

Spis treści

| | |
|--|-----|
| Wstęp | 7 |
| Piotr Stanisław Chlopek , Offshoring trends and foreign direct investments in the Middle Europe and BRIC area | 11 |
| Marek Krasiński , Możliwość zastosowania metodyki Kanban w zarządzaniu projektami | 24 |
| Kamila Malewska , Doskonalenie procesów decyzyjnych w organizacji | 33 |
| Katarzyna Piowar-Sulej , Formy zatrudniania uczestników projektów | 46 |
| Magdalena Raftowicz-Filipkiewicz , Marketing terytorialny jako narzędzie budowania przewagi konkurencyjnej gmin Doliny Baryczy | 57 |
| Maja Sajdak , Innowacyjność jako niezbędna cecha zwinnego przedsiębiorstwa | 69 |
| Anna Sankowska , Zaufanie w sieci badawczo-rozwojowej jednostek naukowych. Rola jednostki inicjującej | 80 |
| Alicja Smolbik-Jęczmień , Podejście do pracy i kariery zawodowej wśród przedstawicieli generacji X i Y – podobieństwa i różnice | 89 |
| Izabela Ścibiorska-Kowalczyk , Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw jako metoda kształtowania relacji z interesariuszami | 98 |
| Agnieszka Wołodźko-Pasala , Działania ekologiczne, wizerunek korporacyjny, percepcje i zachowania nabywców na rynku dóbr zaopatrzeniowych – badanie eksploracyjne | 116 |
| Roman Zwierzyński , Ulga podatkowa na zakup nowych technologii jako szansa dla przedsiębiorcy | 135 |

Summaries

| | |
|---|-----|
| Stanisław Chlopek , Trendy offshoringu i bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Europie Środkowej i BRIC | 23 |
| Marek Krasiński , Applicability of Kanban methodology in project management | 32 |
| Kamila Malewska , Improving decision making process in the organization | 45 |
| Katarzyna Piowar-Sulej , Project team members' forms of employment .. | 56 |
| Magdalena Raftowicz-Filipkiewicz , Territorial marketing as a tool for building of competitive advantage of communities in Barycz Valley | 68 |
| Maja Sajdak , Innovation as a crucial feature of an agile company | 79 |
| Anna Sankowska , Trust in a R&D orientated network of research institutes. The role of triggering entity | 88 |
| Alicja Smolbik-Jęczmień , Approach to work and professional career among representatives of generations X and Y – similarities and differences ... | 97 |
| Izabela Ścibiorska-Kowalczyk , Corporate Social Responsibility as a method of development of business relationship with stakeholders | 115 |

| | |
|--|-----|
| Agnieszka Wołodźko-Pasala , Ecological activities, corporate image, perceptions and buyers' behavior on B2B market – an exploratory study | 134 |
| Roman Zwierzyński , Tax relief for the purchase of new technologies as a chance for an entrepreneur | 143 |

Wstęp

Oddajemy Czytelnikowi artykuły zebrane w kolejnym zeszycie *Nauk o Zarządzaniu Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*. Poszczególne artykuły dotyczą różnych zagadnień, ale można je pogrupować według typów pytań badawczych i odpowiadających im typów projektów badawczych. Przedstawienie tych artykułów według ich przynależności do poszczególnych typów pytań i badań ma na celu ułatwić Czytelnikowi orientację w zagadnieniach metodologicznych nauk ekonomicznych.

Znajdziemy w niniejszym zbiorze jedno badanie eksploracyjne. Artykuł „Działania ekologiczne, wizerunek korporacyjny, percepcje i zachowania nabywców na rynku dóbr zaopatrzeniowych” to typowe badanie eksploracyjne, w którym autorka A. Wołodźko-Pasala stara się odpowiedzieć na typowe pytania eksploracyjne: jak można badać wpływ jednego zjawiska (działania ekologiczne) na inne zjawiska (percepcje i zachowania nabywców), w jaki sposób sformułować hipotezy dotyczące tego wpływu, jakie zmienne opisują zjawiska występujące w interesującej autorkę relacji przyczynowo-skutkowej. Czytelnik może prześledzić, w jaki sposób autorka stosuje studia literaturowe jako metodę badań eksploracyjnych. Wynikiem tych badań są hipotezy, które zostaną sprawdzone w przygotowywanym przez autorkę empirycznym badaniu wyjaśniającym. Cała treść badania eksploracyjnego będzie stanowić część przyszłego empirycznego badania wyjaśniającego.

W zbiorze znajdują się także trzy artykuły przedstawiające empiryczne badania opisowe, czyli badania, które mają odpowiedzieć na ogólne pytanie, jaki jest rozkład pojedynczej zmiennej lub pojedynczych zmiennych, które opisują badane zjawisko. W pierwszym z tych artykułów, „Formy zatrudniania uczestników projektów”, K. Piwowar-Sulej na podstawie eksploracyjnego badania literaturowego, w którym zidentyfikowała zmienne opisujące badane zjawiska, prezentuje własne badanie empiryczne (przeprowadzone na ograniczonej próbie). Z punktu widzenia typu pytań badawczych jest to badanie opisowe. Analiza, którą Czytelnik zobaczy w tab. 4, to analiza rozkładu wartości jednej zmiennej – popularności stosowania danej formy zatrudnienia w projektach – typowej dla badań opisowych. W drugim artykule z tej grupy, „Podejście do pracy i kariery zawodowej wśród przedstawicieli generacji X i Y – podobieństwa i różnice”, autorstwa A. Smolbik-Jęczmień, Czytelnik zobaczy, że kolejne wykresy przedstawiają rozkłady pojedynczych zmiennych opisujących badane zjawiska – są to typowe analizy stosowane w badaniach opisowych.

W trzecim artykule należącym do tej grupy, „Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw jako metoda kształtowania relacji z interesariuszami”, I. Ścibiorska-Kowalczyk przedstawia własne badanie empiryczne poziomu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Analizy ujęte w kolejnych tabelach, dotyczące stosunku przedsiębiorstwa do klientów, do pracowników, właścicieli i inwestorów

oraz dostawców, to typowe analizy wartości pojedynczych zmiennych, charakterystyczne dla badania opisowego.

Trzecia grupa to artykuły przedstawiające zależności między zjawiskami lub procesami gospodarczymi, na podstawie studiów literaturowych. Pierwszym tekstem należącym do tej grupy jest artykuł M. Sajdak „Innowacyjność jako niezbędną cechą zwinnego przedsiębiorstwa”. Autorka podejmuje próbę przeglądu literatury dotyczącej koncepcji zwinności przedsiębiorstwa – definicji i klasyfikacji pojęć, zależności między nimi oraz problemów pomiarowych. W artykule „Zaufanie w sieci badawczo-rozwojowej jednostek naukowych. Rola jednostki inicjującej” A. Sankowska na podstawie przeglądu literatury przedstawia zależności między tworzeniem sieci badawczo-rozwojowej i poziomem zaufania wewnątrz sieci. P.S. Chłopek w pracy „Offshoring trends and foreign direct investments in the Middle Europe and BRIC area” przedstawia sugerowane w literaturze zależności między zjawiskami wymienionymi w tytule oraz przykłady (fakty, obserwacje) występowania takich zależności w rzeczywistości gospodarczej. Opisane zależności między kategoriami mogą stanowić podstawę przyszłych badań empirycznych, chociaż sam autor nie formułuje w swoim tekście żadnych hipotez. Tytułowe kategorie artykułu nie dotyczą wewnętrznych procesów w przedsiębiorstwach. Przedsiębiorstwa są traktowane w tym tekście jako „czarne skrzynki”. Takie ujęcie badawcze jest sygnałem przynależności badania do ekonomii, a nie do nauk o zarządzaniu, których specyfiką metodologiczną jest m.in. badanie wewnętrznych funkcji podmiotów gospodarczych.

W kolejnym artykule z tej grupy, „Doskonalenie procesów decyzyjnych w organizacji”, K. Malewska prezentuje – na podstawie literatury – zależności między sposobami podejmowania decyzji i ich skutecznością. Roman Zwierzyński w artykule „Ulga podatkowa na zakup nowych technologii jako szansa dla przedsiębiorcy” opisuje i analizuje warunki, jakie muszą być spełnione, żeby przedsiębiorca posiadający formę prawną osoby fizycznej, realizujący projekt innowacyjny, mógł ubiegać się skutecznie o ulgę podatkową na nowe technologie. Metoda zastosowana przez autora to analiza jednej instytucji prawnej i jej wpływu na przedsiębiorstwa. Takie sformułowanie problemu i metoda analizy wskazują na przynależność badania do dyscypliny ekonomii. Procesy ani funkcje wewnętrzne przedsiębiorstwa nie są w nim analizowane.

W pozostałych dwóch artykułach zamieszczonych w niniejszym zbiorze ich autorzy, na podstawie studiów literaturowych, podejmują próby objaśnień szczegółowych kategorii nauk o zarządzaniu oraz sugerują ich przydatność do opisu zjawisk w określonych dziedzinach. Artykuł M. Krasieńskiego dotyczy możliwości zastosowania metodyki Kanban w zarządzaniu projektami. Autor objaśnia, co to jest *kanban* oraz przedstawia możliwości stosowania tej metodyki w zarządzaniu projektami. Drugim tekstem należącym do tej grupy jest artykuł M. Raftowicz-Filipkiewicz „Marketing terytorialny jako narzędzie budowania przewagi konkurencyjnej gmin

Doliny Baryczy”. Autorka opisuje pojęcia i klasyfikacje dotyczące marketingu terytorialnego wykorzystywane w opisach strategii rozwoju gospodarczego i zestawia je z pojedynczym przypadkiem (jedna obserwacja) praktycznych działań realizowanych w ośmiu gminach w Dolinie Baryczy. Wynikiem analiz jest próba oceny efektów tych działań.

Polecam także Czytelnikowi czytanie streszczeń i wprowadzeń zamieszczanych przez autorów na początku ich artykułów oraz sprawdzanie, czy zawierają trzy standardowe elementy: (1) cel (celem jest odpowiedź na pytanie) lub problem (czyli pytanie) badania, (2) metodę realizacji celu lub rozwiązywania problemu oraz (3) wynik badania, czyli rozstrzygnięcie postawionego problemu (odpowiedź na pytanie). Takie czytanie streszczeń i wprowadzeń może pomóc Czytelnikowi w formułowaniu i prezentacji własnych badań.

Ryszard Kłeczek