WSTĘP

Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem jest relatywnie młodą i dynamicznie rozwijającą się dyscypliną wiedzy. Jest także dyscypliną bardzo ważną dla członków naczelnych kierownictw przedsiębiorstw, oferuje bowiem nie tylko ogólne koncepcje o poznawczym i teoretycznym charakterze, lecz również formułuje zasady i metody o aplikacyjnej naturze. Uważna lektura światowego, naukowego dorobku piśmienniczego w zakresie zarządzania strategicznego pozwala dostrzec, że znakomita większość publikacji ma zazwyczaj charakter zbiorów studiów wyróżniających się przypadków, ilustrowanych co najwyżej wstępnymi komentarzami teoretycznymi. W Akademii Ekonomicznej w Poznaniu od kilku lat czynione są wysiłki badawcze, zmierzające do wzbogacania wiedzy o zarządzaniu strategicznym polskimi przedsiębiorstwami. Ich rezultatem są już publikacje prezentujące studia przypadków zarządzania strategicznego w rodzimych przedsiębiorstwach oraz podręcznik akademicki o zarządzaniu strategicznym przedsiębiorstwem. Swoiste „białe pole" naukowej eksploracji stanowiły dotychczas analizy i oceny oraz oryginalne propozycje teoretyczne, wpisujące się w dyskusję o naturze zarządzania strategicznego oraz o współczesnych jego instrumentach. Niniejsze opracowanie jest próbą wypełnienia tej luki.

Prezentowany zbiór artykułów powstał w wyniku wysiłków naukowych, integrujących prace przedstawicieli trzech katedr Wydziału Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Poznaniu – Katedry Przedsiębiorstw Handlowych, Katedry Teorii Organizacji i Zarządzania, Katedry Systemów i Technik Zarządzania. Myślą przewodnią była charakterystyka koncepcji i technik zarządzania strategicznego przedsiębiorstwem w porządku wytyczonym przez logikę procesu zarządzania strategicznego.

Zeszyt składa się z czterech części. Pierwsza i druga są poświęcone kształtowaniu najpierw ogólnej, a potem konkurencyjnej strategii przedsiębiorstwa. W pierwszej części zawarto rozważania dotyczące konceptualizacji modelu biznesu. Jest on powszechnie kształtowany jako sposób komunikacji wizji i planu realizacji celów strategicznych, ale również jako abstrakcyjny opis tego, jak tworzyć przyszłość przedsiębiorstwa. Wymaga jakościowego określenia konstytutywnych dla zarządzania przedsiębiorstwem elementów, tj. wizji, misji oraz celów strategicznych i sposobów ich osiągania. W odniesieniu do tych ostatnich znalazły się tutaj rozważania, ujmujące nowe podejście do zarządzania strate-

gicznego w fazie wyborów i implementacji. Obejmują one opcje rzeczywiste i ich znaczenie w konstruowaniu strategii rozwoju przedsiębiorstwa.

W drugiej części podjęto problemy konkurencyjności przedsiębiorstw. Przedmiotem zainteresowania jest rozumienie konkurencyjności przedsiębiorstwa nie jako cechy jednowymiarowej, a wielowymiarowej, której poziom wyznaczają czynniki oddziałujące z zewnątrz oraz stanowiące jej wewnętrzne źródła. Wycena konkurencyjności przedsiębiorstwa powstaje poprzez konfrontację z otoczeniem. Niepodważalnym źródłem konkurencyjności jest przewaga konkurencyjna. Ma ona charakter względny, zindywidualizowany. Przedmiotem zainteresowania są metody kwantyfikacji przewagi konkurencyjnej.

Trzecia część dotyczy implementacji strategicznej. Zamieszczono w niej ogólne rozważania, ujmujące istotę implementacji i jej rolę w zarządzaniu strategicznym. Konceptualizacja implementacji i jej funkcji wymagała sformułowania stosownych założeń oraz wskazań, generujących model implementacji. Istotne znaczenie w fazie implementacji przypisuje się kluczowym kompetencjom jako podstawie określenia zasobów i sposobów ich wykorzystania, co stało się powodem do rozważań relacji między tymi pojęciami i praktycznym ich wykorzystaniem.

Wreszcie czwarta część omawia problematykę kontroli strategicznej. W szczególności ujęto w niej wszechstronnie problematykę wykorzystania Strategicznej Karty Wyników jako narzędzia kontroli. Przedmiotem zainteresowania jest zarówno klasyczna SKW, jak i jej odmiana, będąca wynikiem procesu doskonalenia metodologicznego i praktycznego wykorzystania.

Z ocen i propozycji zawartych w tym zeszycie naukowym wyłania się obraz wielowątkowej i naukowo interesującej dyskusji, dotyczącej współczesnych koncepcji i metod zarządzania strategicznego. Mamy nadzieję, że poniżej referowane myśli staną się zarówno zaczynem do pogłębionych przedsięwzięć badawczych, jak również przesłanką, inspirującą refleksje i własne poglądy Czytelników.

Elżbieta Urbanowska-Sojkin, Piotr Banaszyk