

# Wstęp

Mamy nadzieję, że studenci do których skierowany jest niniejszy podręcznik uznają go za ciekawy, a także interesujący i zachęcający do zgłębienia wielu zaprezentowanych w nim klasycznych i współczesnych koncepcji zarządzania. Pomysł napisania książki zrodził się z potrzeby wprowadzenia nowego przedmiotu pod tytułem *Koncepcje Zarządzania*. Charakter przedmiotu jest wielowymiarowy, stąd też prezentuje wiele różnych podejść do zarządzania przedsiębiorstwem. Poznanie ich i zgłębienie jest źródłem inspiracji i pomysłów do tworzenia zupełnie nowych jakościowo układów. Poza tym odpowiada na często zadawane pytania przez studentów o tak zwane recepty na sukces, wzorce funkcjonowania przedsiębiorstwa, o doskonałe i sprawdzone sposoby działania – prezentacja różnych koncepcji zarządzania jest odpowiedzią na ich pytania. Słowo koncepcja w języku potocznym oznacza ideę, jakiś pomysł, jakieś rozwiązanie, pewien plan działania. Według słownika języka polskiego koncepcja<sup>1</sup> to nasze wyobrażenie o czymś, zwłaszcza sposób, w jaki chcemy coś osiągnąć lub w jaki wyobrażamy sobie działanie czegoś.

Głównym celem podręcznika jest próba uporządkowania i pewnej kategoryzacji tak wielu koncepcji zarządzania. Dążeniem naszym jest chęć wyposażenia studentów w kanon współczesnej wiedzy z poszanowaniem osiągnięć i dorobku klasyków zarządzania, bowiem część z tych klasycznych zasad z początku XX wieku jest dzisiaj nadal aktualna. Wiele współczesnych koncepcji bazuje na niektórych prawach klasycznych, co dowodzi tezie, że wiedza ma charakter kumulatywny. Książka jest skierowana do studentów różnych uczelni, na których wykładana jest wiedza z dyscypliny nauki o zarządzaniu. Zasadniczo chodzi tu o magisterskie studia uzupełniające, podczas których studenci realizują obowiązkowy przedmiot pod tytułem *Koncepcje Zarządzania* będący w nowym programie wytycznych procesu bolońskiego. Jednakże nasza książka może służyć także studentom menedżerskich studiów podyplomowych, jak również studentom studiów doktorskich, jako punkt wyjścia do rozważań badawczych i poszukiwań naukowych.

Wyzwaniem dydaktycznym była chęć zbudowania przejrzystej struktury podręcznika, czytelnego podziału i kategoryzacji tak wielu koncepcji i dorobku nauki. Poprzez zorientowanie i położenie nacisku na dominujący sposób myślenia charakterystyczny dla danych koncepcji zostały zaprezentowane różne podejścia. Zdajemy sobie sprawę, że ten podział może być dyskusyjny, ale przede wszystkim kierowałyśmy się transparentnością podręcznika. Na początku każdego rozdziału zostały umieszczone istotne pojęcia, teorie, idee ujęte w podstawowe pojęcia

---

<sup>1</sup> *Słownik języka polskiego tom 2*, Biblioteka Gazety Wyborczej, PWN, Warszawa 2001, s. 280.

pomagające zapamiętać podstawowe terminy prezentowane w tekście natomiast na końcu każdego rozdziału zostały zawarte pytania do dyskusji i zagadnienia do przemyślenia oraz zalecana literatura.

Praca została zorganizowana i ujęta w dziewięć części, w ramach których zostały wyodrębnione rozdziały. Część pierwsza prezentuje uwarunkowania powstania nauki i przekrój dorobku klasycznych koncepcji zarządzania w podziale na trzy szkoły. Zostało w nim podkreślone, że ewolucja koncepcji zarządzania nie jest tylko spowodowana błędami poprzednich, lecz podlega ciągłej modyfikacji warunków funkcjonowania organizacji. Część druga wprowadza czytelnika w neoklasyczne idee kształtowania się koncepcji zarządzania oraz w problematykę wykorzystania metafor jako narzędzi rozumienia i kształtowania organizacji. W części trzeciej zgodnie przedstawiono uwarunkowania funkcjonowania współczesnych organizacji i wynikające z nich paradygmaty dla rozwijających się współczesnych koncepcji zarządzania. Część czwarta przybliży koncepcje zorientowane na jakość (TQM, Six Sigma). Część piąta została poświęcona ewolucyjnym i radykalnym podejściom do kreowania i wdrażania zmian w organizacji (np. Kaizen, reengineering). Część szósta zawiera koncepcje zorientowane na klienta (marketing, CRM). Część siódma prezentuje koncepcje zorientowane na współdziałanie (organizacje sieciowe, wirtualne). Część ósma skupia się na koncepcjach zorientowanych na wyszczuplaniu organizacji (Lean Management, Outsourcing). Wreszcie ostatnia – dziewiąta część – poświęcona koncepcjom zorientowanym na wiedzę, która staje się strategicznym zasobem organizacji (zarządzanie wiedzą, organizacja ucząca się, zarządzanie innowacjami).

Na koniec chcielibyśmy jako redaktorki naukowe podręcznika podziękować całemu zespołowi za zaangażowanie i znakomitą współpracę w tym przedsięwzięciu. W tym miejscu pragniemy podziękować pracownikom naukowym naszego Instytutu Organizacji i Zarządzania na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego biorącym udział w napisaniu niniejszego podręcznika. Korzystając z okazji szczególne podziękowania składamy: profesorowi Piotrowi Grajewskiemu, który uczy nas współczesnego, procesowego myślenia o organizacji, profesorowi Bogdanowi Nogalskiemu za zachęcanie do podejmowania nowych wyzwań naukowych, profesorowi Ryszardowi Rutce, który uczy nas poszanowania dla historii myśli organizatorskiej, doktorowi Tomkowi Dryłowi za wiarę w przyszłość organizacji sieciowych, doktorowi Wojciechowi Machelowi, który przekonuje, że budowanie relacji z klientami przynosi duże korzyści organizacji, doktorowi Jędrzejowi Strumille, który kieruje naszą uwagę na radykalne podejście do usprawniania organizacji, doktorowi Piotrowi Wróblowi za dążenie do wirtualizacji organizacji, doktor Agacie Borowskiej-Pietrzak za propagowanie wzrostu wydajności przez budowanie kobiecej kultury organizacyjnej i magister Małgorzacie Wojnarowskiej za przekonywanie, że wiedza to cenny zasób i warto nim zarządzać w celu osiągnięcia korzyści ekonomicznych.

*Małgorzata Czerska i Agnieszka Anna Szpitter*  
Instytut Organizacji i Zarządzania  
Wydział Zarządzania  
Uniwersytet Gdański