

RUT Joanna¹
KULIŃSKA Ewa²

Kreatywna logistyka jako nowa koncepcja rozwoju organizacji

WSTĘP

Współczesne przedsiębiorstwa dążąc do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej, starają się przede wszystkim pozyskać jak najszerszą wiedzę o rynku i jego uczestnikach. Zdobywanie takich informacji pozwala na przekształcenie zasobów przedsiębiorstwa, sformułowanie nowych celów rynkowych i sformułowanie strategii rynkowej [13, s. 158-168]. Szybko zmieniające się technologiczno-społeczno-ekonomiczne otoczenie stwarza nowe wyzwania dla kreowania systemów zarządzania. Ciągłe wzrastająca złożoność technologiczna oraz potrzeba dyfuzji informacji i wiedzy wymagają wdrożenia nowych rozwiązań w zakresie zarządzania i technologii umożliwiającej jej użytkowanie [6, s. 104-105].

Wzrastające wymagania przedsiębiorstw sprawiają, że wiele dotychczasowych rozwiązań, stosowanych przez przedsiębiorstwa, straciło na aktualności. Wyzwaniem dla przedsiębiorców stało się poszukiwanie nowych, często niekonwencjonalnych rozwiązań. Procesowi temu sprzyja umiejętność twórczego myślenia w miejscu pracy [14, s. 10]. Obecnie konwencjonalne podejście do zarządzania przestaje już wystarczać do satysfakcjonującego funkcjonowania organizacji [2, s. 209-210].

Dynamika zmian na rynku oraz potężna konkurencja sprawiają, że zarządzanie samym przedsiębiorstwem, a także jego wartością (rozumianą jako zysk netto), wymaga stosowania różnego rodzaju zmieniających się metod i narzędzi. Przedsiębiorstwa, które nastawione są na rozwój muszą poszukiwać możliwości nowoczesnego a zarazem skutecznego zarządzania, jak również skutecznego pozyskiwania finansowania rozwoju i inwestycji. Na szczególne zaznaczenie zasługuje fakt, że maleje znaczenie tradycyjnych przewag konkurencyjnych, bazujących np. na kosztach pracy, cenie produktu lub usługi. Konieczne staje się wykorzystanie takich potencjałów jak kreatywność, przedsiębiorczość i umiejętność współpracy w działaniach stymulujących innowacyjność przedsiębiorstw [8, s. 112-115].

Celem opracowania jest przedstawienie kreatywnej logistyki jako nowej koncepcji rozwoju organizacji, stanowiącej istotny element konkurencyjności.

1. KREATYWNA LOGISTYKA - ZMIANA PARADYGMATÓW ZARZĄDZANIA

Dynamiczne zmiany w gospodarce światowej wymuszają w organizacjach nowego podejścia doskonalenia sposobów funkcjonowania. W obecnej rzeczywistości gospodarczej, dla której charakterystyczna jest turbulentność otoczenia, wartość organizacji to nie tylko liczbowe wyniki ekonomiczne, lecz przede wszystkim kapitał intelektualny, który należy rozumieć jako zgromadzoną w organizacji wiedzę oraz inne wymiary tworzenia wartości organizacji [17, s. 172-179; 19]. Wiedza, postęp technologiczny, kwalifikacje personelu przedsiębiorstwa oraz będące efektem ich stosowania i rozwoju innowacje, stają się obecnie źródłem długookresowej przewagi konkurencyjnej na rynkach oraz wyznacznikiem powodzenia ekonomicznego w warunkach globalizacji i budowanej gospodarki opartej na wiedzy [1, s.7]. W gospodarce takiej, wiedza jest nadrzędnym czynnikiem produkcji, oznacza to, że o sukcesie przedsiębiorstw decyduje innowacyjność organizacji [3, s. 13]. Przedsiębiorstwa działające w gospodarce opartej na wiedzy odczuwają potrzebę intensywnego wykorzystania efektów szybkiego rozwoju nauki, technologii, organizacji i zarządzania oraz całego zakresu szczególnych umiejętności i dynamicznie rozwijających się kompetencji [18, s. 3-14].

¹ Politechnika Opolska, Instytut Organizacji Procesów Wytwórczych, Wydział Inżynierii Produkcji i Logistyki, tel. + 48 77 449 8842, e-mail: j.rut@po.opole.pl

² Politechnika Opolska, Wydział Ekonomii i Zarządzania, Katedra Marketingu i Logistyki, tel. +48 77 449 8810, e-mail: e.kulinska@po.opole.pl

Dawniej kluczowym aspektem tradycyjnego paradygmatu zarządzania była poprawa produktywności przedsiębiorstwa i zarządzanie dostępnymi zasobami w stabilnym otoczeniu. Aby przedsiębiorstwo przetrwało i odnosiło sukcesy w nowych warunkach, niezbędne jest opracowanie i stosowanie nowych zasad zarządzania nim. Według nowego paradygmatu zarządzania podstawą jest kreowanie rynków i konkurencji przedsiębiorstw. Najbardziej znaczące współcześnie kategorie w zarządzaniu przedsiębiorstwem to innowacyjność, różnorodność, elastyczność, ukierunkowanie na zaspokajanie potrzeb poszczególnych grup interesariuszy – klientów, właścicieli, kooperantów, pracowników. Wyzwaniem dla organizacji jest więc poszukiwanie nowych, niejednokrotnie niekonwencjonalnych rozwiązań: organizacyjnych, produktowych, technologicznych, dotyczących zarządzania, które umożliwią unikanie zagrożeń będących skutkiem wzrastającej złożoności oraz niepewności otoczenia i równocześnie zapewnią wykorzystywanie szans pojawiających się wraz z nowymi okolicznościami. Metody stosowane dotychczas uniemożliwiają efektywne korzystanie ze skutków dynamicznego rozwoju nauki, technologii, zarządzania, innowacji a także specyficznych kompetencji [15, s. 408-418].

Kreatywna logistyka stanowi nową koncepcję rozwoju organizacji, którą można zdefiniować jako niekonwencjonalne podejście do zarządzania procesami logistycznymi wywierające istotny wpływ na ich funkcjonowanie [8, s. 112-115]. Do procesów logistycznych należą te, które poprzez skoordynowaną realizację czynności związanych z magazynowaniem, transportowaniem, przeładunkiem, sortowaniem, pakowaniem, znakowaniem wspomagają w transformacji główne procesy przedsiębiorstwa umożliwiając maksymalizowanie tworzonej wartości dodanej dla zewnętrznych i wewnętrznych klientów [9, s. 80]. Wartość dodana stanowi jedną z najbardziej istotnych kategorii, którą można uwzględnić w ocenie wydajności i efektywności przedsiębiorstw. W efekcie czego wzrasta przewaga konkurencyjna przedsiębiorstw [10, s. 81-94]. Dlatego też pełna definicja kreatywnej logistyki powinna brzmieć: kreatywna logistyka to niekonwencjonalne podejście do zarządzania procesami, które poprzez skoordynowaną realizację czynności związanych z magazynowaniem, transportowaniem, przeładunkiem, sortowaniem, pakowaniem, znakowaniem wspomagają w transformacji główne procesy przedsiębiorstwa umożliwiając maksymalizowanie tworzonej wartości dodanej dla zewnętrznych i wewnętrznych klientów [8, s. 112-115]. Poprzez niekonwencjonalne podejście do zarządzania należy rozumieć podejście innowacyjne, nowatorskie, niestandardowe lub też nieszablonowe. Innowacją mogą być narzędzia, metody, systemy, technologie oraz mechanizmy, które dotychczas nie były stosowane w danym przedsiębiorstwie. Kreatywna logistyka jest pojęciem kryjącym w sobie nowoczesne podejście do zarządzania wykorzystujące przy tym wszystkie możliwości doskonalenia procesów logistycznych, istotnie wpływające na ich funkcjonowanie. Odnosić się może do organizacji różnego typu i wykorzystywana może być jako uniwersalna koncepcja, umożliwiająca wzrost efektywności procesów tworzenia i realizacji wartości dodanej [8, s. 112-115].

W procesie efektywnego zarządzania organizacją, w warunkach szybko zachodzących zmian, współczesnym organizacjom przypada do odegrania ważna rola, która wymaga od nich samych twórczej inwencji i kreatywności. Przy uwzględnieniu realiów dzisiejszego biznesu odrobina ludzkiej pomysłowości i szaleństwa w połączeniu z wiedzą zarówno pracodawców, jak i pracowników może być odpowiedzią na zapotrzebowanie współczesnego zarządzania [14, s. 10-11].

Zaznaczyć należy, że współczesna nauka o przedsiębiorstwie powinna odpowiadać na zmiany, jakie dokonują się w rzeczywistości ekonomicznej przedsiębiorstw, ponieważ jest dyscypliną naukową zarówno teoretyczną, jak i empiryczną, poszukującą prawd oraz zasad zarządzania organizacją [4, s. 95-111].

2. KREATYWNA LOGISTYKA ISTOTNY ELEMENT PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ

Sukces przedsiębiorstwa na rynku w dużej mierze zależy od jego konkurencyjności. Konkurencyjność przedsiębiorstwa jest to zjawisko wieloaspektowe i dlatego pojawiają się różnice w jego kwantyfikowaniu i stosowanych definicjach. Może być określona jako zdolność do funkcjonowania w warunkach gospodarki wolnorynkowej. Im większa konkurencyjność, tym pozycja

przedsiębiorstwa na rynku jest pewniejsza, a jego funkcjonowanie i rozwój są mniej narażone na czynniki zewnętrzne i wewnętrzne słabości [16, s. 345]. Współczesne organizacje funkcjonujące w warunkach społeczeństwa wiedzy muszą poszukiwać narzędzi, które umożliwiłyby im poprawę pozycji konkurencyjnej [17, s. 172-179].

Konkurencja jest jednym z najbardziej naturalnych i wyrazistych przejawów orientacji rynkowej, zmusza organizacje do ciągłego zapewniania i podnoszenia wartości, wyzwala kreatywność, eliminuje rutynę, kreuje innowacyjność i przedsiębiorczość, wymusza bardziej racjonalne wykorzystanie zasobów, motywuje do umacniania pozycji rynkowej [12, s. 58]. Potencjał konkurencyjny stanowi system zasobów materialnych i niematerialnych z uwzględnieniem możliwości wykorzystania instrumentów konkurowania, tworzą m.in. takie czynniki, jak: nowoczesność stosowanych technologii, poziom wykształcenia pracowników, kreatywność pracowników, posiadana marka, pozytywny wizerunek firmy (reputacja), jakość obsługi klienta, nowatorskie rozwiązanie w zakresie innowacyjności wyrobów/usług [11].

Kreatywna logistyka stanowi obszar nowoczesnego podejście do zarządzania, wykorzystująca wszystkie możliwości doskonalenia procesów logistycznych przedsiębiorstw. Kreatywna logistyka stanowić może istotny potencjał przewagi konkurencyjnej organizacji poprzez efektywne zarządzanie przedsiębiorstwem, wykorzystując innowacyjne narzędzia. Tym bardziej, że obecny postęp wymaga od organizacji podejścia niestandardowego do zarządzania, wykorzystania alternatywnych nowoczesnych rozwiązań oraz wykorzystania dostępnych możliwości drzemających w potencjale ludzkim, kreatywności i innowacyjności.

Przewagi konkurencyjnej należy upatrywać przede wszystkim w zdolności do ciągłego podnoszenia jej poziomu i uzyskiwania dzięki temu efektywności. Skuteczność podmiotu na konkurencyjnym rynku zależy od jego zdolności dostosowywania się do zmian zachodzących w otoczeniu. Zmiana to fundament efektywnego funkcjonowania i rozwoju jednostki gospodarującej, jest przy tym nieunikniona. Należy pamiętać, że stojące przed organizacjami wyzwania stale rosną. Działania mające poprawić konkurencyjność jednostek powinny zwiększyć spójność rozproszonych przedsięwzięć oraz wprowadzić nowe instrumenty. Zasadne zatem wydaje się wykorzystanie nowych technologii i innowacyjnych rozwiązań dla podniesienia konkurencyjności organizacji, tworzenia dogodnych warunków do rozwoju przedsiębiorstw opartych na wiedzy i innowacyjnych rozwiązaniach czy też stymulowania rozwoju współpracy między przedsiębiorstwami i instytucjami otoczenia biznesu [4, s. 359 - 369].

Kreatywna logistyka determinuje nie tylko przebieg procesów w sferze operacyjnej, ale również wpływa na kształtowanie większości celów i strategii przedsiębiorstwa. W najnowszych ujęciach logistyki zwraca się szczególną uwagę na relacje wiążące poszczególne fazy procesów logistycznych, podkreśla dynamiczne ujęcie logistyki, wskazuje na konieczność szerokiego, wykraczającego poza ramy przedsiębiorstwa spojrzenia na procesy logistyczne [7]. Zaznaczyć należy, że kreatywna logistyka jest niezwykle istotna na poziomie strategicznym, daje nieskończonych wachlarz możliwości rozwoju organizacji i przyczynić się może do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw.

Tylko ta organizacja, która będzie odpowiednio zarządzać posiadanymi zasobami i umiejętnie wykorzystywać pojawiające się szanse, ale i też wdrażać innowacyjne narzędzia oraz rozwiązania będzie mogła osiągnąć przewagę konkurencyjną.

PODSUMOWANIE

Działalność organizacji na konkurencyjnym i szybko rozwijającym się rynku powinna charakteryzować się dużą dynamiką zmian. W wielu nowatorskich podejściach do doskonalenia funkcjonowania przedsiębiorstw i podnoszenia ich konkurencyjności czy efektywności podkreśla się dynamiczne ujęcie logistyki oraz wskazuje na konieczność szerokiego, kreatywnego i nowoczesnego spojrzenia na procesy logistyczne, znacznie wykraczającego poza ramy przedsiębiorstwa. Kreatywna logistyka oferuje niekonwencjonalne podejście do zarządzania przedsiębiorstwem, wykorzystując przy tym możliwie dostępne narzędzia, które poprzez wdrożenie przyczyniają się do podniesienia konkurencyjności przedsiębiorstw. Zatem kreatywna logistyka może stanowić nową koncepcję

rozwoju organizacji i może mieć istotny wpływ na przetrwanie przedsiębiorstw. Zasadne zatem jest stwierdzenie kreatywna logistyka zajmuje szczególne miejsce wśród czynników warunkujących konkurencyjność przedsiębiorstw.

Streszczenie

Na konkurencyjnym rynku sukces przedsiębiorstwa zależy od jego zdolności dostosowywania się do ciągłych zmian w otoczeniu. Konwencjonalne podejście do zarządzania przestaje już wystarczać. Wyzwaniem dla organizacji jest więc poszukiwanie nowych, niejednokrotnie niekonwencjonalnych rozwiązań (kreatywna logistyka) oraz nowoczesnego spojrzenia na procesy logistyczne, znacznie wykraczającego poza ramy przedsiębiorstwa.

Creative logistics as a new concept of organization development

Abstract

In a competitive market the company's success depends on its ability to adapt to constant changes in the environment. The conventional approach to management is no longer enough. The challenge for organizations is to search for new, often unconventional solutions (creative logistics) and modern approach to logistics processes, far beyond the framework of the company.

BIBLIOGRAFIA

1. Dolińska M., Innowacje w gospodarce opartej na wiedzy. Wydawnictwo PWE, Warszawa 2010, s. 7.
2. Drucker P. F., Myśli przewodnie Druckera, MT Biznes, Warszawa 2002, s. 209-210.
3. Fazlagić J., Know-how w działaniu. Jak zdobyć przewagę konkurencyjną dzięki zarządzaniu wiedzą, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2010, s. 13.
4. Grudzewski W. M., Hejduk I. K., Przedsiębiorstwo przyszłości. Zmiany paradygmatów zarządzania. Master of Business Administration 1/2011 (116), Warszawa 2011, s. 95–111.
5. Grzybowska A., Przedsiębiorczość jako determinanta konkurencyjności. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Nr 724 Ekonomiczne Problemy Usług Nr 97 2012, s. 359 - 369.
6. Jamali D., Changing management paradigms: implications for educational institutions. Journal of Management Development 2005, Vol. 24, s. 104-105.
7. Krupski R., Niemczyk J., Stańczyk-Hugiet E., Koncepcje strategii organizacji, Wydawnictwo PWE, Warszawa 2009.
8. Kulińska E., Rut J., Kreatywna logistyka jako koncepcja niekonwencjonalnego podejście do zarządzania procesami logistycznymi. Red Kulińska Ewa: Logistyka w zarysie - wybrane problemy badawcze. Opole Ofic. Wydaw. PO 2013, s. 112-115 [Studia i Monografie, Politechnika Opolska, z.371].
9. Kulińska E., AWZR procesów logistycznych. Modele i eksperymenty ekonomiczne. Oficyna Wydawnicza Politechniki Opolskiej, Opole 2011, s. 80.
10. Kulińska E., The meaning of processes orientation in creation and realization of the added value, Foundations of Management, Vol. 1. No. 2/2009, s. 81-94.
11. Kwaśniewska A., Sukces przedsiębiorstwa oparty na wiedzy. <http://think.wsiz.rzeszow.pl/2013/07/31/sukces-przedsiębiorstwa-oparty-na-wiedzy/> (dostęp na dzień 26.01.2013).
12. Leśniewski M.A., Konkurencyjność przedsiębiorstw. Wybrane problemy, Wydawnictwo Dom Organizatora, Toruń 2011, s. 58.
13. Lubas B., Strategie innowacyjne oparte na kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego w procesie poprawy konkurencyjności przedsiębiorstwa. Zeszyty naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego, (red.) Woźniak M.G. Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy, z. 32, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2013, s. 158-168.
14. Matczewski A. (red), Problemy współczesnego zarządzania. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2001, s. 10-11.

15. Mazurkiewicz A., Paradygmaty zarządzania we współczesnym przedsiębiorstwie (wybrane aspekty). Zeszyty naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego, (red.) Woźniak M.G. Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy, z. 19, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2011, s. 408-418.
16. Nowakowski M. (red.), Eurobiznes, . Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2008, s. 345.
17. Olak A.: Zasoby ludzkie i wiedza jako determinanty w zarządzaniu nowoczesną organizacją. Zeszyty naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego, (red.) Woźniak M.G. Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy, z. 23, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2011, s. 172-179.
18. Stallings D., The virtual university legitimized at century's end: future uncertain for the new millennium. The Journal of Academic Librarianship 2000. Vol. 26, No. 1, s. 3-14.
19. Wykrętowicz S. (red.), Samorząd w Polsce – istota, formy, zadania, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 1998.