

Teresa PIECUCH¹

INFORMACJA W FUNKCJONOWANIU WSPÓŁ- CZESNYCH PRZEDSIĘBIORSTW

Informacje zawsze były ważne, jednak nie zawsze człowiek zdawał sobie z tego sprawę. Współcześnie, w turbulentnych warunkach otoczenia, ich rola nie tylko w gospodarce (także w odniesieniu do pojedynczych osób) jest ogromna i ciągle rośnie. Informacje pomagają w prowadzeniu bieżącej działalności, w podejmowaniu decyzji, w skutecznym zarządzaniu organizacjami, także w walce z konkurencją, w osiąganiu i utrzymywaniu odpowiedniej, trwałej przewagi konkurencyjnej w danej branży. Umożliwiają poznanie rzeczywistości, są źródłem wiedzy o otaczającym świecie, o warunkach prowadzenia działalności, wspierają proces zmian, umożliwiają komunikację interpersonalną (umożliwiają także transfer wiedzy między różnorodnymi podmiotami).

Informacje to również ważny zasób jak klasyczne czynniki wytwórcze, do których zalicza się: pracę, ziemię i kapitał (nazywana jest czwartym czynnikiem produkcji). Niejednokrotnie decydują o sukcesach lub porażkach realizowanych przedsięwzięć. Poprawiają elastyczność i adaptacyjność przedsiębiorstw, przyczyniają się do kreowania nowoczesnej kultury organizacyjnej nastawionej na innowacyjność, kreatywność i przedsiębiorczość. Informacje są ponadto źródłem władzy, wpływów, wyznacznikiem statusu społecznego. W pełni wartościowa informacja może być uznana jako zasób strategiczny umożliwiający osiągnięcie i utrzymywanie odpowiedniej pozycji, nawet w warunkach bardzo ostrej walki konkurencyjnej między firmami.

W coraz bardziej komplikujących się warunkach otoczenia, rola informacji jako zasobu wytwórczego rośnie – co więcej coraz częściej skutecznie zastępuje (a nawet wypiera) tradycyjne zasoby. To nieunikniona konsekwencja zmian zachodzących we współczesnym świecie, a polegających na przejściu od gospodarki opartej na tradycyjnych zasobach, do gospodarki opartej na zasobach niematerialnych – głównie informacji i wiedzy.

Słowa kluczowe: informacja, znaczenie informacji, cechy informacji, funkcje informacji

1. WSTĘP

Informacja to jedno z najważniejszych (podstawowych) pojęć współczesnego świata. Staje się zasobem o coraz większej roli, „[...] o znaczeniu gospodarczym porównywalnym ze znaczeniem energii, a jej wykorzystanie kreuje coraz większą część dochodów rozwiniętych gospodarek świata. Szczególne właściwości tego zasobu [...] powodują nowe jakościowo zjawiska cywilizacyjne”².

Informacja jest obecnie najdroższym towarem, zasobem strategicznym umożliwiającym osiągnięcie i utrzymanie odpowiedniej pozycji konkurencyjnej w danej branży. To czwarty (niematerialny) czynnik produkcji (obok klasycznych: pracy, ziemi i kapitału)

¹ Dr Teresa Piecuch, Katedra Przedsiębiorczości, Zarządzania i Ekoinnowacyjności, Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska im. Ignacego Łukasiewicza, al. Powstańców Warszawy 8, 35-959 Rzeszów, tel. 17 8651650, e-mail: tpiecuch@prz.edu.pl

² L. Kiełtyka, *Rzetelna informacja podstawą sukcesu przedsiębiorstwa*, [w:] *Uwarunkowania sukcesu przedsiębiorstwa*, red. K. Jaremczuk i J. Posłuszny, Wydawnictwo WSAiZ w Przemysłu, Przemysł 2002, s. 84.

odgrywający bardzo ważną rolę w procesach gospodarowania. Kwestie istoty i znaczenia informacji we współczesnych organizacjach stanowią przedmiot rozważań opracowania.

2. ISTOTA I FUNKCJE INFORMACJI

„Informacja” to pojęcie bardzo różnorodnie definiowane. Brak w literaturze przedmiotu ścisłej, jednoznacznej i wyczerpującej jej definicji. Nie ulega jednak wątpliwości, że jest to specyficzny, niematerialny zasób likwidujący (zmniejszający) nieokreśloność, pozwalający na zwiększenie wiedzy (zmniejszenie niewiedzy) o człowieku, organizacji, otaczającym świecie³.

Twórca cybernetyki Norbert Wiener wprowadzając pojęcie „informacja” stwierdził, że jest ona po prostu nazwą treści, która pochodzi ze świata zewnętrznego⁴.

Prawdopodobnie najobszerniejszą definicję informacji sformułował Eufemiusz Terebuch⁵, według którego jest to pewna treść będąca opisem, nakazem, zakazem, poleceniem lub zaleceniem, przekazywana w różnych postaciach (słowa, litery, liczby), jak też transformowana według określonych potrzeb przez nadawcę do odbiorcy w celu uzyskania podstawy do sterowania, czyli sprecyzowanego, konkretnego zamierzenia, zdążającego w kierunku realizacji określonego działania.

Rozszerzając tę definicję o elementy procesu komunikacji, można stwierdzić, że informacja to:

- pewna **treść** (komunikat, wiadomość);
- będąca **nakazem, zakazem, poleceniem, prośbą**;
- mająca **różną postać** (np. litery, słowa, dźwięki, obrazy, wykresy itp.);
- przekazywana **od nadawcy do odbiorcy**;
- **kanałami przepływu informacji**;
- treść będąca informacją może być **zakodowana** (pod warunkiem że odbiorca zna sposób jej odkodowania);
- a co najważniejsze – **musi być wykorzystana do czegoś więcej** (np. w procesie planowania, motywowania, podejmowania decyzji), w przeciwnym razie przekazaną treść nie będzie można nazwać informacją.

Z punktu widzenia różnych obszarów nauki i wiedzy za informację uważa się również⁶:

- zbiór faktów, zdarzeń, cech obiektów, ujęty i podany w takiej formie, że pozwala odbiorcy ustosunkować się do zaistniałej sytuacji i podjąć odpowiednie działania;
- wiedzę potrzebną do określenia i przeprowadzenia zadań służących realizacji celów;
- wszelką treść zaczerpniętą ze świata zewnętrznego;
- przeanalizowane lub przetworzone dane, które powiadamiają odbiorcę o sytuacji;
- miarę swobody wyboru lub miarę usuwanej przez sygnał niepewności odbiornika.

³ Etymologicznie słowo to pochodzi od łacińskiego *informatio*, co oznacza: wyjaśnienie, wyobrażenie, zawiadomienie. Informacja jako pojęcie naukowe pojawiło się prawdopodobnie po raz pierwszy w latach sześćdziesiątych XX wieku wraz z pracami Norberta Wienera poświęconymi cybernetyce. Definiował on wówczas informację jako „[...] nazwę treści zaczerpniętej ze świata zewnętrznego [...]” (S. Forlicz, *Informacja w biznesie*, PWE, Warszawa 2008, s. 13).

⁴ *Zarządzanie. Tradycja i nowoczesność*, red. J. Bogdaniecki, W. Piotrowski, PWE, Warszawa 2013, s. 311.

⁵ E. Terebuch, *System informacji ekonomicznej w przedsiębiorstwie*, PWE, Warszawa 1970, s. 12.

⁶ T. Rojek, *Rola informacji w zarządzaniu współczesnym przedsiębiorstwem*, [w:] *Przedsiębiorczość. Szanse i wyzwania* red. H. Kościelniak, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2011, s. 73.

Dla Czesława Berman informacja oznacza⁷:

- **produkt (rzecz)** – określonego procesu mającego wykonawcę (źródło informacji) oraz użytkownika (odbiorcę, adresata) i podlegającego operacjom wytwarzania, magazynowania, przesyłania, przetwarzania, wymiany, kupna, sprzedaży itp.;
- **wielkość mierzalną** – umożliwiającą ilościową charakterystykę wiadomości nazywanej informacją;
- **potencjał** – oznaczający zdolność informacji do określonej zmiany stanu rzeczy w procesie podejmowania decyzji, do zmniejszania lub eliminacji niepewności;
- **zmianę** – zarówno postaw odbiorcy, jak i zachowań danego systemu.

Definiując informację, warto także odnieść ją do terminu „dane”. Nie są to pojęcia tożsame, choć niejednokrotnie używa się ich zamiennie, nie tylko w języku potocznym. Dane to punkt wyjścia informacji, to „surowe”, nieobrobione, nieprzeanalizowane fakty, liczby, wiadomości; to fragmenty informacji wymagające zidentyfikowania, przeanalizowania i „poskładania”. Informacje natomiast to przeanalizowane, przetworzone, „obrobione”, „poskładane” dane. Można zatem stwierdzić, że „[...] otoczenie przedsiębiorstwa dostarcza wielu danych, aby jednak mogły one stać się informacjami, potrzebne jest ich odpowiednie przetworzenie. Jedynie przeanalizowane dane mogą stać się informacjami możliwymi do wykorzystania w procesie zarządzania przedsiębiorstwem. Tylko pod takimi warunkami mogą one realizować swoją główną funkcję, czyli zmniejszać stan niewiedzy oraz redukować niepewność”⁸.

Z problematyką wykorzystywania informacji we współczesnym świecie ściśle wiąże się pojęcie „**asymetria informacji**”, które można zdefiniować jako sytuację, kiedy niektórzy uczestnicy życia gospodarczego wiedzą więcej i mają dostęp do istotnych dla ich funkcjonowania informacji, a inni są ich pozbawieni bądź mają ograniczoną możliwość dostępu. Wywołuje to różnego rodzaju komplikacje dla podmiotów, które doświadczają tego stanu. W turbulentnych warunkach otoczenia zewnętrznego oraz biorąc pod uwagę specyfikę informacji, należy stwierdzić, że jest to zjawisko nieuchronne. Zdaniem Leszka Korzeniowskiego i Andrzeja Peplńskiego, szczególnie ważne okazują się trzy aspekty asymetrii informacji⁹:

- **szybkość dostępu do informacji** – łatwiej wówczas podejmować ważne decyzje wpływające na funkcjonowanie firmy; o efektywności rynku decyduje czas upływający od pojawienia się informacji do podjęcia właściwej decyzji;
- **jakość informacji** – również istotnie wpływa na podejmowane decyzje; wśród wielu cech składających się na jakość informacji (które omówiono w dalszej części opracowania) bardzo ważną rolę odgrywa **wiarygodność źródła informacji**;
- **cena informacji** – bezpośrednio wpływa na szanse uzyskania danej informacji; ważne jest, by oszacowana oczekiwana wartość informacji była wyższa niż jej cena – wówczas przedsiębiorcy opłaca się zdecydować się na określone informacje.

⁷ L. Korzeniowski, A. Peplński, *Wywiad gospodarczy. Historia i współczesność*, EAS, Kraków, 2005, s. 120, cyt. za: C. Berman, *Informacja i aspekty komunikacji*, „Zagadnienia Naukoznawstwa” 1991/3–4, s. 427.

⁸ T. Rojek, *op. cit.*, s. 74.

⁹ L. Korzeniowski, A. Peplński, *op. cit.*, s. 92, 93.

3. FUNKCJE INFORMACJI

Wzrasta znaczenie informacji w procesie zarządzania. Wynika to z tego, że pełnią one dla jednostki, organizacji, całej gospodarki szereg funkcji, wśród których najważniejsze to¹⁰:

- **funkcja poznawcza** – informacje umożliwiają poznanie określonego wycinka rzeczywistości, w której przebiega działanie człowieka, przestrzegają przed zagrożeniami, pozwalają rozpoznawać zamiary innych, podtrzymują tożsamość i kulturę organizacyjną itp.;
- **funkcja motywacyjna** – informacje wskazują cele, do których powinni dążyć uczestnicy organizacji, nadają im wartość, umożliwiają wiązanie celów osobistych z celami organizacji, wpływają na emocje ludzi;
- **funkcja koordynacyjna** – informacje przyczyniają się do sprawniejszej realizacji celów; dzięki nim łatwiej podejmować decyzje na różnych poziomach zarządzania organizacją;
- **funkcja kontrolna** – informacje ułatwiają kontrolowanie postępów pracy jednostek, grup (zespołów) oraz całych organizacji.

Listę tych funkcji można poszerzyć na przykład o funkcje: **planistyczną** (informacja ułatwia planowanie), **organizatorską** (dzięki informacji możliwe jest sprawniejsze organizowanie procesów pracy zarówno jednostek, jak i grup czy całych organizacji), **decyzyjną** (informacje umożliwiają podejmowanie decyzji na różnych poziomach zarządzania – operacyjnym, taktycznym, strategicznym), **kierowniczą, sterującą** [informacje umożliwiają kierowanie (sterowanie) różnymi formami zbiorowości ludzkich].

Zdaniem Z. Malary i J. Rząchowskiego, w przedsiębiorstwie wartościowa informacja powinna spełniać następujące funkcje:

- wspierać proces zmian;
- umożliwiać komunikowanie się pracowników z kierownictwem;
- wzbogacać indywidualną wiedzę pracowników;
- umożliwiać nawiązywanie więzi z otoczeniem.

Z punktu widzenia jednostki można mówić o następujących, podstawowych funkcjach informacji¹¹:

- **opisowej** – która charakteryzuje stany rzeczywistości, w wyniku czego następuje w umyśle człowieka ich odwzorowanie;
- **modelowej** – na podstawie odwzorowanych obrazów rzeczywistości w umyśle jednostki budowany jest model poznawczy;
- **projeekcyjnej** – stworzony model rzeczywistości emitowany jest na zewnątrz, do otoczenia (wykorzystywany w działaniu).

We współczesnych przedsiębiorstwach wykorzystuje się wiele różnorodnych informacji (docierających z otoczenia zewnętrznego, a także znajdujących się w jej wnętrzu), pełniących wiele funkcji, które można pogrupować w następujące kategorie¹²:

- **informacje pokrępiające** – dotyczące bieżącej sytuacji organizacji; mają na celu zapewnienie, że zmiany przebiegają zgodnie z przyjętymi założeniami;
- **informacje rozwojowe** – związane z oceną stanu lub przebiegu jakiegoś zjawiska lub procesu zmian oraz pokazaniem ewentualnych trudności związanych z jego realizacją;

¹⁰ K. Bolesta-Kukułka, *Decyzje menedżerskie*, PWE, Warszawa 2003, s. 75.

¹¹ J. Kurnal, *Teoria organizacji i zarządzania*, PWE, Warszawa 1979, s. 295 i n.

¹² J. Kisielnicki, *Zarządzanie. Jak zarządzać i być zarządzanym*, PWE, Warszawa 2008, s. 191 i n.

- **informacje ostrzegawcze** – pokazuje, że wystąpiły określone zagrożenia w wyniku realizacji zmian w organizacji lub że mogą one niebawem wystąpić;
- **informacja planistyczna** – odnosi się do przyszłości, czyli sytuacji po dokonaniu zmiany;
- **informacja operacyjna** – określa zmiany własnej organizacji i pozwala na jej umiejscowienie na „mapie” działalności innych, podobnych podmiotów;
- **informacja opiniotwórcza** – dotyczy zarówno treści o najbliższym, jak i dalszym otoczeniu zmieniającej się organizacji;
- **informacje kontrolowane** – dotyczą zachodzących zmian i powinny być przekazane otoczeniu.

Wielość zaprezentowanych funkcji i rodzajów informacji świadczy o jej znaczeniu we współczesnych procesach gospodarowania. Aby jednak informacja spełniała swoje funkcje, powinna się charakteryzować pewnymi cechami (świadczącymi o wysokiej jakości informacji), które omówiono w kolejnej części opracowania.

4. CECHY INFORMACJI

Jedną z ważniejszych cech informacji jest jej **aktualność (terminowość)**, powinna ona bowiem docierać do odbiorcy w określonym miejscu i czasie oraz dotyczyć ściśle określonego, analizowanego okresu. Informacja nieaktualna jest bezużyteczna dla odbiorcy – tylko informacja aktualna może spełnić swoją funkcję. Na obniżenie się poziomu aktualności informacji wpływa na przykład „[...] upływ czasu, który sprawia, że obiekt zmienia się, czyli pojawiają się nowe, aktualne wartości cech będących przedmiotem informacji”¹³. Ważna jest także **dokładność** informacji, która oznacza, że otrzymana treść dotyczy ściśle określonego problemu, że brak w niej treści zbędnych, zniekształcających lub uniemożliwiających prawidłowe zrozumienie poznawanego wycinka rzeczywistości, nieprzydatnych do rozwiązywania danego problemu.

Za jedną z ważniejszych cech informacji uznaje się także **wiarygodność**. Jest to ściśle związane z wiarygodnością źródła informacji. Cecha ta wynika z występowania licznych przekłamań informacji. Ryzyko przekłamania rośnie wraz z wydłużaniem drogi, którą pokonuje informacja, oraz ze zwiększeniem na tej drodze liczby punktów przekazywanych¹⁴. Warto podkreślić, że wiarygodność nie jest wartością absolutną, dlatego należy rozróżnić **informacje pewne** (przy założeniu określonych kryteriów ocen) od **prawdopodobnych** (w znaczeniu teorii prawdopodobieństwa) lub **przewidywanych** (opartych na intuicji)¹⁵.

Ważne, by informacje były **adekwatne**, a zatem przydatne do potrzeb określonego użytkownika – jednej osoby lub grupy decydentów – oraz **zrozumiałe**. Cecha ta „[...] związana [...] jest z formą przekazu informacji – język, symbole, w jakie ujęte są przekazywane dane muszą być zrozumiałe dla odbiorcy [...], w innym wypadku nie spełni ona swojej funkcji, co więcej – niezrozumiała, przestanie być informacją”¹⁶.

¹³ L. Korzeniowski, A. Peplowski, *op. cit.*, s. 129.

¹⁴ M. Kwieciński, *Wywiad gospodarczy w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Kraków 1999, s. 20.

¹⁵ Z. Małara, J. Rząchowski, *Zarządzanie informacją na rynku globalnym. Teoria i praktyka*, C.H. Beck, Warszawa 2011, s. 24.

¹⁶ K. Bolesta-Kukułka, *op. cit.*, s. 78.

Informacja powinna być **elastyczna**, to znaczy zdolna do zaspokajania obecnych i przyszłych potrzeb różnych użytkowników. Najbardziej elastyczne są informacje jednostkowe, gdyż mogą być wykorzystane przez różnych użytkowników i do różnych celów. Informacja powinna być także **jednoznaczna**, to znaczy do jej tworzenia powinno się używać niebudzących wątpliwości określeń, powszechnie znanych sformułowań, pojęć itp. Cesze tej sprzyjają: normy, standardy językowe, nomenklatury i klasyfikacje. Dzięki temu każdy rozumie daną informację w taki sam sposób. **Jednoznaczność rzeczowa i podmiotowa** to wymaganie, aby informacja dotyczyła konkretnego przedmiotu oraz aby wiadomo było, kto jest autorem określonej treści¹⁷. Na **rzetelność** informacji składają się natomiast jej staranność, poprawność sporządzenia i opracowania komunikatu, którego treść stanowi informację¹⁸.

Informacja powinna być też **obiektywna**, to znaczy istnieć niezależnie od odbiorcy (jest to trudne do uzyskania w praktyce). Powinna być „nieskażona”, nieobciążona subiektywną interpretacją, opiniami i poglądami odbiorcy na dany temat. „Cecha ta jest w szczególności zgodna z poglądem filozoficznym, że informacja jest odzwierciedleniem różnorodności badanego obiektu. Stanowi ona potencjalną treść, którą każdy użytkownik może zinterpretować i wykorzystać według swoich subiektywnych potrzeb i założeń”¹⁹. Tak naprawdę informacje mają dwoisty charakter – obiektywne, a zarazem subiektywne.

Kolejna, ważna cecha informacji to **kompletność**. Cecha ta niełatwa jest do osiągnięcia; trudno bowiem w danych warunkach uznać, że posiadane informacje są kompletne, że nie potrzeba więcej. Także nadmiar informacji może być wadliwy, może szkodzić, dlatego że zaciemnia pełny obraz problemu, „zaśmieca” proces decyzyjny, rozprasza uwagę decydenta na analizę niepotrzebnych treści.

Informacja może też być **potencjalna** – to znaczy przydatna danemu odbiorcy – oraz **aktywna** przydatna dla konkretnego użytkownika. Może być **pierwotna**, gdy pochodzi z oryginalnych, nieprzetworzonych (pierwotnych) danych, ze źródła informacji oraz **wtórna** – czyli wykorzystana ponownie informacja pierwotna (z drugiej ręki), pozyskana uprzednio dla innych celów²⁰.

Dla Bogdana Stefanowicza, informacja ma następujące cechy²¹:

- jest synergetyczna;
- jest niezależna od obserwatora (obiektywna);
- jest różnorodna;
- jest zasobem niewyczerpywalnym;
- może być powielana i przenoszona w czasie i przestrzeni;
- można ją przetwarzać, nie powodując jej zużycia (zniszczenia);
- ta sama informacja ma to samo znaczenie dla różnych użytkowników (subiektywność ocen);
- każda jednostkowa informacja opisuje obiekt tylko ze względu na jedną jego cechę.

Omówione cechy informacji decydują o jej wysokiej jakości. Bardzo istotne jest to szczególnie w procesie wywiadu gospodarczego, który bazuje na wysokiej jakości infor-

¹⁷ T. Rojek, *op. cit.*, s. 76.

¹⁸ L. Korzeniowski, A. Peplowski, *op. cit.*, s. 130.

¹⁹ *Ibidem*, s. 129.

²⁰ *Ibidem*, s. 129.

²¹ *Zarządzanie. Tradycja i nowoczesność...*, s. 311.

macji. W literaturze przedmiotu opisano wiele zasad, których przestrzeganie warunkuje wysoką jakość informacji. Chodzi na przykład o²²:

- **selekcję** – która wskazuje na nadmiar, a nie na niedostatek informacji w pracy współczesnego kierownika. Dlatego konieczna jest selekcja informacji określana za pomocą zasady „20–80”; dowodzi ona, że jedynie 20% informacji docierających do kierownictwa dotyczy problemów kluczowych i w 80% przesądza o wynikach działalności;
- **wiarygodność** – cecha ta wiąże się występowaniem licznych przekłamań informacji; zasada ta wymaga choćby wrywkowego sprawdzania autentyczności informacji;
- **aktualność** – która wskazuje na konieczność opracowywania informacji w sposób minimalizujący opóźnienia w ich dystrybucji.

5. INFORMACJA JAKO ZASÓB STRATEGICZNY PRZEDSIĘBIORSTW

Informacje odgrywają bardzo ważną rolę w zarządzaniu współczesnymi przedsiębiorstwami – Józef Penc nazywa je „**katalizatorem zarządzania**”²³. Pozwalają na osiągnięcie i utrzymanie odpowiedniej pozycji konkurencyjnej w danej branży. Są konieczne do prawidłowego funkcjonowania organizacji jako całości – pozwalają zachować ład i porządek wewnątrz niej, a także zagwarantować odpowiednie relacje między organizacją a elementami jej otoczenia (bliższego i dalszego).

Informacje współcześnie traktuje się jako podstawowy, **strategiczny zasób organizacji**. W dobie „rewolucji informacyjnej”, w której obecnie funkcjonuje człowiek, niejako z definicji informacja jest jednym z kluczowych czynników sukcesu we współczesnym biznesie. Dysponowanie informacją użyteczną w działaniach gospodarczych pozwala przedsiębiorstwom na²⁴:

- podjęcie właściwej decyzji strategicznej lub taktycznej nakierowanej na możliwie najbardziej efektywne pozycjonowanie firmy w warunkach konkurencyjnych danego sektora gospodarczego;
- obniżenie kosztów funkcjonowania firmy dzięki konieczności wyważania „otwartych drzwi”.

Informacja od zawsze towarzyszyła działalności przedsiębiorstw, jednak nigdy w takim stopniu jak współcześnie nie odgrywała tak ogromnej roli, decydując o sukcesie lub porażce przedsiębiorstwa, wpływając na jego pozycję konkurencyjną. Zdaniem Michaela E. Portera, wybitnego znawcy konkurencji, rewolucja informacyjna wpływa na konkurencję na trzy zasadnicze sposoby²⁵:

- zmienia strukturę sektora, a w trakcie tego zmienia reguły konkurencji;
- stwarza przewagę konkurencyjną, umożliwiając firmom osiągnięcie lepszych wyników od tych, które uzyskują ich rywale;
- rodzi zupełnie nowe dziedziny działalności często na podstawie obecnych operacji firmy.

²² M. Kwieciński, *op. cit.*, s. 20.

²³ Z. Malara, J. Rząchowski, *op. cit.*, s. 17.

²⁴ <http://www.wywiadgospodarczy.pl/index.php?id=9> (dostęp: 17.09.2012).

²⁵ M. E. Porter, *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001, s. 92.

Działalność współczesnych przedsiębiorstw w dużej mierze oparta jest na wiedzy (bazującej na informacjach) będącej podstawowym zasobem przedsiębiorstwa. Każda firma chcąc odnieść sukces rynkowy powinna być zatem²⁶:

- **elastyczna i szczupła** – czyli zdolna do szybkich inwestycji, dezinwestycji, o niskich kosztach stałych;
- **zarządzana przez projekty i struktury macierzowe**;
- **kooperatywna** – poszukująca współdziałania, nie konkurencji;
- **inteligentna** – mająca rozbudowane zasoby intelektualne, a nie materialne, inwestujące w pracowników oraz w badanie i rozwój, dysponując wywiadem ekonomicznym i sprawnie działającym controllingiem.

Często, nawiązując do znaczenia informacji i wiedzy we współczesnych procesach gospodarowania, warunki funkcjonowania przedsiębiorstw określa się w literaturze przedmiotu mianem „nowej ekonomii”²⁷, której charakterystyczną cechą jest dominacja informacji, kapitału ludzkiego, kreatywności, niematerialnych środków jako najważniejszych zasobów umożliwiających przedsiębiorstwom osiągnięcie sukcesu i rozwój. Wyzwania nowej ekonomii prowadzą także do tego, że każde przedsiębiorstwo zmuszone jest do pozyskiwania użytecznych, wiarygodnych informacji o swoim otoczeniu. To warunki, w których informacja jest:

- swoistym zasobem;
- niematerialnym narzędziem pracy;
- źródłem wiedzy i przewagi konkurencyjnej;
- źródłem zbiorowych korzyści członków organizacji;
- gwarancją trwałości przedsiębiorstwa;
- czynnikiem minimalizującym ryzyko działalności.

Nowa ekonomia to także myślenie globalne, które wymaga nie tylko informacji wieloaspektowych, ale jednocześnie charakteryzujących się szczegółowością. Myślenie globalne wymusza bowiem zupełnie nowy **informacyjny paradygmat** działalności przedsiębiorstwa, który opiera się na konieczności²⁸:

- rozszerzenia zasobów niematerialnych szczególnie w procesie doskonalenia wiedzy o tym, co jest dla przedsiębiorstwa ważne i efektywne, umiejętności pozyskiwania i upowszechniania wiedzy o tym w całym przedsiębiorstwie,
- premiowania osób umiejących dzielić się informacjami, ale także umiejętnie chroniących informacje przed osobami do tego niepowołanymi.

Odpowiednio dobrani pracownicy czynią z posiadanych zasobów informacji rzeczywistą przewagę strategiczną organizacji, w których pracują. To dzięki niej i mądrości pracowników firma jest w stanie zdobyć i utrzymać przywództwo intelektualne w danej branży. Informacje wykorzystywane są w przedsiębiorstwie w systemie zarządzania wiedzą, który jest procesem złożonym, składającym się z następujących faz²⁹:

²⁶ *System informacji strategicznej. Wywiad gospodarczy a konkurencyjność przedsiębiorstw*, red. R. Borowiecki, M. Romanowska, Difin, Warszawa 2001, s. 27.

²⁷ R. Borowiecki, M. Kwieciński, *Koncepcja wywiadu gospodarczego w przedsiębiorstwie przyszłości, kulturowe i organizacyjne uwarunkowania jej realizacji*, http://www.zti.com.pl/instytut/pp/referaty/ref35_full.html (dostęp: 13.10.2012).

²⁸ M. Kwieciński, *op. cit.*, s. 26.

²⁹ *System informacji strategicznej...*, s. 34 i n.

- **nabywania wiedzy** – to doskonalenie, rozwijanie zasobów kadrowych (inwestowanie w pracowników, w ich szkolenie, samodoskonalenie itp.), które są źródłem mądrości, a także kupowanie wiedzy na zewnątrz, korzystanie z usług profesjonalnych doradców, opracowań firm konsultingowych itp.;
- **dzielenia się wiedzą** – to upowszechnianie wiedzy w ramach organizacji lub poza nią, dzięki czemu proces uczenia się obejmuje szerokie kręgi ludzi i przyspiesza proces wdrażania wiedzy; w procesie dzielenia się wiedzą możliwe jest uzyskanie efektu synergii wynikającego z połączenia różnych zasobów wiedzy, doświadczeń ludzi, ich sposobów myślenia itp.;
- **przekształcanie wiedzy w decyzję** – to najtrudniejszy i najważniejszy etap zarządzania procesami uczenia się w organizacjach. Ujawnia się tu rzeczywista wartość zasobów informacyjnych, jakimi dysponuje przedsiębiorstwo, jest to bowiem swoisty weryfikator użyteczności posiadanych informacji.

Informacje odgrywają bardzo ważną (coraz ważniejszą) rolę w funkcjonowaniu współczesnych organizacji. Wiązą wszystkie składniki organizacji: ludzi, maszyny, produkty, kapitał. Są niezbędne do prawidłowego funkcjonowania organizacji. Stanowią – oprócz energii i materii – trzeci, podstawowy składnik otaczającej człowieka rzeczywistości. Bez nich nie ma porozumiewania się, podejmowania decyzji, a więc zjawisk stanowiących podstawę każdego zorganizowanego działania człowieka.

6. ZAKOŃCZENIE

Informacje opisują rzeczywistość, ujawniają problemy, dostarczają cennych wiadomości dotyczących różnych aspektów otoczenia, w którym człowiek funkcjonuje. Bez nich niemożliwe byłoby prawidłowe funkcjonowanie człowieka w danym środowisku, nie mogłaby istnieć żadna organizacja, nie można byłoby podjąć żadnej decyzji.

Informacje odgrywają bardzo ważną rolę we współczesnych procesach gospodarowania. To główny składnik procesu decyzyjnego – jest istotna do podejmowania zarówno decyzji strategicznych, jak i taktycznych oraz operacyjnych. To zasób niezbędny w każdym aspekcie działalności przedsiębiorstw i funkcjonowania ludzi. Uznaje się je za **zasób strategiczny przedsiębiorstw**, to znaczy przyczyniający się do osiągnięcia i utrzymania trwałej przewagi konkurencyjnej w danym obszarze rynku, umożliwiający funkcjonowanie w zmiennych warunkach otoczenia. To specyficzny, bo niematerialny, **czwarty (oprócz pracy, ziemi i kapitału) czynnik produkcji**.

Wiek XXI nazywany jest erą informacji lub technologii informacyjnych, w której informacja odgrywa coraz większą rolę w funkcjonowaniu przedsiębiorstw. Często staje się nawet ważniejsza niż kapitał. Jest najdroższym, najbardziej pożądanym towarem. Swego rodzaju rewolucja informacyjna ogarnęła całą gospodarkę światową. Ponadto nie ma żadnych przesłanek ku temu, by sądzić, że eksplozja informacji, jakiej jesteśmy świadkami, obecnie ulegnie zahamowaniu. Co więcej – proces ten ciągle przybiera na sile.

LITERATURA

- [1] Forlicz S., *Informacja w biznesie*, PWE, Warszawa 2008.
- [2] <http://www.wywiadgospodarczy.pl/index.php?id=9>.
- [3] http://www.zti.com.pl/instytut/pp/referaty/ref35_full.html.
- [4] Kisielnicki J., *Zarządzanie. Jak zarządzać i być zarządzanym*, PWE, Warszawa 2008.

- [5] Korzeniowski L., Pepłoński A., *Wywiad gospodarczy. Historia i współczesność*, Wyd. EAS, Kraków 2005.
- [6] Kurnal J., *Teoria organizacji i zarządzania*, PWE, Warszawa 1979.
- [7] Kwieciński M., *Wywiad gospodarczy w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Kraków 1999.
- [8] Malara Z., Rząchowski J., *Zarządzanie informacją na rynku globalnym. Teoria i praktyka*, C.H. Beck, Warszawa 2011.
- [9] Martinet B., Marti Y., *Wywiad gospodarczy. Pozyskiwanie i ochrona informacji*, PWE, Warszawa 1999.
- [10] Porter M. E., *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001.
- [11] Rojek T., *Rola informacji w zarządzaniu współczesnym przedsiębiorstwem*, [w:] *Przedsiębiorczość. Szanse i wyzwania*, red. H. Kościelniak, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2011.
- [12] *System informacji strategicznej. Wywiad gospodarczy a konkurencyjność przedsiębiorstw*, red. R. Borowiecki, M. Romanowska, Difin, Warszawa 2001.
- [13] *Uwarunkowania sukcesu przedsiębiorstwa*, red. K. Jaremczuk i J. Posłuszny, WSAiZ w Przemyślu, Przemyśl 2002.
- [14] *Zarządzanie. Tradycja i nowoczesność*, red. J. Bogdaniecki, W. Piotrowski, PWE, Warszawa 2013.

INFORMATION IN THE FUNCTIONING OF CONTEMPORARY ENTERPRISES

Information has always been important; however one has not always realised that. Presently, in the turbulent conditions of the environment, its role not only in the economy (also in reference to individuals) is prominent and it has been constantly growing. Information facilitates running current activities, decision-making, effective management of organisations, the competition with rivals and also gaining and maintaining proper, permanent competitive advantage in a given industry. It enables knowing the reality; it is a source of knowledge of the environment and the requirements of running a business; it supports the process of changes, facilitates interpersonal communication (as well as knowledge transfer between various entities).

Information is a resource that is as significant as the classical factors of production, which comprise: labour, land and capital (it is called the fourth factor of production). Frequently, it decides on the success or failure of the ventures being realised. It improves flexibility and adaptability of enterprises; it contributes to the creation of modern organisational culture orientated towards innovativeness, creativity and entrepreneurship. Moreover, information is a source of power, influence and an indicator of social status. Truly valuable information can be regarded as a strategic resource enabling the achievement and the maintenance of a proper position, even in the conditions of fierce competition between companies.

In more and more complex conditions of the environment, the role of information as a production resource has been constantly growing – moreover, it frequently substitutes (or even displaces) traditional resources. It is an inevitable consequence of the changes that occur in contemporary world, which consist in moving from the economy basing on traditional resources to the economy basing on intangible resources – mainly information and knowledge.

Keywords: information, role of information.

DOI: 10.7862/rz.2013.mmr.52

Tekst złożono w redakcji: maj 2013

Przyjęto do druku: grudzień 2013