

Anna Maryniak

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Zarządzania, Katedra Logistyki
i Transportu
anna.maryniak@ue.poznan.pl

PARADYGMAT W LITERATURZE ŚWIATOWEJ

Streszczenie: Dotychczas prowadzone rozważania dotyczące paradygmatu koncentrują się głównie wokół jednorodnych kontekstach znaczeniowych. Uznano zatem, iż celowe jest szersze ujęcie tematu i zbadanie w jakiego rodzaju wymiarach wykorzystywane jest słowo paradygmat. Jako metodę zastosowano analizę bibliometryczną oraz ocenę merytoryczną wygenerowanych tekstów.

W wyniku podjętych prac ustalono, że w środowisku nauki istnieje przyzwolenie na różną interpretację pojęcia paradygmat, czego dowodem są analizowane, recenzowane artykuły naukowe. Na podstawie badań między innymi stwierdzono, iż paradygmat wykorzystywany jest do sprecyzowania optyki metodologicznej, do określenia „nurtów w zarządzaniu” oraz jako sformułowanie lingwistyczne bliżej nieokreślone.

Istnieje zatem potrzeba podjęcia szerszej dyskusji nad zasadnością używania pojęcia paradygmat w rozważaniach innych niż metodologiczne, tym bardziej że częstotliwość jego użycia w tytułach, słowach kluczowych i streszczeniach wzrasta.

Słowa kluczowe: paradygmat, metodologia.

Klasyfikacja JEL: B41.

THE PARADIGM IN WORLD LITERATURE

Abstract: The studies conducted so far referring to “the paradigm” mainly focus on one meaning contexts.

Therefore, we claim that it is appropriate to broaden the conceptualization of the topic and to investigate in what kind of dimensions the word “paradigm” is used. The method used is bibliometric analysis and content evaluation of the texts produced.

The results of the analysis conducted show that in the academic world there is a consensus for different interpretations of the notion “paradigm”, which can be proved by the academic papers analysed and reviewed. On the basis of the research we claim that the paradigm is used for clarifying methodological scope, determining streams in management and is used as an unspecified linguistic term.

Thus, there is a need to undertake a broader discussion on the appropriateness of using the term “paradigm” in other than methodological studies, especially because the frequency of using this term in titles, key words and abstracts is growing.

Keywords: paradigm, methodology.

Wstęp

„Wśród naukowców słowo »paradygmat«, wprowadzone do nauki przez T. Kuhna, ma wysoką rangę, znaczące dla nich coś fundamentalnego, choć samo pojęcie paradygmatu jest bardzo różnie pojmowane i definiowane” [Sudoł 2012, s. 419]¹. Wynika to między innymi z charakterystycznych cech twierdzeń nauk o zarządzaniu (jako nauki społecznej, empirycznej i praktycznej, wyjaśniające ich odmiennność w stosunku do innych nauk), które mogą pretendować do roli paradygmatów [Sudoł 2012, s. 419–420].

W dotychczasowym dorobku nauk o zarządzaniu pojawiło się kilka klasyfikacji paradygmatów, „które stanowią przegląd głównych założeń filozoficznych przyjmowanych w teorii i praktyce zarządzania. Założenia te stanowią podstawę wysiłków poznawczych podejmowanych w ramach konkretnych orientacji badawczych, koncepcji czy szkół naukowych, wpływając zarówno na przebieg badań, jak i na procesy zarządzania organizacją” [Zawadzki 2013, s. 11]. Toczy się więc dyskusja nad zasadnością przyjęcia propozycji klasyfikacji paradygmatów [Burrell i Morgan 1979, s. 22] i propozycji pochodnych [Sułkowski 2013]). Niemniej literatura przedmiotu bogata jest także w opracowania traktujące o paradygmatach dotyczących nowych „nurtów zarządzania”² [Pietruszka-Ortyl 2012, s. 436]. Niektórzy przedstawiciele nauk o zarządzaniu wiążą paradygmat nawet już nie z nauką, a ze zbiorem zasad tworzących strategię przedsiębiorstwa, która zwiększa jego szanse przetrwania [Sudoł

¹ Pojęcie „paradygmat” T. Kuhn wprowadził do nauki światowej w 1962 roku w książce *The Structure of Scientific Revolution*. Według jednej z wielu jego definicji paradygmat to zbiór pojęć i teorii tworzących podstawy danej nauki.

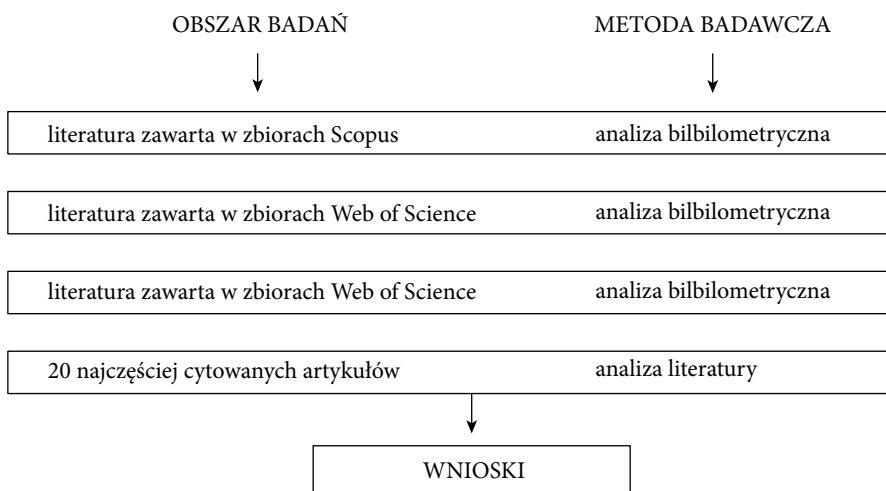
² Określenie „nurtu zarządzania” jest dyskusyjne. W związku z tym w przyszłości zasadne jest rozważenie przyjęcia innej nomenklatury.

2012, s. 419]. Uznano zatem, że celowe jest wyodrębnienie podstawowych modułów kontekstowych, w jakich używane jest słowo paradygmat, oraz ich scharakteryzowanie.

W związku z powyższym przyjęto hipotezę, zgodnie z którą pojęcie paradygmat wykorzystuje się w różnych kontekstach znaczeniowych.

1. Etapy postępowania badawczego

Celem potwierdzenia hipotezy przeprowadzono analizę badawczą składającą się z czterech podstawowych etapów (rysunek 1). W pierwszych trzech etapach dokonano analizy bibliometrycznej opartej na różnych źródłach i hasłach. Na etapie czwartym zanalizowano wyselekcjonowaną literaturę przedmiotu. Na jej podstawie sformułowano wnioski.



Rysunek 1. Schemat postępowania badawczego

Celem wyodrębnienia pozycji do przeprowadzenia studiów literaturo-
wych na temat paradygmatów w naukach o zarządzaniu dokonano przeglądu
bazy Scopus. W trakcie prac zastosowano następujące zapytanie wyszuki-
wawcze: TITLE-ABS-KEY(paradigm* PRE/2 management PRE/2 science)
AND UBJAREA (mult OR arts OR busi OR deci OR econ OR psyc OR soci))
OR (TITLE-ABS-KEY(paradigm* PRE/2 management PRE/2 field*) AND
SUBJAREA(mult OR arts OR busi OR deci OR econ OR psyc OR soci)) OR

(TITLE-ABS-KEY(paradigm* PRE/2 management PRE/2 research) AND SUBJAREA(mult OR arts OR busi OR deci OR econ OR psyc OR soci))³.

Uzyskano rezultat w postaci 18 rekordów. Na podstawie uzyskanych danych między innymi stwierdzono, że wśród najczęściej cytowanych pozycji według podanych haseł wyodrębniono takich autorów, jak: D'Aveni, Dagnino i Smith, Mathieu i Chen, Seymour, Crook i Rooke, Adler, Westwood i Everett, Paucar-Caceres – na podstawie bazy Scopus:

R.A. D'Aveni, G.B. Dagnino, K.G. Smith, 2010,
The Age of Temporary Advantage
Strategic Management Journal, vol. 31 (13), s. 1371–1385

J.E. Mathieu, G. Chen, 2011,
The Etiology of the Multilevel Paradigm in Management Research
Journal of Management, vol. 37 (2), s. 610–641

D. Seymour, D. Crook, J. Rooke, 1997,
The Role of Theory in Construction Management: a Call for Debate
Construction Management and Economics, vol. 15 (1), s. 117–119

S.P. Adler, 1992,
When Knowledge is the Critical Resource, Knowledge Management is the Critical Task
IEEE Transactions on Engineering Management, v (n), s. 87–94

R.G. Westwood, J.E. Everett, 1987
Culture's Consequences: a Methodology for Comparative Management Studies in Southeast Asia?
Asia Pacific Journal of Management, vol. 4 (3), s. 187–202

A. Paucar-Caceres, 2010,
Mapping the Changes in Management Science: a Review of 'Soft' OR/MS Articles Published in Omega (1973–2008)
Omega, vol. 38 (1–2), s. 46–56. Cited 12 times

Ponieważ wygenerowano niewiele rekordów, w kolejnym etapie skoncentrowano się na wyszukiwaniu pozycji ze źródeł Web of Science, przyjmując inne hasła wyszukiwań⁴. W związku z powyższym zastosowano następujące zapytanie wyszukiwawcze: *ts* = (paradigm* NEAR/2 management NEAR/1

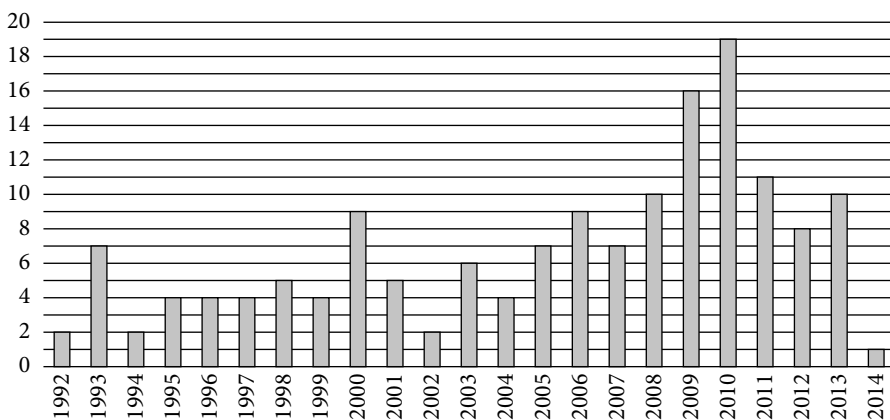
³ TITLE-ABS-KEY przeszukuje łącznie pola: tytuł, abstrakt oraz słowa kluczowe. Parametr PRE/*n* określa *n* liczbę słów, które mogą rozdzielać poszczególne słowa w zapytaniu. Obszar poszukiwań w każdym z etapów został zakończony na pierwszym kwartale 2014 roku.

⁴ Bazę wyszukiwań stanowiły: Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED) – 1945-present; Social Sciences Citation Index (SSCI) – 1956-present; Arts & Humanities Citation Index (A&HCI) – 1975-present; Conference Proceedings Citation Index – Science (CPCI-S) – 1990-present; Conference Proceedings Citation Index – Social Science & Humanities (CPCI-SSH) – 1990-present.

field) OR $ts = (\text{paradigm} * \text{NEAR/2 management NEAR/1 research})$ OR $ts = (\text{paradigm} * \text{NEAR/2 science NEAR/1 management})$ ⁵. Uzyskano rezultat w postaci 45 rekordów. Wynik ten ograniczono do następujących dziedzin (kategorie według Web of Science): *management, business, operations research management science, business* oraz *economics*, co pozwoliło na wyselekcjonowanie 38 rekordów.

W wyniku wielokryterialnych wyszukiwań między innymi ustalono, że liczba rekordów występujących w poszczególnych latach wyszukanych na podstawie opisanej metodologii wzrasta.

W etapie trzecim, celem zebrania obszerniejszego materiału badawczego do selekcji najczęściej cytowanych autorów, po raz kolejny zmieniono metodologię wyszukiwań, przy czym źródło danych pozostało bez zmian. W związku z tym rozszerzono zapytanie do postaci: $ts = (\text{paradigm NEAR/2 management})$. Tak przygotowane zapytanie dało wynik w postaci 1571 rekordów. Ten wynik został zawężony do następujących dziedzin (kategorie według Web of Science): *management, business, operations research management science, business* oraz *economics*. Zastosowany filtr „dziedzinowy” dał wynik 156 rekordów (rysunek 2), z czego dwadzieścia najczęściej cytowanych poddano dalszej analizie.



Rysunek 2. Liczba rekordów dotyczących pojęcia paradygmat pojawiająca się w poszczególnych latach

Źródło: Na podstawie bazy Web of Science

⁵ TS – kod podpola „topic”, które przeszukuje łącznie pola: tytuł, abstrakt oraz słowa kluczowe. Operator NEAR określa bliskość występowania słów. Zastosowanie operatora NEAR/2 oznacza, że między podanymi terminami wyszukiwawczymi mogły wystąpić co najwyżej dwa inne słowa. Analogicznie NEAR/1 pozwala na rozdzielenie wyrazów najwyżej jednym słowem.

2. Selekcja literatury do badań z podziałem na konteksty znaczeniowe pojęcia paradygmat

Na podstawie badań podjętych w trzecim etapie wyodrębniono autorów dwudziestu najczęściej cytowanych pozycji (tabela 1).

Tabela 1. Najczęściej cytowani autorzy, w których książkach wyodrębnia się pojęcie paradygmat

Autorzy	Liczba cytowań
P. Shrivastava	150
Xiuhui Li; Qinan Wang;	122
P.M. Podsakoff; S.B. Mackenzie; D.G. Bachrach; N.P. Podsakoff	99
H. Willmott	89
A.Z. Hahm; M.A. Vonderembse; X.A. Kouferos	87
R.E. Purser; C. Park; A. Montuori	85
C.W.L. Hart	76
L. Tung Rosalie	72
H. Tsoukas	69
A. Ghobadian; D. Gallear	67
K.B. Murray; C.M. Vogel	64
C. Bruyat; P.A. Julien	59
R. Mir; A. Watson	59
L.D. Ordonez; M.E. Schweitzer; A.D. Galinsky; M.H. Bazerman	49
D. Denyer; D. Tranfield; J.E. van Aken	45
R. Cagliano; G. Spina	45
R. Kochar	44
B. Lovendahl; O. Revang	35
N.F. Piercy	35
R. Chia	35

Źródło: Na podstawie bazy Web of Science.

Wstępne studia literaturowe pozwoliły na dokonanie klasyfikacji kontekstów znaczeniowych, w jakich używa się pojęcia paradygmat i przyporządkowania im artykułów, które zostaną omówione w dalszej części rozważań (tabela 2). Niemniej należy podkreślić, że przeprowadzone analizy mają charakter poglądowy i wyznaczają przyszły kierunek badań (obszerniejszy od strony pozycji literaturowych). Wydaje się jednak, że w wyniku dalszych badań przyjęta klasyfikacja nie ulegnie zmianie od strony merytorycznej. Może jedynie ulec rozbudowaniu w poszczególnych modułach zasadniczych. Większa liczba analiz pozwoli także na dokładniejsze oszacowanie częstotliwości używanych

określeń w odniesieniu do poszczególnych znaczeń, a także na dokonanie ujęć temporalnych w poszczególnych modułach.

Tabela 2. Moduły rozważań dotyczące paradygmatu

Sprecyzowanie optyki metodologicznej	Określenie nurtów w zarządzaniu	Sformułowanie lingwistyczne bliżej nieokreślone
R. Tung 2008	X.Li i Q. Wang 2007	P. Podsakoff i in. 2005
Willmott H. 1993	R. Puser i in. 1995	A. Nahm 2003
R. Mir i A. Watson 2000	Ch. Hart 1995	H. Tsoukas 1993
B. Lovendahl i O. Revang 1998	P. Sirivastava 1995	K. Murray i C. Vogel 1997
	A. Ghobadian i D. Gallerar 1997	C. Bruyat i P. Julien 2001
	Ordonez i in. 2009	D. Denyer i in. 2008
	R. Kochhar 1996	R. Cagliano i G. Spina 2000
	N. Piercy 1998	R. Chia 1996

3. Paradygmat jako kanwa rozważań metodologicznych

Niniejszy wywód koncentruje się wokół literatury, w której paradygmat analizowany jest w kontekście ontologicznym lub/i epistemologicznym.

Tung [2008, s. 41] w swych rozważaniach podkreśla, że przystępując do analizy przedmiotu, musimy brać pod uwagę wewnątrz krajowe i transgraniczne uwarunkowania kulturowe (w tym w szczególności ich różnorodność), a także ich ewolucję w czasie. Zatem bez kontekstowego spojrzenia na dany problem nie jesteśmy w stanie zrozumieć i odkryć prawd właściwych danym społeczeństwom.

Willmott [1993, s. 681] w swoich wywodach odwołuje się do paradygmatów Burrella i Morgana. Zaznacza ich wielki wpływ na dyskurs w omawianym obszarze badań. Niemniej, jak podkreśla Willmott, wspomniani autorzy przyjmują zbyt ostry podział na „subiektywną” i „obiektywną” formę analizy.

Z kolei Mir i Watson [2000, s. 941] przekonują, że przyjęcie podejścia konstruktywistycznego w analizach dotyczących zarządzania ma duży potencjał i niesłusznie w nauce jest ignorowane.

Konieczność otwarcia na inne paradygmaty sygnalizują także Lowendahl i Revang [1998, s. 755]. Autorzy podkreślają, że globalne zmiany, oraz praktyki zarządzania zmieniają relacje między przedsiębiorstwami i podmiotami zewnętrznymi i zmieniają relacje między firmami i interesariuszami wewnętrznymi. Ten nowy, postindustrialny kontekst wymaga zasadniczo różnego podejścia do badania rzeczywistości. Należy zatem zastanowić się nad ograniczeniami tradycyjnych teorii. Zadaniem Lowendahla i Revanga, należy odkrywać i wymyślać

nowe teorie i ujęcia dotyczące konkretnej sytuacji. Nie można ograniczać kreatywności naukowców i menedżerów do już ustalonych ram analiz. Tym samym (jak twierdzą autorzy) należy być otwartym na nowe paradygmaty zarządzania.

Tak ujmowane paradygmaty rodzą dwa podstawowe pola analiz:

- współwystępowania paradygmatów, ich wyboru, dominacji;
- rozgraniczenia ich rodzajów.

Jak podkreśla Czakon [2014, s. 59], odrzucenie monizmu metodologicznego wymaga dochowania zasad przejrzystości metodologicznej po to, aby krytyczna ocena rygoru była możliwa. A zatem nie jest najważniejsze, czy wpisujemy się w paradygmat pozytywistyczny, najbardziej charakterystyczny dla nauk o zarządzaniu, czy innego rodzaju opcje, lecz czy będziemy konsekwentni w swoich wyborach paradygmatycznych w trakcie całego procesu badawczego.

Wydaje się zatem, że większym problemem jest ustalenie, w którą klasyfikację paradygmatów mamy się wpisać. Wśród licznych propozycji klasyfikacyjnych między innymi znajdujemy paradygmat:

- funkcjonalistyczny, interpretatywistyczny, radykalnego humanizmu, radykalnego strukturalizmu [Burrell i Morgan 1979];
- wczesnego pozytywizmu, konfliktu, symbolicznego, interakcjonizmu, etnometodologii, funkcjonalizmu, strukturalny, feministyczny, racjonalnej obiektywności [Babbie 2008];
- teorii pozytywistycznej, społecznego akonstruksjonizmu, urzeczywistnionego realizmu [Haracleous i Jacobs 2008];
- pozytywistyczny, postpozytywistyczny, krytycznej teorii, konstruktywistyczny [Guba i Lincoln 1994];
- ilościowy, jakościowy [Creswell 1994];
- definicji społecznych, zachowania społecznego, faktów społecznych [Gray 2005].

Różnorodność powyższych propozycji budzi wątpliwość i pozostawia uczonych w przestrzeni ich subiektywnych wyborów oraz utrudnia benchmarking na tym „polu”.

4. Definiowanie paradygmatów w kontekście „nurtów zarządzania”

Oprócz wymiaru metodologicznego paradygmaty rozważane są w kontekście pojawiających się „nurtów zarządzania”. Przykładowo, Shirivastava uważa, że społeczeństwa przemysłowe koncentrują się przede wszystkim na tworzeniu bogactwa poprzez rozwój technologiczny i jego dystrybucji, kierując się

antropocentryzmem. W przeciwieństwie do tego postindustrialne społeczeństwa skupiają się na zagrożeniach, które towarzyszą tworzeniu i dystrybucji bogactwa. W związku z powyższym uważa się za naturalne, że paradygmaty ewoluują i zmieniają zawartość merytoryczną w czasie [Shirivastava 1995, s.118]. Autor opowiada się za paradygmatem ekocentrycznym, stawiając go w opozycji do paradygmatu opartego na zarządzaniu tradycyjnym [Shirivastava 1995, s. 130–131, 133]). Uważa bowiem, że kierując się wyznacznikami paradygmatu ekocentrycznego, przyczyniamy się do tworzenia zrównoważonego rozwoju gospodarczego i poprawy jakości życia dla wszystkich interesariuszy oraz harmonizujemy relacje między środowiskiem i społeczeństwem. Zastosowanie się do paradygmatu zarządzania ekocentrycznego ma poważne implikacje dla praktyków biznesu, ponieważ wymaga rewizji dotychczasowego stylu zarządzania. W tym ujęciu podstawowe cele firmy, jak maksymalizacja zysku i podnoszenie wydajności, są niewystarczające i muszą być uzupełnione celami, które zaspokajają potrzeby środowiska i społeczeństwa.

Tematykę ekocentryzmu podjął także Purser wraz z współautorami [Purser, Park i Montuori 1995, s. 1053]. Autorzy dowodzą, że tak zwany „ekologiczny biznes” oparty na paradygmacie zarządzania środowiskowego jest niewspółmierny z paradygmatem ekocentrycznym. Niemniej napięcia między tymi konkurencyjnymi paradygmatami postrzega się jako użyteczne bodźce do rozwoju teorii w kierunku paradygmatu ekocentrycznego.

Z kolei Li i Wang jako ważny paradygmat wymieniany z nazwy wskazują zarządzanie łańcuchem dostaw (*supply chain management*). Autorzy dokonują przeglądu mechanizmów koordynacji systemów łańcucha dostaw, które oparte są na strukturach decyzyjnych łańcucha dostaw i charakterze popytu. W nakreślonych ramach rozważań podkreślają wagę behawioralnych i informacyjnych aspektów niezbędnych w procesie koordynacji łańcucha dostaw. Identyfikacja tych kwestii pozwoliła autorom na wytyczenie kilku kierunków w tej materii badawczej [Li i Wang 2007, s. 1].

Inny autor – Hart – jako paradygmat wyróżnia masowe dostosowanie [Hart 1995, s. 36] (opisane szeroko w literaturze przedmiotu jako masowa kastomizacja – *mass customization*). Według niego w przeszłości menedżerowie uważali, że należy pójść na kompromis: albo wybrać drogę niskich cen i niskiej jakości, albo cen wyższych i wyższej jakości, albo wybierać między masowością a indywidualizacją oferty. Zgodnie z nowym paradygmatem kompromisy tego typu zanikają. Współcześnie możliwe jest bowiem tworzenie niestandardowych, niedrogich i wysokiej jakości produktów. W związku z powyższym autor starał się wyznaczyć ramy diagnostyki mającej na celu ocenić możliwość przyjęcia masowej personalizacji jako podstawowej strategii firmy.

W literaturze przedmiotu jako paradygmat zarządzania wymienia się także koncepcje TQM. Ghobadian i Gallear [1997, s. 121] podkreślili jej znaczenie dla zdobywania przewagi konkurencyjnej przez przedsiębiorstwa małe i średnie. Autorzy zauważyli, że w porównaniu z dużymi organizacjami MŚP są powolniejsze w implementacji TQM. W związku z tym wytyczyli dziesięć podstawowych kroków, które należy wykonać na drodze jej implementacji.

W literaturze spotykamy także stwierdzenia, że „wyznaczanie celów jest jednym z najbardziej wpływowych i powtarzanych w literaturze paradygmatów zarządzania” [Ordóñez i in. 2009, s. 6]. Autor tego stwierdzenia dowodzi, że ustalanie celów ma też swoje negatywne strony i aspekt ten w dużej mierze bywa ignorowany. Przede wszystkim zaniedbuje się obszary nieobjęte celami. Na przykład, wzrasta liczba nieetycznych zachowań, następuje korozja kultury organizacyjnej.

Według kolejnego z przykładowych autorów podejmujących tematykę paradygmatu – teoria agencji i teoria ekonomii kosztów transakcyjnych są paradygmatami, które opierają się na pojęciu niedoskonałości rynku [Kochhar 1996, s. 713]. Jak wykazuje autor, mimo pewnych podobieństw paradygmaty te oferują różne wyjaśnienia roli długu i kapitału własnego w firmie.

Ostatni z przytaczanych przykładów dotyczy paradygmatu marketingu. Piercy [1998, s. 222] porównuje go z takimi paradygmatami, jak szczupłe przedsiębiorstwo i szczupłe myślenie. Na tym tle wykazuje, że paradygmat marketingu jest słaby i w związku z tym musi ustąpić miejsca innym paradygmatom.

Przytoczone przykłady nazywane przez autorów paradygmatami są dyskusyjne. Przykładowo, SCM czy TQM są znane i szeroko opisywane w literaturze przedmiotu, niemniej rzadko nazywane są paradygmatami. Także wydaje się, że używanie sformułowania paradygmat w odniesieniu do „wyznaczania celów”, które jest niczym innym jak czynnością kierowniczą w ramach funkcji planowania, jest zbyt wygórowane.

W związku z tym w przyszłości w ramach omawianego modułu na podstawie analizy szerszej literatury warto dokonać rewizji poglądów na temat słuszności używania omawianego pojęcia w kontekście problematyki zarządzania.

Zakończenie

W wyniku podjętych analiz potwierdzono, że: pojęcie paradygmat wykorzystuje się w różnych kontekstach znaczeniowych. Są to rozważania mające na celu sprecyzowanie optyki metodologicznej oraz teksty, w których wyodrębnia się nowe „nurty zarządzania” w stosunku do już ustępujących.

Ponadto stwierdzono, że:

- liczba pozycji naukowych traktujących o paradygmatach (abstrahując od ich desygnatów) wzrasta;
- pojęcie paradygmat wykorzystywane jest w różnych kontekstach znaczeniowych, przy czym w danej pozycji literaturowej występuje tylko jeden kontekst;
- autorzy nie precyzują, w jakich obszarach paradygmatycznych toczy się dyskusja w przypadku podejmowania różnorodnych tematów;
- w środowisku nauki istnieje przyzwolenie na dowolną interpretację słowa paradygmat, czego dowodem są analizowane, recenzowane artykuły naukowe;
- istnieje potrzeba podjęcia szerszej dyskusji nad zasadnością używania pojęcia paradygmat w rozważaniach innych niż metodologiczne;
- istnieje duża niespójność w zakresie desygnatu nazwy paradygmat poza kontekstem metodologicznym;
- rozważania na temat paradygmatu dotyczącego w miarę jednorodnych znaczeń muszą być dokonane w sekwencji: analiza ilościowa – analiza jakościowa – analiza ilościowa lub w sekwencji: analiza jakościowa – analiza ilościowa.

Dotychczasowe dyskusje koncentrują się głównie na popularności danego paradygmatu lub na popularnych „nurtach zarządzania”. Istnieje zatem luka badawcza w zakresie szerszego ujęcia tematu. Dlatego też w przyszłości zasadne jest rozwinięcie rozważań wychodzących poza jednorodny kontekst znaczeniowy paradygmatu. W związku z powyższym zauważono między innymi konieczność podjęcia dalszej dyskusji w ramach dwóch nakreślonych poniżej tematów.

Biorąc pod uwagę dotychczasowe studia literaturowe – nieograniczone do pozycji wyodrębnionych na potrzeby niniejszych analiz – zastanawiające jest nader rzadkie wyraźne precyzowanie, w jakich obszarach paradygmatycznych toczy się dyskusja. Należy zatem postawić pytanie, czy formułowanie wprost paradygmatu, na którym się opieramy jest trudne (z uwagi na przenikanie i współwystępowanie paradygmatów), niepotrzebne czy niepraktykowane ze względu na brak wymogów formalnych i niskiego poziomu wiedzy w tym obszarze. Celowe jest zatem w przyszłości rozważenie, jakie znaczenie w rozwoju nauki ma sam fakt klasyfikacji paradygmatów przy założeniu, że liczba publikacji nie przesądza o treści formułowanych stwierdzeń.

W wyniku przeprowadzonych badań zauważono także, że nie jest możliwe dokonanie statystycznej oceny rozwoju literatury dotyczącej paradygmatów w konkretnym kontekście tylko i wyłącznie za pomocą studiów

bibliometrycznych. Niemniej w przyszłości zasadne będzie podjęcie gruntownych prac dotyczących ewolucji znaczenia rozumienia paradygmatu, natężenia użycia pojęcia paradygmat w poszczególnych kontekstach znaczeniowych z wyodrębnieniem: produktywności autorów, ośrodków specjalizujących się w danej problematyce badawczej, regionów najintensywniej popularyzujących wiedzę na temat paradygmatów oraz autorów najbardziej uznanych za autorytet w danych kręgach badawczych. Osiągnięcie tak postawionego celu wymaga jednak przeprowadzenia uprzednich analiz ilościowych i jakościowych, które stanowić będą punkt wyjścia do analiz w ramach poszczególnych, wyodrębnionych wcześniej modułów.

Potwierdzenie postawionej na wstępie hipotezy jest zgodne z refleksją wynikającą z udziału autora w dyskusjach na forum polskiego środowiska nauki. Prowadzone dyskursy w ostatnich kilku latach na temat istoty paradygmatu (m.in. w trakcie konferencji „Współczesne nauki o zarządzaniu”⁶), zasadności jego klasyfikacji (m.in. podczas debaty „Kontrowersje wokół paradygmatów w naukach o zarządzaniu”⁷) oraz na temat ram ontologicznych i epistemologicznych wyznaczających sposób badań (m.in. w czasie debaty „Metodologia nauk ekonomicznych w kryzysie?”⁸) utwierdzają w przekonaniu, że nie ma konsensusu w środowisku naukowym w sprawie rozumienia i wykorzystywania pojęcia paradygmat. Nie ma też spójności w zakresie poglądów na temat tego, które z ujęć paradygmatycznych jest właściwe i prowadzi do najlepszych rezultatów badawczych. Odzwierciedleniem tego są rozbieżności w zakresie pojmowania paradygmatu omawianego w różnych kontekstach w publikacjach.

Bibliografia

- Babbie, E., 2008, *Podstawy badań społecznych*, PWE, Warszawa.
- Burrell, G. Morgan, G., 1979, *Sociological Paradigms and Organizational Analysis: Elements of the Sociology of Corporate Life*, Heinemann, London.
- Creswell, J.W., 1994, *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Czakon, W., 2004, *Kryteria oceny rygoru metodologicznego badań w naukach o zarządzaniu*, Organizacja i Kierowanie, nr 1/161, s. 51–62.

⁶ 28–29.06.2013, Uniwersytet Ekonomiczny, Poznań.

⁷ 12.06.2015, Uniwersytet Ekonomiczny, Poznań.

⁸ 24.10.2014, Uniwersytet Ekonomiczny, Poznań.

- Ghobadian, A, Gallear, D, 1997, *TQM and organization Size*, International Journal of Operations & Production Management, vol. 17, no. 1–2, s. 121–163.
- Gray, R.M., 2005, *Archetypal Explorations: an Integrative Approach to Human Behavior*, Routledge, London.
- Guba E.G., Lincoln Y.S., 1994, *Competing Paradigms in Qualitative Research*, w: Denzin, N.K. Lincoln Y.S. (eds.), *Handbook of Qualitative Research*, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Hart, Ch., 1995, *Mass Customization: Conceptual Underpinnings, Opportunities and Limits*, International Journal of Service Industry Management, vol. 6, no. 2, s. 36–45.
- Heracleous, L., Jacobs, C., 2008, *Crafting Strategy: the Role of Embodied Metaphors*, Long Range Planning, vol. 41, no. 3, s. 309–325.
- Kochhar, R., 1996, *Explaining Firm Capital Structure: the Role of Agency Theory vs Transaction Cost Economics*, Strategic Management Journal, vol. 17, no. 9, s. 713–728.
- Li, X., Wang, Q., 2007, *Coordination Mechanisms of Supply Chain Systems*, European Journal of Operational Research, vol. 179, no. 1, s. 1–16.
- Lowendahl, B., Revang, O., 1998, *Challenges to Existing Strategy Theory in a Postindustrial Society*, Strategic Management Journal, vol. 19, no. 8, s. 755–773.
- Mir, R., Watson, A., 2000, *Strategic Management and the Philosophy of Science: the Case for a Constructivist Methodology*, Strategic Management Journal, vol. 21, no. 9, s. 941–953.
- Ordóñez, L., Schweitzer, M., Galinsky, A., Bazerman, M., 2009, *Goals Gone Wild: the Systematic Side Effects of Overprescribing Goal Setting*, Academy of Management Perspectives, vol. 23, no. 1, s. 6–16.
- Piercy, N.F., 1998, *Marketing Implementation: the Implications of Marketing Paradigm Weakness for the Strategy Execution Process*, Journal of the Academy of Marketing Science, vol. 26, no. 3, s. 222–236.
- Pietruszka-Ortyl, A., 2012, *Studium paradygmatów współczesnego zarządzania*, w: Czech, A. (red.), *Nauki o zarządzaniu – u początków i współcześnie*, Studia Ekonomiczne, Zeszyty Wydziałowe i Naukowe, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice, s. 424–442.
- Purser, R., Park, Ch., Montuori, A., 1995, *Limits to Anthropocentrism: toward an Ecocentric Organization Paradigm?*, Academy of Management Review, vol. 20, no. 4, s. 1053–1089.
- Shrivastava, P., 1995, *Ecocentric Management for a Risk Society*, The Academy of Management Review, vol. 20, no. 1, s. 118–137.
- Sudoł, S., 2012, *O niektórych ważnych problemach nauk o zarządzaniu*, w: Czech, A. (red.), *Nauki o zarządzaniu – u początków i współcześnie*, Studia Ekonomiczne, Zeszyty Wydziałowe i Naukowe, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice, s. 413–422.
- Sułkowski Ł., 2013, *Paradygmaty nauk o zarządzaniu*, Współczesne Zarządzanie, nr 2, s. 17–26.

-
- Tung, R., 2008, *The Cross-cultural Research Imperative: the Need to Balance Cross-national and Intra-national Diversity*, Journal of International Business Studies, vol. 39, no. 1, s. 41–46.
- Willmott, H., 1993, *Breaking the Paradigm Mentality*, Organizations Studies, vol.14, no. 5, s. 681–719.
- Zawadzki, M., 2013, *Denaturalizacja paradygmatu funkcjonalizmu w epistemologii nauk o zarządzaniu. Perspektywa nurtu krytycznego*, Organizacja i Kierowanie, nr 2, s. 11–28.