

WSTĘP

Koncepcja zarządzania wartością przedsiębiorstwa (ang. Value Based Management) w ostatnich latach nabiera znaczenia, szczególnie w obszarze efektywnego zarządzania organizacjami. Równolegle teoretycy i praktycy zarządzania zauważyli rosnącą rolę posiadanego kapitału intelektualnego organizacji, który stanowi podstawę budowy przewagi konkurencyjnej w trudnym turbulentnym otoczeniu. Umiejętne stosowanie miar finansowych i kapitału intelektualnego do zarządzania wynikami przedsiębiorstw (ang. Performance Management) jest obecnie strategicznym zadaniem zorientowanych na sukces organizacji. Przy zastosowaniu siły finansowej oraz kompetencji tkwiących w kapitale intelektualnym polskie organizacje kreują modele biznesu odpowiadające ich aspiracjom i pozwalające im przetrwać na coraz bardziej konkurencyjnym rynku. Badania modeli biznesowych polskich przedsiębiorstw przeprowadzone przez badaczy Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie wskazują, iż kluczowym czynnikiem konkurowania tych organizacji jest wewnętrzny łańcuch wartości konstytuujący model biznesu¹. W łańcuchu wartości tkwi bowiem potencjał, który w sposób dynamiczny łączy możliwości kompilacji zagadnień z obszaru finansów oraz niematerialnej wartości przedsiębiorstwa. Z pojęciem łańcucha wartości związane jest zagadnienie jakości produktu i/lub usługi. Wiele współczesnych organizacji uznało jakość za czynnik wiodący w budowie przewagi konkurencyjnej. Organizacje te zorientowały się całościowo na doskonalenie wszystkich obszarów efektywności biznesowej, wykorzystując do tego celu założenia koncepcji TQM (Total Quality Management). Zagadnienia te dla badaczy z zakresu nauk o zarządzaniu wydają się obecnie jednymi z ciekawszych ze względu na zauważalne trudności przedsiębiorstw w utrzymaniu trwałej przewagi konkurencyjnej na globalnym rynku. Organizacje poszukują takich rozwiązań zarządczych z poziomu zarządzania strategicznego i operacyjnego, które zaimplementowane według precyzyjnie określonej sekwencji działań pozwolą firmom osiągnąć zaplanowane cele rozwojowe lub restrukturyzacyjne.

1 T. Gołębiowski, T.M. Dudzik, M. Lewandowska, M. Witek-Hajduk, *Modele Biznesu Polskich Przedsiębiorstw*, Oficyna Wydawnicza SGH w Warszawie, Warszawa 2008, s. 177.

W niniejszej monografii, która stanowi rozwinięcie zagadnień ujętych w rozprawie doktorskiej napisanej pod kierunkiem prof. nadzw. dr. hab. Andrzeja Chodyńskiego oraz w monografii², autor próbuje zwrócić uwagę na rolę, jaką odgrywa kapitał intelektualny w budowie wartości przedsiębiorstw o wyraźnej orientacji jakościowej, nawiązując do oceny kluczowych czynników sukcesu, jak i miar wartości.

Monografia składa się z 7 rozdziałów, podsumowania i wniosków końcowych. Zawiera ponadto spis literatury, tablic i rysunków. Rozdział pierwszy książki omawia podstawowe zagadnienia związane z tworzeniem efektywnych modeli biznesu, a szczególnie komponentów je opisujących. Przewiduje złożoność projektowania modeli biznesu i ich różnorodność, która wynika ze specyfiki działalności organizacji. Znaczenie mają tutaj także czynniki globalizacyjne. Rozdział drugi poświęcony został koncepcji zarządzania wynikami przedsiębiorstw (ang. *Performance Management*). Problematyka zmiany orientacji przedsiębiorstw z zarządzania zadaniami na zarządzanie wynikami ma obecnie kluczowe znaczenie. Oprócz myślenia w kategorii wyników należy zastosować odpowiednie systemy miar osiągnięć, które oprócz oceny stopnia realizacji strategii firmy będą służyć ocenie doskonałości operacyjnej, w tym ryzyka. Do tego należy zastosować kluczowe wskaźniki strategiczne. W rozdziale trzecim skoncentrowano się na roli marketingu w budowie wartości przedsiębiorstwa. W tym ujęciu zarządzanie przedsiębiorstwem należy oprzeć na ocenie czynników ekonomiczno-finansowych powiązanych z funkcją marketingu. Do tego celu należy zaprojektować odpowiedni system mierników oceny działalności marketingowej. W rozdziale czwartym monografii omówiono rolę jakości w kształtowaniu kapitału intelektualnego. Zwrócono uwagę na miejsce kapitału intelektualnego w zarządzaniu jakością jako istotnego czynnika sprzyjającego wzrostowi wartości przedsiębiorstw. W końcowej części tego rozdziału zaprezentowano uwarunkowania rozwoju kapitału intelektualnego w małych i średnich przedsiębiorstwach. Rozdział piąty poświęcono zagadnieniu projakościowej orientacji marketingowej przedsiębiorstw w oparciu o kapitał intelektualny. Omówiono rolę jakości w modelach kapitału intelektualnego organizacji z naciskiem na orientację marketingową. Rozdział szósty opisuje badania własne autora dotyczące analizy kluczowych czynników sukcesu firm usługowych, badań struktury i oceny wskaźników wykorzystania kapitału intelektualnego, badań kapitału ludzkiego, organizacyjnego i relacyjnego. Opisano także badania możliwości wykorzystania kapitału relacyjnego w ujęciu orientacji marketingowej firm oraz całościowej oceny kapitału intelektualnego firm usługowych. Rozdział ten prezentuje także wyniki badań strategii ogólnych organizacji opartych na kapitale intelektualnym oraz strategii jakości firm usługowych. Rozbudowane badania szczegółowo prezentują także

2 A. Chodyński, A. Jabłoński, M. Jabłoński, *Strategiczna Karta Wyników (Balanced Scorecard) w implementacji założeń rozwoju organizacji*, Wydawnictwo KSW im. A. Frycza Modrzewskiego, Kraków 2007.

ocenę relacji kapitału intelektualnego i jakości. Na końcu tego rozdziału zaprezentowano empiryczne modele opisujące kształt kapitału intelektualnego w aspekcie realizacji strategii jakości. Rozdział siódmy to wnioski końcowe i podsumowanie. Pracę kończy spis literatury, tablic i rysunków.

Książka przeznaczona jest głównie dla studentów uczelni wyższych na kierunkach zarządzania strategicznego, finansami i wartością przedsiębiorstw. Może być bardzo pomocną dla studentów menedżerskich studiów podyplomowych. Może być także wykorzystana przez menedżerów do efektywnego zarządzania organizacjami, a także konsultantów biznesowych.

Szczególne podziękowania autor chciałby przekazać prof. nadzw. dr. hab. Andrzejowi Chodyńskiemu za inspirację i merytoryczne wsparcie przy redagowaniu pracy. Jednocześnie autor składa podziękowania recenzentowi niniejszej monografii prof. zw. dr. hab. Marianowi Huczkwowi za cenne uwagi i wskazówki, dzięki którym monografia ta została wzbogacona o szereg dojrzałych i interesujących tez i uzyskała niniejszy ostateczny kształt.

*Książkę tę dedykuję mojej żonie
Magdalenie i córce Weronice*