

Politechnika Częstochowska

Przedsiębiorstwo
w nowej rzeczywistości gospodarczej
Relacje – zmiany – strategie

Redakcja naukowa
Piotr Tomski
Katarzyna Olejniczak-Szuster



Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej

Częstochowa 2021

Recenzent

Prof. dr hab. inż. Jerzy Szkutnik

Redakcja naukowa

Dr hab. inż. Piotr Tomski prof. PCz

Dr Katarzyna Olejniczak-Szuster

Redakcja

Anita Ganoun

Redakcja techniczna

Marcin Pilarski

Projekt okładki

Agnieszka Puto

ISBN 978-83-7193-809-2

e-ISBN 978-83-7193-810-8

© Copyright by Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej
Częstochowa 2021

Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, 42-202 Częstochowa, al. Armii Krajowej 36 B
redakcja tel.: 34 325 04 80, dystrybucja tel.: 34 325 03 93
e-mail: wydawnictwo@pcz.pl, www.wydawnictwo.pcz.pl

WSTĘP

Warunki, w jakich przyszło funkcjonować współczesnym przedsiębiorstwom, nie są łatwe. Dynamika i złożoność zmian związanych z rozprzestrzenianiem się koronawirusa SARS-CoV-2 i wywoływanej przez niego choroby COVID-19 przyczyniły się do zmiany perspektyw poznawczych i priorytetów na całym świecie. Pandemia COVID-19 nie tylko stała się zagrożeniem dla zdrowia publicznego, ale też silnie zakłóciła funkcjonowanie całych gospodarek, wpływając na rynek pracy, sposoby zarządzania przedsiębiorstwami czy globalne łańcuchy dostaw. Pomimo wprowadzenia różnego rodzaju ograniczeń i obostrzeń rzeczywistość pandemiczna przyczyniła się do zupełnie nowego sposobu podejścia do prowadzenia biznesu. Wielu przedsiębiorców znalazło się nagle w sytuacji bezprecedensowej, a tym samym zostało zmuszonych do szukania nowych rozwiązań w wielu obszarach swojej działalności oraz do opracowania strategii działania dostosowanej do otaczającej rzeczywistości.

Całość problematyki zarządzania przedsiębiorstwem w nowej rzeczywistości gospodarczej została ujęta w 10 rozdziałach. Poruszone kwestie, zarówno teoretyczne, jak i praktyczne, stanowią odniesienie do zmian zachodzących w ich otoczeniu. Celem rozdziału pierwszego jest znalezienie odpowiedzi na pytanie, jakie czynniki wpłynęły na pozytywne wyniki w okresie pandemii podmiotów gospodarczych w podsektorze wyrobów z gumy oraz deweloperskim, ze szczególnym uwzględnieniem kwestii kapitału relacyjnego i zorientowania na interesariuszy. Rozdział drugi odnosi się do oceny stabilności finansowej przedsiębiorstw wybranych sekcji zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności (PKD) w dwóch wybranych okresach kryzysu gospodarczego. Z kolei rozdział trzeci przedstawia wybrane rozwiązania w zakresie ujęcia w księgach rachunkowych form pomocy z tytułu tzw. tarczy antykryzysowej, ukierunkowanych na zwalczanie kryzysu spowodowanego pandemią COVID-19. Kanwą rozdziału czwartego jest wskazanie istoty sukcesji oraz jej znaczenia w aspekcie rozwoju przedsiębiorstwa rodzinnego. Za główny cel rozdziału piątego przyjęto wpływ SCRМ na budowanie marki firmy poprzez wykorzystanie zaangażowania klientów dzięki ich aktywności w social mediach, a celem rozdziału szóstego jest przedstawienie wykorzystania teorii grafów i sieci w obszarze rekomendacji, w szczególności modeli matematycznych stanowiących podstawę do konstruowanych na ich bazie algorytmów i systemów rekomendacji. Podwaliną kolejnego (siódmego) rozdziału jest przedstawienie opinii konsumentów odnoszących się do zarządzania relacją pomiędzy nimi a wybranym

przedsiębiorstwem produkcyjnym. Rozdział ósmy dotyczy identyfikacji znaczenia zastosowania czterobrygadowego systemu pracy w rodzinnym przedsiębiorstwie produkcyjnym. Z kolei rozważania rozdziału dziewiątego odnoszą się do zmiany postaw pracodawców, wywołanej pandemią COVID-19, w aspekcie pracy zdalnej. Rozdział ostatni koncentruje się na przedstawieniu koncepcji narzędzia, jakim jest aktualna luka strategiczna, i określeniu jego zastosowania podczas realizacji strategii w turbulentnym i dynamicznie zmieniającym się otoczeniu działalności przedsiębiorstw

Jak można zauważyć, podjęte przez Autorów niniejszej monografii kwestie należy uznać za bardzo ważne aspekty ich dociekań teoretycznych i empirycznych w okresie pandemii COVID-19. Wszystkie opracowania składają się na krajobraz szeregu działań mających na celu przeciwdziałanie skutkom pandemii wywołanej COVID-19.

Wyrażamy nadzieję, że niniejsza publikacja poszerzy wiedzę z zakresu działań zarządzania przedsiębiorstwem w nowej rzeczywistości gospodarczej, stwarzając impuls do dyskusji na temat wpływu COVID-19 na funkcjonowanie współczesnych przedsiębiorstw.

Piotr Tomski
Katarzyna Olejniczak-Szuster