



Adam Stecyk

Uniwersytet Szczeciński
Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług
Katedra Efektywności i Innowacji
adam.stecyk@wzieu.pl

PROBLEMY DEFINIOWANIA WARTOŚCI W PODMIOTACH EDUKACYJNYCH

Streszczenie: W artykule zaprezentowano koncepcję tworzenia wartości w organizacji edukacyjnej poprzez efektywne i racjonalne zarządzanie wiedzą. Punktem wyjścia do rozważań na temat wartości było opisanie ewolucji tego pojęcia w literaturze przedmiotu oraz jego miejsce w ekonomii i edukacji. W artykule scharakteryzowano także aspekty wartości użytkowej i finansowej. Na koniec został przedstawiony schemat ideowy zarządzania wiedzą w podmiotach edukacyjnych (z wykorzystaniem systemu e-learningowego) jako jeden z elementów definiowania i budowania wartości.

Słowa kluczowe: wartość, edukacja, zarządzanie wiedzą, e-learning.

Wprowadzenie

Najistotniejszym celem działalności każdej organizacji edukacyjnej¹ jest budowanie jej wartości², która stanowi źródło satysfakcji interesariuszy: właścicieli, decydentów, klientów (studentów, nauczycieli), inwestorów i przedsiębiorców oraz społeczności lokalnej. Organizacje dążą do osiągnięcia założonych celów, realizując procesy związane z wytwarzaniem dóbr i usług, które w przypadku przedsiębiorstw komercyjnych mają charakter mierzalny (wymierny), a w przypadku podmiotów edukacyjnych (a także innych organizacji publicznych), wyrażenie ich wartości w kategoriach kwantyfikowalnych stanowi duże wyzwanie.

¹ Pojęcia podmiotu i organizacji edukacyjnych odnoszą się do publicznych i prywatnych szkół wyższych działających na polskim rynku.

² Ze względu na interdyscyplinarność pojęcie wartości może być definiowane z różnych punktów widzenia. W artykule skoncentrowano się na definicji wartości w ujęciach ekonomicznym, finansowym, użytkowym oraz w aspekcie zarządzania wiedzą, pominięto natomiast znaczenie wartości w ujęciu innych nauk, takich jak socjologia, psychologia, matematyka, fizyka i inne.

„W dotychczasowej literaturze przedmiotu, poświęconej zarządzaniu wartością przedsiębiorstwa, dominuje nurt rozważań nad metodami pomiaru wartości przedsiębiorstwa, tymczasem o wartości przedsiębiorstwa decydują źródła kreujące jego wartość” [Dobiegała-Korona i Herman, 2006]. W dobie szybkiego tempa rozwoju technologicznego i informacyjnego, zmieniają się warunki funkcjonowania organizacji oraz przedsiębiorstw, a co za tym idzie, dynamicznym zmianom poddane są także źródła i mechanizmy tworzenia wartości. Dlatego analiza zjawisk wartościotwórczych, występujących w określonej organizacji, jest istotnym elementem budowania i zarządzania wartością.

1. Teoretyczne aspekty wartości ekonomicznej podmiotów edukacyjnych

Wartość jako kategoria ekonomiczna [Blaug, 2000; Siudak, 2000; Nasiłowski, 2004], jej sposób definiowania i rozumienia, ewoluowała na przestrzeni wieków wraz z rozwojem myśli ekonomicznej. Pierwsze definicje wartości mają charakter wymierny i obiektywny; związane są z XVI-wieczną, merkantylistyczną wizją gospodarowania, która przypisywała wartości określoną wielkość pieniężną, zwaną ceną, która jednocześnie stanowiła zdolność danego towaru do wymiany na inny [Nasiłowski, 2004]. Wraz z rozwojem myśli ekonomicznej w XX w., pojawił się pogląd, że wartość może mieć charakter subiektywny, wynikający z indywidualnej oceny danej osoby. „Punktem wyjścia takiego podejścia jest twierdzenie, że celem gospodarowania jest zaspokajanie potrzeb. Zdolność pewnych dóbr do zaspokajania ludzkich potrzeb decyduje o ich użyteczności. Wartość wynika z użyteczności dóbr lub usług i ich ograniczoności w stosunku do rozmiarów potrzeb. Dzięki temu jednostka może zaspokoić swe potrzeby przez wymianę dobra niżej przez siebie cenionego na dobro wyżej cenione” [Downar, 2006]. Według teorii neoklasycznej subiektywne podejście do zagadnienia wartości wskazuje, iż nie dobro jest kluczowe, ale relacja pomiędzy potrzebami ludzkimi a wytworzonymi towarami i usługami tworzy oraz definiuje wartość.

Pierwsze koncepcje dostrzegające rolę wiedzy i umiejętności we wroście wydajności pracy, a tym samym we wroście eksportu i bogactwa kraju, pojawiły się w Europie Zachodniej w okresie merkantylizmu (na przełomie XVI i XVII w.) [Mun, 1958]. Prekursor ekonomii klasycznej, W. Petty, wskazywał na kluczową rolę kształcenia w postępie gospodarczym. Autor ten uważał, że zasoby zawarte w człowieku są niewyczerpane i mogą być rozwijane, a o wartości pracy człowieka decyduje wykonywany zawód, umiejętności, stan zdrowia i wiek [Petty, 1958].

Inny badacz, J.B. Say [1960], twierdził, że posiadane umiejętności służą zarówno materialnej, jak i niematerialnej produkcji oraz traktował wiedzę naukowców jako istotny czynnik rozwoju i funkcjonowania całej gospodarki. Ponadto uważał, że na kapitał ludzki wpływają różne formy edukacji, takie jak zdobywanie umiejętności, nauka w szkole, nauka podczas pracy, wychowanie w rodzinie, a czynnikami bogactwa narodów są postęp wiedzy i rozwój oświaty.

Inni ekonomiści również zwracali uwagę na pracę naukowców i wynalazców, zaznaczając, że kształcenie podnosi możliwości produkcyjne oraz umożliwia generowanie wyższych wynagrodzeń (J.S. Mill). Problem inwestowania w edukację, jako ważny czynnik wzrostu produktywności i rozwoju kraju, został zauważony przez A. Marshalla i J.R. Walsha [Marshall, 1928]. W polskiej myśli ekonomicznej na szczególną uwagę zasługują koncepcje F. Skarbka [1955], który uważał, że „nie masz oświaty bez bogactwa, ani prawdziwego bogactwa bez oświaty. Ta wpływa na powiększenie i skuteczność sił produkcyjnych”.

2. Wartość użytkowa i finansowa

Z punktu widzenia tworzenia wartości w organizacji edukacyjnej, należy się skoncentrować na budowaniu wartości użytkowej, rozumianej jako stosunek tego, co klient (student) otrzymał, do nakładów, które musiał ponieść. Przy czym, przez korzyści (co student otrzymał) rozumie się całość zagadnień związanych z realizacją procesu dydaktycznego: dostarczenie produktu i/lub usługi, satysfakcję, komfort i wygodę, bezkonfliktową współpracę z innymi uczestnikami procesu, możliwość korzystania z produktów i/lub usług dodatkowych itp. Natomiast nakłady, które zostały poniesione, rozumiane są jako koszt wyrażony określoną sumą pieniędzy oraz jako niekwantyfikowalne nakłady, takie jak stres, niewygoda, strata czasu, frustracja itp. Poniższe równanie przedstawia wartość użytkową według koncepcji Johna Guaspari'ego i Stevena Croma [Adair i Murray, 2002].

$$\text{Wartość użytkowa} = \frac{\text{korzyści (to, co klient otrzymał)}}{\text{nakłady (kosz materialny i niematerialny)}}$$

Z punktu widzenia podmiotów edukacyjnych wartość użytkowa dla klienta stanowi jednocześnie wartość marketingową samej organizacji. Wszak studenci z roli odbiorców ofert stają się nie tylko kooperantami, ale także decydują o wizerunku i wartości określonej organizacji edukacyjnej. Według B. Dobiegały-Korony i A. Herman [2006] „współczesne uwarunkowania funkcjonowania

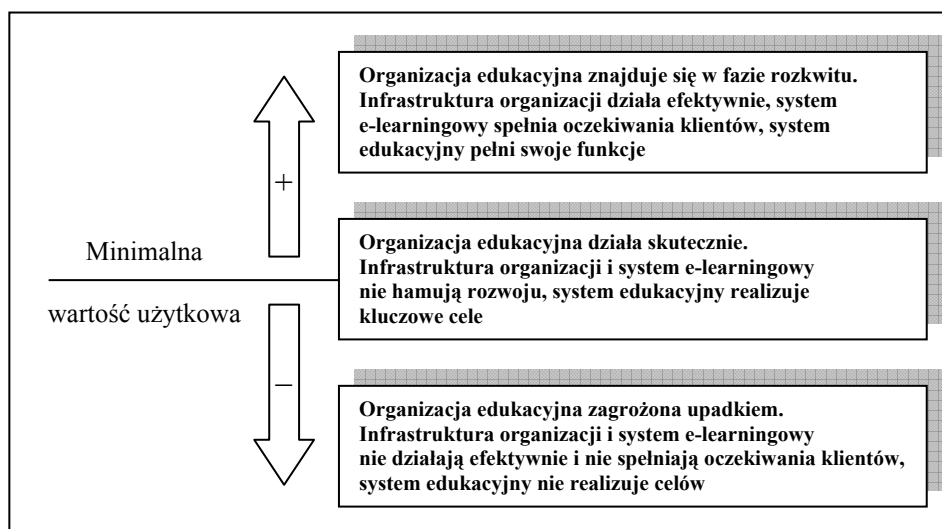
przedsiębiorstw (a więc także podmiotów edukacyjnych), usytuowały klienta (studenta) w roli podstawowego źródła wartości przedsiębiorstwa lub organizacji. Wynika to z następujących przesłanek:

1. Klienci (studenci) w wyniku procesów globalizacji są przedmiotem walki konkurencyjnej nieograniczonej liczby przedsiębiorstw.
2. Klienci (studenci) wyposażeni w nowoczesną technologię mają nieograniczony dostęp do ofert i możliwości ich porównań, przez co ich pozycja stała się silniejsza.
3. Gospodarka w skali światowej przekształciła się z popytowej w podażową, jako wynik niemal nieograniczonej wydajności współczesnych technologii oraz migracji zasobów”.

Podstawowe pytanie dotyczące wartości użytkowej dla interesariuszy podmiotów edukacyjnych dotyczy sposobów określania i analizowania elementów, które zostały im dostarczone (korzyści) oraz materialnych i niematerialnych kosztów, które zostały poniesione (nakłady). Według Ch.B. Adaira i B.A. Murray'a [2002] podstawą takiej analizy jest koncepcja minimalnej wartości użytkowej, na którą wpływają:

- doświadczenia interesariuszy związane z daną branżą, produktem lub usługą,
- ogólne doświadczenie interesariuszy związane z produktami i usługami,
- działalność konkurentów związana z określoną branżą, produktem lub grupą usług,
- ograniczenia technologiczne wpływające na wyznaczenie górnej granicy poziomu wartości użytkowej.

Analiza rys. 1 wskazuje, że organizacja edukacyjna odnosi sukcesy, wtedy gdy jej produkty i usługi są dostarczane na poziomie przekraczającym minimalną wartość użytkową. W przeciwnym razie, kiedy potrzeby studentów nie są zaspokajane, organizacja jest zagrożona upadkiem. Trzecim wariantem, jest wariant pośredni, kiedy to produkty i usługi są dostarczane na poziomie oscylującym wokół minimalnej wartości, co oznacza, że organizacja zaspokaja podstawowe potrzeby interesariuszy i może utrzymać się na rynku. Co więcej, wraz z rozwojem organizacji, jej produktów i usług, możliwe jest podniesienie poziomu minimalnej wartości użytkowej, co wyznacza tendencje oraz kierunki rozwoju dla organizacji konkurencyjnych.



Rys. 1. Minimalna wartość użytkowa dla organizacji edukacyjnej

Źródło: Na podstawie: [Adair i Murray, 2002].

W literaturze przedmiotu jedną z częściej stosowanych definicji wartości przedsiębiorstw, organizacji edukacyjnych i instytucji publicznych, jest wartość w znaczeniu finansowym [Jajuga, 2007; Bielawska, 2009]. Według tego podejścia wartość finansowa firmy zależna jest od przyszłych strumieni finansowych, które zostaną wypracowane przy określonej stopie dyskontowej. Według nowoczesnych koncepcji tworzenia wartości organizacji i przedsiębiorstw problem wartości finansowej należy rozpatrywać w szerszym ujęciu. „Wycena firmy często jest traktowana jako proces kalkulacji wartości firmy w oparciu o szablonowe formuły matematyczne. Wycena firmy to nie statyczny pomiar pewnych wielkości ekonomicznych, ale proces dynamiczny, który dokonuje się przez ustawiczne monitorowanie aktywów firmy, zdarzeń gospodarczych w firmie i jej otoczenia. Celem takiego monitorowania jest mierzenie wartości firmy oraz kształtowanie tej wartości, tzn. opracowanie strategii marketingowych i finansowych prowadzących do zwiększenia wartości” [Krysiak, 2006]. Wartość finansowa jest ściśle powiązana z wartością użytkową organizacji; jeżeli wartość dla klienta jest wysoka, wzrasta również finansowa wartość określonej organizacji, dzięki możliwości generowania strumieni finansowych w przyszłości.

W przedsiębiorstwach komercyjnych uznaje się priorytet interesów właścicieli (akcjonariuszy) i stosuje się taką metodę zarządzania przedsiębiorstwem, która tworzy i utrwała wartość firmy, przy jednoczesnym zaspokojeniu realizacji długofalowych celów strategicznych, maksymalizujących wartość dla akcjonariuszy.

„Jeżeli podejmowane działania są świadome i zorganizowane, to proces ten można określić terminem «zarządzanie wartością przedsiębiorstwa» względnie «zarządzaniem przez wartość» (VBM – Value Based Management, EVM – Economic Value Management, EVC – Economic Value Creation)” [Cwynar i Cwynar, 2002].

W literaturze przedmiotu w temacie wartości przedsiębiorstwa i organizacji edukacyjnej oraz zarządzania wartością występuje także pojęcie kondycji finansowej. Utożsamiane jest ono często z pojęciem sytuacji lub pozycji finansowej jednostki gospodarczej [Waśniewski i Skoczylas, 1996]. Większość autorów opracowań poświęconych finansom przedsiębiorstwa wskazuje zasadnicze kryteria kondycji finansowej:

- rentowność, płynność, ryzyko, niezależność finansowa,
- płynność, zadłużenie, sprawność, zyskowość, ocena rynkowej wartości akcji i kapitału przedsiębiorstwa,
- płynność, zadłużenie, zarządzanie aktywami, rentowność, wartość rynkowa.

Odwołując się ponownie do literatury przedmiotu, należy zauważyć, że do najlepiej poznanych oraz najszerzej prezentowanych metod pomiaru i oceny kondycji finansowej przedsiębiorstwa, należy analiza wskaźnikowa [Tyran, 1999]. W najbardziej klasycznym ujęciu badaniu poddaje się dwa główne obszary aktywności gospodarczej przedsiębiorstwa – operacyjny i finansowy – w których określa się poziom:

- płynności finansowej,
- sprawności, zwanej także aktywnością przedsiębiorstwa,
- rentowności,
- zadłużenia,
- wartości rynkowej przedsiębiorstwa (o ile jest to możliwe do przeprowadzenia).

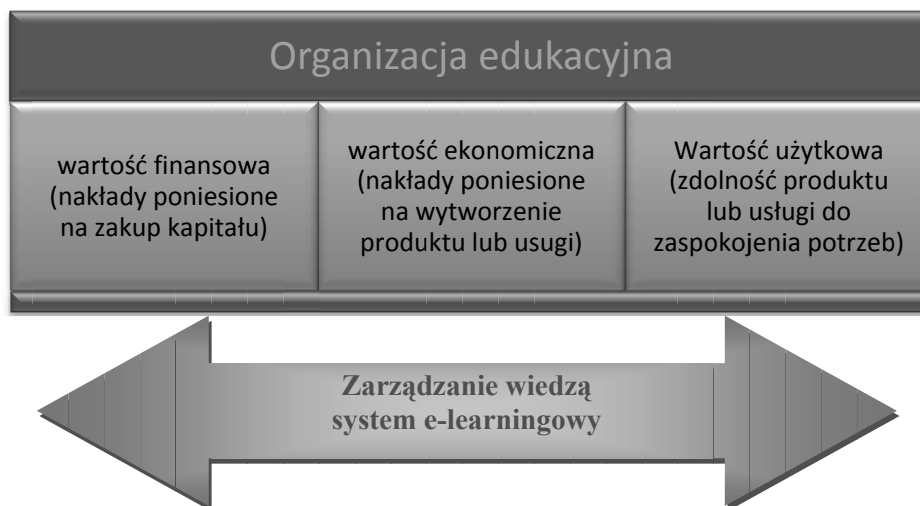
Podsumowanie

Opierając się na powyższych definicjach, można stwierdzić, że zarządzanie wartością w podmiotach edukacyjnych stanowi zbiór procesów zaspokajających potrzeby społeczne, edukacyjne, ekonomiczne i gospodarcze wszystkich interesariuszy funkcjonujących w organizacji oraz w jej otoczeniu, poprzez racjonalną implementację nowoczesnych modeli ekonomicznych, finansowych, zarządczych, organizacyjnych, informatycznych, metodologicznych oraz społecznych, dla uzyskania przewagi konkurencyjnej na rynku edukacyjnym. System e-learningowy, rozumiany jako zbiór kluczowych komponentów występujących na płaszczyźnie organizacyjno-ekonomicznej, informatycznej i merytoryczno-metodologicznej, wraz

z kapitałem intelektualnym organizacji (zasoby ludzkie), może stanowić praktyczne narzędzie zarządzania wartością w podmiotach edukacyjnych.

Jednym z podstawowych celów organizacji edukacyjnej jest takie przeprowadzenie procesu dydaktycznego lub inaczej mówiąc, dostarczenie takiego produktu lub usługi edukacyjnej, która da założony poziom wiedzy i zadowolenia klienta (studenta). Istotą procesów dydaktycznych jest przekazywanie informacji w układzie, w którym w ścisłych relacjach pozostaje: organizacja edukacyjna, nauczyciele (pracownicy) i studenci (klienci). Z tego punktu widzenia należy spojrzeć na problem tworzenia wartości przez pryzmat zarządzania wiedzą w organizacji edukacyjnej na wszystkich jej poziomach. „Jeśli dane nie przeobrażą się w informacje, które staną się podstawą rozwijania zasobów wiedzy, a ta – źródłem mądrości, traci się więcej niż zyskuje” [Grudzewski i Hejduk, 2002].

Zbieżny z poglądem o dominującej roli wiedzy jest pogląd zaprezentowany przez P. Druckera [1999]: „Coraz bardziej produktywność wiedzy staje się czynnikiem rozstrzygającym o zajmowanej przez kraj, przemysł czy firmę pozycji w konkurencji. Jeśli idzie o wiedzę – żaden kraj, żaden przemysł, żadna firma nie ma jakiegokolwiek «naturalnej» wyższości czy niższości. Jedyna możliwa przewaga dotyczy tego, jak wiele kraj, przemysł, czy firma potrafi uzyskać z powszechnie dostępnej wiedzy. Jedyną rzeczą, stopniowo nabierającą znaczenia w narodowej i międzynarodowej ekonomii, będzie zarządzanie działaniami czyniącymi wiedzę produktywną”.



Rys. 2. Schemat ideowy wartości w organizacji edukacyjnej

Istnieje wiele innych poglądów charakteryzujących źródła wartości, istotnych z punktu widzenia organizacji edukacyjnej. Niemniej jednak zaprezentowane definicje: ekonomiczna, użytkowa, finansowa i dotycząca zarządzania wiedzą, pozwalają na skonstruowanie ideowego schematu pojęcia wartości i jej miejsca w organizacji edukacyjnej (rys. 2). Na tej podstawie można wysnuć wnioski o dominującej roli wiedzy, występującej na wszystkich poziomach organizacji edukacyjnej oraz na wszystkich płaszczyznach szeroko rozumianego systemu e-learningowego. Według tego podejścia głównym źródłem wartości w organizacji edukacyjnej jest umiejętność efektywnego wykorzystania dostępnych zasobów, poprzez ich konfigurację, integrację i koordynację oraz poprzez wykorzystanie efektu synergii pomiędzy określonymi elementami występującymi w organizacji edukacyjnej.

Literatura

- Adair C., Murray B. (2002), *Radykalna reorganizacja firmy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Bielawska A. (2009), *Nowoczesne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa*, C.H. Beck, Warszawa.
- Blaug M. (2000), *Teoria ekonomii. Ujęcie retrospektywne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Cwynar A., Cwynar W. (2002), *Zarządzanie wartością spółki kapitałowej. Koncepcje, systemy, narzędzia*, Fundacja Rozwoju Rachunkowości w Polsce, Warszawa.
- Dobiegała-Korona B., Herman A. (2006), *Współczesne źródła wartości w przedsiębiorstwie*, Difin, Warszawa.
- Downar W. (2006), *System transportowy, kształtowanie wartości dla interesariusza*, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Drucker P. (1999), *Spółeczeństwo postkapitalistyczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Grudzewski W.M., Hejduk I.K. (2002), *Przedsiębiorstwo przyszłości – wizja strategiczna*, Difin, Warszawa.
- Jajuga K. (2007), *Elementy nauki o finansach*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Krysiak Z. (2006), *Modelowanie i kreowanie wzrostu wartości firmy*, Difin, Warszawa.
- Marshall A. (1928), *Zasady ekonomiki*, t. II, Wydawnictwo M. Arcta, Warszawa.
- Mun T. (1958), *Bogactwo Anglii w handlu zagranicznym. Merkantylizm i początki szkoły klasycznej. Wybór pism ekonomicznych XVI i XVII wieku*, PWN, Warszawa.

- Nasiłowski M. (2004), *Zarys historii myśli ekonomicznej*, Wydawnictwo Key Text, Warszawa.
- Petty W. (1958), *Traktat o podatkach i daninach. Merkantylizm i początki szkoły klasycznej. Wybór pism ekonomicznych XVI i XVII wieku*, PWN, Warszawa.
- Say J. (1960), *Traktat o ekonomii politycznej*, PWN, Warszawa.
- Siudak M. (2000), *Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa*, Politechnika Warszawska, Warszawa.
- Tyran M. (1999), *Wskaźniki finansowe*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa.
- Waśniewski T., Skoczylas W. (1996), *Kierunki analizy w zarządzaniu finansami firmy*, Wydawnictwo ZSBwS, Szczecin.

DEFINING VALUE PROBLEMS IN THE EDUCATIONAL ORGANIZATIONS

Summary: The article presents the concept of creating value in educational organization through effective and rational knowledge management. The starting point for reflection on the value was to describe the evolution of this concept in the literature and its place in the economy and education. The article also characterized financial and usage aspects of value. At the end it presents a schematic diagram of knowledge management in educational entities (using e-learning system) as one of the elements of defining and building value in education.

Keywords: value, education, knowledge management, e-learning.