

Szanowni Czytelnicy,

W czwartym numerze „Zeszytów Naukowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie / Cracow Review of Economics and Management” znajdziemy artykuły z zakresu marketingu, zarządzania jakością i zarządzania zasobami ludzkimi. Otwiera go opracowanie Grzegorza Maciejewskiego, w którym autor analizuje zmiany w zachowaniach polskich konsumentów, jakie nastąpiły w okresie pandemii COVID-19 oraz dodatkowo w kontekście wojny w Ukrainie. Na podstawie przeglądu literatury oraz dwukrotnych badań ankietowych ustalono m.in., że konsumenci częściej załatwiali różne sprawy zdalnie, wykazywali większą troskę o swoje zdrowie i codzienną higienę, a podczas transakcji płatniczych częściej posługiwali się kartami płatniczymi. Jeśli chodzi o ograniczenia wydatków, to dotyczyły one w największym stopniu korzystania z placówek kultury oraz usług gastronomicznych. Zaobserwowano tendencję, że z czasem odsetek konsumentów charakteryzujących się wymienionymi zachowaniami zmniejszył się, przy równoczesnym wzroście obaw związanych z wojną w Ukrainie.

W następnym artykule Robert Jadach i Mirosława Pluta-Olearnik omawiają kwestię globalności i lokalności w postrzeganiu marki na rynkach międzynarodowych. Na podstawie przeprowadzonej analizy bibliometrycznej stwierdzono m.in., że badania i związane z nimi publikacje skupiają się na pięciu głównych zagadnieniach, a mianowicie: sygnalizowaniu wartości marki, interakcjach między postrzeganiem globalności i lokalności marki, wpływie globalności postrzegania marki na zamiary dotyczące zakupów, wpływie lokalności postrzegania marki na zamiary dotyczące zakupów oraz wpływie etnocentryzmu konsumentów na preferencje dotyczące kupowania globalnych lub lokalnych marek. Autorzy podkreślili wzrost liczby publikacji poświęconych poruszonej kwestii, wskazali czasopisma, w których publikuje się największą liczbę artykułów na ten temat, oraz odnotowali przewagę publikacji poświęconych postrzeganiu globalności marek.

W kolejnym artykule Wioletta Krawiec, Anna Sibińska i Wojciech Grzegorzczak przedstawiają istotę koncepcji tworzenia wartości wspólnej (*shared value*). Wskazują główne jej wymiary oraz zachodzące między nimi relacje, a także prezentują różne podejścia do ich definiowania. Na podstawie badań jakościowych, w których wykorzystano metodę delficką, potwierdzono główne wymiary tworzenia wspólnej wartości zgodnie z literaturą przedmiotu, a mianowicie: tworzenie wartości

społecznej, tworzenie wartości ekonomicznej i tworzenie wartości środowiskowej, odrzucając wymiar tworzenia wartości innowacji. Podobnie potwierdzono występowanie bezpośrednich powiązań z innymi koncepcjami tworzenia wartości, m.in. koncepcją akcjonariuszy, interesariuszy, *Corporate Sustainability* (CS), *Triple Bottom Line* (TBL) i *Environmental, Social and Governance* (ESG).

Wykorzystanie narzędzi informatycznych w przedsiębiorstwach stosujących zwinne praktyki zarządzania projektami stanowi przedmiot rozważań w artykule autorstwa Małgorzaty Zakrzewskiej, Szymona Jarosza, Małgorzaty Kosały i Mariusza Sołtysika. Na podstawie analizy literatury przedmiotu oraz badań empirycznych autorzy podjęli próbę określenia poziomu wdrożenia zwinnego zarządzania projektami, obszarów jego wdrożenia, uzyskanych wyników oraz determinujących go czynników. W wyniku przeprowadzonych badań stwierdzono, że zwinne praktyki stosowane są głównie w tworzeniu innowacyjnych usług lub produktów. Najczęściej wykorzystywanymi praktykami były Scrum i Kanban, natomiast rzadziej DevOps, TDD czy SAFe. Podkreślono również, że wzrost wykorzystania technologii informatycznych w przedsiębiorstwach wymaga od pracowników i menedżerów rozwijania kompetencji cyfrowych.

W kolejnym artykule Monika Engler-Jastrzębska i Aleksandra Wilczyńska poruszają zagadnienie wiedzy konsumentów na temat ekologicznych produktów przeciwśłonecznych i podejmowanych przez nich decyzji dotyczących wyboru tych produktów. W wyniku badań ankietowych przeprowadzonych na wybranej grupie konsumentów autorki stwierdziły, że poziom tej wiedzy jest niski. Dotyczy to m.in. trudności z identyfikacją tej kategorii produktów czy też stosowanych filtrów UV. W konkluzji wskazano na potrzebę upowszechniania w społeczeństwie wiedzy dotyczącej ekologicznych produktów promieniochronnych, co przyniesie korzyści dla zdrowia ludzi oraz środowiska.

W trzech ostatnich artykułach poruszone zostały różne zagadnienia z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi. W pierwszym z nich Joanna Tabor-Błażewicz analizuje kwestie rosnącej roli dobrostanu pracowników w środowisku pracy oraz przedstawia praktyki działów HR ukierunkowane na poprawę sytuacji w tym zakresie. Na podstawie przeglądu literatury przedmiotu oraz wywiadów z menedżerami i specjalistami HR autorka określiła elementy składające się na kategorię dobrostanu społecznego oraz zidentyfikowała stosowane praktyki mające na celu jego wzmacnianie. Podkreśliła kluczową rolę działów HR w budowaniu świadomości znaczenia dobrostanu wśród pracowników i menedżerów oraz w inicjowaniu działań w tym obszarze. Wskazała także na potrzebę zaangażowania się menedżerów liniowych oraz zarządu we wskazane działania, jak również otwarcia się na oddolne inicjatywy pracowników.

Z kolei Beata Buchelt i Ewa Beck-Krala przedstawiają zagadnienie wynagrodzeń lekarzy. Podkreślają, że stosowany w literaturze przedmiotu termin „wynagradzanie

za wyniki” odnosi się do wynagradzania za ilość wykonanych procedur medycznych lub przepracowanych godzin pracy. Autorki podkreślają, że takie wąskie rozumienie wynagradzania za wyniki nie sprzyja podnoszeniu jakości świadczeń medycznych, nie uwzględnia bowiem innych składowych, np. wynagrodzeń za podnoszenie kwalifikacji czy uzyskanie specjalizacji. W konkluzji postulują potrzebę wdrażania systemów wynagrodzeń opartych na koncepcji wynagrodzeń całkowitych, których konstrukcja powinna stymulować proefektywnościowe zachowania lekarzy, tj. rozwój kompetencji specjalistycznych i pozaspecjalistycznych oraz realizację zdefiniowanej liczby procedur medycznych.

W ostatnim artykule Janusz Strużyna podejmuje próbę określenia wyzwań dla zarządzania zasobami ludzkimi na podstawie analizy treści polskojęzycznych ofert firm konsultingowych. Firmy te odgrywają istotną rolę w transferze wiedzy do praktyki, będąc swoistym łącznikiem między teorią i praktyką zarządzania ludźmi. Z wykorzystaniem analizy jakościowej określono główne kategorie i wymiary nowej normalności zarządzania zasobami ludzkimi oraz sformułowano sugestie dotyczące przybliżenia badań naukowych do wskazywanych przez konsultantów oczekiwań praktyki. Autor podkreśla, że nowa normalność może być charakteryzowana przez utrzymanie dotychczasowych cech ZZL, naturalność języka, wielość perspektyw oraz nacisk na sprawność operacyjną.

Zapraszam do zapoznania się z prezentowanymi w poszczególnych artykułach ideami, koncepcjami i wynikami badań. Wzbogacają one istniejącą wiedzę w zakresie nauk o zarządzaniu i jakości.

Prof. dr hab. Aleksy Poczowski
Redaktor naczelny