

Wstęp

Coraz większa liczba podmiotów funkcjonujących na współczesnych rynkach – z uwagi na stale pogłębiającą się konieczność permanentnego podnoszenia jakości oferowanych produktów i usług – poszukuje naukowych podstaw, mogących być drogowskazem w działaniach ukierunkowanych na uzyskiwanie i utrzymywanie przewagi konkurencyjnej. Organizacje wciąż zadają sobie pytania: co czynić i w jakim kierunku zmierzać, aby poprzez stałe doskonalenie procesów wewnątrzorganizacyjnych oraz oferowanych klientom wyrobów i usług umacniać swoją pozycję: sprzedażową, konkurencyjną, wizerunkową, reputacyjną. Jaki pisze Katarzyna Szczepańska w monografii *Zarządzanie jakością. W dążeniu do doskonałości*, „interdyscyplinarność współczesnego podejścia do zarządzania jakością sprawia, że jego zakres ulega nie tylko rozszerzeniu, ale również pogłębieniu. Istota zarządzania jakością może być przenoszona zarówno do praktyki organizacji biznesowych, jak i organizacji społecznych, samorządowych czy publicznych”¹. Nie ulega wątpliwości, że zarządzanie jakością staje się użyteczną i wartościową perspektywą menedżerską dla organizacji różnych typów, branż i obszarów rynku, a narzędzia, których dostarcza, sprawdzają się równie skutecznie w przedsiębiorstwie, jak i w jednostce administracji publicznej czy organizacji pozarządowej. Jakość nie uznaje bowiem granic i różnic: własnościowych, branżowych, sektorowych, tematycznych. Jakość jest wartością cenną dla klienta, bez względu na dziedzinę rynku, w której funkcjonuje i charakter organizacji, której jest interesariuszem.

Monografia *Zarządzanie jakością w administracji i biznesie*, pod redakcją Piotra Celeja i Michała Kaczmarczyka, jest efektem pracy zespołu badaczy, zaproszonych do realizacji projektu naukowego finansowanego ze środków Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego, przyznanych Wydziałowi Administracji i Zarządzania Wyższej Szkoły Humanitas w Sosnowcu na utrzymanie potencjału badawczego w 2015 roku. Publikacja adresowana jest do studentów oraz nauczycieli akademickich kształcących w obszarze nauk społecznych i podejmujących zagadnienia zarządzania jakością, marketingu relacji i zarządzania wartością dla klienta, a także do praktyków realizujących działania zawodowe w dziedzinie zarządzania, ekonomii, administracji czy marketingu (menedżerów, ekonomistów, kierowników organów administracji publicznej, auditorów i pełnomocników ISO 9001, branżowych stowarzyszeń zawodowych lub przedsiębiorstw). Zamieszczone w niniejszym tomie teksty mają za zadanie skłonić odbiorców do refleksji nad dynamicznie zmieniającymi się uwarunkowaniami ekonomiczno-społecznymi współczesnych organizacji, mającymi pośredni i bezpośredni wpływ na utrzymanie wysokiej jakości oferowanych produktów i usług. Monografia winna również przyczynić się do upowszechnienia wiedzy na temat metod, technik i narzędzi zarządzania jakością oraz ich użyteczności (aplikacyjności) w organizacjach różnych typów, tak komercyjnych, jak i publicznych.

¹ K. Szczepańska, *Zarządzanie jakością. W dążeniu do doskonałości*, Wyd. C.H. Beck, Warszawa, 2011, s. 7.

Ufamy, że publikacja pomoże – choćby w niewielkiej części – wypełnić lukę w badaniach nad zarządzaniem jakością z perspektywy firm i instytucji oraz urzędów administracji publicznej.

Piotr Celej
Michał Kaczmarczyk