

Wstęp

Poszukiwanie i wdrażanie nowych rozwiązań problemów z zakresu zarządzania organizacją niewątpliwie ma istotne znaczenie z punktu widzenia jej skutecznego funkcjonowania w turbulentnym otoczeniu. Teoretycy i praktycy z zakresu zarządzania organizacjami zgodnie twierdzą, że obecna sytuacja rynkowa, z którą organizacje muszą się zmierzyć, cechuje się dużą turbulentnością. Otoczenie rynkowe odznacza się dynamicznością, gwałtownością oraz nieprzewidywalnością i nic nie wskazuje na to, że ta sytuacja ulegnie zmianie. Raczej zjawiska te będą się nasilać. Zmiany stają się dzisiaj permanentną cechą współczesnych organizacji. O sukcesie organizacji w danym otoczeniu decyduje poszukiwanie i wdrażanie nowych rozwiązań problemów z zakresu zarządzania, z którymi spotyka się organizacja. Przyczynić się to może do wzrostu skuteczności i efektywności jej funkcjonowania w zmiennym otoczeniu.

Opracowanie prezentuje zarówno teoretyczne, jak i empiryczne ujęcie różnorodnych problemów zarządzania w zakresie nowoczesnych koncepcji i metod zarządzania, z uwzględnieniem zagadnień o charakterze strategicznym, z którymi organizacje spotykają się w trakcie swojej działalności. Przedstawia osiągnięcia badawcze naukowców z różnych ośrodków naukowych. Zamieszczone w nim artykuły zawierają interesujące rozważania na temat aktualnych problemów zarządzania organizacjami dotyczące zarówno teorii, jak i praktyki. W artykułach zaprezentowane zostały sądy i opinie sformułowane na podstawie studiów literaturowych oraz wyniki badań własnych.

Opracowanie rozpoczyna rozdział 1, który prezentuje analizę jednego z ważnych zagadnień w zarządzaniu – innowacji oraz ich rolę w procesie tworzenia oraz reorganizacji modeli biznesowych przedsiębiorstwa. Autorka (A. Kabalska) przedstawiła najistotniejsze założenia koncepcji modelu biznesu oraz rolę innowacji w modelach biznesowych. Rozdział obejmuje także studium przypadku przedsiębiorstwa działającego w sektorze usługowym, którego działalność opiera się na wykorzystaniu innowacyjnego pomysłu. Dla opisanego przypadku wykazano, jakie innowacyjne rozwiązania zastosowano w analizowanym modelu biznesu oraz przeanalizowano ich wpływ na budowanie przewagi konkurencyjnej przez przedsiębiorstwo.

Kontynuacją wcześniejszych rozważań jest rozdział 2 (E. Markowska), który prezentuje poziom innowacyjności polskich przedsiębiorstw jako czynnik konkurencyjności regionu. W dobie globalizacji, wzrostu oczekiwań klientów, a także powiększającej się konkurencji przedsiębiorstwa, które dążą do utrzymania się na rynku, ukierunkowane są przede wszystkim na rozwój, bardzo często uwarunkowany czynnikami zewnętrznymi. W związku z tym zmuszone są one podejmować aktywność innowacyjną. Statystyki oraz badania prowadzone zarówno na poziomie przedsiębiorstw, krajowym oraz międzynarodowym przedstawiają priorytetowy wpływ podejmowanej działalności innowacyjnej na

kondycję przedsiębiorstw, a także całych gospodarek. Wprowadzane przez przedsiębiorstwa innowacje przynoszą im wiele wymiernych korzyści, do których należą między innymi: wprowadzenie na rynki nowych produktów i usług, zastosowanie nowej technologii produkcji, a w dłuższym okresie obniżkę kosztów, poszerzenie rynku zbytu, nadążanie za coraz bardziej większymi wymaganiami konsumentów. W konsekwencji niezwykle istotne jest, aby w każdym państwie funkcjonowały odpowiednie mechanizmy zachęcające przedsiębiorców do zwiększania nakładów na działania badawczo-rozwojowe.

Aspekt innowacyjności przedsiębiorstw w Kieleckim Parku Technologicznym porusza także kolejny rozdział 3, w którym Autorka (I. Samolak) zawarła opis funkcjonowania tej instytucji, której wyznacznikiem działań jest misja. Niezwykle interesujące są, zaprezentowane w dalszej części rozdziału, wyniki badań własnych w zakresie procesów związanych z działaniami innowacyjnymi, prowadzonych przez przedsiębiorstwa ulokowane w Kieleckim Parku Technologicznym. Celem badań było określenie poziomu innowacyjności przedsiębiorstw poprzez zbadanie częstotliwości wprowadzanych innowacji, powodów oraz wpływu na kielecką gospodarkę – w opinii przedsiębiorców zlokalizowanych na obszarze Kieleckiego Parku Technologicznego.

Rozdział 4 (J. Krot, A. Tkaczenko) prezentuje istotę modelu organizacji i zarządzania przepływami gotówki. Zaprezentowano w nim podstawowe zasady zarządzania przepływami środków pieniężnych w organizacji. W tym celu dokonano analizy źródeł naukowych i skutków obowiązujących w tym zakresie aktów prawnych. Zbadano podstawowe problemy organizacji i zarządzania przepływów pieniężnych w firmie.

Kolejne dwa rozdziały dotyczą zarządzania uczelniami wyższymi. W rozdziale 5 (I. Joachimiak, M.E. Karpińska) wskazano, że z uwagi na niż demograficzny, migrację młodych osób po wejściu Polski do Unii Europejskiej, jak również „przerost” ilości uczelni publicznych i niepublicznych w stosunku do liczby kandydatów nasiliły się działania konkurencyjne wśród uczelni wyższych w celu uzyskania przewagi konkurencyjnej. W rozdziale omówione zostały kwestie dotyczące potrzeby dostosowania szkolnictwa wyższego do potrzeb gospodarczych, ciągłego doskonalenia systemów związanych z zapewnieniem jakości kształcenia oraz sposobów uzyskania funduszy na ten cel. Rozdział 6 (S. Cichoń) dotyczy wybranych aspektów działań marketingowych w zarządzaniu uczelnią wyższą jako jednego z kierunków jej funkcjonowania w celu pozyskiwania potencjalnych interesariuszy usług edukacyjnych – studentów. Szkoła wyższa działająca na podobnych zasadach jak organizacja biznesowa musi wybiegać w przyszłość i dostrzegać fakt, że bez skutecznego promowania swoich usług nie ma szansy istnieć w dłuższej perspektywie na wysoce konkurencyjnym rynku. Zatem należy brać pod uwagę nie tylko tradycyjne, ale i nowoczesne techniki oraz metody działań marketingowych, które są w stanie sprostać temu zadaniu.

Zachowania gospodarstw domowych na rynku finansowym są różnie uwarunkowane, jednak podlegają one pewnej powtarzalności. Powtarzalności w zachowaniach można szukać w oparciu o pojedyncze zmienne lub ich grupy. W drugim przypadku prowadzone badania mają na celu wyodrębnienie grup konsumentów o podobnych cechach zachowań, jak i czynników leżących u ich podstaw. Ich wyniki prowadzą do zaprezentowania

segmentacji rynku lub typologii konsumentów. Kolejny rozdział 7 (J. Gola) podejmuje problematykę typologii oraz segmentacji konsumentów na rynku finansowym w Polsce.

Rozdział 8 (P. Janulek) porusza wybrane zagadnienia bibliograficzne w kontekście problematyki zarządzania. Problem dotyczy sformułowania polityki poszukiwań oraz zarządzania źródłami. Stanowi próbę odpowiedzi na następujące pytania: Jak powinien wyglądać warsztat – od wyboru paradygmatu przez przeszukiwanie źródeł do operacji na problemie? Jak metodycznie szukać literatury z dyscypliny nauk o zarządzaniu? Jak dobrać literaturę z pogranicza kilku dyscyplin? Jak przyspieszyć i porządkować studia literatury? Dlaczego szukamy teorii w dyscyplinie rodem z praktyki? Gdzie i jak szukać informacji? W zdyscyplinowanym cyfrowo środowisku – od menedżerów bibliografii do baz danych pełnotekstowych – praca ze źródłami może być efektywniejsza. Wybrane postulaty mogą się przyczynić do wiarygodnych i metodycznych badań przedmiotu.

W rozdziale 9 (R. Słonec, H. Dębski) przybliżono dwa elementy sprawnego zarządzania organizacją: systemy zarządzania jakością oraz zarządzania społeczną odpowiedzialnością (CSR). Ideę społecznej odpowiedzialności biznesu ukazano jako wciąż innowacyjne narzędzie zarządzania przedsiębiorstwem. W rozdziale wskazano, iż efektywnym narzędziem zarządczym dla pracodawcy jest umiejętność prowadzenia zakładowego dialogu społecznego i wdrożenie idei CSR do prowadzonego biznesu przy pomocy istniejącego w firmie zintegrowanego systemu zarządzania jakością.

Z uwagi na fakt, że problematyka zarządzania strategicznego nabrała szczególnego znaczenia w górnictwie i przemyśle energetycznym, zwłaszcza w świetle bezpieczeństwa energetycznego i silnej konkurencji rynkowej w tej branży, rozdział 10 (M. Maślak) podejmuje strategiczny aspekt zarządzania w branży górniczej oraz technologiach informacyjnych. Podjęto w nim próbę scharakteryzowania wybranych problemów dotyczących strategicznego zarządzania przedsiębiorstw funkcjonujących w branży z uwzględnieniem zarządzania technologiami informacyjnymi jako źródła strategicznej przewagi. Na podstawie doświadczeń branżowych związanych z zarządzaniem w sektorze i przedsiębiorstwie przedstawiono główne spostrzeżenia związane z problematyką zarządzania strategicznego w tych obszarach. Wskazano podstawowe wnioski związane ze strategicznym zarządzaniem technologiami informacyjnymi w przedsiębiorstwie branży górniczej.

W praktyce gospodarczej o sukcesie przedsiębiorstwa na rynku decyduje jego poziom konkurencyjności w stosunku do pozostałych firm z danego sektora. Poziom przewagi konkurencyjnej determinuje stosunek jakości produktu lub usługi do ceny oferowanej konsumentom. Optymalna cena produktu lub usługi wiąże procesy wewnętrzne w przedsiębiorstwie ze strategią marketingową, tym samym przekładając się na długookresowe prawdopodobieństwo finansowej stabilności, wzrostu, a także bankructwa firmy. Jednocześnie należy dodać, że na współczesne przedsiębiorstwa mają wpływ czynniki zewnętrzne, niejednokrotnie decydujące o lokalizacji firmy oraz jej strategii. Jedną ze zmiennych, która coraz mocniej zaznacza swoją obecność we współczesnej gospodarce, jest pogoda, niejednokrotnie przybierająca postać katastroficznych zjawisk, oddziałujących punktowo, oraz zjawisk niekatastroficznych, długookresowych, swym zasięgiem obejmujących

duże obszary. Rozdział 11 (A. Brożek, E. Pawłowska) podejmuje próbę identyfikacji roli asymetrii informacji atmosferycznych i pogodowych oraz ich znaczenia w procesie powstawania ryzyka utraty płynności finansowej przedsiębiorstw z szeroko pojętego sektora energetycznego, a także możliwości zabezpieczenia się przed ryzykiem pogodowym.

Turbulentność otoczenia sprawia, że każde współczesne przedsiębiorstwo (także małe) potrzebuje gruntownej wiedzy z zakresu zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem znajomości źródeł finansowania działalności gospodarczej. Przed sektorem mikro, małych i średnich przedsiębiorstw stoi wiele możliwości korzystania z form finansowego wspierania rozwoju; należą do nich np. kredyty, pożyczki, poręczenia kredytowe, leasing, factoring, franchising itd. Rozdział 12 (S. Kowalska, S. Łęgowik-Świącik) przedstawia wybrane źródła finansowania MMSP, skupiając się na kredycie i pożyczkach. Zwrócono w nim uwagę na dostępność do wybranych form finansowania oraz wskazano najważniejsze problemy w pozyskiwaniu odpowiedniego kapitału.

Opracowanie kończy rozdział 13 (Z. Waclawski) poświęcony problematyce zrównoważonego rozwoju, która stanowi optymalną alternatywę dla bezmyślnej, grabieżczej i destabilizującej działalności człowieka w otoczeniu przyrodniczym. Przedstawiono w nim dwa modele rozwoju zrównoważonego i trwałego: wyspy szans oraz niszy, które mają służyć rozwojowi społeczno-gospodarczemu w oparciu o posiadany kapitał ludzki, ekonomiczny i przyrodniczy. Spoiwem pomyślności tych działań jest partycypacja społeczeństwa oparta na aksjomatach praw natury jako wyraz poszanowania środowiska przyrodniczego w realizacji celów egzystencjalnych. Model wyspy szans urzeczywistnia wykorzystanie potencjału zewnętrznego jako koła zamachowego do inicjacji działań na rzecz rozwoju wewnętrznego. Model niszy jest stymulacją aktywizacji rezerw endogenicznych na rzecz własnego środowiska oraz w interesie własnego środowiska. Ma zapewnić stały i trwały rozwój swoim obywatelom.

Oddając niniejszą publikację do rąk Czytelników, wyrażam nadzieję, że siła różnorodności i walory merytoryczne omawianych problemów wzbudzą refleksję naukową i przyczynią się do twórczej wymiany poglądów i dyskusji.

Małgorzata Smolarek