

Mgr Anna Gruszczyńska-Radecka*Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu***Dr hab. Iwona Olejnik, prof. UEP***Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu***Dr hab. Aleksandra Kaniewska-Sęba, prof. UAM***Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu*

Jakość oraz etyka badań rynkowych i marketingowych. Relacja z XXVII Warsztatów Metodologicznych im. Profesora Stefana Mynarskiego

Quality and ethics of market and marketing research.
Report from the 27th Professor Stefan Mynarski Methodological Workshop

W dniach 15–16 maja 2025 r. w Poznaniu odbyły się XXVII Warsztaty Metodologiczne im. Profesora Stefana Mynarskiego pt. „Jakość oraz etyka badań rynkowych i marketingowych”. Patronat merytoryczny nad wydarzeniem objęło Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu. Konferencję zorganizowały dwie poznańskie uczelnie – Uniwersytet Ekonomiczny oraz Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, a organizacja wydarzenia została dofinansowana ze środków Ministra Nauki przyznanych w ramach Programu „Regionalna inicjatywa doskonałości” na realizację projektu „Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu dla Gospodarki 5.0: Inicjatywa regionalna – efekty globalne (IREG)”.

W konferencji wzięło udział 50 naukowców z takich ośrodków, jak: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Uniwersytet Szczeciński, Universidad del Pacifico (Lima/Peru), Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Targu, Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Politechnika Lubelska, Uniwersytet Gdański, a także przedstawiciele Urzędu Statystycznego w Poznaniu.

Podczas konferencji odbyły się: jedna sesja plenarna w postaci dyskusji panelowej, jedna sesja warsztatowa oraz trzy sesje z wystąpieniami

prelegentów. Gościem honorowym był Christian Fernando Libaque-Saenz, który przedstawił prezentację dotyczącą porównania metod Covariance-Based i Assumption Free w SEM na przykładzie AMOS i Smart PLS. Porównanie to objęło zagadnienia jakości danych, różnic w analizach i jakości wyników.

Podczas sesji plenarnej zatytułowanej „Etyka badań – między zasadami a rzeczywistością” paneliści dyskutowali o wyzwaniach etycznych w badaniach naukowych. Zauważyli, że przyczyny braku rzetelności w badaniach rynkowych i marketingowych można rozpatrywać na trzech poziomach: indywidualnym, instytucjonalnym, systemowym. Na poziomie indywidualnym można wyróżnić zachowania poszczególnych badaczy, które utrwalają negatywne praktyki. Niekiedy widoczna jest niechęć do zmian i edukacji w dziedzinie etyki. Na poziomie tym szczególnie istotne mogą okazać się spójne i konsekwentne zachowania osób wyznaczających pozytywne trendy, także we współpracy ze studentami. Dostrzega się też potrzebę stałej edukacji wszystkich naukowców w obszarze etyki jako dziedziny nauki oraz tworzenia na bieżąco dobrych praktyk w obszarze prowadzenia badań naukowych. Poziom instytucjonalny dotyczy natomiast uczelni oraz wydawców. Spoczywa na nich odpowiedzialność za promowanie etycznych zachowań.

Jednak uczelnie w różny sposób podchodzą do tematu budowania kultury etycznej. W odpowiedzi na wymogi wydawców na uczelniach powstają komisje ds. etyki. Każda we własnym zakresie organizuje procesy zgłaszania, weryfikowania i opinowania wniosków, samodzielnie szuka rozwiązań, często mierząc się z tymi samymi wyzwaniem, co inne uczelnie. Uznano więc, że cenne byłoby stworzenie międzyuczelnianego forum ds. etyki badań, które dawałoby szansę na wymianę doświadczeń. Jest to istotne szczególnie w kontekście znaczących wyzwań dla komisji etyki związanych z rozwojem technologicznym, w tym zwłaszcza sztucznej inteligencji. Jednym z rozwiązań stosowanych przez uczelnie (np. Uniwersytet im. Adama Mickiewicza) w procesie budowania kultury etycznej wśród naukowców oraz studentów są webinary prezentujące studia przypadków dotyczące dylematów etycznych w konkretnych badaniach. Innym przykładem przydatnych praktyk jest wykorzystywanie CRediT Elsevier (np. na Uniwersytecie Jagiellońskim), za pomocą którego z góry określa się role pełnione w projekcie badawczym, co ułatwia przypisywanie autorstwa poszczególnym obszarom pracy badawczej na etapie wydawniczym. Ponadto zaleca się opisywanie przebiegu badań w repozytoriach, co zapewnia przejrzystość procedury i daje możliwość ewentualnej replikacji. Jednocześnie zwrócono uwagę, że brakuje zachęt do prowadzenia badań replikacyjnych, które są trudne do opublikowania. Przydatnym narzędziem może być rejestracja badań w formie *roadbook* oraz publikowanie danych badawczych. W trakcie dyskusji podkreślono, że naukowcy mierzą się z wytycznymi wielu instytucji. Wymagania na uczelniach oraz w wydawnictwach różnią się, zmuszając naukowców do decydowania, za którymi wytycznymi podążać podczas badania. Zwrócono również uwagę na zmiany w polityce czasopism oraz szkody, jakie w jakości publikacji wyrządzają tzw. drapieżne wydawnictwa, uzależniające publikację od uiszczenia opłat. Wskazano na kwestię kierowania się w badaniach naukowych przede wszystkim standardami kształtowanymi przez czasopisma.

Problemy wskazane na poziomie indywidualnym i instytucjonalnym uwypuklają się na poziomie systemowym, na którym w procesie ewaluacji uczelni dominuje kryterium ilościowe kosztem jakościowego. Panuje powszechne przekonanie, że wysoka jakość badań nie jest doceniana. Ministerstwo i inne instytucje oceniające uczelnie (np. przyznające akredytacje) stworzyły nieprzejrzysty system, stale tworząc nowe wskaźniki, indeksy oraz metryki ilościowe.

Podczas sesji warsztatowej uczestnicy pracowali nad rozwiązaniami studiów przypadków dotyczącymi badań fokusowych z osobami małoletnimi oraz ze studentami. Praca w grupach oraz następująca

po nich dyskusja pozwoliła na wypracowanie dobrych praktyk dotyczących zapewnienia standardów etycznych, prawnych i operacyjnych w takich projektach, ze szczególnym uwzględnieniem kwestii świadomej zgody, ochrony danych osobowych, bezpieczeństwa uczestników oraz transparentnej komunikacji. W podsumowaniu sesji warsztatowej podkreślono znaczenie odpowiedzialności badaczy przy prowadzeniu badań z wrażliwymi grupami respondentów.

Dyskusja w sesji „Eksperymenty, modele i AI – nowe perspektywy dla jakości badań” skupiała się na nowych perspektywach badawczych, wykorzystujących eksperymenty, modele i sztuczną inteligencję. Przedstawione prezentacje dotyczyły porównania metod w modelowaniu równań strukturalnych (SEM), zastosowania syntetycznych grup kontrolnych w badaniach quasi-eksperymentalnych, wprowadzenia metodyki LAVE (LLM chatbot-based Vignettes) do badania reakcji menedżerów na AI oraz wykorzystania metody incydentów krytycznych (CIT) w badaniach organizacji usług profesjonalnych. W dyskusji poruszono kwestie kontroli zmiennych i selekcji danych.

Sesja dyskusyjna „W poszukiwaniu jakości – dobre praktyki w procesie pomiaru i analizy danych” obejmowała natomiast wystąpienia, które koncentrowały się na praktykach zapewniających wysoką jakość badań w statystyce publicznej (w tym na „Raporcie jakości”, który zawiera opis podstawowych komponentów jakości z Europejskiego kodeksu praktyk statystycznych, liście kontrolnej LiKoS opartej na Europejskiej Liście Kontrolnej DESAP, a także działaniach na rzecz jakości, takich jak zastosowanie web scrapingu, zwiększenie udziału e-commerce w obliczeniach CPI/HICP, weryfikacja danych administracyjnych), podejściach do oceny wiarygodności w badaniach jakościowych, w tym roli refleksyjności badacza i procedur weryfikacyjnych (np. triangulacja, analiza przypadków negatywnych) oraz wyzwaniach metodologicznych w badaniach rynkowych dotyczących subiektywnych ocen przewagi konkurencyjnej i wyników finansowych. Poruszono także kwestię pomiaru czasu wypełniania ankiet jako narzędzia identyfikacji nierzetelnych odpowiedzi w badaniach internetowych.

Trzecia sesja dyskusyjna dotyczyła wpływu technologii cyfrowych i sztucznej inteligencji na pomiar i jakość danych. Podczas wystąpień zostały poruszone kwestie zastosowania AI w badaniach, etyczne i prawne aspekty korzystania z technologii cyfrowych, własność i zarządzanie danymi, a także reprezentatywność badań prowadzonych online. Omówiono również jakość informacji generowanych przez narzędzia takie jak ChatGPT z perspektywy pokolenia Z. Zostały zaprezentowane między innymi: koncepcja „wiosny sztucznej inteligencji”, relacja człowiek–technologia, a także założenia

traktowania AI jako doradcy w badaniach oraz zjawisko technologicznej ślepoty. Zwrócono uwagę na etyczne aspekty wykorzystania rzeczywistości wirtualnej (VR) i rozszerzonej (AR), w tym ryzyko powodowania krzywdy lub cierpienia poprzez łączenie tych światów ze światem rzeczywistym. Podczas sesji wskazano na transformacyjną rolę AI, która jest w fazie przyspieszonego rozwoju („wiosna AI”) i przekształca badania marketingowe, wpływając na wszystkie etapy procesu badawczego. Uznano, że AI może stanowić istotne wsparcie w procesie badań, a nie ich substytut. AI jest postrzegana jako narzędzie wzmacniające ludzką pracę, a nie samodzielny podmiot twórczy czy całkowite zastąpienie badacza. Ważne jest zatem rozwijanie kompetencji we współpracy z AI. Kluczowym wyzwaniem jest jakość danych – „zalew” Internetu treściami generowanymi przez AI prowadzi do zanieczyszczenia danych, a to utrudnia analizę trendów i opinii, eroduje zaufanie do narzędzi cyfrowych i wymaga nowej metodyki oceny jakości treści online. Problemem jest też *tainted learning*, czyli uczenie modeli na skażonych danych, co powiela błędy i uprzedzenia. Ponadto wyzwaniem metodologicznym jest fakt, że dane treningowe dla AI często są algorytmicznie niereprezentatywne i pomijają grupy cyfrowo niewidoczne. Trudno jest kontrolować błąd pomiaru w danych generowanych przez użytkowników. Problemem jest też odróżnianie treści ludzkich od

generowanych przez AI (deepfake, chatboty) oraz brak kontekstu w danych cyfrowych. Automatyzacja analizy może prowadzić do utraty głębi interpretacyjnej. Podczas tej sesji wskazano również, że adaptacja badań do środowiska cyfrowego nierozzerwalnie wiąże się z koniecznością dostosowania tradycyjnych ram etycznych. Kluczowe aspekty to prywatność, ochrona danych, świadoma zgoda respondentów na udział w badaniach, zapewnienie anonimowości, rzetelność i zgodność z prawem (np. RODO/GDPR). Badania w mediach społecznościowych i wykorzystanie nowych technologii (AR/VR, chatboty) stawiają zatem nowe wyzwania etyczne, a badacze muszą wykazywać ciągłą refleksję etyczną. Zwrócono również uwagę na istotne problemy z implementacją generatywnej AI, takie jak efekt „czarnej skrzynki”, „halucynacje”, niespójności czy efekt uśrednienia. Wskazano istnienie geopolitycznego kontekstu badań. Dane i AI stały się elementami walki o wpływy i wojny informacyjnej. Rozwój AI jest silnie uzależniony od Big Techu, co prowadzi do koncentracji władzy i potencjalnie zagraża demokracji. Wskazano na konieczność krytycznego podejścia do narzędzi AI, weryfikowania danych dostępnych w Internecie oraz rozwijania nowych standardów jakości.

Kolejne, XXVIII Warsztaty Metodologiczne odbędą się w 2026 r. w Lublinie i będą organizowane przez Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej.



ZAPOWIEDŹ

Aleksandra Borowicz, Joanna Kuczevska

RYNEK WEWNĘTRZNY UNII EUROPEJSKIEJ. WYZWANIA, ZAGROŻENIA, ODPORNOŚĆ W DOBIE TRANSFORMACJI CYFROWEJ I KLIMATYCZNEJ

Monografia podejmuje tematykę funkcjonowania i ewolucji rynku wewnętrznego UE w kontekście dwóch współczesnych megatrendów – transformacji cyfrowej i klimatycznej – oraz wynikających z nich wymogów budowania odporności gospodarczej. Zakres tematyczny książki wpisuje się w realne potrzeby środowiska naukowego i praktyki gospodarczej, szczególnie w obliczu narastających wyzwań geopolitycznych, technologicznych i środowiskowych.

Więcej informacji na stronie
www.pwe.com.pl