

*Marek Matejun* \*

## **Metodyka badań ankietowych w naukach o zarządzaniu - ujęcie modelowe**

[ Po więcej publikacji zapraszam na [www.matejun.pl](http://www.matejun.pl) ]

### **1. Wprowadzenie**

Metodyka badań pełni istotną rolę w procesach badawczych kształtując ich formalne podstawy i przekładając poczynione założenia teoretyczne na język procedur empirycznych. Dotyczy to również badań ankietowych, które wywodzą się z grupy metod społecznych, mają charakter indagacyjny i są szeroko stosowane w naukach o zarządzaniu pozwalając na rozpoznawanie wyznaczonych opinii osób (respondentów) w stosunku do określonych zjawisk społeczno-gospodarczych zachodzących w organizacjach [Sudoł, 2012, s. 140]. Przyjęta metodyka badań ankietowych oraz sposób i zakres jej prezentacji w publikacjach w istotny sposób determinuje rygor metodologiczny, jakość prac badawczych oraz stopień realizacji funkcji wiedzy naukowej<sup>1</sup> rozwijanej z wykorzystaniem tego podejścia.

Biorąc to pod uwagę, jako cel opracowania wyznaczono przedstawienie zakresu i znaczenia oraz sformułowanie modelowego ujęcia metodyki badań ankietowych w naukach o zarządzaniu. Realizacji celu pracy poświęcono przegląd literatury polskiej oraz zagranicznej, a także własne doświadczenia wynikające z realizacji badań ankietowych o zasięgu krajowym i międzynarodowym.

### **2. Zakres i znaczenie metodyki badań ankietowych w naukach o zarządzaniu**

Metoda badań ankietowych zaliczana jest do grupy metod empirycznych w naukach o zarządzaniu i koncentruje się na rozwiązaniu problemu badawczego od strony doświadczeń, poprzez uchwycenie maksymalnie zbliżonych do rzeczywistości warunków, pozwalających zgłębić badaczowi rozpatrywane

---

\* Dr hab. inż., Katedra Zarządzania, Wydział Organizacji i Zarządzania, Politechnika Łódzka, [matejun@p.lodz.pl](mailto:matejun@p.lodz.pl)

<sup>1</sup> Do których najczęściej zalicza się funkcje: opisową, wyjaśniającą, prognostyczną oraz praktyczną, zob. szerzej: [Stachak, 2006, s. 33-35; Malarska, 2010, s. 90].

zagadnienie od strony nauki [Dźwigoł, 2015, s. 102]. Swoim charakterem wpisuje się nomotetyczne podejście badawcze, nastawione na poszukiwanie uogólnionych sądów, praw i reguł świata organizacji, co jest realizowane poprzez indukcyjną ścieżkę badawczą (głównie indukcja enumeracyjna niezupełna), pozwalającą na stwierdzenie prawdziwości zjawiska na podstawie zdań potwierdzających jego istnienie w niektórych tylko przypadkach (spośród wszystkich możliwych) [Niemczyk, 2015b, s. 21-23]. Z tego powodu jest metodą zawsze zawodną [Popper, 2015, s. 21-24] i wymaga stosowania określonego rygoru metodologicznego, zapewniającego relatywnie wysoką trafność, rzetelność i obiektywizm wnioskowania [Czakon, 2015b, s. 84-95].

Choć badania ankietowe pozycjonowane są w ramach procedur lustracyjnych [Mika, 1981, s. 45-46], to literatura przedmiotu nie jest jednolita w kwestii zaliczania ich do metod lub technik badawczych [zob. szerzej: Chybalski, Matejun, 2013, s. 103]. Na przykład H. Adamkiewicz-Drwiłło [2008, s. 45-46] i S. Stachak [2006, s. 173-178] wyraźnie traktują ankietowanie jako metodę naukową gromadzenia materiału badawczego, natomiast J. Apanowicz [2003, s. 84-86 oraz 104-107] wskazuje, iż jest to technika badawcza, która swoim charakterem stanowi podstawową formułę prowadzenia badań metodą sondażu diagnostycznego. W niniejszym opracowaniu ankietowanie zostanie potraktowane jako metoda badawcza, czyli określony skład i układ etapów postępowania badawczego, powtarzalny w badaniu określonej klasy problemów ze względu na swą skuteczność [Czakon, 2015a, s. 11]. Jej celem ogólnym jest gromadzenie materiału empirycznego użytecznego do rozwiązania wyznaczonego problemu badawczego.

Tak rozumiana metoda badań ankietowych w aspekcie technicznym sprowadza się do udzielania przez wyraźnie określone osoby (respondentów) odpowiedzi na pytania tworzące świadomy, logiczny, konsekwentny i spójny zestaw odpowiedzi służących do rozwiązania problemu naukowego [Apanowicz, 2003, s. 104]. Jej podstawową cechą jest brak aktywnej i dynamicznej interakcji pomiędzy badaczem a respondentem. Przebieg badania ankietowego może być również realizowany przez ankierów [Babbie, 2013, s. 299-300], którzy w tym przypadku powinni pełnić bardziej rolę techniczną, niż merytoryczną. Należy zwrócić uwagę, iż w przypadku aktywnej i pogłębionej interakcji pomiędzy respondentem a badaczem/ankierem mamy do czynienia z zastosowaniem metody wywiadu [Chybalski, Matejun, 2013, s. 129-131]. Silne relacje między tymi dwoma metodami powodują, iż niejednokrotnie są one zaliczane do jednej grupy i traktowane bliskoznacznie [zob. np.: Sułkowski, Marjański, 2014, s. 226-227].

Zakres wykorzystania metody badań ankietowych w naukach o zarządzaniu charakteryzuje się przy tym określoną specyfiką, do której można zaliczyć:

- prowadzenie badań „ludzi przez ludzi” [Niemczyk, 2015b, s. 21 w określonym kontekście organizacyjnym, opartych w znacznym stopniu na refleksji i introspekcji samego badacza,
- koniecznością oddzielenia ankietowanych osób (respondentów) od analizowanych organizacji, które są podstawowym przedmiotem badań w naukach o zarządzaniu [Zakrzewska-Bielawska, 2012, s. 16],
- zalecenia w zakresie dodatkowego wsparcia wnioskowania naukowego i redukcji niepewności interpretacyjnej poprzez wykorzystanie podejścia polimetodycznego, czy nawet pluralistycznego [Sułkowski, 2015, s. 35-36], a także triangulacji metodologicznej nastawionej na wykorzystanie różnych, wzajemnie wzmacniających i uzupełniających się metod badawczych [Stańczyk, 2015, s. 244-247].

Przejawem stosowania odpowiedniego rygoru metodologicznego jest wybór i właściwa prezentacja metodyki badawczej (metodyki badań), która w ujęciu ogólnym oznacza zbiór dyrektyw uzasadniający dobór oraz wskazujący zakres i sposoby działań (metody, techniki, narzędzia) prowadzące do rozwiązania określonego problemu naukowego [por. Mikołajczyk, 2014, s. 151-152]. Obejmuje ona wytyczne, zalecenia, normy i zasady w zakresie sposobów postępowania, efektywnych i skutecznych ze względu na wyznaczony cel badawczy, a także wiedzę m.in. na temat zbierania danych, ich analizy, czy sprawdzania postawionych hipotez [Adamkiewicz-Drwiłło, 2008, s. 42].

Metodykę należy odróżnić przy tym od metodologii badań, która jest nauką nad działaniami realizowanymi w ramach procesu badawczego i zajmuje się prawidłowościami rządzącymi procesem i procedurami poznawczym, wspólnymi dla wszystkich nauk (metodologia ogólna), lub dla określonej dyscypliny naukowej (metodologia szczegółowa) [Brzeziński, 2015, s. 15-17]. W zasięgu jej zainteresowań znajdują się też metody poznania struktury teorii/systemów naukowych i problemy teoriopoznawcze związane z rozwojem danej dyscypliny naukowej, analizowane zarówno przez pryzmat rozwoju metod, jak i z perspektywy rezultatów ich wykorzystania [Lisiński, 2014, s. 136]. Metodyka badań różni się więc od metodologii tym, że nie obejmuje rozważań teoretycznych, lecz dyrektywy i objaśnienia, jak stosować dane metody (techniki/narzędzia) dla osiągnięcia określonych celów badawczych [Herbut, 2007, s. 12].

Zakres tak rozumianej metodyki badań ankietowych obejmuje przede wszystkim:

- wybór oraz prezentację metody, technik i narzędzi badawczych,
- określenie celów oraz zakresu geograficznego, czasowego, przedmiotowego i podmiotowego prowadzonych badań,

**Źródło:** Matejun M., *Metodyka badań ankietowych w naukach o zarządzaniu - ujęcie modelowe*, [w:] Lisiński M., Ziębicki B. (red.), *Współczesne problemy rozwoju metodologii zarządzania*, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2016, s. 341-354.

---

- zasady doboru respondentów i możliwości uogólniania uzyskanych wyników,
- aspekty organizacyjne prowadzenia procesu badawczego,
- wybory w zakresie stosowanych skal pomiarowych, a także metod, narzędzi analizy i sposobów prezentacji zebranego materiału empirycznego,
- kwestie etyczne i ograniczenia przeprowadzonych badań.

Dzięki takiemu zakresowi metodyka badań pełni określone funkcje w procesie badawczym prowadzonym z wykorzystaniem metody badań ankietowych. W ujęciu ogólnym lokuje ona proces badawczy w szerszym kontekście metodologii, perspektyw i nurtów poznawczych nauk o zarządzaniu [zob. szerzej: Sułkowski, 2012, s. 123-171], a także transponuje teoretyczne rozważania prowadzone w określonym obszarze merytorycznym na język niezbędny do przeprowadzenia badań empirycznych. Jednocześnie powinna argumentować wybór metody badań ankietowych jako metody badawczej, a także jej technik i narzędzi w kontekście wyznaczonych problemów przeznaczonych do rozwiązania. Uzasadnienia wymagają również takie kwestie metodyczne, jak wybór obszaru geograficznego badania, jego zasięgu przedmiotowego i podmiotowego, dobór respondentów, czy narzędzi statystycznych służących do dalszej analizy zebranego materiału empirycznego. Rozwinięciem tej funkcji jest zbilansowanie atutów (korzyści) wynikających z wykorzystania tej metody z jej słabymi stronami.

Kolejnym zadaniem metodyki badań jest wielowymiarowy opis przebiegu postępowania badawczego, uwzględniający różnorodne aspekty organizacyjne, jak również uporządkowanie wiedzy na temat przebiegu prowadzenia badań empirycznych w danym zakresie. W jej ramach powinny znaleźć się również informacje na temat metod dalszej analizy zebranego materiału badawczego oraz sposobów, form i stosowanych rozwiązań w zakresie prezentacji wyników badań. Prawidłowo opracowana metodyka badań powinna także stanowić podstawę oceny w zakresie możliwości porównywania prac badawczych prowadzonych przez różnych autorów lub badań podłużnych, prowadzonych w czasie. Jej zadaniem jest również wywołanie refleksji u badacza i odbiorcy odnośnie ograniczeń wykorzystania metody badań ankietowych w naukach o zarządzaniu, a także inspirowanie do prowadzenia dalszych badań, w tym rozwoju metod, technik i narzędzi badawczych służących do rozwiązania określonego problemu badawczego. Znaczenie metodyki badań ankietowych przez pryzmat jej funkcji w procesie poznania naukowego przedstawiono w tabeli nr 1.

**Źródło:** Matejun M., Metodyka badań ankietowych w naukach o zarządzaniu - ujęcie modelowe, [w:] Lisiński M., Ziębicki B. (red.), Współczesne problemy rozwoju metodologii zarządzania, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2016, s. 341-354.

Tabela 1. Znaczenie metodyki w procesie badawczym realizowanym z wykorzystaniem metody badań ankietowych

Nazwa funkcji	Charakterystyka funkcji metodyki badań ankietowych w procesie badawczym
Lokacyjna	umiejscowienie procesu badawczego w szerszym kontekście metodologii, perspektyw poznawczych i nurtów badawczych nauk o zarządzaniu.
Transpozycyjna	przeniesienie rozważań teoretycznych na język niezbędny do przeprowadzenia badań empirycznych.
Eksplanacyjna	argumentacja wyboru metody, techniki i narzędzia badawczego oraz innych wyborów dokonanych w procesie prowadzenia badań ankietowych.
Bilansująca	zestawienie atutów/korzyści metody, techniki i narzędzia badawczego z ich wadami i słabościami.
Opisowa	wielowymiarowy i wieloaspektowy opis przebiegu postępowania badawczego.
Porządkująca	uporządkowanie wiedzy na temat przebiegu badań w danym obszarze merytorycznym.
Analityczna	omówienie metod analizy zebranego materiału empirycznego oraz prezentacji wyników badań.
Konfrontacyjna	ocena możliwości porównywania badań prowadzonych przez różnych autorów lub przebiegających w czasie.
Refleksyjna	rozwój świadomości ograniczeń poznawczych metody badań ankietowych w naukach o zarządzaniu.
Inspirująca	skłonienie do prowadzenia dalszych badań i poszukiwania nowych rozwiązań metodycznych w obszarze objętym badaniami.

Źródło: Opracowanie własne.

Realizacji tych funkcji sprzyjać będzie odpowiednia strukturalizacja metodyki badań ankietowych, której modelowe ujęcie zostało zaprezentowane w dalszej części niniejszego opracowania.

### 3. Propozycja modelowego ujęcia metodyki badań ankietowych w naukach o zarządzaniu

Osiągnięciu celu pracy poświęcono sformułowanie propozycji modelowego ujęcia metodyki badań ankietowych w naukach o zarządzaniu. Przygotowano ją w oparciu o przegląd literatury polskiej i zagranicznej, a także własne doświadczenia w prowadzeniu prac badawczych. Model składa się z dwóch obszarów, obejmujących:

1. Miejsce metodyki badań ankietowych w strukturze publikacji naukowej.
2. Strukturę metodyki badań ankietowych dostosowaną do specyfiki nauk o zarządzaniu.

Nawiązując do pierwszego z obszarów modelu przyjęto, iż klasyczna struktura publikacji naukowej powinna (w ujęciu ogólnym) obejmować następujące elementy [Apanowicz, 2003, s. 170-180]: tytuł / stronę tytułową, wprowadzenie, tekst główny podzielony na części/rozdziały, wnioski końcowe, spisy (literatury, tabel, elementów graficznych, załączników) oraz załączniki. Dodatkowo, w tekście głównym dokonuje się najczęściej podziału na tzw. część teoretyczną i empiryczną pracy [Sudoł, 2012, s. 130-136].

W takiej strukturze miejsce metodyki badań ankietowych ma charakter wielopozycyjny. Pewne jej elementy powinny znaleźć się już we wstępie pracy (metodyka wstępna). Warto tu umieścić co najmniej informacje na temat wybranej metody, techniki i narzędzia badawczego, zasięgu podmiotowego i geograficznego badań, a także doboru i wielkości próby. Metodykę główną (właściwą) warto wyodrębnić w postaci osobnej części pracy lub jednego z podrozdziałów części empirycznej. W jej ramach powinny znaleźć się szczegółowe elementy, które zostaną scharakteryzowane w dalszej części propozycji modelowej. Elementy metodyki badań można również odnaleźć w zakończeniu pracy (metodyka końcowa). W tym przypadku obejmują one przede wszystkim ograniczenia przeprowadzonych badań oraz ewentualne propozycje i zalecenia w zakresie dalszych badań i rozwoju metod, technik i narzędzi badawczych przydatnych do rozwiązania postawionego problemu badawczego. Propozycję umiejscowienia metodyki badań ankietowych w strukturze publikacji naukowej przedstawiono w tabeli 2.

**Źródło:** Matejun M., *Metodyka badań ankietowych w naukach o zarządzaniu - ujęcie modelowe*, [w:] Lisiński M., Ziębicki B. (red.), *Współczesne problemy rozwoju metodologii zarządzania*, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2016, s. 341-354.

Tabela 2. Propozycja miejsca metodyki badań ankietowych w strukturze publikacji naukowej

<b>Część publikacji naukowej</b>	<b>Charakterystyka części</b>	<b>Miejsce metodyki</b>
Tytuł / strona tytułowa	Określenie tytułu oraz wskazanie autora/autorów pracy wraz z afiliacją.	
Wprowadzenie	Uzasadnienie wyboru tematu, omówienie podstawowych problemów badawczych, identyfikacja luk poznawczych w naukach o zarządzaniu, przedstawienie założeń stanowiących kręgosłup metodyczny pracy (sformułowanie pytań badawczych, celu/celów pracy, przedstawienie hipotez/tez badawczych), omówienie ogólnego zakresu prowadzonych prac badawczych, prezentacja układu pracy.	Metodyka wstępna
Część teoretyczna	Sprawozdanie z przeglądu literatury dotyczącej rozpatrywanej problematyki, przeprowadzenie rozważań teoretycznych, wyznaczenie hipotez badawczych, sformułowanie propozycji modelowych, operacjonalizacja założeń teoretycznych.	
Część metodyczna	Przedstawienie i omówienie poszczególnych elementów metodyki badań ankietowych	Metodyka właściwa
Część empiryczna	Przeprowadzenie analiz i prezentacja wyników badań, weryfikacja hipotez badawczych.	
Wnioski końcowe	Dyskusja z wynikami wcześniejszych badań, wnioski, np. w podziale na wnioski teoretyczne, metodyczne oraz praktyczne/menedżerskie, ograniczenia i kierunki dalszych badań.	Metodyka końcowa
Spisy	Spisy literatury, obiektów graficznych w tekście, załączników.	
Załączniki	Załączniki dołączone do pracy.	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [Colquitt, George, 2011, s. 432-435; Bono, McNamara, 2011, s. 657-660; Grant, Pollock, 2011, s. 873-879; Sparrowe, Mayer, 2011, s. 1098-1102; Zhang, Shaw, 2012, s. 8-12; Geletkanycz, Tepper, 2012, s. 256-260].

Centralnym elementem tej struktury jest metodyka właściwa, która stanowi element łączący rozważania teoretyczne z analizami empirycznymi. W jej ramach należy uwzględnić szereg elementów, których prezentacja jest istotnym czynnikiem kształtującym rygor metodologiczny prowadzonych badań empirycznych. Elementy te wynikają bezpośrednio z zakresu metodyki badań ankietowych i służą realizacji funkcji metodycznych w naukach o zarządzaniu. W ramach każdego z nich badacz musi dokonywać szeregu wyborów (np. wybór

**Źródło:** Matejun M., Metodyka badań ankietowych w naukach o zarządzaniu - ujęcie modelowe, [w:] Lisiński M., Ziębicki B. (red.), Współczesne problemy rozwoju metodologii zarządzania, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2016, s. 341-354.

Tabela 3. Propozycja modelowej struktury metodyki badań ankietowych w naukach o zarządzaniu

Lp.	Element metodyki	Charakterystyka elementu	Literatura
1.	Charakter badań w szerszym kontekście metodologicznym nauk o zarządzaniu	Należy osadzić badania w szerszym kontekście metodologicznym, m.in. z uwzględnieniem specyfiki nauk o zarządzaniu, perspektyw poznawczych (np. podejście interpretatywne, krytyczne) oraz podejść badawczych (podejście idiograficzne/nomotetyczne, badania ilościowe/jakościowe).	Ketokivi, Mantere, 2010; Salvatore, Valsiner, 2010; Sudoł, 2012; Sułkowski, 2012; Niemczyk, 2015b.
2.	Cele i zakres badań	Należy wskazać cele i ogólny zakres prowadzonych badań ankietowych, co musi korespondować z celami pracy i wspierać weryfikację postawionych hipotez badawczych.	Krishnaswamy, Sivakumar, Mathirajan, 2009; Niemczyk, 2015a
3.	Metoda badawcza	Należy wskazać wybraną metodę badawczą, uzasadnić jej wybór oraz wskazać jej zalety i mankamenty w kontekście problemu badawczego wyznaczonego do rozwiązania.	Apanowicz, 2003; Donsbach, Traugott, 2008; Fowler, 2009;
4.	Technika badawcza	Należy przedstawić wybraną technikę badawczą (np. ankietę drukowaną, pocztową, audytoryjną, elektroniczną), uzasadnić jej wybór oraz wskazać zalety i wady jej wykorzystania.	Brandimarte, 2012; Mitchell, Jolley, 2013; Babbie, 2013;
5.	Narzędzie badawcze	Należy przedstawić wybrane narzędzie badawcze (kwestionariusz ankietowy), omówić jego strukturę, rodzaje zastosowanych pytań (w tym np. pytania sprawdzające) i wykorzystanych skal pomiarowych. Wskazać na zalety i wady przyjętych rozwiązań.	Dyduch, 2015.
6.	Zasięg geograficzny badań	Należy określić zasięg geograficzny prowadzonych badań ankietowych.	Steczkowski, 1995; Brzeziński, 1997;
7.	Wielkość próby	Należy wskazać populację generalną, jednostki i operat losowania, wyznaczyć minimalną liczebność próby.	Szreder, 2010; Babbie, 2013.
8.	Dobór do próby	Należy określić zasady doboru jednostek do próby (np. dobór losowy, celowy).	
9.	Badania pilotażowe/właściwe	Należy podać informacje na temat poszczególnych rund badania (badania pilotażowe, właściwe) oraz ewentualnych modyfikacji wprowadzanych w kolejnych	Brzeziński, 1997; Blessing, Chakrabarti, 2009;



**Źródło:** Matejun M., Metodyka badań ankietowych w naukach o zarządzaniu - ujęcie modelowe, [w:] Lisiński M., Ziębicki B. (red.), Współczesne problemy rozwoju metodologii zarządzania, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2016, s. 341-354.

		etapach.	Fan, Yan, 2010;
10.	Organizacja badania	Należy przedstawić organizacyjne aspekty badania, jak np. okres badania, średni czas wypełniania kwestionariusza.	Stoop, Billiet, Koch, Fitzgerald, 2010;
11.	Wskaźniki zwrotności kwestionariuszy	Należy określić działania wpływające na wzrost wskaźnika zwrotności oraz określić jego wielkość. Należy podać liczbę kwestionariuszy odrzuconych oraz zakwalifikowanych do ostatecznej analizy, a także ocenić poziom reprezentatywności wyników.	Marsden, Wright, 2010; Daniel, Sam, 2011; Stopher, 2012; Babbie, 2013.
12.	Charakterystyka respondentów / organizacji	Należy wskazać kto był respondentem w badaniach oraz określić grupę / kategorię organizacji, w których prowadzono badania. W tym miejscu można też przedstawić charakterystykę respondentów, lub zaprezentować ją bezpośrednio w części empirycznej pracy.	
13.	Narzędzia analityczne	Należy zaprezentować narzędzia analityczne (najczęściej o charakterze statystycznym) służące do analizy uzyskanego materiału empirycznego. W przypadku wykorzystania elektronicznej techniki obliczeniowej należy wskazać wykorzystane oprogramowanie.	Aczel, 2000; Balicki, Makać, 2006; Kot, Jakubowski, Sokołowski, 2011; Wagner, 2015.
14.	Etyka finansowanie badań	Należy omówić zagadnienia etyczne dotyczące przeprowadzonych badań, w tym m.in. ewentualny wpływ na respondentów, poufność danych, uczciwość i rzetelność w procesie gromadzenia, analizy i prezentacji wyników badań oraz efektywność badawczą. W tej części należy także wykazać źródła finansowania badań i wskazać ewentualne zaangażowanie stron trzecich w przygotowanie publikacji.	Bogdanienko, 2010; Ciuk, Latusek-Jurczak, 2012; Babbie, 2013.
15.	Ograniczenia badań i dalszy rozwój metodyki badawczej	Należy wskazać ograniczenia przeprowadzonych badań, które wpływają na wartość poznawczą wyników. Warto także zaproponować dalsze kierunki rozwoju metodyki badawczej w obszarze objętym analizą.	Apanowicz, 2003; Geletkanycz, Tepper, 2012; Babbie, 2013.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [Matejun, 2013, s. 103-108; Matejun, 2015, s. 182-200 oraz 209-235].

techniki badawczej, doboru próby, statystycznych narzędzi analitycznych, itp.), a także prawidłowo i transparentnie prezentować poszczególne elementy w celu zapewnienia wysokiej rzetelności metodyki badań. Wsparciem w tych działaniach jest wykorzystanie literatury metodologicznej, której dorobek może być wartościową wskazówką dla zapewnienia wysokiego rygoru metodyki badań ankietowych w naukach o zarządzaniu. Kolejne elementy tej metodyki wraz z przykładowymi pozycjami literatury pogłębiającymi poszczególne zagadnienia zostały zaprezentowane w formie ustrukturalizowanej w tabeli nr 3.

Dotychczasowe doświadczenia i publikacje autora w których wykorzystywano powyższy model wskazują, iż spotykał się on z akceptacją, a nawet uznaniem ze strony recenzentów oraz czytelników. Strukturalizacja modelu pozwala na jego wysoką aplikacyjność, a jednocześnie możliwość dostosowania do zakresu i specyfiki konkretnego projektu badawczego. Z tego powodu ma on charakter otwarty, co czyni z niego bazę do dalszych dyskusji nad zakresem, rolą i układem metodyki badań ankietowych w naukach o zarządzaniu.

#### **4. Podsumowanie**

Nauki o zarządzaniu, jako stosunkowo młoda dyscyplina naukowa, znajdują się obecnie w przedparadygmatycznym stadium rozwoju [Sułkowski, 2012, s. 49-55; Witczak, 2013, s. 29], co wskazuje na potrzebę szerokiej dyskusji na temat metodologicznych wyzwań prowadzenia prac badawczych w ich obszarze merytorycznym. Niniejsze opracowanie stanowi głos w tej dyskusji wskazując na możliwość i próbę standaryzacji rozwiązań metodycznych na przykładzie wykorzystania metody badań ankietowych.

Należy podkreślić, iż nie istnieje jeden uniwersalny model układu i prezentacji metodyki wykorzystania tej metody badawczej w naukach o zarządzaniu. Można jedynie podjąć próbę sformułowania takiej propozycji, która jednak zawsze charakteryzować się będzie wysoką elastycznością i wariantowością stosowania. Autor wyraża zatem nadzieję na krytyczną dyskusję nad zaprezentowanym modelem, zachęca do jego rozwijania i doskonalenia w praktyce badawczej. Liczy jednocześnie, iż standaryzacja w tej sferze może przyczynić się do wzmocnienia rygoru metodologicznego prowadzenia badań ankietowych i przygotowywania publikacji naukowych opartych o badania sondażowe w naukach o zarządzaniu.

**Źródło:** Matejun M., *Metodyka badań ankietowych w naukach o zarządzaniu - ujęcie modelowe*, [w:] Lisiński M., Ziębicki B. (red.), *Współczesne problemy rozwoju metodologii zarządzania*, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2016, s. 341-354.

---

## **Bibliografia**

- Aczel A.D. [2000], *Statystyka w zarządzaniu*, PWN, Warszawa.
- Adamkiewicz-Drwiłło H.G. [2008], *Współczesna metodologia nauk ekonomicznych*, Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń.
- Apanowicz J. [2003], *Metodologia nauk*, Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń.
- Babbie E. [2013], *Podstawy badań społecznych*, PWN, Warszawa.
- Balicki A., Makać W. [2006], *Metody wnioskowania statystycznego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Blessing L.T.M., Chakrabarti A. [2009], *DRM, a Design Research Methodology*, Springer Science & Business Media, London.
- Bogdanienko J. [2010], *Etyka w badaniach naukowych*, w: *Osiągnięcia i perspektywy nauk o zarządzaniu*, Lachiewicz S., Nogalski B. (red.), Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
- Bono J.E., McNamara G. [2011], *Publishing in AMJ – Part 2: Research Design*, „Academy of Management Journal”, vol. 54, nr 4.
- Brandimarte P. [2012], *Quantitative Methods: an Introduction for Business Management*, John Wiley & Sons, Hoboken.
- Brzeziński [2015], *Metodologia badań psychologicznych*, Wyd. 5, PWN, Warszawa.
- Chybalski F., Matejun M. [2013], *Organizacja jako obiekt badań – od zbierania danych do analizy wyników*, w: *Nauka o organizacji*, Adamik A. (red.), Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
- Ciuk S., Latusek-Jurczak D. [2012], *Etyka w badaniach jakościowych*, w: *Badania jakościowe. Podejścia i teorie*, tom 1, Jemielniak D. (red.), PWN, Warszawa.
- Colquitt J.A., George G. [2011], *Publishing in AMJ – Part 1: Topic Choice*, „Academy of Management Journal”, vol. 54, nr 3.
- Czakon W. [2015a], *Rygor metodologiczny*, w: *Podstawy metodologii badań w naukach o zarządzaniu*, Czakon W. (red.), Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
- Czakon W. [2015b], *Wstęp*, w: *Podstawy metodologii badań w naukach o zarządzaniu*, Czakon W. (red.), Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
- Daniel P.S., Sam A.G. [2011], *Research Methodology*, Kalpaz Publications, Delhi.
- Donsbach W., Traugott M.W. (red.) [2008], *The SAGE Handbook of Public Opinion Research*, SAGE Publications Ltd., London.
- Dyduch W. [2015], *Ilościowe badanie i operacjonalizacja zjawisk w naukach o zarządzaniu*, w: *Podstawy metodologii badań w naukach o zarządzaniu*, Czakon W. (red.), Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
- Dźwigoł H. [2015], *Założenia do budowy metodyki badawczej*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej”, Seria: Organizacja i Zarządzanie, z. 78, Nr 1928.

**Źródło:** Matejun M., *Metodyka badań ankietowych w naukach o zarządzaniu - ujęcie modelowe*, [w:] Lisiński M., Ziębicki B. (red.), *Współczesne problemy rozwoju metodologii zarządzania*, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2016, s. 341-354.

---

Fan W., Yan Z. [2010], *Factors Affecting Response Rates of the Web Survey: A Systematic Review*, "Computers in Human Behavior", vol. 26, nr 2.

Fowler F.J. [2009], *Survey Research Methods*, Sage Publications, Thousand Oaks.

Geletkanycz M., Tepper B.J. [2012], *Publishing in AMJ—Part 6: Discussing the Implications*, „Academy of Management Journal”, vol. 55, nr 2.

Grant A.M., Pollock T.G. [2011], *Publishing in AMJ – Part 3: Setting the Hook*, „Academy of Management Journal”, vol. 54, nr 5.

Herbut J. [2007], *Elementy metodologii filozofii. Skrypt do wykładu*, Wydawnictwo KUL, Lublin.

Ketokivi M., Mantere S. [2010], *Two Strategies for Inductive Reasoning in Organizational Research*, „Academy of Management Review”, vol. 35, nr 2.

Kot S.M., Jakubowski J., Sokołowski A. [2011], *Statystyka*, Difin, Warszawa.

Krishnaswamy K.N., Sivakumar A.I., Mathirajan M. [2009], *Management Research Methodology: Integration of Principles, Methods and Techniques*, Pearson Education, Delhi.

Lisiński M. [2014], *Metodologia apragmatyczna nauk o zarządzaniu*, „Organizacja i Kierowanie”, nr 1A.

Malarska A. [2010], *Przyczynek do metodycznego drogowskazu analityka*, w: *Osiągnięcia i perspektywy nauk o zarządzaniu*, Lachiewicz S., Nogalski B. (red.), Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.

Marsden P.V., Wright J.D. (red.) [2010], *Handbook of Survey Research*, Emerald Group Publishing, Bingley.

Matejun M. [2013], *Metody i zakres prowadzonych badań empirycznych*, w: *Przedsiębiorczość technologiczna w małych i średnich firmach. Czynniki rozwoju*, Lachiewicz S., Matejun M., Walecka A. (red.), Wydawnictwo WNT, Warszawa.

Matejun M. [2015], *Absorpcja wsparcia w zarządzaniu rozwojem mikro, małych i średnich przedsiębiorstw - podejście strategiczne*, *Zeszyty Naukowe Nr 1194, Rozprawy Naukowe Z. 483*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź.

Mika S. [1981], *Psychologia społeczna*, PWN, Warszawa.

Mikołajczyk Z. [2014], *Metodyka pracy naukowej jako podstawa przygotowywania rozpraw na stopnie naukowe – powrót do korzeni*, „Organizacja i Kierowanie”, nr 1A.

Mitchell M., Jolley J. [2013], *Research Design Explained*, Wadsworth – Cengage Learning, Belmont.

Niemczyk J. [2015a], *Formułowanie i wartościowanie problemów naukowych*, w: *Podstawy metodologii badań w naukach o zarządzaniu*, Czakon W. (red.), Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.

**Źródło:** Matejun M., *Metodyka badań ankietowych w naukach o zarządzaniu - ujęcie modelowe*, [w:] Lisiński M., Ziębicki B. (red.), *Współczesne problemy rozwoju metodologii zarządzania*, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2016, s. 341-354.

---

Niemczyk J. [2015b], *Metodologia nauk o zarządzaniu*, w: *Podstawy metodologii badań w naukach o zarządzaniu*, Czakon W. (red.), Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.

Popper K.R. [2015], *Logika odkrycia naukowego*, Fundacja Aletheia, Warszawa.

Salvatore S., Valsiner J. [2010], *Between the General and the Unique. Overcoming the Nomothetic Versus Idiographic Opposition*, „*Theory & Psychology*”, vol. 20, nr 6.

Sparrowe R.T., Mayer K.J. [2011], *Publishing in AMJ – Part 4: Grounding Hypotheses*, „*Academy of Management Journal*”, vol. 54, nr 6.

Stachak S. [2006], *Podstawy metodologii nauk ekonomicznych*, Książka i Wiedza, Warszawa.

Stańczyk S. [2015], *Triangulacja – łączenie metod badawczych i urzeczelnienie badań*, w: *Podstawy metodologii badań w naukach o zarządzaniu*, Czakon W. (red.), Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.

Steczkowski J. [1995], *Metoda reprezentacyjna w badaniach zjawisk ekonomiczno-społecznych*, PWN, Warszawa-Kraków

Stoop I., Billiet J., Koch A., Fitzgerald R. [2010], *Improving Survey Response: Lessons Learned from the European Social Survey*, John Wiley & Sons, Chichester.

Stopher P. [2012], *Collecting, Managing, and Assessing Data Using Sample Surveys*, Cambridge University Press, Cambridge.

Sudoł S. [2012], *Nauki o zarządzaniu*, PWE, Warszawa.

Sułkowski Ł. [2012], *Epistemologia i metodologia zarządzania*, PWE, Warszawa.

Sułkowski Ł. [2015], *Metodologia zarządzania – od fundamentalizmu do pluralizmu*, w: *Podstawy metodologii badań w naukach o zarządzaniu*, Czakon W. (red.), Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.

Sułkowski Ł., Marjański A. [2014], *Metodyka badań jakościowych w małych podmiotach rodzinnych*, „*Problemy Zarządzania*”, vol. 12, nr 3(47).

Szreder M. [2010], *Losowe i nielosowe próby w badaniach statystycznych*, „*Przegląd Statystyczny*”, nr 4.

Wagner W.E. [2015], *Using IBM SPSS Statistics for social statistics and research methods*, Sage Publications, Thousand Oaks.

Witczak H. [2013], *Wstęp do systemu nauk o zarządzaniu*, „*Współczesne Zarządzanie*”, nr 2.

**Źródło:** Matejun M., Metodyka badań ankietowych w naukach o zarządzaniu - ujęcie modelowe, [w:] Lisiński M., Ziębicki B. (red.), Współczesne problemy rozwoju metodologii zarządzania, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2016, s. 341-354.

---

Zakrzewska-Bielawska A. [2012], Istota procesu zarządzania, w: Podstawy zarządzania, Zakrzewska-Bielawska A. (red.), Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.

Zhang Y.(A)., Shaw J.D. [2012], Publishing in AMJ – Part 5: Crafting the Methods and Results, „Academy of Management Journal”, vol. 55, nr 1.

## **Methodology of survey research in management sciences - model approach**

Research methodology plays an important role in the management sciences forming a formal basis for research works and translating theory considerations into empirical procedures language. This also applies to the survey research, which is widely used in studies of the organization and allow to recognize the opinion of certain persons (respondents) in relation to the considerations of socio-economic phenomena. Adopted methodology of the survey research and also the manner and scope of its presentation in scientific publications significantly determines the methodological rigor, quality of research and the degree of implementation of the functions of scientific knowledge developed using this approach. Taking this into account, the aim of the article is to present the scope and meaning and also formulate the model frame of survey research methodology in management sciences. In order to achieve this aim the Polish and foreign literature review was performed and also own experiences resulting from the implementation of research surveys at national and international levels were used.