

WSTĘP

W ostatnich latach wobec gwałtownych zmian otoczenia biznesowego, w tym zjawiska kryzysu finansowego, a w konsekwencji kryzysu gospodarczego wielu gospodarek świata, rośnie rola efektywnego zarządzania przedsiębiorstwem. Kluczowe znaczenie mają teoretyczne i praktyczne aspekty kreacji wartości z wykorzystaniem założeń koncepcji „Value Based Management”. W związku z tym, że modele biznesowe wobec turbulencji otoczenia często są niewydolne to należy je stale poddawać zmianom. Brak elastyczności modeli biznesowych skutkuje licznymi zagrożeniami, które mogą doprowadzić do utraty zdolności przedsiębiorstw do kreacji wartości. Stąd powstała próba identyfikacji kluczowych problemów, jakie napotykają menedżerowie podczas wdrażania strategii wzrostu wartości przedsiębiorstw. Niniejsza monografia zwraca uwagę na nurtujące teoretyków i praktyków zarządzania pytania:

1. Czy menedżerowie współczesnych przedsiębiorstw mają świadomość wpływu stosowanych modeli biznesu na kreację wartości?
2. Jakie miary osiągnięć należy stosować obecnie dla rzetelnego opisu wyników przedsiębiorstwa?
3. Jakie strategie cząstkowe dotyczące poszczególnych funkcji organizacji (np. sprzedaż, zasoby ludzkie, logistyka produkcji, świadczenia usług, zarządzanie jakością, innowacje etc.) powinny zastosować przedsiębiorstwa w drodze do powiększenia wartości?
4. Jakie problemy analizy finansowej występują obecnie w przedsiębiorstwach?
5. Jak wykorzystać systemy zarządzania ryzykiem do wzrostu wartości przedsiębiorstw?

Celem monografii jest przedstawienie wybranych zagadnień związanych z procesami kreacji wartości. Praca składa się z trzech obszarów tematycznych, w których zgrupowano poszczególne rozdziały, a mianowicie finanse w kreacji wartości, strategie w kreacji wartości oraz kompetencje w kreacji wartości. Ten podział ma na celu wyeksponowanie tych trzech kluczowych nurtów zarządzania w podnoszeniu wartości przedsiębiorstw.

Niniejsza praca powstała w wyniku zebrania zaprezentowanych w książce rozważań autorów poszczególnych rozdziałów zainicjowanych udziałem w konferencji naukowej pt. „Zarządzanie wartością przedsiębiorstw – Strategie – Ryzyko – Finanse” organizowanej w roku akademickim 2010/2011

w Wyższej Szkole Biznesu w Dąbrowie Górniczej w partnerstwie z TAU-
RON POLSKA ENERGIA S.A.

Książka adresowana jest do menedżerów, członków rad nadzorczych, pracowników naukowych zajmujących się strategiami wzrostu wartości przedsiębiorstw, doradców biznesowych, studentów studiów stacjonarnych i niestacjonarnych oraz podyplomowych w tym studiów MBA.

W tym miejscu chciałbym serdecznie podziękować autorom poszczególnych rozdziałów za wspólny wysiłek w przygotowaniu niniejszej publikacji oraz recenzentowi dr. hab. Jerzemu Niemczykowi, profesorowi Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu za cenne uwagi dzięki którym monografia ta uzyskała niniejszy, ostateczny kształt.

Marek Jabłoński
Dąbrowa Górnicza, 2011