



Teresa Kraśnicka

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Wydział Ekonomii
Katedra Przedsiębiorczości i Zarządzania Innowacyjnego
katedra.pizi@ue.katowice.pl

Wojciech Głód

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Wydział Ekonomii
Katedra Przedsiębiorczości i Zarządzania Innowacyjnego
katedra.pizi@ue.katowice.pl

Martyna Wronka-Pośpiech

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Wydział Ekonomii
Katedra Przedsiębiorczości i Zarządzania Innowacyjnego
katedra.pizi@ue.katowice.pl

INNOWACYJNOŚĆ POLSKICH GAZEL BIZNESU

Streszczenie: Celem zaprezentowanych badań była identyfikacja poziomu innowacyjności gazel biznesu jako przedsiębiorstw, charakteryzujących się nadzwyczaj wysoką dynamiką wzrostu. Analizie poddano innowacyjność zarządzania oraz innowacyjność technologiczną tych przedsiębiorstw i porównano jej poziom z innymi podmiotami. Ponadto badania ukierunkowane były na odkrycie związków innowacyjności zarządzania z wynikami gazel biznesu. Z przeprowadzonych badań wynika, że zarówno innowacyjność zarządzania, jak i technologiczna polskich gazel biznesu, mierzona przyjętymi miarami, jest relatywnie niższa niż pozostałych przedsiębiorstw objętych badaniami. Stwierdzono słaby wpływ innowacji zarządczych na wyniki osiągane przez te firmy, mierzone z zastosowaniem wskaźników finansowych i pozafinansowych. Uzyskane wyniki wskazują na konieczność kontynuowania badań gazel biznesu, aby odkryć kluczowe czynniki dynamicznego wzrostu tych firm.

Słowa kluczowe: innowacje zarządcze, innowacje technologiczne, gazele biznesu.

Wprowadzenie

Celem opracowania jest przedstawienie wyników badań dotyczących poziomu innowacyjności i jej związków z wynikami tzw. gazel biznesu, czyli przedsiębiorczych firm, często będących małymi i średnimi przedsiębiorstwa-

mi¹. Przedsiębiorczość i innowacje stanowią filary rozwoju każdej gospodarki, zaś transformujących się gospodarek – jak w przypadku Polski – w szczególności. Dlatego innowacyjne firmy charakteryzujące się wysoką dynamiką wzrostu, nazwane przez D. Bircha – gazelami, stanowią ważny przedmiot badań. W Polsce od kilku lat sporządza się bazy i tworzy rankingi, obejmujące firmy spełniające podstawowe kryterium kwalifikujące je do gazel biznesu, tzn. wysoka dynamika wzrostu. Powyższe okoliczności oraz wcześniej prowadzone badania dotyczące innowacyjności zwłaszcza małych i średnich przedsiębiorstw, zainspirowały do sformułowania tezy, iż czynnikami dynamizującymi wzrost tych firm może być nowoczesne, innowacyjne zarządzanie i innowacje technologiczne.

1. Cechy gazel biznesu

W latach 90. XX w. pojawiła się koncepcja firm przedsiębiorczych – tzw. gazel, które według D. Bircha wyróżniają się dwiema szczególnymi cechami: dużą dynamiką wzrostu (co najmniej 20% przyrostu sprzedaży w każdym roku) i innowacyjnością [Kuratko i Hodgetts, 2001, s. 10-12]. Trzecia cecha to kreowanie dużej liczby nowych miejsc pracy przez te podmioty. Jednocześnie należy podkreślić, że według Bircha gazele to młode firmy, choć niekoniecznie małe [Acs, Parsons i Tracy, 2008]. W późniejszych latach pojawiło się inne pojęcie – przedsiębiorstw wysokiej efektywności – szybko rosnących i tworzących nowe miejsca pracy [Acs, Parsons i Tracy, 2008; Zbierowski, 2010]. Współcześnie liczne publikacje potwierdzają, że firmy tego typu, charakteryzujące się nadzwyczaj wysokim wzrostem (mierzonym najczęściej wzrostem obrotów i zatrudnienia) określane są jako *high-growth firms* [Delmar, Davidsson i Gartner, 2003; Eckhardt i Shane, 2011] lub *rapid-growth firms* [Barringer, Jones i Neubaum, 2005].

2. Innowacje jako wyróżnik przedsiębiorczych firm

Obecnie większość badaczy przyjmuje szerokie rozumienie innowacji – jako wprowadzanie znaczących zmian w organizacji, które usprawniają nie tylko ich produkty/usługi czy procesy zarówno technologiczne, jak i administracyjne,

¹ Prezentowane wyniki badań stanowią fragment szerszych badań sfinansowanych z grantu NCN pt: *Wpływ innowacji zarządczych na innowacyjność technologiczną i wyniki przedsiębiorstw – 2012/07/B/HS4/00314*, Kierownik Projektu Prof. UE dr hab. Teresa Kraśnicka, wykonawcy: dr W. Głód, dr Martyna Wronka-Pośpiech.

ale także procedury/programy i modele biznesu, które dostarczają nowej wartości interesariuszom [Timmerman, 2009]. W *Podręczniku Oslo* [2008] wyodrębnia się cztery typy innowacji: produktowe, procesowe, organizacyjne i marketingowe. Narasta przekonanie o rosnącej roli innowacji nietechnologicznych [Volberda, Van Den Bosch i Heij, 2013, s. 2] i koncepcji innowacji zarządczych określanych jako *management innovation* [Birkinshaw, Hamel i Mol, 2008]. Te ostatnie (inaczej – innowacje w zarządzaniu) są postrzegane najczęściej jako generowanie i implementacja znacząco nowych rozwiązań dotyczących procesów, zasad działania, metod i struktur zarządzania organizacją, które w istotnym zakresie zmieniają sposoby realizacji celów organizacji [Birkinshaw, Hamel i Mol, 2008, s. 825] i przypuszczalnie w dłuższej perspektywie czasu poprawiają jej wyniki [Mothe i Thi, 2010, s. 325]. Innowacyjność jako zdolność do generowania, adaptowania i wdrażania innowacji odnosi się nie tylko do innowacji technologicznych (produktowych i procesowych), ale także innowacji organizacyjnych oraz coraz częściej wyodrębnianych *management innovation* [Vaccaro i in., 2010].

3. Gazele biznesu jako przedmiot badań

W ciągu ostatnich lat, gazele biznesu stanowiły temat wielu badań, publikowanych w czasopiśmie zagranicznych. Jak zaznaczono wyżej, badania te dotyczą najczęściej tzw. przedsiębiorstw wysokiej efektywności (określanych jako *high-impact firms*), a prowadzone są w kilku kierunkach. Liczne badania dotyczą charakterystyki tego typu firm – w celu ustalenia zwłaszcza wielkości, wieku czy sektora, w którym działają [Acs i in. 2008; Henrekson i Johansson, 2008]. Interesujące są badania kwestionujące zależność pomiędzy nadzwyczaj wysoką dynamiką wzrostu a zyskownością [Markman i Gartner, 2002] czy badania, w których zwraca się uwagę na zagrożenia szybkiego wzrostu, w tym – dla zyskowności w późniejszym okresie istnienia firmy [Davidsson, Steffens i Fitzsimmons, 2009]. Inne badania dotyczą miar i modeli wzrostu firm [Delmar, Davidsson i Gartner, 2003]. Stosunkowo nieliczne są badania dotyczące roli innowacji w szybkim wzroście rozważanych tu przedsiębiorstw [Heimonen, 2012].

4. Źródła informacji o polskich gazetach biznesu – kryteria i zasady tworzenia rankingu

W Polsce od 2001 r. opracowywany jest ranking Gazel Biznesu – dla dziennika „Puls Biznesu”, przez Coface Poland (wywiadownię gospodarczą). Choć zmieniają się warunki funkcjonowania współczesnych organizacji, nie-

zmienne pozostają kryteria. Ranking gazel biznesu uwzględnia firmy charakteryzujące się największą dynamiką przychodów osiągniętych w ciągu ostatnich trzech lat. Wyniki przedsiębiorstw badane są za pełne trzy poprzedzające lata – na podstawie udostępnionych dokumentów finansowych. Przykładowo warunkiem uczestnictwa w rankingu „Gazele Biznesu 2015” było spełnienie przez przedsiębiorstwo następujących kryteriów:

- firma rozpoczęła działalność przed rokiem 2012 i prowadzi ją nieprzerwanie do dziś,
- w roku bazowym 2012 przychody ze sprzedaży mieściły się w przedziale pomiędzy 3 a 200 mln złotych,
- w latach 2012-2014 z roku na rok odnotowywała wzrost przychodów ze sprzedaży, ani razu nie odnotowując straty [www 1].

O miejscu przedsiębiorstwa na liście rankingowej decyduje wyrażony w procentach przyrost obrotów, osiągnięty w ciągu trzech badanych lat (2014 vs. 2012).

5. Metodyka badań i charakterystyka badanej próby przedsiębiorstw

Celem badań było uzyskanie odpowiedzi na dwa pytania:

1. czy gazele biznesu odznaczają się wyższą innowacyjnością, mierzoną natężeniem/intensywnością innowacji zarządczych oraz ilością wdrożonych innowacji technologicznych (produktowych i procesowych), w porównaniu z innymi przedsiębiorstwami,
2. czy istnieje związek pomiędzy poziomem innowacyjności zarządzania a wynikami tych przedsiębiorstw.

Przedmiotem prowadzonych badań są innowacje zarządcze rozumiane jako nowe rozwiązania dla firmy, znaczące zmiany, które miały miejsce w ostatnich 3 latach w wyróżnionych 5 obszarach zarządzania. Na podstawie analizy prezentowanych w literaturze podejść do operacjonalizacji innowacji zarządczych oraz wykorzystywanych dotąd narzędzi badawczych, zaproponowano ostatecznie listę 15 stwierdzeń – z podziałem na 5 wymiarów takich jak: strategiczny, organizacyjny, metod i praktyk motywowania i rozwoju pracowników, więzi międzyorganizacyjnych oraz technologii informacyjnych². Ocena tych stwierdzeń (w skali 7-stopniowej Likerta) odzwierciedla poziom/zakres innowacji zarządczych, generowanych i wdrażanych w danym wymiarze.

² Szerzej koncepcję *management innovation* i jej wymiary omówiono w: [Kraśnicka, Głód, Wronka-Pośpiech, 2015].

Innowacyjność technologiczną oceniono, wykorzystując 3 miary. Pierwsza z nich odnosiła się do liczby wprowadzonych w ostatnich 3 latach innowacji produktowych, przez które rozumiano nowe, dotąd nie oferowane produkty/usługi lub istotnie ulepszone/zmodyfikowane produkty/usługi. Druga miara to liczba innowacji procesowych, które oznaczają w szczególności całkowicie nowe lub istotnie ulepszone metody wytwarzania produktów/świadczenia usług. Ostatnią miarą była subiektywna ocena innowacyjności przedsiębiorstw w porównaniu do postrzeganego przez respondentów poziomu innowacyjności konkurentów. Do oceny wyników działalności przedsiębiorstw przyjęto koncepcję Antoncica i Hisricha [2003], na którą składa się 6 zmiennych. W celu uogólnienia wyników dla niniejszego opracowania zastąpiono te 6 zmiennych tzw. zmienną agregatową, określającą średni poziom wszystkich zmiennych łącznie. W celu zbadania zależności pomiędzy wymiarami innowacyjnego zarządzania a wynikami przedsiębiorstw posłużono się współczynnikiem korelacji τ Kendalla.

Badania przeprowadzono metodą wywiadu kwestionariuszowego z przedstawicielami kadry kierowniczej wybranych przedsiębiorstw, przy czym większość respondentów stanowili menedżerowie najwyższego i średniego szczebla.

Badania przeprowadzono w przedsiębiorstwach na terenie całego kraju, w lipcu 2014 r., dobór próby miał charakter losowy. W dalszej części opracowania przedstawiono charakterystykę przedsiębiorstw, w których przeprowadzono badania w świetle wybranych kryteriów.

Badania objęły łącznie 301 przedsiębiorstw, które podzielono na 2 kategorie:

- I. Gazele biznesu – 81 przedsiębiorstw.
- II. Pozostałe przedsiębiorstwa – 220 przedsiębiorstw.

Gazele biznesu zostały wybrane w sposób losowy z raportu publikowanego przez czasopismo „Puls Biznesu” w 2014 r.

W badanej próbie przedsiębiorstw dominują firmy usługowe, co dotyczy zarówno całej próby, jak i gazeli. Najmniejszy odsetek stanowią przedsiębiorstwa prowadzące działalność produkcyjną. Szczegółowy podział badanej próby przedsiębiorstw ze względu na rodzaj prowadzonej działalności przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na rodzaj działalności

Rodzaj działalności	Gazele biznesu	Pozostałe przedsiębiorstwa
produkcyjna	13	34
handlowa	16	58
usługowa	27	80
mieszana	25	48
SUMA	81	220

Źródło: Opracowanie własne.

Według wielkości przedsiębiorstw, mierzonej liczbą pracowników, najwięcej firm (i gazel biznesu, i pozostałych przedsiębiorstw) w badanej próbie zatrudnia od 10 do 49 pracowników. Drugą co do wielkości kategorią podmiotów według przyjętego kryterium są przedsiębiorstwa zatrudniające od 50 do 100 pracowników. Szczegółową strukturę przedsiębiorstw w badanej próbie według liczby pracowników przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na liczbę pracowników

Liczba pracowników	Gazele biznesu	Pozostałe przedsiębiorstwa
10-49 pracowników	36	120
50-100 pracowników	22	63
101-249 pracowników	8	11
powyżej 250 pracowników	15	26
SUMA	81	220

Źródło: Opracowanie własne.

W badanej próbie przedsiębiorstw najwięcej jest podmiotów funkcjonujących na rynku powyżej 10 lat, zarówno w przypadku gazel biznesu, jak i pozostałych przedsiębiorstw. Szczegółową strukturę badanych firm według okresu istnienia prezentuje tabela 3.

Tabela 3. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na okres istnienia

Okres istnienia	Gazele biznesu	Pozostałe przedsiębiorstwa
do 5 lat	7	32
6-10 lat	15	55
11 i więcej lat	59	133
SUMA	81	220

Źródło: Opracowanie własne.

6. Wyniki badań

W pierwszym etapie prowadzonych analiz statystycznych miało miejsce sprawdzenie rzetelności zastosowanego narzędzia do identyfikacji natężenia innowacji zarządczych, z wykorzystaniem testu alfa Cronbacha oraz analizy czynnikowej. Na podstawie uzyskanych współczynników alfa Cronbacha stwierdzono zgodność badanych cech w przyjętych pięciu wymiarach innowacji zarządczych (wartości te mieściły się w przedziale 0,77-0,87).

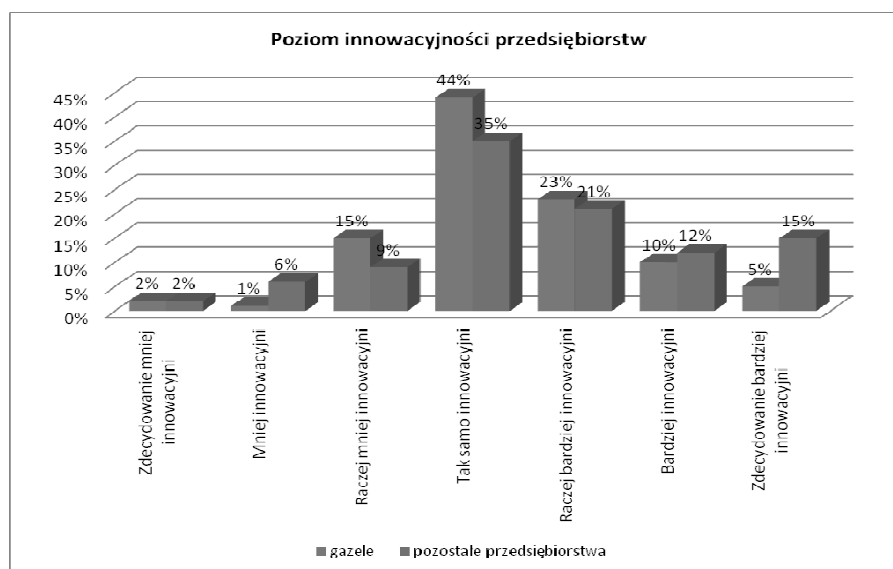
W tabeli 4 zestawiono zbiorcze wyniki pomiaru innowacji zarządczych w badanych podmiotach. W każdym z ocenianych wymiarów poziom innowacji zarządczych w przypadku pozostałych przedsiębiorstw został oceniony na wyższym poziomie niż w przypadku gazeli biznesu. W przypadku pozostałych przedsiębiorstw na najwyższym poziomie oceniono wymiar więzi międzyorganizacyjnych (4,86) oraz wymiar strategiczny (4,80). Z kolei wśród gazeli biznesu najwyższej oceniono wymiar organizacyjny (4,52) oraz wymiar strategiczny (4,42).

Tabela 4. Ocena wymiarów innowacji zarządczych – wyniki badań

Wymiary innowacji zarządczych	Gazele biznesu	Pozostałe przedsiębiorstwa
Strategiczny	4,42	4,80
Organizacyjny	4,52	4,64
Metod i praktyk motywowania i rozwoju pracowników	4,00	4,38
Wymiar więzi międzyorganizacyjnych	4,37	4,86
Technologii informacyjnych	4,34	4,46

Źródło: Opracowanie własne.

Podobne wyniki uzyskano, jeśli chodzi o ocenę innowacyjności technologicznej. W przypadku oceny innowacji produktowych w firmach typu gazele biznesu wprowadzono średnio 3 innowacje produktowe, podczas gdy w przypadku pozostałych przedsiębiorstw średnia ta wynosi 4,80. W ocenie liczby wdrożonych innowacji procesowych także średnia dla gazeli (wynosząca 2,5) jest znacząco niższa niż dla pozostałych przedsiębiorstw, w których wprowadzono ponad 4 innowacje tego rodzaju (średnia: 4,64). Ostatni aspekt oceny innowacyjności technologicznej przedsiębiorstw odnosił się do subiektywnej oceny poziomu innowacyjności w stosunku do konkurentów. 44% badanych przedsiębiorstw z grupy gazeli biznesu oceniło swój poziom innowacyjności jako „zbliżony do konkurencji”, a wśród pozostałych przedsiębiorstw odsetek ten wynosi 35%. Z kolei łącznie 48% badanych podmiotów z grupy pozostałych przedsiębiorstw oceniło swój poziom innowacyjności na wyższym lub zdecydowanie wyższym poziomie niż u konkurentów. W przypadku gazeli biznesu odsetek ten wyniósł 38%. Szczegółową strukturę odpowiedzi na temat oceny innowacyjności przedsiębiorstw w stosunku do konkurencji zaprezentowano na rys. 1.



Rys. 1. Poziom innowacyjności przedsiębiorstw w stosunku do konkurencji

Źródło: Opracowanie własne.

W ostatnim etapie oceny poziomu innowacyjności polskich gazet biznesu poddano analizie statystycznej zależności pomiędzy wymiarami innowacyjnego zarządzania a ich wynikami – według przyjętej metodyki. Uzyskane wyniki zaprezentowano w tabeli 5.

Tabela 5. Współczynniki korelacji τ Kendalla – wyniki badań dla gazet biznesu

Wymiary innowacji zarządczych:	τ Kendalla/ prawdopodobieństwo	Wyniki przedsiębiorstw (zmienna agregatowa)
Strategiczny	Tau	0,240
	N	81
	p	0,002
Organizacyjny	Tau	0,137
	N	81
	p	0,069
Metod i praktyk motywowania i rozwoju pracowników	Tau	0,126
	N	81
	p	0,095
Więzi międzyorganizacyjnych	Tau	0,115
	N	81
	p	0,128
Technologii informacyjnych	Tau	0,220
	N	81
	p	0,004

Źródło: Opracowanie własne.

Na podstawie uzyskanych wyników można stwierdzić występowanie relatywnie słabych zależności pomiędzy innowacyjnym zarządzaniem a wynikami przedsiębiorstw, jednak tylko część z nich jest statystycznie istotna. Można zatem wskazać, iż w badanej próbie gazeli biznesu na osiągnięte wyniki najmocniej wpływa poziom innowacji zarządczych w wymiarze strategicznym (współczynnik 0,240, wartość p 0,002) oraz w wymiarze technologii informacyjnych (współczynnik 0,220, wartość p 0,004).

Podsumowanie badań

Badane polskie gazele biznesu, wśród których były także duże firmy, zdominowane są przez podmioty istniejące dłużej na rynku – tylko 9% funkcjonowało na rynku krócej niż 5 lat. Uzyskane wyniki wskazują, że odznaczają się one niższym poziomem innowacyjności niż pozostałe badane przedsiębiorstwa, a związek pomiędzy innowacyjnością zarządzania a wynikami firmy jest słaby. Przeprowadzone badania uzasadniają kwestionowanie innowacji jako czynnika dynamizującego wzrost tych firm, chociaż trzeba mieć na względzie stosunkowo małą liczebność próby. Brak również dowodów na szczególną rolę nowoczesnego, innowacyjnego zarządzania jako istotnego czynnika sprzyjającego szybkiemu wzrostowi. Wyniki analizy porównawczej stawiają pod znakiem zapytania innowacje jako wyróżnik przedsiębiorczości gazeli biznesu. Uwzględniając zarówno wyniki badań, jak i ich ograniczenia, konieczne jest kontynuowanie badań gazeli biznesu, tym bardziej że brakuje w Polsce analiz dotyczących warunków szybkiego wzrostu firm.

Literatura

- Acs Z., Parsons W., Tracy S. (2008), *High-Impact Firms: Gazelles Revisited*, „Small Business Research Summary”, June, No. 328.
- Antoncic B., Hisrich R.D. (2003), *Privatization, Corporate Entrepreneurship and Performance: Testing a Normative Model*, „Journal of Developmental Entrepreneurship”, Vol. 4.
- Barringer B.B., Jones F.F., Neubaum D.O. (2005), *A Quantitative Content Analysis of the Characteristics of Rapid-growth Firms and Their Founders*, „Journal of Business Venturing”, No. 20.
- Birkinshaw J., Hamel G., Mol M.J. (2008), *Management Innovation*, „Academy of Management Review”, No. 33.

- Davidsson P., Steffens P., Fitzsimmons J. (2009), *Growing Profitable or Growing from Profits: Putting the Horse in Front of the Cart?*, „Journal of Business Venturing”, Vol. 24.
- Delmar F., Davidsson P., Gartner W.B. (2003), *Arriving at the High-growth Firm*, „Journal of Business Venturing”, Vol. 18.
- Eckhardt J.T., Shane S.A. (2011), *Industry Changes in Technology and Complementary Assets and the Creation of High-growth Firms*, „Journal of Business Venturing”, Vol. 26.
- Heimonen T. (2012), *What Are the Factors that Affect Innovation in Growing SMEs?* „European Journal of Innovation Management”, Vol. 15, Issue 1.
- Henrekson M., Johansson D. (2008), *Gazelles as Job Creators – a Survey and Interpretation of the Evidence*, Research Institute of Industrial Economics, Stockholm, Sweden IFN Working Paper No. 733.
- Kraśnicka T., Głód W., Wronka M. (2014), *Pojęcie, determinanty i znaczenie innowacji zarządczych (management innovation) – stan badań nad zjawiskiem* [w:] J. Brzówska, J. Pyka (red.), „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, Organizacja i Zarządzanie”, z. 73, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice.
- Markman G.D., Gartner W.B. (2002), *Is Extraordinary Growth Profitable? A Study of Inc. 500 High-Growth Companies*, „Entrepreneurship Theory and Practice”, Vol. 27, Issue 1.
- Mothe C., Thi T.U.N. (2010): *The Link between Non-technological Innovations and Technological Innovation*, „European Journal of Innovation Management”, Vol. 13, No. 3.
- Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*, (2008), OECD/Wspólnoty Europejskie 2005. Wyd. PARP, Warszawa.
- Timmerman J.C. (2009), *A Systematic Approach for Making Innovation a Core Competency*, „The Journal for Quality and Participation”, Vol. 31, No. 4.
- Vaccaro I.G., Jansen J.J.P., Van Den Bosch F.A.J., Volberda H.W. (2012), *Management Innovation and Leadership: The Moderating Role of Organizational Size*, „Journal of Management Studies”, Vol. 49 (1).
- Volberda H.W., Van Den Bosch F.A.J., Heij C.V. (2013), *Management Innovation: Management as Fertile Ground for Innovation*, „European Management Review”, Vol. 10 (1).
- Zbierowski P. (2010), *Wykorzystanie metodologii pomiaru efektywności względnej do oceny wpływu potencjału innowacyjnego na efektywność regionów i przedsiębiorstw*, „Współczesne Zarządzanie. Kwartalnik Środowisk Naukowych i Liderów Biznesu”, nr 4.
- [www 1] <http://gazele.pb.pl/static/kryteria> (dostęp: 1.07.2015).

INNOVATIVENESS OF POLISH BUSINESS GAZELLES

Summary: This paper presents research results regarding innovation of so-called gazelles, being entrepreneurial companies characterised by extremely high growth. We analysed management innovation and technological innovation of gazelles in compari-

son to other enterprises. In addition, we focused on relationship between management innovation and economic and financial performance of gazelles. The study shows that both management and technological innovation of gazelles, assessed using given metrics, is relatively lower than in case of other companies covered by the research. Little impact of management innovation on economic and financial performance was discovered. Research results points to the need to continue research regarding gazelles in order to uncover key factors in the dynamic growth of these companies.

Keywords: management innovation, technological innovation, gazelles.