

WPROWADZENIE

Współczesny świat cechuje się dużą dynamiką zmian, które prawdopodobnie zauważane są w każdej aktywności człowieka. Stwarza to szczególne okoliczności do poszukiwania sposobów radzenia sobie z pojawiającymi się możliwościami, a także zagrożeniami. Z uwagi na fakt, że nauki o zarządzaniu odznaczają się aplikacyjnym charakterem, ich znaczenie z punktu widzenia poszukiwania nowych rozwiązań umożliwiających przedsiębiorstwu adaptację do zmian otoczenia jest bardzo duże.

Niniejszy zeszyt przedstawia wybrane problemy zarządzania organizacjami.

Małgorzata Smolarek oraz **Joanna Dzieńdziora** prezentują wybrane możliwości finansowania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw ze środków zewnętrznych w Polsce. Autorki swoje rozważania rozpoczynają od przedstawienia roli i znaczenia sektora małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce narodowej, a następnie przechodzą do możliwości finansowania rozwoju tych przedsiębiorstw kapitałem obcym przez wybrane instytucje polskiego sektora bankowego oraz inne wybrane instytucje finansowe. Artykuł kończy twierdzenie, że państwo ma wiele do zrobienia, jeśli chodzi o politykę informacyjną w zakresie możliwości wspierania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw.

Mariola Krakowczykóv uważa, że organizacje non-profit, aby funkcjonować, wykazują takie same potrzeby jak organizacje sektora profitowego, w szczególności dotyczy to ich potrzeb związanych z dostatecznym finansowaniem. Autorka swoje rozważania oparła o realia występujące w Republice Czeskiej, gdzie istnieje możliwość skorzystania z kilku form finansowania dla organizacji non-profit. Wiedza o tych możliwościach i jej wspieranie jest ważna dla uwzględnienia w strategii finansowania organizacji. Dostęp organizacji non-profit do marketingu może przyczynić się do uzyskania środków finansowych w realizacji celów podstawowych organizacji.

Olimpia Grabiec swoje rozważania koncentruje na genezie powstania grup kapitałowych. Grupy kapitałowe jako formy współdziałania gospodarczego samodzielnych podmiotów powstają w celu rozwoju przedsiębiorstwa poprzez powiększanie rozmiarów działalności gospodarczej, a także uzyskiwania przewagi konkurencyjnej, która może wynikać z przewagi kosztowej, posiadania marki, siły finansowej czy z opanowania technologii. Autorka w pierwszej części przedstawia istotę oraz rodzaje grup kapitałowych, a następnie przechodzi do charakterystyki różnych dróg ich powstawania.

Maria Kocot omawia wpływ jakości partnerstwa na powodzenie outsourcingu w przedsiębiorstwie. Sukces outsourcingu oznacza uzyskanie strategicznych, organizacyjnych i technicznych korzyści w wyniku wysokiej jakości partnerstwa. Jakość odgrywa decydującą rolę w przypadku wyboru partnera outsourcingowego. Autorka twierdzi, że jakość pełni istotną rolę w wyborze partnerów outsourcingowych, ale należy także wziąć pod uwagę sprzężenie zwrotne, a mianowicie fakt, że wysoka jakość partnerstwa wcale nie musi przesądzać o sukcesie outsourcingu chociażby z tego względu, że pojecie „sukces” ma wiele znaczeń.

Dorota Fleszer prowadzi rozważania dotyczące jakości usług administracji publicznej. Uważa, że zmiany w zakresie zarządzania sektorem publicznym, czyli wprowadzenie do niego zasad i metod właściwych podmiotom prywatnym wymusiło zainteresowanie się jakością prowadzonej działalności publicznej. Odbiorcy działań organów administracji publicznej oczekują bowiem nie tylko wykonywania nakazanych przez przepisy prawa czynności, ale także by cechowała je odpowiednia jakość. W konsekwencji podmioty odpowiedzialne za funkcjonowanie administracji publicznej zobowiązane są do zainteresowania się problematyką jakości świadczonych przez siebie usług, a w szczególności czynnikami, które ową jakość determinują i mają wpływ na jej poprawę.

Paulina Gajewska oraz **Irena Szewczyk** przedstawiają możliwości wykorzystania metody FMEA w ocenie jakości usług hotelarskich. W przedsiębiorstwach hotelarskich ważnym działaniem na rzecz jakości świadczonych usług jest umiejętność synchronizacji jakości technicznej związanej z wyposażeniem obiektu i kwalifikacjami personelu z jakością funkcjonalną, czyli sposobem dostarczania danej usługi, a więc zachowaniem personelu, jego komunikatywnością, umiejętnością rozumienia potrzeb klientów. A stworzenie odpowiedniej jakościowo struktury bazy noclegowej staje się obecnie podstawowym warunkiem rozwoju współczesnej turystyki.

Katarzyna Dojwa podejmuje kwestie kreowania pozytywnego wizerunku instytucji publicznej, jaką jest Policja, przy wykorzystaniu metod i technik public relations (PR). Autorka swoje rozważania rozpoczyna od prezentacji cech charakterystycznych public relations w grupach dyspozycyjnych, następnie przechodzi do analizy schematu struktury organizacyjnej, który pokazuje, że Policja nie posiada jednego wyodrębnionego działu PR, niemniej jednak jego funkcje pełnią różne wydziały, biura oraz komórki organizacyjne. Autorka przybliża działalność Policji w zakresie PR na szczeblu regionu, prezentując studium przypadku KWP we Wrocławiu. W dalszej części przytacza wyniki badań dotyczące społecznego wizerunku Policji oraz wizerunku tej instytucji wśród jej funkcjonariuszy i pracowników.

Zespół Redakcyjny składa serdeczne podziękowania wszystkim Autorom, którzy przyczynili się do powstania niniejszego zeszytu.

*Małgorzata Smolarek
Joanna Dzieńdziora*