

MAREK JABŁOŃSKI

ZARZĄDZANIE WARTOŚCIĄ PRZEDSIĘBIORSTW O ORIENTACJI JAKOŚCIOWEJ A KAPITAŁ INTELEKTUALNY



WYŻSZA SZKOŁA
HUMANITAS
W SOSNOWCU



Zarządzanie wartością przedsiębiorstw
o orientacji jakościowej a kapitał intelektualny

MAREK JABŁOŃSKI

**ZARZĄDZANIE WARTOŚCIĄ
PRZEDSIĘBIORSTW
O ORIENTACJI JAKOŚCIOWEJ
A KAPITAŁ INTELEKTUALNY**



WYŻSZA SZKOŁA
HUMANITAS

SOSNOWIEC 2009

Recenzent:

prof. zw. dr hab. Marian Huczek

Redaktor Oficyny Wydawniczej „Humanitas”:

Danuta Dziewięcka

Projekt okładki:

Bartłomiej Dudek

© Copyright by

Oficina Wydawnicza „Humanitas”

ul. Kilińskiego 43, 41-200 Sosnowiec

tel. 032 363 12 25

e-mail: wydawnictwo@humanitas.edu.pl

dystribucja@humanitas.edu.pl

ISBN: 978-83-89275-79-0

Wydanie I. Sosnowiec 2009

Realizacja wydawnicza:

Wydawnictwo HEJME

hejme@hejme.com.pl

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
1. Efektywne modele biznesu	10
2. Zarządzanie wynikami (Performance Management) z wykorzystaniem kluczowych wskaźników strategicznych (Key Performance Indicators)	19
3. Rola marketingu w budowie wartości przedsiębiorstwa	29
3.1. Benchmarking jako platforma do budowy strategii przedsiębiorstwa	33
4. Rola jakości w kształtowaniu kapitału intelektualnego	36
4.1. Strategia jakości oparta o TQM i kapitał intelektualny	38
4.2. Strategia jakości a ewolucja TQM	39
4.3. Strategiczne zarządzanie jakością w oparciu o TQM z wykorzystaniem modeli doskonalenia efektywności biznesowej	49
4.4. Miejsce kapitału intelektualnego w zarządzaniu jakością	55
4.5. Kapitał intelektualny jako kreator wartości firmy a TQM	70
4.6. Uwarunkowania rozwoju kapitału intelektualnego w małych i średnich przedsiębiorstwach	75
5. Projakościowa orientacja marketingowa przedsiębiorstw budowana w oparciu o kapitał intelektualny	82
5.1. Jakość a orientacja marketingowa przedsiębiorstwa	84
5.2. Miejsce jakości w marketingu relacji	89
5.3. Strategiczny wymiar marketingu relacji opartego o kapitał intelektualny	97

6. Badania empiryczne — kapitał intelektualny oparty na jakości firm usługowych.....	107
6.1. Proces badawczy i metody badań	109
6.2. Analiza kluczowych czynników sukcesu firm usługowych.....	119
6.3. Wyniki badań struktury i ocena wskaźników wykorzystania kapitału intelektualnego firm usługowych	124
6.3.1. Badania kapitału ludzkiego	124
6.3.2. Badania kapitału organizacyjnego.....	142
6.3.3. Badania kapitału relacyjnego	154
6.3.4. Możliwość wykorzystania kapitału relacyjnego w ujęciu orientacji marketingowej firm.....	165
6.4. Całościowa ocena kapitału intelektualnego	175
6.5. Wyniki badań strategii organizacji	182
6.5.1. Strategie rozwoju oparte o kapitał intelektualny	182
6.5.2. Strategie jakości firm usługowych	187
6.6. Wyniki oceny wpływu składników kapitału intelektualnego na realizację strategii jakości firm usługowych — modele empiryczne	207
6.6.1. Relacja kapitał intelektualny — jakość.....	208
6.6.2. Modele empiryczne	212
7. Wnioski końcowe i podsumowanie.....	219
Literatura.....	225
Spis tablic.....	236
Spis rysunków.....	237