

WSTĘP

Koncepcja zarządzania wartością przedsiębiorstw jest już stosunkowo dogłębnie opisana w literaturze przedmiotu. Swoim zasięgiem obejmuje szeroki zakres podejmowanej problematyki. Fakt ten powoduje jednak, że zainteresowanie tą tematyką nie maleje, lecz dynamicznie rośnie. Ma to związek w szczególności z rolą, jaką odgrywają w ostatnich latach także niefinansowe nośniki kreacji wartości. Oprócz zagadnień czysto finansowych w procesie zarządzania wartością przedsiębiorstw dominującą rolę odgrywają takie zagadnienia jak koncepcja modelu biznesu, rosnąca rola kapitału intelektualnego w budowaniu wartości przedsiębiorstw czy kreowanie wartości poprzez innowacje. Zaprezentowana monografia jest kontynuacją wcześniej wydawanych publikacji powstałych w wyniku organizacji cyklicznej konferencji organizowanej przez Wydział Zarządzania Wyższej Szkoły Biznesu w Dąbrowie Górniczej: Zarządzanie Wartością Przedsiębiorstw – Strategie – Finanse – Kompetencje. Niniejsza monografia stanowi zbiór poszczególnych rozdziałów odpowiadających tematyce kreacji wartości przedsiębiorstw. Autorami poszczególnych rozdziałów są reprezentanci różnych ośrodków akademickich w Polsce. Celem monografii jest wskazanie kluczowych trendów i wyzwań, jakie stoją zarówno przed teoretykami, jak i praktykami nauk o zarządzaniu i finansów. Praca składa się z trzech części:

1. Modele i strategie biznesu jako fundamenty kreowania wartości przedsiębiorstwa.
2. Koncepcja i dylematy zarządzania wartością przedsiębiorstwa.
3. Determinanty efektywności zarządzania wartością przedsiębiorstwa.

Książkę rozpoczyna rozdział „Metoda lean startup a koncepcja modelu biznesu” zawarty w części dotyczącej modeli i strategii biznesu jako fundamentów kreowania wartości przedsiębiorstwa. Został on poświęcony nowoczesnemu podejściu do projektowania modeli biznesu we wczesnej fazie rozwoju. Z kolei w rozdziale drugim „Model biznesu i strategia w osiąganiu przewag konkurencyjnych przedsiębiorstw – ujęcie wielowymiarowe” wskazano relacje pomiędzy modelem biznesu a strategią w zakresie osiągania przewag konkurencyjnych. Rozdział trzeci „Macierz opłacalności biznesu i Model Gordona – zastosowanie w zarządzaniu przedsiębiorstwem” został poświęcony tematyce finansowania inwestycji.

W części dotyczącej dylematów zarządzania wartością przedsiębiorstwa w rozdziale czwartym „Wartość dodana jako narzędzie pomiaru realizacji strategii wzrostu wartości dla interesariuszy w branży górniczej” przedstawiono założenia budowy wartości dla przedsiębiorstw tego sektora gospodarki. W rozdziałach pozostałych skoncentrowano się na takich zagadnieniach, jak: zarządzanie kapitałem i ryzykiem, restrukturyzacja przedsiębiorstw, problematyka zarządzania wartością firm rodzinnych oraz zagadnienia wartości dla klienta.

W części dotyczącej determinant efektywności zarządzania wartością przedsiębiorstwa poruszono takie zagadnienia istotne dla doskonalenia efektywności zarządzania wartością przedsiębiorstw, jak: rola kapitału intelektualnego w kreowaniu wartości współczesnych przedsiębiorstw, kreowanie wartości przedsiębiorstwa przez efektywne

zarządzanie ryzykiem, a także zarządzanie należnościami/wierzytelnościami w przedsiębiorstwie oraz problemy oceny efektywności przedsięwzięć inwestycyjnych.

W tym miejscu chciałbym podziękować wszystkim autorom poszczególnych rozdziałów za podzielenie się swoimi badaniami i rozważaniami naukowymi oraz recenzentowi prof. nadzw. dr hab. Andrzejowi Jakiemu, prof. UEK, za wnikliwą recenzję i cenne uwagi redakcyjne.

Marek Jabłoński

Dąbrowa Górnicza 2014