

## Od redakcji

Efektywne funkcjonowanie przedsiębiorstw pozostaje w ścisłym związku z kreatywnym wykorzystaniem mechanizmów reagowania na sygnały płynące z otoczenia i zmiany zachodzące w gospodarce, jak też na pojawiające się relacje wewnątrzorganizacyjne.

Współcześnie przedsiębiorstwa działają w niestabilnym, turbulentnym otoczeniu, które wymusza na nich potrzebę ciągłego rozwoju. Rosnąca złożoność tego otoczenia powoduje, że przedsiębiorstwa stają się bardziej podatne na przenikanie zmian, które są coraz to bardziej nowatorskie. Dlatego analiza elementów otoczenia bliższego, mikrootoczenia, oraz otoczenia dalszego, makrootoczenia, jak i otoczenia wewnętrznego, ma istotne znaczenie z uwagi na możliwość identyfikacji i umiejętnego wykorzystania zasobów.

Identyfikacja i analiza tych zasobów w kontekście oceny mocnych i słabych stron pozwala na określenie potencjału strategicznego przedsiębiorstwa, który wraz ze zdolnością przedsiębiorstwa do innowacyjnego i efektywnego wykorzystania zasobów decyduje o jego sukcesie. Ważny jest także wzrost intensywności otoczenia, bowiem firmy poprzez optymalne wykorzystanie istniejących zasobów podejmują stwarzane przez środowisko szanse i bronią się przed zagrożeniami.

Przedsiębiorstwa poddawane są nie tylko presji konkurencyjnej, ale także presji nowych możliwości, które wpływają na kształtowanie jego potencjału.

Zdobycie i utrzymywanie przewagi konkurencyjnej oznacza dla przedsiębiorstw czy regionów, w których funkcjonują, konieczność opracowywania, doskonalenia i wdrażania odpowiednich systemów zarządzania. Koncepcje zarządzania zorientowane na wzrost efektywności i innowacyjności mają w konsekwencji prowadzić do wzrostu wartości przedsiębiorstwa, a to wywiera ogromny wpływ zarówno na strategię, jak i operacyjny sposób prowadzenia biznesu. Tworzenie i rozwijanie wartości w konkurencyjnej gospodarce staje się strategicznym imperatywem i implikuje do ciągłych poszukiwań metod i sposobów umożliwiających osiągnięcie wzrostu tej efektywności.

Opracowania zawarte w niniejszym numerze „Przedsiębiorstwa i Regionu” dotyczą problemów metodycznych, jak i badawczych. Obejmują wyniki badań własnych wzbogaconych praktycznymi przykładami i postulaty kierowane do przedsiębiorstw, ale też regionów w których funkcjonują, stając się jednocześnie cennym przyczynkiem dla podejmowania dalszych analiz i dociekań naukowych.

Publikacja stanowi istotne merytoryczne dopełnienie istniejących już publikacji z zakresu budowania strategii wartości przedsiębiorstw i regionów.