

Streszczenie

Od początku lat 90. organizacje pozarządowe przeszły istotną ewolucję, dostosowując swoje metody działania do szybko zmieniających się realiów społeczno-gospodarczych. Wymusiły to na nich nowe wyzwania rynku, które skłoniły je do intensywnego rozwoju i adaptacji. Specyfika ich działalności, oparta na realizacji misji oraz działaniach z założenia niekomercyjnych, wymaga obecnie coraz wyższego poziomu profesjonalizacji, co wiąże się z koniecznością wdrażania metod zarządzania typowych dla sektora komercyjnego. Niniejsza praca poświęcona jest stworzeniu metodyki projektowania modeli biznesowych dla organizacji pozarządowych, z myślą o wsparciu i uporządkowaniu ich działań. Z przeprowadzonej analizy literatury wynika bowiem, że zarówno koncept tworzenia modeli biznesowych, jak i ich zastosowanie w polskich organizacjach pozarządowych, jest obszarem dotąd mało zbadanym.

Problemem naukowym dysertacji został wskazany brak metodycznych propozycji dotyczących projektowania modeli biznesu organizacji pozarządowych, a jej głównym celem opracowanie uniwersalnej metodyki projektowania modeli biznesu organizacji pozarządowych. Zrealizowanie tak sformułowanego celu wymagało określenia celów cząstkowych o charakterze teoretycznym, metodycznym, empirycznym i utylitarnym.

Cele teoretyczne zostały zrealizowane poprzez analizę literatury dotyczącą ewolucji funkcjonowania organizacji pozarządowych po 1989 r. oraz wybranych modeli biznesu, które mogą być stosowane przez organizacje pozarządowe. Autor wykazał tu również możliwości i ograniczenia jakie mogą wiązać się z wykorzystaniem modeli biznesu w działalności NGO.

Cele metodyczne polegały na identyfikacji niezbędnych elementów modelu biznesu organizacji pozarządowej oraz narzędzi projektowych mających aplikacyjny charakter przy ich tworzeniu. Ponadto opracowano narzędzia badawcze, scenariusz pogłębionego wywiadu indywidualnego, który dostosowano po przeprowadzeniu badania pilotażowego.

Cel empiryczny sprowadził się do opracowania autorskiej metodyki projektowania modeli biznesu dla organizacji pozarządowych, a cel utylitarny został zrealizowany w formie wniosków z zastosowania uniwersalnej metodyki projektowania modeli biznesu dla organizacji pozarządowych przedstawionych także zarządzającym w badanych organizacjach.

W odniesieniu do przyjętego tematu oraz założeń badawczych, struktura dysertacji obejmuje wstęp, sześć rozdziałów kolejno ze sobą powiązanych oraz zakończenie.

Rozdział pierwszy obejmuje przegląd literatury o organizacjach pozarządowych, omawiając ich definicje, funkcje, klasyfikacje i rozwój, szczególnie w Polsce po 1989 r. podkreślając ich rolę w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego.

Rozdział drugi analizuje znaczenie strategii i modeli biznesu w organizacjach pozarządowych, ukazując, jak planowanie strategiczne oraz koncepcje modeli biznesu wspierają ich działania, łącząc cele ekonomiczne z misją społeczną.

W rozdziale trzecim przedstawione zostały teoretyczno-metodologiczne problemy projektowania, teoretyczny model metodycznej koncepcji projektowania modeli biznesu oraz etapy metodycznej koncepcji projektowania modeli biznesu w organizacji pozarządowej. Zostały tu też wymienione narzędzia projektowania modeli biznesu dostosowane do specyfiki organizacji pozarządowych.

Opis metodologii badań empirycznych został zawarty w rozdziale czwartym. Zostały w nim ujęte etapy metodyki badań oraz metody wykorzystane na poszczególnych etapach, takie jak studium przypadku i wywiad pogłębiony.

Rozdział piąty przedstawia wyniki badań na przykładzie czterech organizacji: Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, Polskiego Czerwonego Krzyża, Fundacji Rozwoju Kardiochirurgii im. Profesora Zbigniewa Religi oraz Federacji Polskich Banków Żywności. Z ich przedstawicielami, będącymi przede wszystkim kadrą zarządzającą, przeprowadzono wywiady, a następnie dokonano ich analizy i podsumowania w kontekście tematyki projektowania i funkcjonowania modeli biznesu organizacji pozarządowych.

Rozdział szósty zawiera propozycję metodyki projektowania modeli biznesowych dla NGO, a także wnioski i rekomendacje z uwzględnieniem praktycznego jej zastosowania oraz wskazuje kierunki dalszych badań.

Całość opracowania zamyka zakończenie, stanowiące podsumowanie analizowanych treści i najważniejsze wnioski.

Słowa kluczowe: organizacje pozarządowe, model biznesu, projektowanie, strategia, design-thinking