

wpisano na Wydział Ekonomiczny UMK 20.08.2019 H

Prof. zw. dr hab. Krzysztof T. Konecki

Łódź, 15.08.2019.

Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny

Katedra Socjologii Organizacji i Zarządzania

Uniwersytet Łódzki

Recenzja pracy doktorskiej Joanny Lajstet pt. „Symptomatyczny czynnik czy kontekst funkcjonowania? Rola wartości w funkcjonowaniu firm rodzinnych w Polsce – analiza z wykorzystaniem *storytellingu*.” Promotor dr hab. Arkadiusz Karwacki, prof. UMK

Praca dotyczy analizy wartości polskich firm rodzinnych. Dane zostały uzyskane przy pomocy techniki *storytellingu*, tj. uzyskiwania narracji o firmach w powiązaniu biografią narratora by uzyskać dane o funkcjonowaniu firmy i kontekstach kulturowych tego funkcjonowania. Jak podkreśla autorka celem pracy jest „eksplanacja wartości charakterystycznych dla polskich firm jako determinantów ich funkcjonowania” (s.7). Na podstawie uzyskanych narracji „dekonstruowano” wartości i warunki ich występowania.

W rozdziale pierwszym autorka prezentuje metodologię badań. Opisuje metodę *storytellingu* jako podejścia narracyjnego. Przedstawia swoje podstawowe założenia, ontologiczne, epistemologiczne i metodologiczne. Autorka przedstawia tutaj główny problem badawczy a także metody analizy materiału empirycznego. Głównym problemem badawczym było pytanie: „Jakie wartości, wyrażające się w funkcjonowaniu polskich firm rodzinnych, są charakterystyczne dla tych organizacji i w jaki sposób determinują one wielowymiarowe procesy ich działalności?” (s. 11) Autorka interesuje się także emocjami, o których dowiaduje się z narracji. Dokonuje także analizy tematycznej narracji. Źródła danych mają charakter zastany (dostępne historie firm rodzinnych, strony internetowe) i wywołany (ukierunkowane wywiady swobodne). Autorka pisze, że opisy historii firm łączone są z emocjami i to połączenie ma charakter całkowity. *Storytelling* wiąże się ponadto z subiektywną wizją rzeczywistości opowiadającego. Badania są przeprowadzone w paradygmacie interpretatywnym, gdzie rzeczywistość społeczna jest badana z punktu widzenia aktora.

Autorka twierdzi, że badanie zostało zrealizowane w perspektywie konstruktywistycznej i w „paradygmacie teorii ugruntowanej” co dalej udowadnia określonymi powołaniami.

Autorka w rozdziale tym opisuje także historię konstruowania projektu badawczego i dekonstrukcji narracji. Opisuje ponadto jak kodowano dane, rangowano wartości (powtarzalność wartości) i ogniskowano dane.

Dobór próby miał charakter celowy. Łącznie do analizy danych wybrano 68 historii firm rodzinnych (18 historii pochodziło ze stron internetowych) a 50 z publikacji poświęconych firmom rodzinnym). Zrealizowano także 14 wywiadów z przedstawicielami firm rodzinnych (s. 46).

W rozdziale drugim autorka przedstawia informacje o firmach rodzinnych, ich definicje i charakterystykę dokonaną w literaturze naukowej. Rekapitułuje badania na temat firm rodzinnych a także stan dyskusji na ich temat. Przedstawia problemy definicyjne i relacje pomiędzy znaczeniem „przedsiębiorstwa” a „przedsiębiorstwa rodzinnego”.

Rozdział trzeci opisuje jak rekonstruowano wartości w firmach rodzinnych. Ponadto jak wartości mogą wpływać na funkcjonowanie współczesnych firm rodzinnych? Przedstawiono przegląd definicji wartości. Brakuje tutaj definicji wg Stanisława Ossowskiego, która byłaby bardzo przydatna, by odróżnić wartości odczuwane i uznawane. Czy wartości podawane na stronach internetowych są to wartości „uroczyste” czy „codzienne” (Klasyfikacja S. Ossowskiego; 1967). Nie wiemy do końca co było deklaracją przedstawicieli firm a co było odczute rzeczywiście przez nich samych i pracowników oraz wpływało na ich działania (jakaś forma weryfikacji byłaby tutaj potrzebna by stawiać tezy o wpływie wartości)?

Rozdział czwarty zawiera wyniki badań i analizy narracji polskich firm rodzinnych. Omówiono w nim tematy zogniskowane wokół obszarów takich jako emocje. Autorka twierdzi, że emocje były istotnym elementem funkcjonowania firm i relacji łączących członków rodziny. Dobre relacje wpływały na sprawne funkcjonowanie firmy (s. 103). Emocje negatywne dotyczyły ciężkiej pracy, strachu przed konkurencją, frustracji biurokracją, etc. Inny obszar wypowiedzi badanych to konflikty i ich rozwiązywanie. Emocje pozytywne to radość ze spełniania marzeń i pasji, traktowanie firmy jako dziecka w rodzinie (jak nazwać tę ostatnią emocję? KK)

Autorka opisuje także „przepis na sukces”, a więc narracje o sukcesie przedsiębiorców rodzinnych. Otóż zawdzięczają oni sukces cechom charakteru, swojej postawie przedsiębiorczej i wiedzy oraz doświadczeniu, a ponadto lojalności i zaufaniu. Ważne są

także relacje społeczne. Występują także czynniki zewnętrzne, które wpływają na sukces (np. czynniki społeczno-ekonomiczne i historyczne).

Natomiast w funkcjonowaniu firmy bardzo istotny jest podział obowiązków pomiędzy członkami rodziny zaangażowanymi w przedsiębiorstwo. Pojawia się również temat godzenia czasu dla pracy i rodziny. Ważna jest tutaj równowaga. Istotne też jest zarządzanie zespołem, niektórzy pracownicy traktują załogi jak rodzinę i twierdzą, że „najważniejsi są dla nich ludzie.”

Ważnym tematem narracji była społeczna odpowiedzialność firm, działających na rzecz środowiska, w którym istnieją.

W rozdziale piątym mamy przedstawione wnioski i wyniki analizy tematycznej ukierunkowanej na rekonstrukcję wartości w firmach rodzinnych. Autorka pokazuje jakie wartości były dominujące, jaka jest relacja życia prywatnego i zawodowego, czy są przykłady działań wynikających z wartości, i kto jest odbiorcą wartości? Autorka chce także odpowiedzieć na pytanie czy wartości obowiązujące w firmie przyczyniają się do rozwoju organizacji czy też ten rozwój ograniczają?

Wokół pewnych zrekonstruowanych kategorii oscylują wartości. Np. taką kategorią jest działanie (pod względem częstotliwości jest pierwszą kategorią), drugą kategorią były kompetencje. Pozostałe to cechy personalne, organizacje, relacje, odczucia i emocje, potrzeby i zasady etyczne oraz czas i przestrzeń (s.154) Wartości są tutaj definiowane bardzo inkluzywnie są to, wg autorki, zasady, idee, stany rzeczy i przekonania będące podstawą działań.

Z działalnością wiążą się takie wartości jak wytrwałość, działanie pod prąd, wprowadzanie zmian, rozwój, dokładność, odwaga vs ostrożność, zaangażowanie, kreatywność, praca z pasją, wizja i strategia. Dalej autorka pisze, że działanie jest najważniejszą dla firm wartością (nie wiem w końcu czy to jest wartość czy kategoria z którą wiążą się wartości? KK)

Wartością często powtarzającą się w narracjach są pracownicy/”ludzie” oraz „atmosfera w pracy”.

Autorka rozróżnia także wartości-cele (np. innowacyjność, pasja, relacje, stabilność) i wartości-środki występujące w firmie (kompetencje, samodzielność działanie, pracowitość, determinacja). Autorka stawia interesującą tezę, że w firmach rodzinnych **dochodzi do dyfuzji wartości ze sfery prywatnej do sfery profesjonalnej.**

Rozdział szósty jest podsumowaniem pracy i własną narracją o przedstawionych i przeanalizowanych narracjach. Autorka łączy tutaj analizę opinii (5000 opinii) na temat firm rodzinnych z uzyskanymi w innych sposób narracjami. Opinie były głównie przedstawiane przez klientów, nie pracowników, dlatego też trudno dociec co działo się poza „fasadą” w badanych firmach. Ale nie przekreśla to wg autorki wartości analizy *storytellingu*, bowiem odbijają się w narracjach społeczne oczekiwania i obowiązujące wartości kulturowe (s. 224; i dodałbym że tylko to można tą metodą zbadać).

W zakończeniu pracy przedstawiono konkluzje z rozważań teoretycznych i z przeanalizowanych danych. Autorka stawia tutaj tezę: obecność wartości w ich nośniku którym są relacje międzyludzkie decyduje o skuteczności działań firm rodzinnych. Jest to teza ważna i mocna.

Ocena pracy

Moim zdaniem praca zasługuje na akceptację. Zrealizowano cele badawcze, zrekonstruowane wartości są poparte materiałem dowodowym. Autorka podchodzi refleksyjnie do analizy danych a także do samych opowieści, które uzyskała do badań.

Pozytywy

Autorka bardzo skrupulatnie zrekonstruowała wartości na podstawie opowieści i przedstawiła je umiejętnie i z dużą wrażliwością socjologiczną w pracy. Wartości te w większości przypadków, używając terminologii goffmanowskiej przynależą do „fasady”, poza tą widoczną dla wszystkich częścią są „kulisy”, które oczywiście mogą być także badane (np. w przyszłych projektach autorki). Autorka zdaje sobie sprawę z tego paradoksu przedstawianych wartości, że mogą mieć charakter fasadowy, ale też wpływać na działania (s. 207). Autorka także zdaje sobie sprawę z faktu, że niektóre wartości mogą być pozytywne dla funkcjonowania firmy a niektóre negatywne (s. 210). Nie wszystkie wartości uznawane (termin Ossowskiego) muszą być korzystne dla praktyki społecznej, a tutaj organizacyjnej.

Autorka słusznie podkreśla, iż istotne jest ograniczenie wpływu własnych założeń badacza na wnioski z badania. Szczególnie dzieje się to w trakcie konstruowania procesu badawczego. Ta świadomość i refleksyjność są dużymi zaletami autorki i zrealizowanego przez nią badania.

Zaletą jest użycie inspiracji z metodologii teorii ugruntowanej by w początkach badań nie określać głównego tematu czy kluczowych pojęć. One wyłaniają się w trakcie badania, ograniczając w ten sposób naturalny wpływ wstępnych założeń i koncepcji na analizę zebranych danych.

Praca zawiera liczne aneksy (7 ankesów), które stanowią materiał dowodowy przeprowadzonej analizy i znajdują się tam pomocne informacje dla zrozumienia całej pracy przez czytelnika.

Uwagi krytyczne

- Jeśli chodzi o „paradygmat teorii ugruntowanej” to raczej należałoby używać pojęcia metodologii teorii ugruntowanej. Może ona być użyta w paradygmacie normatywnym (B. Glaser, J. Holton) lub konstruktywistycznym (K. Charmaz 2006). Dziwić może fakt, że koncepcja Kathy Charmaz nie została użyta w konstruktywistycznym z założenia badaniu z zastosowanie teorii ugruntowanej. Brak jest powołań choćby na jedną przetłumaczoną przecież na język polski pracę K. Charmaz o konstruktywistycznej teorii ugruntowanej. Nie ma też odwołań do wielu prac z zakresu teorii ugruntowanej w języku polskim w których konstruktywistyczne ujęcie jest zastosowane (patrz np. Przegląd Socjologii Jakościowej). Metodologia teorii ugruntowanej została zastosowania w bardzo ograniczonym zakresie (tylko w kodowaniu otwartym). Brak jest ukazanych powiązań pomiędzy kategoriami, nie widać not teoretycznych w opisie tematów, które wiązałyby kategorie i budowały hipotezy łącząc je w chociażby ograniczone kontekstualnie generalizacje lub modele pozwalające lepiej zrozumieć różne tematy wiążące się z wartościami pod pewnymi warunkami (czynniki kontekstualnymi takim jak czas i przestrzeń). Dobrze byłoby wykonać diagramy integrujące i pokazujące wiązki wartości i ich relacje wobec siebie i związki z cechami organizacji i działań organizacji rodzinnych. W ten sposób wpływ wartości na funkcjonowanie firm rodzinnych byłby bardziej unaoczniony.

- Brakuje odwołania do analiz G. Hofstede (2000; 2001), jednego z klasyków badań nad kulturą organizacji i wymiarów wartości (inne ważne pozycje to książki F. Trompenaarsa i Ch. Hampdena-Turnera - 1993; 1998 - na temat wartości menedżerów w perspektywie międzykulturowej i porównawczej). Wskaźnik indywidualizmu w Polsce jest względnie wysoki i w związku z tym dominują tutaj wartości indywidualistyczne (<https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/poland,spain/>). Zainteresowanie swoim dobrostanem i najbliższej rodziny jest tutaj istotne. Zatem familizm, jeśli występuje (bo badania nad

wartościami wskazują, iż rodzina jest najważniejszą wartością, patrz https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2019/K_022_19.PDF) jest przesiąknięty perspektywą indywidualistyczną (powiedziałbym egoistyczną). Badania nad wartościami powinny być tutaj uzupełnione perspektywą pracowniczą, wtedy byśmy wiedzieli jakie jest znaczenie rzeczywiste familizmu w badanych przedsiębiorstwach. Czy pobudza on motywację pracowników do pracy, czy też ją ogranicza?

- Brakuje także literatury z zakresu socjologii gospodarki/socjologii ekonomicznej, która podejmuje podobne problemy jak te poruszane w pracy.
- Praca wymaga poważnego sprawdzenia pod względem językowym. Jest dużo literówek i błędów związaną z deklinacją.

Pytania do doktorantki:

- Jakie są założenia dotyczące natury ludzkiej, oprócz założeń ontologicznych, epistemologicznych i metodologicznych? Jeśli przyjęto perspektywę konstruktywistyczną, to człowiek konstruuje wartości, organizacje i procedury zarządzania. Jest wolny i twórczy, definiuje sytuacje i siebie, czy może być zatem zdeterminowany kulturowo? Wartości stają się determinantami funkcjonowania firm (s. 11) a przecież pochodzą od konkretnych ludzi, są przekazywane od rodzin do firm.
- Skąd zainteresowanie emocjami? Czy pojawiły się one w trakcie analizy danych przy pomocy metodologii teorii ugruntowanej? Czy też wynikają z wcześniejszych założeń autorki odnośnie funkcjonowania organizacji?
- Obserwacja nieuczestnicząca została wymieniona jako technika badawcza, nie wiemy jak jest rozumiana, gdzie i jak została zastosowana? To wymaga wyjaśnienia.
- Kiedy pojawiła się „rdzenna kategoria” (raczej kategoria centralna – *core category*).
- Na stronie 154 wśród wartości wymieniona jest kreatywność i twórczość w jednym zdaniu. Czy są to różne wartości?

Konkluzja

Moje uwagi krytyczne i pytania do autorki są tylko konsekwencją jej dobrych badań empirycznych skłaniających do refleksji i pytań.

Stwierdzam, że rozprawa doktorska mgr Joanny Lajsted spełnia wymogi ustawowe stawiane rozprawom doktorskim i wnoszę o dopuszczenie jej do publicznej obrony.

Bibliografia

- Charmaz, Kathy (2006) *Constructing Grounded Theory. A Practical Guide Through Qualitative Analysis*. London: Sage. (również tłumaczona na język polski)
- Hofstede Geert, 2000, *Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu*, PWN, Warszawa.
- Hofstede, Geert (2001). *Cultures consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations* (2nd ed.). London, UK: Sage.
- Ossowski S. (1967) *Z zagadnień psychologii społecznej*, Warszawa.
- Trompenaars Fons & Charles Hampden-Turner (1993). *The seven cultures of capitalism: value systems for creating wealth in the United States, Japan, Germany, France, Britain, Sweden, and the Netherlands*. New York: Currency Doubleday.
- Trompenaars, F. i Ch. Hampden – Turner, 1998, *Riding the Waves of Culture. Understanding Cultural Diversity in Business*. London, Nicholas Brealey Publishing.
- Rodzina jej znaczenie i rozumienie -

https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2019/K_022_19.PDF

H. Konecki