

# PODSTAWY METODOLOGII BADAŃ w naukach o zarządzaniu

redakcja naukowa Wojciech Czakon

wydanie III rozszerzone

---

# Spis treści

---

---

Wstęp .....	9
<i>Wojciech Czakon</i>	
<b>1. Metodologia nauk o zarządzaniu .....</b>	<b>17</b>
<i>Jerzy Niemczyk</i>	
1.1. Wprowadzenie .....	17
1.2. Rozwój nauki .....	18
1.3. Empiryzm i dedukcja w metodologii nauk społecznych .....	19
1.4. Podejścia idiograficzne i nomotetyczne w metodologii nauk społecznych .....	22
1.5. Badania ilościowe i jakościowe w naukach społecznych .....	23
1.6. Polimorfizm w metodologii nauk społecznych .....	24
1.7. Podsumowanie .....	25
<b>2. Metodologia zarządzania – od fundamentalizmu do pluralizmu .....</b>	<b>28</b>
<i>Łukasz Sułkowski</i>	
2.1. Wprowadzenie .....	28
2.2. Metodologia i epistemologia zarządzania .....	28
2.3. Typy metod stosowanych w zarządzaniu .....	31
2.4. „Metoda naukowa” zarządzania? .....	33
2.5. Pluralizm metodologiczny zarządzania .....	35
2.6. Metodologia paradygmatu dominującego w zarządzaniu .....	37
2.7. Metodologia paradygmatu alternatywnego w zarządzaniu .....	39
2.8. Podsumowanie .....	43
<b>3. Oryginalność w badaniach naukowych w dyscyplinie zarządzania .....</b>	<b>49</b>
<i>Janusz Strużyna</i>	
3.1. Wprowadzenie .....	49
3.2. Oryginalność badań naukowych oparta na wypełnianiu luki wiedzy .....	51
3.3. Deklarowana przewaga problematyzacji nad zapełnianiem luki wiedzy .....	64
3.4. Krótkie uzupełnienie typów problematyzowanych założeń .....	71
3.5. Społeczne uwarunkowania oceny oryginalności naukowej .....	74
3.6. Podsumowanie .....	77

<b>4. Rygor metodologiczny .....</b>	<b>82</b>
<i>Wojciech Czakon</i>	
4.1. Wprowadzenie .....	82
4.2. Istota rygoru metodologicznego.....	84
4.3. Znaczenie rygoru w rozwoju nauk o zarządzaniu .....	86
4.4. Rygor badań ilościowych – zagadnienie pomiaru.....	88
4.5. Rygor badań interpretatywnych – zagadnienie wiarygodności .....	95
4.6. Podsumowanie .....	99
<b>5. Formułowanie i wartościowanie problemów naukowych .....</b>	<b>103</b>
<i>Jerzy Niemczyk</i>	
5.1. Wprowadzenie .....	103
5.2. Lokowanie problemów naukowych w naukach o zarządzaniu.....	104
5.3. Dochodzenie do problemów naukowych .....	109
5.4. Wartościowanie problemu naukowego w naukach o zarządzaniu .....	112
5.5. Podsumowanie .....	117
<b>6. Metodyka systematycznego przeglądu literatury .....</b>	<b>119</b>
<i>Wojciech Czakon</i>	
6.1. Wprowadzenie .....	119
6.2. Uwarunkowania badania literatury w naukach o zarządzaniu.....	120
6.3. Istota systematycznego przeglądu literatury .....	123
6.4. Procedura systematycznego przeglądu literatury .....	124
6.5. Ocena przydatności systematycznego przeglądu literatury .....	136
6.6. Podsumowanie .....	137
<b>7. Metodyka metaanalizy w naukach o zarządzaniu.....</b>	<b>140</b>
<i>Anna Gondek, Karolina Mazur</i>	
7.1. Wprowadzenie .....	140
7.2. Miejsce metaanalizy w badaniach naukowych.....	141
7.3. Procedura metaanalizy.....	142
7.4. Procedura wnioskowania statystycznego w metodyce metaanalizy .....	145
7.5. Metaregresja .....	149
7.6. Specyfika metaanalizy stosowanej w naukach o zarządzaniu.....	157
7.7. Podsumowanie .....	161
<b>8. Wprowadzenie do badań jakościowych w naukach o zarządzaniu .....</b>	<b>167</b>
<i>Katarzyna Czernek</i>	
8.1. Wprowadzenie .....	167
8.2. Paradygmaty w naukach o zarządzaniu .....	167
8.3. Pojęcie i przesłanki stosowania badań jakościowych.....	170
8.4. Charakterystyka badań jakościowych na tle badań ilościowych .....	172
8.5. Procedura badawcza.....	177
8.6. Podsumowanie .....	184
<b>9. Zastosowanie studiów przypadku w badaniach nauk o zarządzaniu .....</b>	<b>189</b>
<i>Wojciech Czakon</i>	
9.1. Wprowadzenie .....	189
9.2. Istota studiów przypadku.....	190

9.3. Cele studiowania przypadków .....	191
9.4. Procedura prowadzenia studium przypadku.....	199
9.5. Ocena przydatności studiowania przypadków .....	206
9.6. Podsumowanie .....	208
<b>10. Metody eksperymentu i symulacji w naukach o zarządzaniu .....</b>	<b>211</b>
<i>Ewa Stańczyk-Hugiet</i>	
10.1. Wprowadzenie .....	211
10.2. Metody eksperymentu.....	213
10.3. Metody symulacji.....	227
10.4. Podsumowanie .....	239
<b>11. Triangulacja – łączenie metod badawczych i urzetenienie badań.....</b>	<b>243</b>
<i>Sylvia Stańczyk</i>	
11.1. Wprowadzenie .....	243
11.2. Rozwój triangulacji metod.....	244
11.3. Typy triangulacji.....	247
11.4. Techniki łączone w triangulacji.....	249
11.5. Triangulacja w badaniach kultur organizacyjnych .....	252
11.6. Uwarunkowania stosowania triangulacji .....	255
11.7. Procedura i praktyka triangulacji metod .....	257
11.8. Podsumowanie .....	260
<b>12. Metodologiczne problemy ujęcia narracyjnego w badaniach nad organizacjami. Dyskurs organizacyjny .....</b>	<b>266</b>
<i>Bartłomiej J. Gabryś</i>	
12.1. Wprowadzenie .....	266
12.2. Istota procesu powstawania wiedzy teoretycznej.....	267
12.3. Założenia teoretyczne modelu procesowego.....	269
12.4. Ujęcie narracyjne i jego konsekwencje metodologiczne.....	271
12.5. Egzemplifikacja wykorzystania analizy narracji.....	274
12.6. Podsumowanie .....	276
<b>13. Metody ilościowe w naukach o zarządzaniu – miejsce badań operacyjnych i modelowania ekonometrycznego .....</b>	<b>279</b>
<i>Tomasz Wachowicz</i>	
13.1. Wprowadzenie .....	279
13.2. Modele badań operacyjnych.....	282
13.3. Modelowanie ekonometryczne .....	295
13.4. Podsumowanie .....	302
<b>14. Ilościowe badanie i operacjonalizacja zjawisk w naukach o zarządzaniu .....</b>	<b>306</b>
<i>Wojciech Dyduch</i>	
14.1. Wprowadzenie .....	306
14.2. Cel i przebieg badań z wykorzystaniem metod ilościowych .....	306
14.3. Od analizy literatury do hipotez badawczych .....	309
14.4. Gromadzenie danych .....	312
14.5. Przeprowadzenie badań i analiza danych .....	320
14.6. Podsumowanie .....	328

<b>15. Metodyczne aspekty budowy modeli zachowań konsumentów na rynku .....</b>	<b>332</b>
<i>Sławomir Smyczek</i>	
15.1. Wprowadzenie .....	332
15.2. Istota i rodzaje modeli zachowań konsumentów .....	333
15.3. Podstawy metodyczne budowy modeli rynkowych zachowań konsumentów .....	342
15.4. Podsumowanie .....	348
<b>16. Zaawansowane testowanie modeli badawczych .....</b>	<b>351</b>
<i>Justyna Światowiec-Szczepańska</i>	
16.1. Wprowadzenie .....	351
16.2. Podstawowe założenia modelowania strukturalnego .....	352
16.3. Procedura modelowania strukturalnego .....	354
16.4. Przykład modelowania strukturalnego .....	358
16.5. Podsumowanie .....	378
<b>17. Analiza sieciowa w naukach o zarządzaniu .....</b>	<b>380</b>
<i>Patrycja Klimas</i>	
17.1. Wprowadzenie .....	380
17.2. Istota analizy sieciowej .....	381
17.3. Procedura przeprowadzania analizy sieciowej .....	383
17.4. Zastosowanie analizy sieciowej w naukach o zarządzaniu .....	397
17.5. Podsumowanie .....	399
<b>18. Metody wielokryterialnej analizy decyzyjnej w ilościowych badaniach naukowych .....</b>	<b>402</b>
<i>Tomasz Wachowicz</i>	
18.1. Wprowadzenie .....	402
18.2. Charakterystyka wielokryterialnego problemu decyzyjnego .....	404
18.3. Procedura postępowania w procesie rozwiązywania wielokryterialnego problemu decyzyjnego .....	407
18.4. Metody prowadzenia analizy <i>trade-off</i> .....	413
18.5. Podsumowanie .....	420
<b>19. Paradygmaty i teorie w naukach o zarządzaniu .....</b>	<b>424</b>
<i>Łukasz Sułkowski</i>	
19.1. Wprowadzenie .....	424
19.2. Rozumienie teorii w zarządzaniu .....	424
19.3. Rodzaje teorii w zarządzaniu .....	426
19.4. Paradygmat jako podstawa teorii organizacji i zarządzania .....	428
19.5. Klasyfikacje paradygmatów zarządzania .....	429
19.6. Strategie tworzenia teorii w naukach o zarządzaniu .....	440
19.7. Podsumowanie .....	442
Indeks .....	447
O autorach .....	453