

Artykuł pochodzi z publikacji: *Zarządzanie wartościami niematerialnymi w erze gospodarki cyfrowej*, (Red.) W. Harasim, Wyższa Szkoła Promocji, Mediów i Show Businessu, Warszawa 2015

Wstęp

Stałe i dynamicznie zmieniające się otoczenie wymusza na przedsiębiorstwach nowy sposób spojrzenia na zasoby niematerialne. Zasoby niematerialne odgrywają coraz większą rolę we wszystkich organizacjach, zarówno biznesowych, publicznych, jak i nonprofit. Potrzeba identyfikacji, w tym także pomiaru, oraz optymalnego wykorzystania i rozwoju tych ukrytych zasobów intelektualnych istnieje w każdej organizacji.

Najszybciej wzrasta ostatnio właśnie wartość firm opartych na wiedzy, maksymalnie wykorzystujących potencjał intelektualny ludzi oraz posiadany kapitał strukturalny w tworzeniu produktów i usług. Gigantami rynku są tutaj: firmy telekomunikacyjne, informatyczne, banki, firmy handlowo – usługowe, ubezpieczeniowe i koncerny farmaceutyczne.

Wiedza w organizacjach jest akumulowana powoli, podlega długotrwałym procesom formowania poprzez ciąg decyzji zarządczych zarówno o charakterze operacyjnym, jak i strategicznym. Zbiorniki wiedzy nie są statycznymi pulami, lecz źródłami stale napełnianymi przez strumienie nowych pomysłów i kompetencji, konstytuującymi ciągły proces odnowy korporacyjnej.

W nowej erze cyfrowej tradycyjnie rozumiane rynki oddają miejsca sieciom, posiadanie zasobów jest zastępowane dostępem do nich. W tradycyjnej gospodarce rynek oznaczał kupujących i sprzedających, a obecnie są to dostawcy i użytkownicy. W nowym typie gospodarki łańcuch wartości przekształca się w sieć wartości, a wykorzystywana technologia pozwala wprowadzać innowacyjne rozwiązania strukturalne. Zwiększanie wartości produktów i usług jest działaniem wykorzystującym nieograniczone generowanie wartości na drodze interakcji partnerów współpracujących w otwartej sieci.

Pomiędzy dwoma grupami aktywów: zasobami materialnymi

(tangible goods) i zasoby niematerialnymi (intangible goods) znajduje się tzw. Value creation mixer, jest to obszar, gdzie tworzona jest wartość ekonomiczna przez odpowiednie wykorzystanie zasobów. Najistotniejszą rolę odgrywa w tym miejscu przywództwo. Wyniki finansowe są uzależnione od umiejętności lidera oraz efektywności wybranej przez niego strategii. Według L. Edvinssona zbliżamy się do przedsiębiorczości społecznej, która charakteryzuje się burzeniem istniejących reguł zarządzania, wykorzystywaniem ukrytych zdolności oraz ukierunkowaniem efektu trampoliny (springbord effect) kapitału strukturalnego.

Zauważył on, iż organizacja stanowi pewnego rodzaju pomost pomiędzy ludźmi spoza przedsiębiorstwa (kapitał klientów) a jego pracownikami (kapitał ludzki). Podstawowymi składowymi tego pomostu są innowacje, kultura organizacyjna, kapitał procesowy, wiedza i zaufanie. Zarządzanie przez wartości niweluje luki w wartościach postrzeganych i preferowanych, w kontekście przedmiotowym (organizacji), i podmiotowym (pracowników). Pozawala to na łączenie celów osobistych z wartościami przestrzeganymi w organizacji.

Dzięki temu możliwe jest utrzymanie motywacji (automotywacji) pracowników na wysokim poziomie przy jednoczesnym rozwoju całej organizacji i jej uczestników.

Wiesław Harasim