

**PRACE NAUKOWE**

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

**RESEARCH PAPERS**

of Wrocław University of Economics

**284**

# Gospodarka lokalna w teorii i praktyce



Redaktorzy naukowi

**Ryszard Brol**

**Andrzej Sztando**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2013

Redaktor Wydawnictwa: Anna Grzybowska

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: Justyna Mroczkowska

Łamanie: Adam Dębski

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

[www.ibuk.pl](http://www.ibuk.pl), [www.ebscohost.com](http://www.ebscohost.com),

The Central and Eastern European Online Library [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com),

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

[http://kangur.uek.krakow.pl/bazy\\_ae/bazekon/nowy/index.php](http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php)

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się  
na stronie internetowej Wydawnictwa

[www.wydawnictwo.ue.wroc.pl](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie  
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Wrocław 2013

**ISSN 1899-3192**

**ISBN 978-83-7695-337-3**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	9
<b>Ryszard Broł:</b> Relacje między globalnością zmian a lokalnością rozwoju ....	11
<b>Andrzej Sztando:</b> Bariery zarządzania strategicznego rozwojem lokalnym związane z cechami osobowymi lokalnych władz.....	19
<b>Stanisław Korenik:</b> Rozwój lokalny w świetle globalnych trendów ze szczególnym uwzględnieniem kryzysu .....	31
<b>Marian Kachniarz:</b> Pomiar efektywności usług publicznych – zarys koncepcji i spodziewanych rezultatów .....	41
<b>Magdalena Kozera:</b> Rozwój lokalny w kontekście procesów decyzyjnych samorządu lokalnego .....	50
<b>Bożena Kuchmacz:</b> Działania grup partnerskich na rzecz zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich na przykładzie grupy partnerskiej „Wrzosa-wa Kraina”.....	60
<b>Dariusz Głuszczyk:</b> Sondażowa ocena lokalnego rynku pracy – węzłowe problemy badań .....	71
<b>Andrzej Raszkowski:</b> Emocjonalne wymiary marki miasta.....	81
<b>Małgorzata Januszewska:</b> Potencjał kooperacyjny uzdrowisk.....	90
<b>Maciej Turała:</b> Analiza sprawności instytucjonalnej gmin w województwie łódzkim.....	99
<b>Justyna Danielewicz:</b> Współpraca gmin w obszarach metropolitalnych w ramach związków międzygminnych .....	114
<b>Stanisław Minta, Julian Kalinowski:</b> Sprzedaż bezpośrednia realizowana przez rolników a rozwój lokalny .....	132
<b>Jan Polski:</b> Efekty zewnętrzne jako czynniki aglo- i deglomeracyjne .....	142
<b>Anna Jasińska-Biliczak:</b> Instrumenty samorządu gminnego wspierające sektor małych i średnich przedsiębiorstw .....	150
<b>Joanna Kenc:</b> Współpraca partnerska miast Dolnego Śląska z punktu widzenia władz miejskich oraz mieszkańców – wybrane aspekty.....	164
<b>Agnieszka Skowronek-Grądziel, Wiktor Kołwzan:</b> Zastosowanie metody głównych składowych do analizy obszarów wiejskich w zakresie infrastruktury służącej ochronie środowiska.....	176
<b>Edward Wiśniewski:</b> Rola infrastruktury i prestiżowych imprez sportowych w kreowaniu przewagi konkurencyjnej miasta na przykładzie Kołobrzegu .....	186
<b>Michał Kuriata:</b> Przekształcenia w strukturze gospodarki lokalnej Legnicy w latach 2005-2009.....	196
<b>Michał Flieger:</b> Kryteria i bariery lokalizacji działalności gospodarczej przedsiębiorstw w procesie stymulowania rozwoju gmin – wyniki badań .....	207
<b>Marcin Gębarowski:</b> Rozwój Rzeszowa w opinii studentów .....	216

<b>Dariusz Gluszczyk, Joanna Gondurak, Joanna Kostuń:</b> Sondażowa diagnoza jeleniogórskiego rynku pracy w perspektywie osób aktywnych zawodowo .....	226
<b>Joanna Wiażewicz:</b> Mieszkańcy w komunikacji marketingowej gmin.....	235
<b>Iwona Ładysz:</b> Marketing terytorialny na przykładzie Wrocławia .....	244
<b>Elżbieta Szul:</b> Znaczenie firm rodzinnych dla lokalnej gospodarki. Opinie i oceny społeczne.....	252
<b>Artur Myna:</b> Przekształcenia własnościowe w podstawowych usługach komunalnych.....	262
<b>Dariusz Zawada:</b> Procedura badań dotyczących identyfikacji i oceny walorów użytkowych miasta – studium przypadku Bolesławca .....	270
<b>Justyna Weltrowska-Jęch:</b> Potrzeby kształcenia kadr administracji publicznej w zakresie zarządzania rozwojem .....	283

## Summaries

<b>Ryszard Broł:</b> Relationship between globality of changes and locality of development.....	18
<b>Andrzej Sztando:</b> Barriers of local development strategic management connected with local authorities' personal traits .....	29
<b>Stanisław Korenik:</b> Local development in the light of global trends with taking crisis into particular consideration.....	40
<b>Marian Kachniarz:</b> Measurement of efficiency of public services – the outline of concept and expected results .....	49
<b>Magdalena Kozera:</b> Local development in the context of the decision-making processes of local government.....	59
<b>Bożena Kuchmacz:</b> Partnership Groups actions and their impact on the sustainable development of rural areas.....	70
<b>Dariusz Gluszczyk:</b> Survey-based assessment of local job market – crucial research problems .....	80
<b>Andrzej Raszkowski:</b> Emotional dimensions of a city brand.....	89
<b>Małgorzata Januszewska:</b> Cooperative potential of spas .....	98
<b>Maciej Turała:</b> Analysis of institutional capacity of communes in Łódzkie Voivodeship .....	113
<b>Justyna Danielewicz:</b> Cooperation of communes in metropolitan areas in the framework of inter-communal associations .....	131
<b>Stanisław Minta, Julian Kalinowski:</b> Direct sales conducted by farmers vs. local development.....	141
<b>Jan Polski:</b> External effects as the aggro- and deglomeration determinants... ..	149
<b>Anna Jasińska-Biliczak:</b> Commune self-government's instruments supporting SME's sector.....	163

---

<b>Joanna Kenc:</b> Town twinning in Lower Silesia from the local government's and society's point of view – selected aspects.....	175
<b>Agnieszka Skowronek-Grądział, Wiktor Kolwzan:</b> Application of principal component analysis in the field of rural infrastructure for environmental protection.....	185
<b>Edward Wiśniewski:</b> Role of infrastructure and prestigious sporting events in the creation of competitive advantage on the example of Kołobrzeg ....	195
<b>Michał Kuriata:</b> Transformations in the structure of local economy in the city of Legnica in the years 2005-2009 .....	206
<b>Michał Fliieger:</b> Criteria and barriers of companies localization in the process of local development support – research results.....	215
<b>Marcin Gębarowski:</b> Development of Rzeszów in the students' opinions ....	225
<b>Dariusz Głuszczyk, Joanna Gondurak, Joanna Kostuń:</b> Survey-based diagnosis of job market in Jelenia Góra in view of professionally active people.....	234
<b>Joanna Wiażewicz:</b> Role of inhabitants in marketing communications of communes.....	243
<b>Iwona Ładysz:</b> Territorial marketing on the example of Wrocław .....	251
<b>Elżbieta Szul:</b> Importance of family businesses to the local economy .....	261
<b>Artur Myna:</b> Ownership changes in basic communal services.....	269
<b>Dariusz Zawada:</b> Procedure of research relating to the identification and evaluation of usable values of the city –case study of Bolesławiec .....	282
<b>Justyna Weltrowska-Jęch:</b> Needs of national administration personnel education regarding the development management .....	293

**Dariusz Głuszczyk**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

---

## SONDAŻOWA OCENA LOKALNEGO RYNKU PRACY – WĘZŁOWE PROBLEMY BADAŃ

---

**Streszczenie:** Prowadzenie i przygotowanie badań sondażowych na temat lokalnego rynku pracy łączy się z właściwym określeniem populacji docelowej i badanej, metod i domen badawczych, technik doboru próby i obserwacji statystycznej, zasad budowy kwestionariusza pytań i odpowiedzi, sposobów szacowania wyników i ich prezentacji oraz częstotliwości zbierania danych. Kwestie te, rozwinięte teoretycznymi podstawami konstrukcji pytań ankietowych i identyfikacją płaszczyzn oceny lokalnego rynku pracy wraz z określeniem podmiotów opiniotwórczych oraz zasad formułowania sądów wartościujących (rodzaje pytań, skale ocen), wypełniają treść niniejszego artykułu.

**Słowa kluczowe:** sondaż, lokalny rynek pracy

### 1. Wstęp

Rynek pracy w perspektywie osób pracujących, bezrobotnych i biernych zawodowo opisują wyniki sondaży prowadzonych przez GUS (Badanie Aktywności Ekonomicznej Ludności – BAEL). Pozyskiwane w ich ramach dane są udostępniane na poziomie kraju i regionów (województw), co wynika z reprezentacyjnego charakteru tych badań i wielkości próby [*Aktywność ekonomiczna...*, s. 13]. Istniejącą lukę statystyczną na szczeblu lokalnym można by wypełnić, sięgając po kwestionariusz BAEL i kierując go do reprezentatywnej próby statystycznej. Arkusz ten nie wydaje się jednak tworzyć podstaw do pełnego opisu powiatowego rynku pracy (zbyt wąski obszar obserwacji sondażowej, niepełne grono podmiotów opiniotwórczych) i dlatego za cel niniejszego artykułu przyjęto sformułowanie elementarnych zaleceń dla podmiotów przygotowujących i prowadzących badania ankietowe na temat lokalnego rynku pracy ze szczególnym uwzględnieniem przedmiotu obserwacji sondażowej, skal ocen, rodzaju pytań oraz ich adresatów.

## 2. Sondażowa diagnoza lokalnego rynku pracy – zbiór elementarnych zaleceń

Subiektywne źródła informacji o lokalnym rynku pracy<sup>1</sup> tkwią w jego podmiotach, które tworzą popyt i podaż siły roboczej, a także w osobach biernych zawodowo. Zbiór ich spostrzeżeń rejestrują badania ankietowe. Jakość tych badań, choć jest zależna od szeregu czynników, łączy się przede wszystkim z prawidłowym określeniem: populacji docelowej i badanej, metod i domen badawczych, technik doboru

**Tabela 1.** Ankietowanie podmiotów lokalnego rynku pracy – podstawowe zalecenia

Sfera rekomendacji	Propozycje rozwiązań
Populacja docelowa	pracujący, bezrobotni i bierni zawodowo w granicach powiatu podmioty oferujące pracę w granicach powiatu
Populacja badana	powiatowe gospodarstwa domowe (pracujący na własny rachunek, pracownicy najemni, osoby bezpłatnie pomagające w prowadzeniu rodzinnej działalności gospodarczej, bierni zawodowo) oraz bezrobotni zarejestrowani w powiatowym urzędzie pracy aktywne w granicach powiatu podmioty gospodarki narodowej, figurujące w rejestrze REGON
Charakter badań	fakultatywny
Zbiorowość objęta badaniem	próba statystyczna
Domeny – podzbiory populacji docelowej	aktywni i bierni zawodowo: miejsce zamieszkania, wiek, płeć, wykształcenie pracodawcy: forma własności, rodzaj działalności, klasa wielkości i lokalizacja (gminy, sołectwa)
Technika doboru próby	losowanie warstwowe z uwzględnieniem cech podzbiorów populacji docelowej
Technika obserwacji statystycznej	wywiad telefoniczny wspomagany komputerowo, tzw. CATI ( <i>computer-assisted telephone interviewing</i> )
Kwestionariusz	anonimowy, nieskomplikowany, zwięzły, o logicznej strukturze, z klarownymi definicjami i instrukcjami, o optymalnej objętości (czas trwania ankietowania od 5 do 10 minut), wzbudzający zainteresowanie respondentów
Szacowanie wyników i skala odpowiedzi	wyniki badań prowadzonych na próbach należy ważyć, aby uzyskać informacje, które będą reprezentatywne dla populacji docelowej; porządkowe skale odpowiedzi
Prezentacja wyników	forma analizy inferencyjnej
Częstotliwość zbierania danych	badania okresowe (cykliczne), prowadzone raz na rok
Okres objęty obserwacją	stan na dzień prowadzenia ankiety

Źródło: opracowanie własne.

<sup>1</sup> Lokalny rynek pracy nie ma jednoznacznie określonych granic. W niniejszych rozważaniach przyjmuje się umownie, że jest to obszar powiatu.

próby i obserwacji statystycznej, zasad budowy kwestionariusza pytań i odpowiedzi, sposobów szacowania wyników i ich prezentacji oraz częstotliwości zbierania danych. Nierzadko rozwiązania te przyjmują postać wariantową, a jednostki odpowiedzialne za gromadzenie materiałów statystycznych muszą dokonywać stosownych wyborów. Pomocne w tym względzie mogą okazać się ogólne zalecenia (tab. 1).

Komentując, a zarazem dookreślając zaproponowane rozwiązania badawcze, warto zauważyć, że:

- 1) badania ankietowe muszą obejmować (populacje docelowe) podmioty reprezentujące popyt i podaż na pracę, a także biernych zawodowo, by uzyskać pełny obraz lokalnego rynku pracy;
- 2) stopień pokrycia populacji badanych z ich populacjami docelowymi powinien być jak najwyższy, a najlepszymi operatami populacji badanych są aktualne urzędowe rejestry respondentów (gospodarstwa domowe, REGON);
- 3) badania fakultatywne przekładają się na niższy wskaźnik odpowiedzi niż w badaniach obowiązkowych, ale można temu zaradzić, sięgając po odpowiednią technikę gromadzenia danych (np. *computer-assisted telephone interviewing* – CATI) oraz wzbudzając zainteresowanie ankietowanych poruszając problematykę;
- 4) rozmiary populacji docelowych są zbyt duże, by współtworzące je podmioty włączyć w nieokrojonym składzie do zbiorowości objętej badaniem (zbyt wysokie koszty badań);
- 5) podzbiory populacji docelowych nie mogą pomijać właściwości badanych, które istotnie wpływają na formułowane przez z nich sądy wartościujące (np. miejsce zamieszkania, lokalizacja działalności gospodarczej);
- 6) losowanie warstwowe podnosi reprezentatywność badań ankietowych, gdyż każda możliwie jednorodna grupa jednostek (np. pracodawców), wyodrębniona ze zróżnicowanej zbiorowości, ma swoją odpowiednią reprezentację w próbie<sup>2</sup>;
- 7) wywiad telefoniczny wspomagany komputerowo (CATI) wpływa na wysoką jakość otrzymanych danych, bo w istocie rzeczy przypomina wywiad osobisty (twarzą w twarz), w którym ankieter wspomaga respondenta (natychmiastowe wyjaśnianie wątpliwości);
- 8) pytania ankietowe są adresowane do dwóch kategorii podmiotów rynku pracy (popytowych i podażowych) o odmiennych potrzebach i oczekiwaniach, co wskazuje na konieczność opracowania osobnych kwestionariuszy badań;

---

<sup>2</sup> W losowaniu warstwowym dzieli się zbiorowość generalną na subpopulacje (warstwy), a następnie z każdej z nich probabilistycznie losuje się ankietowanych. Powstające w ten sposób grupy (warstwy) są identyczne ze względu na określone cechy. Za właściwości warstwujące przyjmuje się najistotniejsze własności badanych opisywane przez dostępne dane statystyczne. Na ich podstawie dokonuje się tzw. proporcjonalnej alokacji próby, co oznacza, że każda subpopulacja otrzymuje udział w próbie proporcjonalny do jej rzeczywistej części w całkowitej populacji, a tym samym struktura próby statystycznej i zbiorowości generalnej staje się identyczna ze względu na wyróżnione warstwy, czyli jest automatycznie wyważona (zob.: [Hill, Alexander 2003, s. 125; Mangione 1999, s. 65-67; Szreder 2004, s. 76-79]).



w ich strukturze, obok pytań właściwych problemom jednej ze stron rynku pracy, powinny się pojawić te same kwestie, które będą oceniane z różnych punktów widzenia;

- 9) należy stosować porządkowe skale odpowiedzi, gdyż binarne (tak, nie) prowadzą do powierzchownego rozpoznania badanego problemu;
- 10) analiza inferencyjna zezwala na wyciąganie wniosków na temat populacji docelowych, co prowadzi do kompleksowej diagnozy lokalnego rynku pracy; takich możliwości nie daje analiza opisowa;
- 11) zmiany na rynku pracy dokonują się w dłuższych okresach, co podważa sens prowadzenia tych samych badań w zbyt krótkich odstępach czasu (nikłe prawdopodobieństwo odnotowania istotnych i trwałych zmian);
- 12) stan lokalnego rynku pracy określa ogół jego cech w danej chwili lub w danym czasie, w którym właściwości te się nie zmieniają.

Zarekomendowane rozwiązania w zakresie przygotowywania i prowadzenia sondaży ankietowych dotyczących lokalnego rynku pracy uwypuklają złożoność tej procedury badawczej. W jej obrębie szczególnie istotne, choć nie należy bagatelizować innych problemów, wydaje się ułożenie pytań diagnostycznych i zaadresowanie ich do odpowiednich podmiotów.

### 3. Pytania i odpowiedzi diagnozujące lokalny rynek pracy – podstawy teoretyczne

Procedurę konstrukcji pytań kwestionariuszowych otwiera wybór ich kategorii. W dyspozycji badacza znajdują się pytania: otwarte i zamknięte<sup>3</sup>. Pierwsze z nich zapewniają respondentom swobodne wyrażanie opinii, gdyż nie definiują żadnego wariantu odpowiedzi [Wejland 1992, s. 53], np. *jakie są najistotniejsze problemy lokalnego rynku pracy?* Inną konstrukcją mają pytania zamknięte. W ich obrębie określa się rodzaj i liczbę możliwych odpowiedzi. Mogą one być dychotomiczne (dwie alternatywne odpowiedzi: tak lub nie, np. na pytanie – *czy ma Pan(i) pracę przynoszącą stały dochód?*), bądź też z szerszym wachlarzem możliwych wyborów. W drugim przypadku, zależnie od przedmiotu obserwacji, wymaga się od ankietowanych pojedynczych lub wielokrotnych odpowiedzi [Hill i Alexander 2003, s. 159]. Przykładami takich pytań mogą być odpowiednio:

- *jaką część miesięcznego wynagrodzenia netto przeznaczają Pan(i) na pokrycie kosztów dojazdów do pracy?*, (odpowiedzi: mniej niż 5%; powyżej 5%, ale mniej niż 10%; powyżej 10%, lecz mniej niż 15%; powyżej 15%),

<sup>3</sup> Pytania ankietowe klasyfikuje się według zróżnicowanych kryteriów, ale stopień ich otwartości uznaje się za podstawę wyróżnienia kluczowych zapytań kwestionariuszowych (zob. [Mangione 1999, s. 21; Hill i Alexander 2003, s. 158]).

– z jakich środków transportu korzysta Pan(i) przy dojazdach do pracy?, (odpowiedzi: nie korzystam, chodzę pieszo lub jeżdżę na rowerze; komunikacja autobusowa; w tym miejska; pociąg; prywatny samochód).

Istnieje również sposobność połączenia pytań otwartych i zamkniętych. Wówczas obok określonych odpowiedzi ankietowych pojawia się możliwość wyartykułowania własnych postaw, poglądów lub spostrzeżeń (np. *jak szukał(a) Pan(i) pracy w ostatnim miesiącu?*; odpowiedzi: przez powiatowy urząd pracy, przez prywatne biuro pośrednictwa pracy, przez czytanie ogłoszeń, bezpośrednio u pracodawców, przez znajomych; w inny, jaki sposób?).

**Tabela 2.** Przykłady pytań i skal ocen w badaniach lokalnego rynku pracy

Skala	Pytanie	Odpowiedzi
Słowna	Czy lokalny rynek pracy jest atrakcyjnym obszarem dla nowych inwestorów (pracodawców)?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• stanowczo nie</li> <li>• raczej nie</li> <li>• trudno powiedzieć (ani tak, ani nie)</li> <li>• raczej tak</li> <li>• zdecydowanie tak</li> </ul>
Liczbowa		1, 2, 3, 4 i 5, gdzie 1 wyraża najniższy, a kolejne cyfry coraz to wyższy stopień atrakcyjności lokalnego rynku pracy dla potencjalnych inwestorów (pracodawców)
Stosująca przymiotniki	Kto łatwiej znajdzie pracę:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• introwertyk czy ekstrawertyk</li> <li>• konserwatysta czy innowator</li> <li>• intelektualista czy praktyk</li> </ul>
Sięgająca po stwierdzenia, określająca stanowisko	Czy zgadza się Pan(i), że zmiana miejsca pracy jest pochodną poniższych czynników?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wyższe wynagrodzenie</li> <li>• możliwość awansu zawodowego</li> <li>• mniejszy stres</li> <li>• bezpieczniejsza praca</li> <li>• krótszy dojazd do pracy</li> </ul> <p>od 1 do 5, gdzie 1 oznacza, że respondent jest całkowicie odmiennego zdania, a kolejne cyfry stopniują jego zgodność z danym twierdzeniem, przy czym jej najwyższy stopień określa cyfra 5</p>
Bazująca na pytaniach szeregujących	Co mogłoby zdecydować o zmianie Pana/Pani miejsca pracy?	jak wyżej, ale respondent przypisuje wymienionym czynnikom wagi, np. 1, 2 i 3, a tym samym wybiera trzy najważniejsze spośród nich i porządkuje je według odczuwanej ważności

Źródło: opracowanie własne.

Wybór pytań ankietowych leży w gestii osoby sporządzającej kwestionariusz. Należy jednak pamiętać, że możemy je zamykać tylko wówczas, gdy potrafimy zestawić kompleksową listę odpowiedzi. W przeciwnym razie należy stosować ich otwarte lub półotwarte odpowiedniki. Warto również dodać, że niepełne zestawienie lub nieokreślenie liczby i rodzaju ewentualnych odpowiedzi (pytania półotwarte, otwarte) przekłada się na wnikliwe rozpoznanie przedmiotu badań, ale swobodnie

artykułowane postawy, poglądy bądź spostrzeżenia respondentów nie są zbyt podatne na uogólnienia w postaci wniosków („zamknięcie”) [Mielecka-Kubień 2004, s. 218].

Kategoryzacja pytań według stopnia ich otwartości nie rozwiązuje wszystkich problemów związanych z konstrukcją zasadniczej części ankiety. Istotną kwestią jest również dobór właściwej skali ocen, gdy respondenci formułują poglądy. Dorobek empiryczny w tym zakresie wskazuje na możliwość zastosowania: skal słownych i liczbowych, przymiotników (odmiana skali słownej), twierdzeń określających stanowisko oraz pytań szeregujących [Hague i in. 2005, s. 99-102] (tab. 2).

Wybór skali należy do osoby opracowującej kwestionariusz, choć często łączy się z przedmiotem badań (obserwacji). Niezależnie od dokonanych rozstrzygnięć w tym względzie warto pamiętać o [Mangione 1999, s. 26-30]:

- dystansie psychologicznym, czyli właściwej odległości między każdą parą występujących obok siebie odpowiedzi; tj. niezbyt dużej ani też nazbyt krótkiej (ryzyko pojawienia się niemalże równoznacznych sądów wartościujących w sąsiadujących pozycjach),
- liczbie możliwych odpowiedzi, która z jednej strony ma umożliwić respondentom precyzyjne wyartykułowanie ich odczuć, z drugiej natomiast znieść prawdopodobieństwo ulokowania w ankiecie sąsiadujących, nieznacznie różniących się od siebie postaw, poglądów lub spostrzeżeń,
- kolejności prezentowania poszczególnych odpowiedzi w układzie poziomym lub pionowym z zachowaniem porządku monotonicznie wznoszącego lub opadającego,
- dylemacie wyboru między skalą jednobiegunową (lista odpowiedzi od „nie” do „bardzo dużo”) i dwubiegunową (wachlarz odpowiedzi od zdecydowanie negatywnej do zdecydowanie pozytywnej) rozstrzyganym wedle upodobań układającego ankietę, lecz z uwzględnieniem tematyki i specyfiki badań,
- problemie konstrukcji parzystej, dwubiegunowej skali możliwych odpowiedzi (jednoznaczne rozstrzygnięcie w badanej kwestii ze stopniowanym nie lub tak) lub jej nieparzystego odpowiednika (skala z naturalnym, neutralnym środkiem – ani nie, ani tak),
- potrzebie zrównoważenia skali (identycznej liczbie odpowiedzi pozytywnych i negatywnych),
- wydzwięku odpowiedzi „nie wiem” (brak opinii lub mieszane uczucie w określonej kwestii) i możliwości jej zastąpienia sformułowaniami bliskimi pozycji neutralnej,
- możliwości stosowania skal obiektywnych (przedziały wartości) lub subiektywnych (np. sporadycznie, często, zazwyczaj) zależnie od potrzeb badań.

Zamykając zalecenia odnoszące się do konstrukcji pytań ankietowych, trzeba zaznaczyć, że nie mogą być one sugerujące (odpowieź) ani też wybiegać poza układ odniesienia respondenta, natomiast powinny być formułowane w sposób prosty, konkretny, bez używania żargonu i skrótów oraz wyszukanych i niespotykanych

słów. Ponadto warto jest unikać przeczeń i stosować właściwe przedziały odpowiedzi [Hague i in. 2005, s. 106-109].

### **Lokalny rynek pracy – przedmiot obserwacji sondażowej**

Zasadniczą część ankiety tworzą pytania odnoszące się do przedmiotu badań. Ich ułożenie należy rozpocząć od identyfikacji płaszczyzn oceny lokalnego rynku pracy wraz z określeniem podmiotów opiniotwórczych i zasad formułowania sądów wartościujących (rodzaje pytań, skale ocen). Propozycję rozwiązań w tym zakresie zestawiono w tab. 3.

Zakreślony przedmiot obserwacji sondażowej (tab. 3) kształtuje podstawę konstrukcji trzech ankiet, które powinny być zaadresowane do osób pracujących, bezrobotnych i biernych zawodowo, a także podmiotów współtworzących popyt na pracę. Ich spektrum zezwala na pozyskanie informacji na temat różnych lub tych samych kwestii, ale z odmiennych punktów widzenia. Odrębność ta sprzyja obiektywizacji formułowanych wniosków. O ich prawidłowość dba również kategoria zadawanych pytań. Z reguły proponuje się, by były to zwroty z określoną liczbą i rodzajem odpowiedzi. Wyjątkiem są jedynie te spośród nich, dla których niemożliwe lub niecelowe jest wyznaczenie kompletnego zbioru ewentualnych wskazań respondentów (np. przyczyny bierności zawodowej, planowana redukcja miejsc pracy w br. kalendarzowym). W tych przypadkach sugeruje się intuicyjne określenie niepełnej listy możliwych wyborów ankietowanych wraz z zapewnieniem im sposobności swobodnego wyrażenia swoich opinii bądź też postuluje się pełną otwartość pytań. Druga z propozycji ma jednak miejsce tylko wówczas, gdy zamknięcie wariantów odpowiedzi byłoby utrudnione konstrukcją właściwych przedziałów wartości, które z łatwością można zbudować po przeprowadzeniu badań sondażowych. Wracając do pytań zamkniętych, warto wyjaśnić przesłanki wyboru słownej, dwubiegunowej, parzystej, a zarazem subiektywnej skali ocen. Słowne skale ocen są najprostsze, a przez to w pełni zrozumiałe dla respondentów, których zadanie ogranicza się wyłącznie do wyboru właściwego słowa lub wyrażenia. Dwubiegunowość skali wynika z przedmiotu obserwacji. Oceniane właściwości lokalnego rynku pracy mogą budzić skrajnie negatywne, pozytywne oraz pośrednie między nimi odczucia ankietowanych. Ich artykułowanie na skali parzystej wyklucza bierność pytanym wyrażaną w stwierdzeniu „ani nie, ani tak”. Każdy z nich musi zająć stanowisko w badanej kwestii, opowiadając się po stronie pozytywnej lub negatywnej. Subiektywność tych ocen podkreśla, że celem sondażu nie jest obiektywny opis lokalnego rynku pracy na bazie jego mierzalnych (ilościowych) cech, lecz rozpoznanie odczuć badanych.

**Tabela 3.** Obszary, rodzaje i skale ocen pytań sondażowych z uwzględnieniem podmiotów opiniotwórczych w zakresie lokalnego rynku pracy

Przedmiot obserwacji sondażowej	Podmioty opiniotwórcze			Rodzaj pytania	Skala ocen
	OP	OB	P		
Oferowane miejsca pracy (liczba) na tle potrzeb społeczności lokalnej	☺	☺	☺	zamknięte	słowna, dwubiegunowa, parzysta, subiektywna
Atrakcyjność oferowanych profesji (zawodów)	☺	☺			
Sposobność zmiany miejsca pracy	☺				
Możliwość podjęcia pracy dodatkowej	☺				
Zainteresowanie podjęciem pracy		☺			
Zainteresowanie podjęciem pracy dodatkowej	☺				
Poszanowanie litery prawa i godności osobistej przez pracodawców	☺		☺		
Wysokość oferowanych wynagrodzeń na rynku	☺	☺	☺		
Skala bezrobocia i perspektywy zmian w tym zakresie	☺	☺	☺		
Atrakcyjność powiatu dla nowych inwestorów (pracodawców)	☺	☺	☺		
Zgodność wykonywanej pracy z posiadanym wykształceniem	☺				
Zgodność wykonywanej pracy z nabytym doświadczeniem zawodowym	☺				
Stopień zadowolenia z wykonywanej pracy	☺				
Szanse rozwojowe (podniesienie kwalifikacji, awans zawodowy) w dotychczasowym miejscu pracy	☺		☺		
Podnoszenie kwalifikacji (wykształcenie, kursy, szkolenia itd.)	☺	☺	☺		
Gotowość do pokrycia kosztów podnoszenia kwalifikacji	☺	☺	☺		
Atmosfera w miejscu pracy (stosunki międzyludzkie)	☺		☺		
Poszukiwanie pracy, w tym dodatkowej	☺	☺			
Bezpieczeństwo i higiena pracy	☺		☺		
Stabilność zatrudnienia (zagrożenie utratą pracy)	☺				
Gotowość do podjęcia pracy, w tym na własny rachunek	☺	☺			
Kwalifikacje siły roboczej na tle potrzeb pracodawców	☺	☺	☺		
Odległość od miejsca zamieszkania do miejsca pracy (w km)	☺				bez skali przedziały wartości
Czas dojazdu do miejsca pracy	☺				
Koszty dojazdu do pracy w relacji do wynagrodzenia netto (%)	☺				
Okres pozostawania bez pracy		☺			
Przeciętne wynagrodzenie osób zatrudnionych w instytucji/firmie			☺		
Dochody uzyskiwane z wykonywanej pracy (w zł, netto)	☺				
Wynagrodzenie, które chciałby uzyskiwać pracobiorca (w zł, netto)	☺	☺			

Okres poszukiwania pracy, w tym dodatkowej	☹	☹			
Okres zatrudnienia w umowie o pracę	☹				
Wymiar czasu pracy (przepracowane godziny w tygodniu)	☹				
Wykorzystywane środki transportu w dojazdach do pracy	☹				bez skali
Status zatrudnienia (praca: na własny rachunek, najemna)	☹				
Lokalizacja miejsca pracy względem granic powiatu	☹				
Wakaty (nieobsadzone stanowiska pracy) na dzień ankietowania			☹	otwarte	
Liczba utworzonych miejsc pracy w ostatnim roku kalendarzowym			☹		
Liczba zlikwidowanych miejsc pracy w ostatnim roku kalendarzowym			☹		
Planowane, nowe miejsca pracy w bieżącym roku kalendarzowym (liczba)			☹		półotwar- te
Planowana redukcja miejsc pracy w bieżącym roku kalendarzowym			☹		
Przyczyny pracy w niepełnym wymiarze	☹				
Przyczyny poszukiwania pracy, w tym dodatkowej	☹	☹			
Sposób poszukiwania pracy, w tym dodatkowej	☹	☹			
Przyczyny bezrobocia		☹			
Przyczyny bierności zawodowej		☹			
Obecne źródło utrzymania	☹	☹			

Legenda: OP – osoby pracujące, OB – osoby bezrobotne i bierne zawodowo, P – podmioty współpracujące popyt na pracę

Źródło: opracowanie własne.

#### 4. Zakończenie

Zaproponowana ocena lokalnego rynku pracy opiera się na odczuciach i zasobach wiedzy badanych, które są gromadzone w trakcie sondaży. Pozyskiwane tą drogą informacje mają istotne znaczenie, gdyż uzupełniają statystyki publiczne, a także weryfikują sądy wartościujące formułowane na bazie wartości cech mierzalnych (ilościowych) i ich podstaw odniesienia. Wiarygodność tych danych warunkują jednak prawidłowo przygotowane, a także przeprowadzone badania ankietowe. Pomocne w tym względzie mogą okazać się sformułowane zalecenia w treści artykułu.

## Literatura

- Aktywność ekonomiczna ludności polski IV kwartał 2011*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2012.
- Hague P., Hague N., Morgan C., *Badania rynkowe w praktyce*, Helion, Gliwice 2005.
- Hill N., Alexander J., *Pomiar satysfakcji i lojalności klientów*, przekład: A. Klin, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003.
- Mangione T., *Ankietowanie pocztowe w badaniach marketingowych i socjologicznych*, przekład: J. Chołoniewski, A. Kossakowska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
- Mielecka-Kubień Z., *Problemy badań sondażowych*, [w:] *Ocena i analiza jakości życia*, red. W. Ostasiewicz, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Wrocław 2004.
- Szreder M., *Metody i techniki sondażowych badań opinii*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004.
- Wejland A., *Kwestionariusz*, [w:] *Podręcznik socjologicznych badań ankietowych*, red. Z. Sawiński, Wyd. Instytutu Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa 1992.

### **SURVEY-BASED ASSESSMENT OF LOCAL JOB MARKET – CRUCIAL RESEARCH PROBLEMS**

**Summary:** Correct preparation of surveys on local job markets involves proper determination of target and tested population, research methods and domains, sampling and statistical observation techniques, principles of questionnaire structures, result evaluation and presentation and frequency of data collection. These issues constitute the content of the article which also describes theoretical grounds of questionnaire formation, identifies assessment areas for local job markets and presents principles for assessment formulation (question types, result scales).

**Keywords:** survey, local job market.