowania wskazówek pomagających przedsiębiorcom kierującym firmami rodzinnymi tworzyć warunki organizacyjne sprzyjające oraz zwiększające szanse na przetrwanie zawirowani i nieprzewidywanych trudności - Aby zrealizować tak postawione cele, zdecydowano się na wykorzystanie wieloletowego procesu badawczego, zakładającego pogłębione studia literaturowe, wykorzystujące między innymi technikę systematycznego przeglądu literatury, oraz badania empiryczne, zaprojektowane i zrealizowane zgodnie z wytycznymi prowadzenia badań ilościowych. Dane stanowiące podstawę rozważań zostały zgromadzone na przedmie lat 2018 i 2019 i pochodzą od respondentów z 339 krajowych małych i średnich przedsiębiorstw rodzinnych - Przeprowadzone analizy ukazały, że odporność organizacyjna jest bezpośrednio związana z efektywnością firmy rodzinnej i pozostaje pod wpływem zdolności do uczenia się na błędach i niepowodzeniach oraz bogactwa społeczno-emocjonalnego - Analizy prowadzone w pracy zwracają uwagę na silne uwikłanie odporności organizacyjnej i jej współzależność od wielu elementów tworzących jej kontekst organizacyjny - Celem artykułu było zaproponowanie definicji przedsiębiorstwa rodzinnego na miarę XXI w., wypracowanej w oparciu o najlepsze praktyki metodologiczne w zakresie definiowania pojęć i przy uwzględnieniu niewątpliwych osiągnięć nauki amerykańskiej w tym zakresie - Po wnikliwej analizie dostępnej literatury przedmiotu, autorzy opracowania zaproponowali następującą definicję przedsiębiorstwa rodzinnego: Przedsiębiorstwo rodzinne jest to organizacja gospodarcza, której kultura, strategiczne wybory i zachowania kształtowane są przez system wartości i norm rodziny właścicielskiej/zatoycielskiej, a siła oddziaływania systemu pozwala na wyroźnienie jego następujących typów: <ul style="list-style-type: none"> a) przedsiębiorstwo, w którym rodzina pełni kluczowe funkcje menedżerskie (bycie liderem) i dominuje (oznacza posiadanie względnej większości głosów w zgromadzeniu ogólnym w przypadku spółek giełdowych (nie mniej niż 25%), które pozwalają na kontrolę właścicielską, lub bezwzględnej większości we własności w przypadku przedsiębiorstw niegiełdowych (powyżej 50%) w strukturze jego własności b) przedsiębiorstwo, w którym rodzina wycofuje się z pełnienia kluczowych funkcji menedżerskich, ale dominuje w jego strukturze własności i sprawuje kontrolę nad zarządem c) przedsiębiorstwo, w którym rodzina pełni kluczowe funkcje menedżerskie, ale nie dominuje w strukturze jego własności - Podstawowym celem opracowania było zaprezentowanie możliwości wykorzystania rodzinnego charakteru wielu przedsiębiorstw świadczących usługi noclegowe dla budowania ich przewagi konkurencyjnej - Podstawową hipotezą badawczą uczyniono stwierdzenie: Rodzinny charakter („familiness”) sprzyja rozwojowi przedsiębiorstw świadczących usługi noclegowe, dając możliwości budowania związanych z marką przewag konkurencyjnych - Wnioski: Mikroprzedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe stanowią najliczniejszą grupę podmiotów zajmujących się obsługą turystów w destynacji. Jednocześnie mają one, w porównaniu z większymi przedsiębiorstwami, np. hotelami, ograniczone możliwości konkurowania. W związku z powyższym celowe jest poszukiwanie źródeł ich przewag konkurencyjnych. Jednym z istotnych źródeł uzyskania przewagi może być budowanie lojalności klientów poprzez rozwijanie relacji z nimi - Rodzinny charakter przedsiębiorstw wywiera szczególnie istotny wpływ na ich postrzeganie i możliwości budowania ich marki (w tym wizerunku)

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<ul style="list-style-type: none"> - Marjański (2020) - Monografia pt. <i>Firmy rodzinne – rozwój i konkurencyjność</i> - Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk 	<p>Monografia oparta na dwóch rozdziałach, zawiera kilkanaście artykułów według poniższego układu treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rozdział 1. Problemy poznawcze przedsiębiorczości rodzinnej: <ul style="list-style-type: none"> - Porównanie rozwiązań systemowych dla firm rodzinnych w wybranych krajach - The Influence of Inheritance on the Family Business Development Model - Przedsiębiorczość rodzinna a wybory sukcesorów - Dlaczego chcą pracować w firmie rodzinnej – perspektywa studentów ekonomicznych z rodzin przedsiębiorców - Climbing up to the Tip of the Iceberg – Managing Expectations in Family Business - Rozdział 2. Determinanty rozwoju przedsiębiorstw rodzinnych: <ul style="list-style-type: none"> - Źródła ryzyka na etapie rozwoju kooperacji międzyorganizacyjnej – perspektywa małych przedsiębiorstw - Strategiczne skupisko kompetencyjne w małych przedsiębiorstwach przetwórstwa przemysłowego - Znaczenie sektora MŚP dla rozwoju przemysłu meblarskiego w wybranych krajach UE - Analiza ekonomiczno-finansowa wybranych grup producentów owocowo-warzywnych - Na usługach agregatorów. Czy dziennikarstwo ma przyszłość?
<ul style="list-style-type: none"> - Marjański, Wach (2019) - Monografia pt.: <i>Firmy rodzinne – determinanty funkcjonowania i rozwoju</i> - Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk 	<p>Monografia oparta na trzech rozdziałach, zawiera kilkanaście artykułów według poniższego układu treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rozdział 1. Aktualne aspekty przedsiębiorczości rodzinnej: <ul style="list-style-type: none"> - Ekspansja polskich przedsiębiorstw rodzinnych na nowe rynki - The Conditions of the Operation and Development of Polish Family Businesses - Wykorzystanie crowdsourcingu w przedsiębiorstwie produkcyjnym na przykładzie firmy rodzinnej - Directions of International Expansion of Polish Micro, Small and Medium Enterprises Against the Background of the General Foreign Activity of Polish Companies – an Overview of Selected Research Studies - Viabilidad Economica de Empresas Cunicolas Familiares en el Estado de México, México - Podejście procesowe w rozwoju nowych produktów w usługach w firmach rodzinnych - Rozdział 2. Determinanty rozwoju przedsiębiorstw rodzinnych: <ul style="list-style-type: none"> - Optymalizacja podatkowa firm rodzinnych przy wykorzystaniu procedury celnej 42 - Viabilidad Economica de una Empresa Familiar de Produccion de Tomate en Invernadero, Guanajuato, Mexico. Estudio de Caso - Aktywność inwestycyjna rodzinnych gospodarstw rolnych w Polsce w latach 2010–2017 - Análisis de los Valores de Consumo de la Rosa de Corte y Sus Diferencias por Zonas Geográficas - Ocena kondycji ekonomiczno-finansowej wybranych centrów ogrodniczych będących firmami rodzinnymi - Analiza działań proekologicznych w zakresie inwestycji w OZE w firmach rodzinnych województwa lubelskiego - Competitividad de una Empresa Familiar del Sector Minero-Metalúrgico, Medida Desde el Manejo de Personal - Rozdział 3. Funkcjonowanie firm rodzinnych w gospodarce: <ul style="list-style-type: none"> - Diachronic Analysis of Decisión-Making in a Family Business in Mexico. Case: Dermatological Clinic in Mazatlan, Sinaloa - Znaczenie poręczeń i gwarancji udzielanych przez Bank Gospodarstwa Krajowego dla rozwoju firm rodzinnych - Wpływ firm rodzinnych na gospodarkę - Determinanty efektywnych wdrożeń ergonomicznych w przedsiębiorstwach rodzinnych

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<ul style="list-style-type: none"> - Majzel; Byczkowska (2019) - Tytuł artykułu w monografii: <i>Przedsiębiorstwa rodzinne w gospodarce Polskiej i Hiszpanii</i> - Polskie Towarzystwo Ekonomiczne w Zielonej Górze 	<ul style="list-style-type: none"> - Firmy rodzinne jako marka w cyberprzestrzeni. Analiza treści witryn internetowych firm - Características del Ingreso y el Empleo de las Empresas Familiares Agrícolas en Navarra - Business Reengineering in a Family Business - Uwarunkowania konkurencyjności małych przedsiębiorstw innowacyjnych - Celem artykułu było przedstawienie firm istoty funkcjonowania firm rodzinnych w gospodarce Polski i Hiszpanii - Na podstawie literatury polskiej i obcojęzycznej dokonano oceny wpływu tego typu jednostek na polską gospodarkę, opisano stan firm rodzinnych w ocenie ich właścicieli, natomiast osobne miejsce poświęcono problematyce firm rodzinnych w Hiszpanii - Przedstawiono następujące wnioski: Hiszpania, obok Włoch, Grecji czy Danii, to kraj o bardzo wysokiej aktywności firm rodzinnych. Hiszpańskie firmy rodzinne to przede wszystkim mikroprzedsiębiorstwa związane z turystyką i usługami. Podmioty rodzinne stanowią ponad 70% wszystkich podmiotów gospodarujących i zatrudniają 75-95% wszystkich pracujących. W porównaniu z firmami nierodzinnymi charakteryzują się one większą wydajnością pracy i wysokim poziomem konkurencyjności - Polskie firmy rodzinne to w większości podmioty, gdzie faktyczną władzę sprawuje pierwsze pokolenie – wiele z nich powstało w latach 90. ubiegłego wieku, więc zmiana pokoleniowa dopiero w nich następuje lub dokona się w ciągu najbliższych lat; w Polsce wskazano na brak odpowiednich przepisów porządkujących procedurę przekazywania władzy w firmie rodzinnej (sukcesji); autorzy zasugerowali, iż w tej sytuacji ułatwieniem byłoby wprowadzenia rozwiązań podobnych do hiszpańskich – czyli dokumentu porządkującego i opisującego relacje rodziny i przedsiębiorstwa. Wskazano, iż dokument ten byłby zapewne pomocny, m.in. przy planowaniu i przeprowadzaniu sukcesji – przygotowywanie men-talne, psychiczne oraz organizacyjne stron, niedopuszczenie do ewentualnych sporów wynikających, np. z roszczenia praw do aktywów
<ul style="list-style-type: none"> - Sułkowski, Marjański (2019) - Monografia pt.: <i>Firmy rodzinne – problemy poznawcze</i> - Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk 	<p>Monografia oparta na trzech rozdziałach, zawiera kilkanaście artykułów według poniższego układu treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rozdział 1. Poznawcze problemy zarządzania family business: <ul style="list-style-type: none"> - Specyfika i uwarunkowania zachowań przedsiębiorstw rodzinnych w świetle najnowszych badań empirycznych. - Modele rozwoju firm rodzinnych - Immigrant Entrepreneurship: Assessing the Family Factor in Entrepreneurial Activities in the Host Country - Przedsiębiorczość seniorów w firmach rodzinnych. Studium przypadku - Trade compliance en una empresa familiar alemana automotriz en México - Rozdział 2. Wyzwania konkurencyjności i innowacyjności w przedsiębiorstwach rodzinnych: <ul style="list-style-type: none"> - Relacyjna natura branży piwowarstwa rzemieślniczego jako przesłanka funkcjonowania ekosystemu przedsiębiorczości - Diversificación e Innovación. Desafíos de una empresa familiar en la agroindustria. „Caso Hacienda la Victoria” - Problematyka zarządzania innowacjami w procesach logistycznych w firmie rodzinnej – studium przypadku - Znaczenie formy kooperacji międzyorganizacyjnej w zarządzaniu ryzykiem – perspektywa małych przedsiębiorstw - Ekoinnowacyjność sektora MSP na przykładzie polskiej firmy rodzinnej - Motywy i bariery działalności patentowej przedsiębiorstw rodzinnych i nierodzinnych – analiza komparatywna - Factores de éxito en las empresas familiares: el caso del Restaurant Chely - Przemiany aktywności konsumentów a zachowanie przedsiębiorstwa na przykładzie wybranej firmy rodzinnej - La competitividad de las empresas restauranteras familiares en Ciudad del Carmen, Campeche, México - Innovacion sostenible en empresas hoteleras familiares

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<ul style="list-style-type: none"> - Dźwiгоł-Barosz (2018) - Tytuł artykułu w monografii: <i>Specyfika przedsiębiorstw rodzinnych w Polsce</i> - Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego 	<ul style="list-style-type: none"> - Rozdział 3. Społeczne i kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości rodzinnej: <ul style="list-style-type: none"> - Wymiary przedsiębiorczej i innowacyjnej kultury organizacyjnej firm rodzinnych - Elastyczność w budowaniu kultury organizacyjnej przedsiębiorstw rodzinnych - Sprawiedliwość jako podstawowa wartość dla przedsiębiorstw rodzinnych - Zaufanie, emocje i wartości jako współczesne determinanty zarządzania firmą rodzinną - Zachowania nieetyczne w miejscu pracy - Tożsamość przedsiębiorcza a stereotypy płci w firmach rodzinnych - Social Responsibility in Family Organizations: Grupo Salinas Case - Celem artykułu było wykazanie znaczenia przedsiębiorstw rodzinnych funkcjonujących w polskiej gospodarce z uwzględnieniem podejścia do definiowania firm rodzinnych oraz najważniejszych cech charakteryzujących tego typu podmioty - Wykorzystano metodę krytycznej analizy literatury - Rosnące znaczenie przedsiębiorstw rodzinnych w Polsce wymaga pogłębionych badań empirycznych. Jednak uzyskanie pełnych informacji na temat zależności między więzami rodzinnymi a funkcjonowaniem przedsiębiorstwa jest sprawą niezwykle trudną i złożoną - Podmioty te rządzą się nieco odmiennymi prawami w stosunku do pozostałych firm funkcjonujących w gospodarce. Oprócz praw rynku, aspektów typowo gospodarczych i finansowych uwzględniających strategię i praktyki sprawnego zarządzania pojawiają się strumień nie zasobów niematerialnych o szczególnym charakterze - W przedsiębiorstwach rodzinnych specyficzną rolę odgrywają więzi rodzinne, przywiązanie do wartości rodziny oraz determinacja w dążeniu do przedłużenia przedsiębiorczej „dynastii”. Problem sukcesji wskazano jako niepodważalne ogniwo, właściwość trwale związaną z funkcjonowaniem i rozwojem przedsiębiorstw rodzinnych
<ul style="list-style-type: none"> - Baryń (2018) - Tytuł artykułu w monografii: <i>Największe przedsiębiorstwa rodzinne świata i ich znaczenie w gospodarce</i> - Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk 	<ul style="list-style-type: none"> - Celem artykułu było zbadanie największych przedsiębiorstw rodzinnych oraz ich znaczenia dla gospodarek poszczególnych regionów świata - Analizie poddane zostały ich przychody, wielkość zatrudnienia, obecność na giełdzie, długość działalności oraz udział w kreacji PKB - Największe przedsiębiorstwa rodzinne świata sklasyfikowane w rankingu Global Family Business Index charakteryzują się dużym zróżnicowaniem pod względem wielkości przychodów, zatrudnienia, czasu działalności czy udziału w pułicznym obrocie - W wyniku przeprowadzonych analiz wskazano, że jedynie dwa kraje: USA i Chiny, generowały wyższą wartość PKB niż 500 największych firm rodzinnych ujętych łącznie - W Europie i Ameryce Północnej firmy rodzinne odpowiadały za kreację ponad 10% PKB oraz zatrudnienie około 3-4% pracowników - W Ameryce Łacińskiej i Azji-Pacyfiku udział ten był mniejszy, co głównej mierze wynikało z mniejszej liczby rodzinnych przedsiębiorstw z tych obszarów uwzględnionych w rankingu Global Family Business Index - W Europie i Ameryce Łacińskiej w roku 2014 (wskazanym, jako rok dekonunktury), największe firmy rodzinne zwiększyły swój udział w PKB, co wskazano, jako umiejętność radzenia sobie z problemami lepiej niż inne podmioty gospodarcze

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<ul style="list-style-type: none"> - Lipiec (2018) - Tytuł artykułu w monografii: <i>Lad przedsiębiorstwa rodzinnego</i> - Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie 	<ul style="list-style-type: none"> - Artykuł omawiał koncepcję ładu przedsiębiorstwa rodzinnego w oparciu o doświadczenia zdobyte przez autora opracowania w firmach Rolski oraz Łapaj. Ład przedsiębiorstwa rodzinnego wyewoluował z nadzoru korporacyjnego poprzez uwzględnienie specyfiki oddziaływania rodziny na biznes, przejawiającej się przede wszystkim w respektowaniu wartości rodzinnych - W oparciu o zdobyte doświadczenia w wyżej wymienionych firmach, autor artykułu podjął się omówienia procesu tworzenia ładu przedsiębiorstwa rodzinnego – uznał, że może to posłużyć innym firmom rodzinnym we wdrożeniu podobnego narzędzia i w efekcie przyczynić się do ich długotrwałego rozwoju - Efektem wdrożenia ładu przedsiębiorstwa rodzinnego jest uzyskanie harmonii w relacji „rodzina – firma”, która w konsekwencji powinna zwiększyć prawdopodobieństwo prowadzenia firmy rodzinnej przez kolejne pokolenia. Innymi słowy, dzięki temu narzędziu zwiększa się integralność rodziny oraz trwałość biznesu rodzinnego. W Polsce, wśród pierwszych firm, które wdrożyły rozwiązania ładu rodzinnego, były wspomniana firma Rolski z <i>Konstytucją firmy rodzinnej Rolski</i> (uchwaloną w 2010 r.) oraz firma Łapaj ze <i>Statutem dziedzictwa grupy Łapaj</i> (uchwalony również 2010 r.) - Celem niniejszego artykułu była identyfikacja i analiza konsekwencji rozszady ról przywódczych w firmie rodzinnej, które znajdują swoje odbicie w sferze kultury organizacyjnej. Istotne jest również określenie, w jaki sposób przedmiotowe zmiany kulturowe wpływają na sferę zarządzania w obszarach dotyczących formułowania strategii firmy, strategii personalnej i determinowania struktury własności przedsiębiorstwa rodzinnego - „Rodzinnosc odwrócona” polega na tym, że dzieci pełnią funkcje zarządcze w organach firmy i to one są głównymi decydentami i kreatorami biznesu, natomiast rodzice pełnią funkcje kierownicze lub pomocnicze, ale na średnim szczeblu zarządzania, podlegając służbowo dzieciom - W artykule posłużono się studium przypadku firmy inwestycyjnej będącej jednocześnie przedsiębiorstwem rodzinnym zarządzanym przez dwie zaprzyjaźnione rodziny; badania przeprowadzono na próbie zupełnej, posługując się kwestionariuszem badawczym wymagającym udzielenia odpowiedzi na sześć pytań o funkcjonowaniu organizacji i charakterystyce typu kultury organizacyjnej (aktualnego w czasie przeprowadzania ankiety) oraz sprecyzowanie typu kultury, który zdaniem pracowników należałoby wdrożyć (stan pożądaný), by firma mogła stawić czoło przyszłym wyzwaniom i wymaganiom otoczenia; poszczególnym odpowiedziom respondenci przypisywali określone wagi, które umożliwiły postawienie diagnozy kulturowej w zakresie kultury obecnej i pożądanej - Uzyskano wyniki: <ul style="list-style-type: none"> - Gdy założycielem i przywódcą firmy rodzinnej jest przedstawiciel młodego pokolenia, a seniorzy funkcjonują na periferiach przedsiębiorstwa, model kultury organizacyjnej narzucający przez tego typu przywódców uzyskuje wyjątkowy ryś, który priorytet funkcjonowania firmy rodzinnej przetrzuca z celów zabezpieczenia rodziny na cele biznesowe - Oprócz różnic w formułowaniu celów funkcjonowania firmy pojawiają się także odmienne sposoby ich osiągnięcia, wynikające bezpośrednio z cech przywództwa osób młodych - Chęć zwyczajania i ekspansywność, innowacyjność i dynamika, a jednocześnie bezwzględność w zarządzaniu firmą, pozbawiona sentymentów rodzinnych, to główne cechy przedsiębiorstwa rodzinnego kierowanego przez młodych przywódców. W efekcie firma traci coś z nimbów rodzinności, a zyskuje w sferze determinacji biznesowej

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
<ul style="list-style-type: none"> - Piasecki, Marjański, Safin (2018) - Tytuł monografii: <i>Firmy rodzinne – zarządzanie, rozwój, przedsiębiorczość</i> - Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk 	<p>Monografia oparta na trzech rozdziałach, zawiera kilkanaście artykułów w według poniższego układu treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rozdział 1. Współczesne aspekty przedsiębiorczości rodzinnej: <ul style="list-style-type: none"> - Potencjał proaktywności a kształtowanie intencji przedsiębiorczych z perspektywy doświadczeń w przedsiębiorczości rodzinnej - Problemática de las micro y pequeñas empresas familiares del sector artesanal en la ciudad de Guanajuato, México - Przedsiębiorczość rodzinna a intencje przedsiębiorcze studentów – wyniki badań - Kapitał relacyjny w przedsiębiorstwach rodzinnych w Polsce na rynku usług gastronomicznych - Cechy firmy rodzinnej - Status prawny rodzinnych gospodarstw rolnych oraz ich znaczenie w rozwoju rolnictwa - Olimpiada Przedsiębiorczości i Zarządzania – wkład w edukację w zakresie przedsiębiorczości - Ekosystem jako poszerzona perspektywa postrzegania przedsiębiorczości - Różnice pokoleniowe a postrzeganie konfliktów - Społeczna odpowiedzialność firm rodzinnych notowanych na GPW w Warszawie na przykładzie spółek zakwalifikowanych do indeksu RESPECT - Rozdział 2. Ekonomiczne determinanty rozwojowe przedsiębiorstw rodzinnych: <ul style="list-style-type: none"> - Czynniki finansowania innowacji w polskich firmach rodzinnych - Związek między wynikami finansowymi a zaangażowaniem rodziny w działalność firm rodzinnych – przegląd badań literaturowych - Construcción y validación de un modelo de financiamiento para apoyar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Baja California - Zarządzanie zyskiem w przedsiębiorstwach rodzinnych – podstawowe modele i refleksja empiryczna - Źródła finansowania działalności inwestycyjnej firm rodzinnych - Analiza ekonomiczno-finansowa firm rodzinnych z branży przetwórstwa owocowo-warzywnego - El desempeño financiero de las MiPyME bajacalifornianas, inhibe su competitividad - Zryczałtowany podatek dochodowy od przychodów ewidencjonowanych jako element polityki podatkowej w stonku do sektora MŚP - Analiza struktury majątkowo-kapitałowej rodzinnej firmy na przykładzie spółki Forte SA w kontekście budowania przewagi konkurencyjnej - Zróżnicowanie poziomu nakładów inwestycyjnych w MSP branży meblarskiej - Toma de decisiones y administración del efectivo en la empresa familiar - Rozdział 3. Firmy rodzinne w gospodarce: <ul style="list-style-type: none"> - Organisational Solutions to Support the Efficient Functioning of Family Businesses from the SME Sector – Case Studies - Reklama jako narzędzie pozycjonowania wykorzystywane przez rodzinne przedsiębiorstwa branży meblarskiej - La capacitación como estilo de vida en las empresas Oaxaqueñas - Największe przedsiębiorstwa rodzinne świata i ich znaczenie w gospodarce - Condiciones de producción en la floricultura del Estado de México: ¿hacia la competitividad y la sustentabilidad? - Marketing 4.0 jako kierunek rozwoju działalności marketingowej firm rodzinnych - Las Mipymes, potencial y reto para el marketing en redes sociales - Zarządzanie ryzykiem a zarządzanie bezpieczeństwem pracy w firmach rodzinnych

Podstawowe dane publikacyjne	Zakres prowadzonych badań i ich wyniki
	<ul style="list-style-type: none"> - Practicas de gestion ambiental en industria Minera. Caso de estudio San Luis Potosi, México - Wsparcie internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw przez jednostki samorządu terytorialnego – studium przypadku powiatu tomaszowskiego - Przedsiębiorczość wśród seniorów w świetle założeń koncepcji silver economy - Cooperation and Small Business Advisory Process - Kontrola kontraktu doradczego w małej firmie rodzinnej - Źródła finansowania nakładów na działalność innowacyjną małych i średnich przedsiębiorstw usługowych w Polsce - Wsparcie z funduszy unijnych innowacji produktowych w firmach rodzinnych - Wpływ ścieżek kariery potencjalnych sukcesorów na strategię sukcesji w polskich firmach rodzinnych. Analiza wstępnych wyników badań <p>Komentarz: W podsumowaniu zaprezentowanego poziomu tematycznego zagregowano łącznie 12 propozycji literatury naukowej: 4 monografie wieloautorskie, 6 samodzielnych rozdziałów (artykułów), 2 monografie jednoautorskie. Podejmowane w przywołanych źródłach wątki odnoszą się, m.in. do: uformowania propozycji definicji przedsiębiorstwa rodzinnego, odpowiadającego potrzebom i okolicznościom społecznym i gospodarczym XXI wieku (Popczyk, Winnicka-Popczyk, 2022); zagadnienia odwróconego modelu przedsiębiorstwa rodzinnego, gdzie rolę zarządzającą pełni młodsze pokolenie, a seniorzy funkcjonują na poziomie pomocniczym (Miklaszewski, 2018); trwałości i sukcesu firm o charakterze rodzinnym jako wyników ładu rodzinnego – studia przypadków polskich podmiotów gospodarczych: Roleski i Łapaj (Liptec, 2018); znaczenia i wkładu przedsiębiorstw rodzinnych w budowanie gospodarki Polski (Dźwiągół-Barosz, 2018), Hiszpanii (Majzel, Byczkowska, 2019), USA, Chin, Ameryki Łacińskiej (Baryń, 2018); zagadnienia budowania marki i procesu zarządzania nią w podmiotach rodzinnych (Dębski, 2021); a także szeroko i licznie ujętych zagadnień omawiających problematykę zarządzania, rozwoju i przedsiębiorczości definiowanych w działalności biznesowej prowadzonej przez firmy o charakterze rodzinnym. Zdaniem autorów prezentowanych rozważań, luka poznawcza na tym poziomie tematycznym orbituje wokół zagadnienia roli kobiet w przedsiębiorstwach rodzinnych, ich wkładu i pozycji, jaką zajmują w polskich (i nie tylko) podmiotach omawianego typu. Jak już wcześniej zauważono, rodzimi badacze w latach objętych obserwacją badawczą pomijali wątek wpływu płci, w tym właśnie samych kobiet, na szeroko przytaczane zagadnienia związane z działalnością, rozwojem, implementacją innowacji i strategii przetrwania przedsiębiorstw familiarnych, zarówno na gruncie krajowym, jak i za granicą</p>

Źródło: opracowanie własne na podstawie wskazanych w tabeli publikacji, zbilansowanych w układzie alfabetycznym w literaturze

Podsumowanie

Przedsiębiorstwa rodzinne stanowią niezwykle charakterystyczną grupę zróżnicowanych podmiotów we współczesnej gospodarce, ponieważ łączą w swej specyfice działalność biznesową ze sferą rodzinną, która jest punktem wspólnym deprymującym ich działalność gospodarczą. Powoduje to, że niezmiernie trudnym wyzwaniem jest wskazanie jednej definicji tego zagadnienia, a jego badacze mają szerokie spektrum realizacji ciekawych i różnorodnych ujęć tematycznych.

W Polsce przedsiębiorczość rodzinna jest zjawiskiem stosunkowo nowym, a badania wskazują, że większość przedsiębiorstw spełniających warunek rodzinności powstała po czasie transformacji, tj. w i po 1989 r. (Więcek-Janka, 2017: 24). Autorzy prezentowanego artykułu podjęli się zadania przeglądu krajowych publikacji i badań w naukach ekonomicznych, opublikowanych w latach 2018–2023 (stan na dzień 30.06.2023 r.), poświęconych zagadnieniu przedsiębiorczości rodzinnej. Wskazany zakres czasowy wydawał się najbardziej odpowiedni ze względu na okres prowadzonych prac badawczych nad pozyskanymi źródłami (druga połowa 2023 r.), a także wymóg aktualności przywoływanych w nim rozważań innych autorów. Pozwoliło to na przygotowanie rzetelnie zagregowanego zestawienia publikacji, zarówno w formie: samodzielnych artykułów dotyczących szerokiego spektrum zagadnień tematyki przedsiębiorstw rodzinnych, monografii tematycznych składających się z autonomicznych artykułów oraz monografii monotematycznych poświęconych w całości jednemu zagadnieniu. Poczynione prace pozwoliły zdefiniować również lukę poznawczą w aspekcie braku w zasobach literatury naukowej autorstwa polskich badaczy opracowań w następujących korelacjach z głównym zagadnieniem: miejsca i roli kobiet w strukturze, prowadzonej działalności i implementacji innowacji w omawianym typie przedsiębiorstw; wpływu płci właścicieli (osób zarządzających) na szeroko ujmowaną aktywność biznesową podmiotów o charakterze familiarnym; wpływu transferu wiedzy od założycieli do osób spoza rodziny pełniących funkcje zarządcze; barier i motywacji towarzyszących procesowi sukcesji; nakładów i finansowania procesu internacjonalizacji przedsiębiorstw rodzinnych; wpływu sytuacji kryzysowych, takich jak pandemia COVID-19, wojna na Ukrainie wywołana przez Rosję, na długoterminową analizę sytuacji, planowanie strategiczne i wdrażanie rozwiązań odpowiadających wymaganiom bieżącej sytuacji, w której przyszło funkcjonować przedsiębiorstwom rodzinnym, w kraju i za granicą.

Badacze zainteresowani rozwojem własnym, a także merytorycznym i liczbowym zasobów polskiej literatury naukowej w tematyce poświęconej przedsiębiorstwom rodzinnym, powyższe wnioski mogą potraktować jako wskazówkę do podejmowania wyzwań naukowych.

Dla osób, które wiążą swoją przyszłość badawczą z tematyką przedsiębiorczości rodzinnej, prezentowane opracowanie uznać należy za kompleksowe, spełniające warunek innowacyjności, bazę do poczynienia odniesień względem podjętych badań własnych. Przegląd literatury przedmiotu stanowi istotny punkt procesu badawczego (Apanowicz, 2002), więc zaproponowana formuła artykułu jest, zdaniem jego autorów, niezwykle czytelna, pomocna i wartościowa dla wszystkich, którzy chcieliby się zagłębić w najbardziej aktualne rozważania w zakresie tematyki przedsiębiorczości rodzinnej, ze szczególnym uwzględnieniem opracowań, których autorami byli polscy badacze.

Literatura

References

- Apanowicz, J. (2002). *Metodologia ogólna*. Gdynia: Wydawnictwo Bernardinum.
- Baryń, M. (2018). Największe przedsiębiorstwa rodzinne świata i ich znaczenie w gospodarce. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, t. XIX, 7(3), 365-379.
- Biegajło, M. (2021). Charakterystyka search funds jako inwestorów dla firm rodzinnych w Polsce w obliczu braku sukcesji. *Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów*, 182, 9-30.
- Cadbury, A. (2000). *Family Firm and their Governance: Creating Tomorrow's Company from Today's*. Zurich: Egon Zehnder International.
- Chua, J.H., Chrisman, J.J., Sharma, P. (1999). Defining the Family Business by Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(4), 19-39. Za: Niedbała, E. (2002). Firmy rodzinne – obiekt badawczy. *Master of Business Administration*, 5, 44-47.
- Daniłowska, W. (2022). Rozbieżność interesów właściciela i menedżera a struktura własności przedsiębiorstwa. *Edukacja Ekonomistów i Menedżerów*, 64(2), 51-66.
- Dębski, M. (2021). Zarządzanie marką w budowaniu konkurencyjności rodzinnych przedsiębiorstw na rynku usług noclegowych. *Studia i Monografie*, 116, 1-237.
- Dobrzyński, J., Dułak, E., Kaliszewski, F., Kuna, D., Macedońska, D. (2019). Bariery rozwoju firm rodzinnych w Polsce. *Przedsiębiorstwo we Współczesnej Gospodarce – Teoria i Praktyka*, 2, 59-71.
- Donnelley, R. (1964). The Family Business. *Harvard Business Review*, 42(4), 93-105.
- Donnelley, R. (2002). The Family Business. *Family Business Sourcebook*, 4.
- Dźwigoł-Barosz, M. (2018). Specyfika przedsiębiorstw rodzinnych w Polsce. *Studia i Prace WNEiZ US*, 52(1), 33-44. DOI: <https://doi.org/10.18276/sip.2018.52/1-03>.
- Dźwigoł-Barosz, M. (2018a). Kompetencje sukcesorów współczesnych przedsiębiorstw rodzinnych. *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*, 46(1), 9-18. DOI: <https://doi.org/10.5604/01.3001.0012.0964>.
- Dźwigoł-Barosz, M. (2018b). Jak przygotować sukcesora do zarządzania przedsiębiorstwem rodzinnym?. *Organizacja i Zarządzanie. Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej*, 18, 136-146.
- Frishkoff, P.A. (1995). *Understanding Family Business*. Austin Family Business Program, 15 April 1995.
- Głodowska, A. (2019). *Międzynarodowe porównania przedsiębiorczości krajowej w Unii Europejskiej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe.
- Głód, G., Wronka-Pośpiech, M. (2022). Dopasowanie strategiczne a konkurencyjność firm z sektora MSP – moderująca rola otoczenia. *Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów. Zeszyt Naukowy*, 184, 49-64.
- Głód, G., Wronka-Pośpiech, M. (2018). Zależność pomiędzy wartościami organizacyjnymi a innowacyjnym stylem przywództwa. Perspektywa firm rodzinnych. *Przegląd Organizacji*, 3(938), 58-64.
- Głód, W. (2018). Wpływ innowacyjnego przywództwa na konkurencyjność przedsiębiorstw rodzinnych. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 19, 281-295.
- Grześ-Bukłaho, J., Zajkowski, D. (2019). Przedsiębiorstwo rodzinne jako miejsce pracy i rozwoju kariery zawodowej. *Akademia Zarządzania*, 3(1), 72-85.
- Hadryś-Nowak, A., Więcek-Janka, E., Lewandowska, A. (2017). Internacjonalizacja polskich przedsiębiorstw rodzinnych – wybrane wyniki z ogólnokrajowego badania statystycznego. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 18(6,2).
- Handler, W.C. (1990). Succession in family firms: A mutual role adjustment between entrepreneur and next-generation family members. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15.
- Huefner, J.C., Hunt, H.K., Robinson, P.B., Stimpson, D.V. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 14-15.
- Ingram, T. (2023). *Odporność organizacyjna przedsiębiorstw rodzinnych*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.
- Kajda-Kariozen, A. (2022). Kapitał intelektualny w przedsiębiorstwach rodzinnych – analiza wyników badań własnych. *ZN WSH Zarządzanie*, 4, 35-46.

- Klonowska-Matynia, M., Palinkiewicz, J. (2013). Przedsiębiorczość w teorii ekonomicznej. *Zeszyty Naukowe Wydziału Nauk Ekonomicznych Politechniki Koszalińskiej*, 17, 29-40.
- Kordela, D. (2019). Przedsiębiorstwa rodzinne na rynku papierów wartościowych – doświadczenia z rynku niemieckiego. *Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*, 21(70), 104-117.
- Krasicka, T., Ingram, T., Głód, G. (2019). Rodzinność polskich przedsiębiorstw – stymulator czy przeszkoda innowacyjności?. *Przegląd Organizacji*, 7(954), 22-31. DOI: <https://doi.org/10.33141/po.2019.07.04>.
- Lansberg, I. (1983). Managing Human Resources in Family Firms: The Problem of Institutional Overlap. *Organizational Dynamics*, 12(1), 39-49. Za: Niedbała, E. (2002). Firmy rodzinne – obiekt badawczy. *Master of Business Administration*, 5, 44-47.
- Lichniak, I. (red.). (2009). *Nauka o przedsiębiorstwie. Wybrane zagadnienia*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- Lipiec, J. (2018). Ład przedsiębiorstwa rodzinnego. *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*, 48(3), 61-68. DOI: <https://doi.org/10.5604/01.3001.0012.7779>.
- Majchrzak, J., Więcek-Janka, E. (2019). Application of grey systems theory in the analysis of relationships between family enterprise communication and their market attitude. *Informatyka Ekonomiczna*, 3(53), 30-48.
- Majzel, A., Byczkowska, M. (2019). Przedsiębiorstwa rodzinne w gospodarce Polski i Hiszpanii. *Zeszyty Naukowe Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego w Zielonej Górze*, 10, 117-128.
- Marjański, A. (2020). Firmy rodzinne – rozwój i konkurencyjność. *Studia i Monografie*, 111, 1-151.
- Marjański, A., Wach, K. (2019). Firmy rodzinne – determinanty funkcjonowania i rozwoju. *Studia i Monografie*, 94, 1-331.
- Marjański, A., Sułkowski, Ł. (2018). Wpływ rodzinności na kształtowanie się strategii przedsiębiorstw rodzinnych. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 538, 216-224.
- Martyniuk, O., Gostkowska-Drzewiecka, M. (2022). Raportowanie informacji niefinansowych polskich firm rodzinnych i nierodzinnych. Analiza porównawcza. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 46(4), 69-91. DOI: <https://doi.org/10.5604/01.3001.0016.1303>.
- Martyniuk, O. (2020). Funkcjonowanie polskich przedsiębiorstw rodzinnych w okresie spowolnienia gospodarczego. *Zarządzanie i Finanse*, 11(2, 2), 241-254.
- Miklaszewski, L. (2018). Kulturowe konsekwencje odwróconego modelu przedsiębiorstwa rodzinnego na przykładzie rodzinnej firmy inwestycyjnej. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, XIX(2), 401-417.
- Ociepa-Kubicka, A. (2022). Wpływa pandemii COVID-19 na zmianę modeli biznesowych na przykładzie wybranej firmy. W: A. Puto (red.), *Dylematy i wyzwania w zarządzaniu współczesnym przedsiębiorstwem*. Częstochowa: Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, 39-45.
- Petzinger, T. (1999). *At Home in the Economy. The New Pioneers: The Men and Women who are Transforming the Work-place and Marketplace*. Nowy Jork: Simon & Schuster, 218. Za: Niedbała, E. (2002). Firmy rodzinne – obiekt badawczy. *Master of Business Administration*, 5, 44-47.
- Piasecki, B., Marjański, A., Safin, K. (red.) (2018). *Firmy rodzinne – zarządzanie, rozwój, przedsiębiorczość*. Łódź: Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk.
- Piecuch, T. (2010). *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*. Warszawa: C.H.Beck.
- Popczyk, W., Winnicka-Popczyk, A. (2022). Definicja przedsiębiorstwa rodzinnego z perspektywy logiki. *Przegląd Organizacji*, 6(989), 3-11.
- Popczyk, W. (2020). *Modele sukcesji zarządzania w przedsiębiorstwach rodzinnych*. W: S. Gregorczyk, G. Urbanek (red.). *Zarządzanie strategiczne w dobie cyfrowej gospodarki cyfrowej*. Łódź: Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Łódzkiego, 105-119.
- Raczyńska, E., Swalek, A. (2022). *Sklonność firm rodzinnych do korzystania z rozwiązań pomocowych podczas pandemii COVID-19*. W: D. Malinowski, J. Sośnicka (red.). (2022). *Zarządzanie i innowacje u progu XXI wieku*. Łódź: Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, 118-130.
- Rychta, B. (2022). Rola mentoringu w pozyskiwaniu wiedzy przez młodsze pokolenie w przedsiębiorstwie rodzinnym. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 18(1), 131-145. DOI: <https://doi.org/10.24917/20833296.181.11>.

- Rychta, B. (2021). Transfer wiedzy w ramach relacji nestor-sukcesor jako narzędzie realizacji idei zrównoważonego rozwoju. *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*, 3(60), 38-55.
- Safin, K. (2007). *Przedsiębiorstwo rodzinne – istota i zachowania strategiczne*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, 17-18.
- Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship. the Individual – Opportunity Nexus*. Northampton: Edward Elgar Pub.
- Stradomski, M., Mikutowski, M. (2018). *Efekty kalendarzowe polskich rodzinnych spółek giełdowych. Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 4(94, 2), 103-112. DOI: <https://doi.org/10.18276/frfu.2018.94/2-08>.
- Sułkowski, Ł., Marjański, A. (red.). (2019). *Firmy rodzinne – problemy poznawcze*. Łódź: Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk.
- Sułkowski, Ł. (2004). *Organizacja a rodzina. Więzy rodzinne w życiu gospodarczym*. Toruń: Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa.
- Tyszkiewicz, R. (2019). Kultura organizacyjna determinantą rozwoju wartości w przedsiębiorstwie rodzinnym. *Zarządzanie. Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej*, 33, 325-331. DOI: <https://doi.org/10.17512/znpcz.2019.1.28>.
- Węclawski, J. (2018). Selected Aspects of Cooperation between Family Enterprises and Banks. Comparative Analysis between Poland and Austria. *Acta Universitatis Lodzianis. Folia Oeconomica*, 5(338), 97–113. <https://doi.org/10.18778/0208-6018.338.06>.
- Więcek-Janka, E. (2018). Dlaczego w Polsce tak rzadko sukcesje w firmach rodzinnych przebiegają pomyślnie? – Rzecz o generacjach BB, X, Y, Z. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, t. XIX, 7(1), 23-40.
- Winnicka-Popczyk, A. (2018). Czynniki finansowania innowacji w polskich firmach rodzinnych. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, t. XIX, 7(3), 159-176.
- Zawadka, M. (red.). (2011). *Firma w rodzinie czy rodzina w firmie. Metodologia wsparcia firm rodzinnych*. Warszawa: Państwowa Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Żukowska, B. (2020). *Efekty ekonomiczne profesjonalizacji przedsiębiorstw rodzinnych*. Praca doktorska. Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Wydział Ekonomiczny. Lublin.

Agata Buczak, dr, adiunkt, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wydział Ekonomii i Finansów, Katedra Mikroekonomii i Ekonomii Instytucjonalnej. Doktor w dziedzinie nauk społecznych, w dyscyplinie ekonomia i finanse. Przedmiot jej zainteresowań naukowych stanowią uwarunkowania społeczno-ekonomiczne przedsiębiorczej działalności człowieka, bariery i czynniki hamujące zachowania przedsiębiorcze, ze szczególnym uwzględnieniem przedsiębiorczości kobiet, wpływ sytuacji kryzysowych na zachowania przedsiębiorcze i rzeczywistość gospodarczą, działalność i funkcjonalność instytucji otoczenia biznesu, szeroko ujmowane nierówności.

Agata Buczak, PhD, assistant professor, Wrocław University of Economics and Business, Faculty of Economics and Finance, Department of Microeconomics and Institutional Economics. PhD in social sciences in the discipline of economics and finance. The subjects of her academic interest are the socio-economic conditions of entrepreneurial activity, barriers and factors inhibiting entrepreneurial behavior with particular emphasis on women's entrepreneurship, the impact of crisis situations on entrepreneurial behavior and the economic reality, activity and functionality of business environment institutions in terms of inequalities in the wider sense.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4674-3099>

Adres/Address:

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Katedra Mikroekonomii i Ekonomii Instytucjonalnej, budynek B, pokój 218
ul. Komandorska 118/120
53-345 Wrocław, Poland
e-mail: agata.buczak@ue.wroc.pl

Jacek Wychowanek, dr, adiunkt, Wyższa Szkoła Zarządzania i Przedsiębiorczości z siedzibą w Wałbrzychu, Wydział Zarządzania i Administracji. Autor kilkunastu artykułów naukowych. W pracy naukowej podejmuje tematykę roli innowacji i tradycji w budowaniu konkurencyjności małych przedsiębiorstw w branży piekarniczo-cukierniczej oraz funkcjonowania firm rodzinnych. Spełnia się w roli łącznika pomiędzy nauką a biznesem. Jako nauczyciel akademicki, a także przedsiębiorca, wspiera studentów doświadczeniami ze współpracy z instytucjami otoczenia społeczno-gospodarczego.

Jacek Wychowanek, PhD, assistant professor in Wałbrzych Higher School of Management and Entrepreneurship, Faculty of Management and Administration. Author of several academic articles. In his research work, he discusses the role of innovation and tradition in developing competitive advantage for small enterprises in the bakery and confectionery industry as well as the functioning of family businesses. He feels fulfilled in playing the role of a link between science and business. As an academic teacher and an entrepreneur, he supports students with his experience in cooperation with institutions in the socio-economic environment.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0706-2875>

Adres/Address:

Wyższa Szkoła Zarządzania i Przedsiębiorczości w Wałbrzychu
Wydział Zarządzania i Administracji
ul. Wrocławska 10
58-309 Wałbrzych, Poland
e-mail: wychowanek@poczta.wwszip.pl