

Organizacja w sieci relacji

Redakcja naukowa

Stefan Lachiewicz i Agnieszka Zakrzewska-Bielawska

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
<i>Stefan Lachiewicz, Agnieszka Zakrzewska-Bielawska</i>	
CZĘŚĆ I – ASPEKT STRATEGICZNY I STRUKTURALNY W ZARZĄDZANIU RELACJAMI MIĘDZYORGANIZACYJNYMI	9
Wpływ międzyorganizacyjnego osadzenia w relacjach na rozwój małych i średnich przedsiębiorstw	11
<i>Milena Ratajczak-Mrozek</i>	
Strategia relacyjna jako strategia współdziałania małych i średnich przedsiębiorstw	22
<i>Letycja Sołoducho-Pelc</i>	
Zasoby relacyjne a pozycja konkurencyjna spółdzielczych kas oszczędnościowo-kredytowych	34
<i>Magdalena Rajchelt</i>	
Znaczenie lobbingu w budowaniu relacji grupy interesu – decydenci ..	43
<i>Joanna Dzieńdziora</i>	
Gospodarka współdzielenia a gospodarka doznań w sektorze turystycznym	50
<i>Dagmara Wójcik</i>	
Związek międzygminny jako sieć międzyorganizacyjna	65
<i>Anita Perska-Temblowska</i>	
Relacje międzysektorowe z perspektywy organizacji pozarządowych ..	76
<i>Maria J. Szymankiewicz</i>	
Instrumenty <i>new public management</i> w polskiej administracji publicznej – badania empiryczne 2010-2015	87
<i>Jarosław Ignacy</i>	
CZĘŚĆ II – ZAUFANIE, KULTURA I INNOWACJE W RELACJACH MIĘDZYORGANIZACYJNYCH	97
Zaufanie a osiągnięcie korzyści z relacji międzyorganizacyjnych	99
<i>Patryk Dziurski</i>	
Współpraca i zaufanie firm produkcyjnych w klastrze meblowym	112
<i>Zbigniew Malara, Janusz Kroik</i>	

Ryzyko i zaufanie w relacjach z kontrahentami w działalności instytutu badawczego	130
<i>Beata Domańska-Szaruga, Przemysław Simiński</i>	
Specyfika relacji sądów z interesariuszami. W kierunku budowania zaufania do sądów	142
<i>Agata Austen, Przemysław Banasik, Sylwia Morawska</i>	
Aspekty złożoności kultury organizacyjnej	154
<i>Agnieszka Sitko-Lutek, Jacek Jakubczak</i>	
Lean management jako element wspierający otwartą kulturę organizacyjną	167
<i>Marek Krasiński</i>	
Wpływ stylu kierowania na ukształtowanie relacji kooperacyjnych polskich przedsiębiorstw	176
<i>Michał Chomicki</i>	
Koncepcja <i>free revealing</i> w kulturze innowacyjnej przedsiębiorstw	186
<i>Patrycja Juszczyk</i>	
Relacje międzyorganizacyjne w modelu innowacji otwartych	199
<i>Joanna Zimmer, Dominika Mierzwa, Katarzyna Walecka-Jankowska</i>	
CZĘŚĆ III – RELACJE Z WYBRANYMI INTERESARIUSZAMI W KONTEKŚCIE RÓŻNYCH TYPÓW ORGANIZACJI I OBSZARÓW DZIAŁANIA	211
Przegląd procesów angażowania interesariuszy w zarządzaniu projektami	213
<i>Bartosz Grucza</i>	
Relacja przedsiębiorstwa z interesariuszami na przykładzie zarządzania relacjami z klientem	223
<i>Lech Nieżurawski, Czesław Sobków, Agnieszka Michalak</i>	
Budowanie relacji z konsumentami w kontekście rozwoju portali społecznościowych	234
<i>Dagna Siuda, Magdalena Grębosz</i>	
Wykorzystanie programów lojalnościowych w zarządzaniu uczelnią wyższą	246
<i>Iwona Ewa Tomaszewska</i>	

Zarządzanie relacjami z dostawcami w kontekście bezpieczeństwa łańcucha dostaw	258
<i>Anna Walaszczyk</i>	
Kooperacja w obszarze bezpieczeństwa i higieny pracy w sektorze budownictwa	269
<i>Katarzyna Boczkowska</i>	
Artysta projektant w sieci relacji	280
<i>Katarzyna Caban-Piaskowska</i>	
Poprawne relacje interpersonalne vs. osiągnięcie wyników ekonomicznych	292
<i>Teresa Kupczyk, Joanna Kubicka</i>	
Budowanie relacji z pracownikami jako ważny element zarządzania we współczesnych przedsiębiorstwach	305
<i>Marcin Ratajczak</i>	
Satysfakcja z pracy jako czynnik wzmocnienia relacji wewnątrzorganizacyjnych w firmach sektora MSP	316
<i>Barbara A. Sypniewska</i>	
Specyfika relacji w spółdzielniach rolniczych	329
<i>Małgorzata Matyja</i>	
Summary	342

WSTĘP

Każda organizacja jest uwikłana w sieć relacji zarówno wewnątrz-, jak i międzyorganizacyjnych. Relacje z interesariuszami (wewnętrznymi i zewnętrznymi) oraz innymi podmiotami mogą być nawiązywane w różny sposób i w różnych formach, a głównym celem ich kształtowania jest dążenie do rozwoju organizacji. Szerokie spektrum różnych kategorii relacji powoduje, że zarządzanie relacjami organizacji staje się coraz bardziej złożone, a wielowymiarowość problemów z tym związanych jest prawdziwym wyzwaniem dla kadry kierowniczej. Niniejsza monografia koncentruje się na wybranych problemach zarządzania relacjami w różnego typu organizacjach, wpisując się tym samym w ten aktualny i szeroko dyskutowany w naukach o zarządzaniu nurt badawczy. Książka składa się z 28 opracowań, które podzielono na trzy części.

Część pierwsza porusza strategiczne i strukturalne zagadnienia zarządzania relacjami międzyorganizacyjnymi. W pierwszej kolejności wyjaśniono tu wpływ międzyorganizacyjnego osadzenia w relacjach na rozwój małych i średnich przedsiębiorstw oraz omówiono strategię relacyjną jako strategię współdziałania firm w tym sektorze. Na tym tle określono zależności między zasobami relacyjnymi a pozycją konkurencyjną przedsiębiorstwa w oparciu o wyniki badań przeprowadzonych w spółdzielczych kasach oszczędnościowo-kredytowych oraz przedstawiono typologię grup interesu i relacje podmiotów uczestniczących w procesie lobbingu. Kolejno wyjaśniono istotę gospodarki współdzielenia, obrazując prowadzone rozważania przykładami platform technologicznych sektora turystycznego. Omówiono tu także formy współdziałania gmin z perspektywy sieci międzyorganizacyjnej, relacje z podmiotami otoczenia organizacji pozarządowych oraz instrumenty *new public management* w polskiej administracji publicznej.

W części drugiej skoncentrowano się na determinantach kształtowania i rozwijania relacji międzyorganizacyjnych, czyniąc przedmiotem rozważań trzy wybrane czynniki. Po pierwsze omówiono zagadnienie zaufania w relacjach, zarówno z perspektywy osiąganych korzyści, jak i specyficznych warunków funkcjonowania różnych typów organizacji, w tym w firmach produkcyjnych klastrów meblowego, działalności instytutu badawczego oraz w kontekście budowania zaufania do sądów. Następnie podjęto problem kultury organizacyjnej, wskazując na aspekty jej złożoności i czynniki wspierające jej otwartość, w tym koncepcję *lean management*. Zwrócono tu również uwagę na wpływ stylu kierowania na kształtowanie relacji kooperacyjnych w polskich przedsiębiorstwach. Kolejno określono zależności między koncepcją *free revealing* a kulturą

innowacyjną przedsiębiorstw. Wskazano, że nawiązywanie relacji międzyorganizacyjnych przez przedsiębiorstwa stosujące koncepcję innowacji otwartych na rynku polskim jest oparte na powiązaniu rozwoju tych relacji z dążeniem do wzrostu innowacyjności.

Część trzecia monografii poświęcona została relacjom z wybranymi interesariuszami organizacji w różnych kontekstach. Dokonano tu przeglądu procesów angażowania interesariuszy w zarządzaniu projektami. Zidentyfikowano czynniki zapewniające wysoką rentowność przedsiębiorstwa wynikającą z relacji z klientami, określono mechanizmy budowania relacji pomiędzy marką a konsumentami za pomocą portali społecznościowych oraz wskazano na znaczenie budowania satysfakcji klienta przy wykorzystaniu programów lojalnościowych w kontekście rozwoju nowoczesnej uczelni. Podjęto również problem zarządzania relacjami z dostawcami w ujęciu systemowym z perspektywy zarządzania bezpieczeństwem w łańcuchu dostaw, a także kooperacji w obszarze bezpieczeństwa i higieny pracy na przykładzie przedsiębiorstw sektora budowlanego. Przedstawiono tu także sieć relacji w świecie realnym i wirtualnym, w jakich funkcjonuje artysta projektant postrzegany jako przedsiębiorca oraz wyniki badań identyfikujące związek między utrzymywaniem poprawnych relacji interpersonalnych a osiąganymi rezultatami ekonomicznymi. Zwrócono również uwagę na relacje z interesariuszami wewnętrznymi, podejmując problem budowania efektywnych relacji z pracownikami, czy identyfikując specyfikę więzi organizacyjnych w spółdzielniach rolniczych.

Zawarte w niniejszej monografii rozważania teoretyczne są bogato ilustrowane wynikami badań i przykładami praktycznymi. Dlatego też polecana jest ona nie tylko środowiskom naukowym i studentom zarządzania, ale także właścicielom i kadrze menedżerskiej, którzy zainteresowani są problematyką zarządzania i funkcjonowania organizacji w sieci relacji. Autorzy wyrażają nadzieję, że przedstawione tu zagadnienia staną się inspiracją do dalszych badań, eksploatacji naukowych i poszukiwań rozwiązań praktycznych.

W imieniu Autorów

Stefan Lachiewicz, Agnieszka Zakrzewska-Bielawska