

WPROWADZENIE

Współczesne organizacje w swych działaniach kierują się różnymi celami. W zależności od ich sformułowania wyróżnia się organizacje nastawione bądź nienastawione na zysk. Wśród organizacji niekomercyjnych występują również takie, które realizują działalność gospodarczą po to, by móc realizować swoje cele statutowe.

Do typowych organizacji niekomercyjnych zalicza się tzw. organizacje trzeciego sektora (non-profit) oraz administrację publiczną. Ta ostatnia jest nastawiona na realizację celów wspólnych. W literaturze spotyka się jednak różne podziały organizacji przypisanych do różnych sfer działalności i różnie się je określa.

Aktualnie zarysowuje się pogląd, że organizacje niekomercyjne korzystają coraz szerzej z doświadczeń w zarządzaniu w przedsiębiorstwach, a współczesną tendencją jest tworzenie układów sieciowych między organizacjami biznesowymi, non-profit i administracją publiczną. Prezentowane zjawiska pociągają za sobą konieczność nowego spojrzenia na zagadnienia przedsiębiorczości, w tym w aspekcie rozwoju regionalnego. W niniejszej książce poruszono te zagadnienia, mając na uwadze różne organizacje niekomercyjne, zwracając przy tym uwagę na problematykę rozwoju miast.

Pierwsza część pracy dotyczy wybranych aspektów przedsiębiorczości w rozwoju regionów i miast. M. Huczek i M. Kochmańska omawiają koncepcję przedsiębiorczości społecznej, odnosząc się do wpływu sektora społecznego na rozwój regionalny. A. Chodyński analizuje możliwości przenoszenia doświadczeń przedsiębiorstw na rozwój miast i gmin z wykorzystaniem umiejętności menadżerskich przedsiębiorców. Znaczenie uczelni wyższych jako „lokomotywy innowacyjności” w rozwoju miast prezentuje A. Kopel.

Druga część pracy dotyczy uwarunkowań rozwoju organizacji niekomercyjnych zarówno o charakterze społecznym, jak i administracji publicznej. A. Jabłoński i M. Jabłoński prezentują doświadczenia niemieckie w zarządzaniu organizacjami non-profit, podkreślając wpływ tych organizacji na tworzenie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw. Zwracają uwagę na konieczność doskonalenia metod zarządzania w tych organizacjach. Wymienieni autorzy przygotowali również tekst poświęcony strategiom sukcesu organizacji non-profit, opartym o współczesny model zarządzania.

Możliwości wykorzystania modeli kultury organizacyjnej w organizacjach nienastawionych na zysk prezentuje I. Kłóska. Kolejne dwa teksty odnoszą się do specyficznych problemów wybranych organizacji. Problematykę jakości w doskonaleniu administracji samorządowej porusza K. Rosa. Miejsce i rolę kapitału społecznego w bibliotekach omawia S. Adamiec.

Prezentowana książka stanowi kontynuację tematyki dotyczącej organizacji non-profit zainicjowanej w Wyższej Szkole Humanitas we współpracy z autorami z różnych ośrodków. Dotychczas ukazały się m.in.:

- *Zarządzanie marketingiem w organizacjach nieochodowych* (red. A. Chodyński, M. Huczek, I. Socha), Wyd. WSZiM, Sosnowiec 2002.
- *Nowoczesne koncepcje zarządzania w organizacjach non-profit* (red. A. Chodyński, M. Huczek, I. Socha), Wyd. WSZiM, Sosnowiec, 2005.

Prof. nadzw. dr hab. A. Chodyński

Prof. zw. dr hab. M. Huczek