

Spis treści

Wstęp	7
-------------	---

Część 1. Teoria

Rozdział 1. Koncepcja zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwie	11
Literatura	20
Rozdział 2. Innowacje – podstawowe zagadnienia	22
2.1. Istota innowacji	22
2.2. Źródła i rodzaje innowacji	29
2.2.1. Innowacje produktowe	31
2.2.2. Innowacje techniczne i technologiczne (procesowe)	34
2.2.3. Innowacje zarządcze	36
2.3. Innowacja a informacja	38
2.4. Rola innowacji w działalności przedsiębiorstwa	42
2.5. Rola liderów w procesie zarządzania innowacjami	46
Literatura	48
Rozdział 3. Innowacje społeczne	51
Literatura	58
Rozdział 4. Implementacja systemów zarządzania wiedzą	59
4.1. Wprowadzenie	59
4.2. Wybrane metodyki implementacji systemów zarządzania wiedzą	60
4.3. Podstawowe wytyczne implementacji	64
4.4. Uwarunkowania implementacji systemów zarządzania wiedzą	66
4.5. Podsumowanie	68
Literatura	69
Rozdział 5. Potencjalne metody zarządzania generowane przez system zarządzania wiedzą	70
Literatura	77

Część 2. Praktyka w przedsiębiorstwach.

Przegląd wybranych metod zarządzania jako kreatora nowych rozwiązań

Rozdział 6. Przypadek PMPoland SA	81
6.1. Charakterystyka badanego przedsiębiorstwa	81
6.2. Nowoczesne metody zarządzania	81

6.3. Innowacje zarządcze w praktyce zarządzania wiedzą	83
6.3.1. Zarządzanie wiedzą	84
6.3.2. Strategie	86
6.3.3. Uniwersytet PMP	88
6.3.4. Zarządzanie przez kompetencje	89
Literatura	91
Rozdział 7. Przypadek TETA SA	92
7.1. Charakterystyka badanego przedsiębiorstwa	92
7.2. Nowoczesne metody zarządzania	93
7.3. Innowacje zarządcze w praktyce zarządzania wiedzą	94
Literatura	100
Rozdział 8. Projekt „Twoja wiedza. Twoja firma” jako element zarządzania wiedzą w kreowaniu innowacji zarządczych	101
8.1. Spółka Venom Systems	101
8.2. O projekcie „Twoja Wiedza. Twoja Firma”	103
Literatura	109
Rozdział 9. „Karkonosze dla wszystkich” – projekt realizowany przez Karkonoski Sejmik Osób Niepełnosprawnych jako przykład kreowania innowacyjności w organizacji non-profit	110
9.1. Charakterystyka badanej instytucji	110
9.2. Nowoczesne metody zarządzania	113
9.3. Innowacje zarządcze w praktyce zarządzania wiedzą	116
Literatura	118
Rozdział 10. Przypadek Przedsiębiorstwa Farmaceutycznego Jelfa SA ...	119
10.1. Charakterystyka badanego przedsiębiorstwa	119
10.2. Nowoczesne metody zarządzania	120
10.3. Innowacje zarządcze w praktyce zarządzania wiedzą	124
Literatura	127
Zakończenie	128
Spis rysunków	129
Spis tabel	129

Wstęp

Tworzą się zręby nowej gospodarki, w której wartości niematerialne w postaci kompetencji, wiedzy i informacji są podstawowym źródłem osiągania przewagi strategicznej. Owe nienamacalne i do końca wciąż niemierzalne zasoby zajmują miejsce kapitału finansowego, pracy fizycznej i surowców. Przekształcając się w podstawowy czynnik wytwórczy, decydujący o racjonalnym (i tym samym konkurencyjnym) wykorzystaniu tradycyjnych czynników generowania bogactwa, wiedza staje się zarazem czynnikiem sprawczym zmian w systemie zarządzania przedsiębiorstwem. W praktyce bowiem każda inicjatywa czy działanie na rzecz nowoczesnych rozwiązań w jakiejś mierze korzysta, bezpośrednio lub pośrednio, z idei efektywnego zarządzania wiedzą. Dążenie do efektywnego wykorzystania wiedzy jako kluczowego zasobu organizacyjnego sprawia, że tworzone są i implementowane do praktyki metody zarządzania, wspomagające procesy pozyskiwania, transferu i wykorzystania wiedzy w organizacji. Często są to metody znane i wcześniej wykorzystywane, ale ich użycie w celu usprawnienia przepływów wiedzy powoduje istotne modyfikacje w zakresie założeń, procedur i oprzyrządowania. W rezultacie zarządzanie wiedzą staje się impulsem zmian w szeroko pojętym obszarze organizacyjno-zarządczym.

Takie postrzeganie roli i znaczenia zastosowania zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwie dobrze wpisuje się, jak należy sądzić, w nurt badań i refleksji dotyczących analiz, diagnoz i predykcji zjawiska innowacji w nowoczesnej gospodarce. W obecnych warunkach innowacyjność jest jednym z podstawowych czynników wpływających na produktywność. Nie można wykluczyć, iż rosnąca liczba przedsiębiorstw podejmie działania na rzecz tworzenia takich strategii rozwoju, które w udany sposób pozwolą na osiągnięcie efektu synergii dzięki udanemu połączeniu czynników wpływających na stan i dynamikę produktywności, innowacyjności i wiedzy.

W przekonaniu Autorów niniejszego opracowania zawarte w nim spostrzeżenia, propozycje i rozwiązania mogą okazać się przydatne tym przedsiębiorcom i menedżerom, którzy – w sposób mniej lub bardziej uświadomiony – chcą osiągnąć sukces we wdrażaniu strategii wzrostu produktywności wykorzystywanej wiedzy organizacyjnej poprzez ciągłe procesy innowacyjne.

Książka została podzielona na dwie części. Część 1 – teoretyczna – zawiera podstawowe informacje, poglądy oraz rozważania teoretyczne dotyczące obszaru tematycznego opracowania. Część 2 – praktyczna – obejmuje opisy przypadków (zarówno w sferze funkcjonowania firm, jak i realizacji projektów), które w zamierzony sposób powinny przybliżyć Czytelnikowi założenia teoretyczne zamieszczone w 1. części książki.

W rozdziale pierwszym szczegółowo przeanalizowano obszar dotyczący koncepcji zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwie. W drugim analizie poddano pojęcie innowacji. Zidentyfikowano źródła i rodzaje innowacji. Przedstawiono zależności

pomiędzy informacją (tak ważną w procesie realizacji zarządzania wiedzą) a innowacją. Opisano także role, jakie odgrywają innowacje w działalności przedsiębiorstw, oraz – z uwagi na to, że istotne dla powstania innowacji, również zarządczych, jest podejście kierownictwa do tego obszaru – przedstawiono rolę liderów w procesie zarządzania innowacjami.

Rozdział trzeci opisuje tworzący się nowy rodzaj innowacji, innowacje społeczne – w celu podkreślenia ważności konstituowania się nowego zjawiska, redaktorzy niniejszego opracowania postanowili przedstawić je jako odrębny fragment.

W rozdziale czwartym zaprezentowano implementacje systemów zarządzania wiedzą, w piątym – potencjalne metodyki implementacji systemów zarządzania wiedzą. Rozdziały szósty i siódmy zawierają opisy przypadków przedsiębiorstw PMPoland oraz TETA SA.

W rozdziałach ósmym i dziewiątym scharakteryzowano rolę zarządzania wiedzą w kreowaniu innowacji zarządczych, na przykładzie projektów (pierwszy dotyczy bezpośrednio obszaru zarządzania wiedzą, drugi może być realizowany dzięki zastosowaniu pewnych elementów zarządzania wiedzą) współfinansowanych przez Unię Europejską.

Rozdział dziesiąty prezentuje metody nowoczesnego zarządzania na przykładzie Przedsiębiorstwa Farmaceutycznego Jelfa SA.

Życząc Czytelnikom satysfakcjonującej lektury, autorzy książki pragną podziękować reprezentantom przedsiębiorstw i instytucji za pomoc i współpracę w przygotowaniu przykładów z praktyki.

*Maja Prudzienica
Mieczysław Morawski*