

Metody jakościowe w badaniach przedsiębiorczości międzynarodowej

Nadesłany: 21.03.14 | Zaakceptowany do druku: 30.06.14

Aleksandra Wąsowska*

W artykule omówiono tradycje metodologiczne przedsiębiorczości międzynarodowej, dyscypliny leżącej na styku biznesu międzynarodowego i przedsiębiorczości, oraz wyzwania związane z prowadzeniem badań jakościowych z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej, poświęconych problematyce firm typu *born global*, tj. przedsiębiorstw, które od początku swojego istnienia budują przewagę konkurencyjną, opierając się na wykorzystaniu zasobów i sprzedaży produktów w wielu krajach. Przegląd wykazał, że stosunkowo młoda dyscyplina, jaką jest przedsiębiorczość międzynarodowa, zdążyła wypracować pewne spójne standardy dotyczące zastosowania metod jakościowych. Badania osadzone są w paradygmacie pozytywistycznym, a dominującą strategią badawczą jest porównawcze studium przypadku prowadzone w schemacie przekrojowym.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość międzynarodowa, firma typu *born global*, przedsiębiorstwo wcześniej umiędzynarodowione, internacjonalizacja, studium przypadku, badania jakościowe.

Qualitative methods in international entrepreneurship research

Submitted: 21.03.14 | Accepted: 30.06.14

The article discusses methodological foundations of International Entrepreneurship, the discipline lying at the intersection of International Business and Entrepreneurship, as well as the challenges of conducting qualitative research in management science. Next, a comprehensive overview of qualitative research is provided regarding the phenomenon of born globals, i.e. companies that, from inception, seek to derive competitive advantage based on the use of resources and the sale of products in various countries. The review shows that a relatively new academic field of International Entrepreneurship has already developed consistent rules and standards guiding the use of qualitative methods. The research is typically based on positivist paradigm, with cross-sectional multiple case study being the dominant research strategy.

Keywords: international entrepreneurship, born global company, an early internationalized enterprise, internationalization, case study, qualitative research.

JEL: M13, M16

* **Aleksandra Wąsowska** – dr, Wydział Zarządzania, Uniwersytet Warszawski.

1. Wprowadzenie

Celem artykułu jest omówienie sposobów wykorzystywania metod jakościowych w badaniach z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej (*International Entrepreneurship*), stosunkowo młodej dyscypliny¹ leżącej na styku przedsiębiorczości (*Entrepreneurship*) i biznesu międzynarodowego (*International Business*). Przedmiotem zainteresowania omawianego w artykule nurtu badawczego są firmy typu *born global*, tj. przedsiębiorstwa, które od początku swojego istnienia budują przewagę konkurencyjną, opierając się na wykorzystaniu zasobów i sprzedaży produktów w wielu krajach (Oviatt i McDougall, 1994).

Socjologowie nauki zauważają, że poszczególne techniki i metody badawcze są interpretowane i stosowane „lokalnie”, w ramach konkretnej wspólnoty czy dyscypliny naukowej. Derksen (2000) sugeruje, że również sposoby pomiaru zmiennych oraz wykorzystania narzędzi badawczych, są zakorzenione w danej społeczności naukowej i są wynikiem konsensusu między przedstawicielami tej dyscypliny. Nowe metody ulegają dyfuzji w ramach społeczności badawczej, stopniowo legitymizując się, aż wreszcie stając się standardem. Parafrazując Bergera i Luckmanna (1983), autorów koncepcji społecznego konstruowania rzeczywistości, można uznać, że metody badawcze są „wytworem społecznym”, powstałym w ramach określonej wspólnoty. Metody badawcze nie są zatem uniwersalne, lecz są silnie zakorzenione w tradycji badawczej danej dyscypliny. Ponadto, jak zauważa Platt (1988), sposób wykorzystania konkretnej metody w badaniach dla danej dyscypliny może istotnie odbiegać od generalnych (niezależnych od dziedziny badania) wskazówek opisywanych w podręcznikach metodologicznych. Z tego powodu poszczególne metody badawcze powinny być analizowane w kontekście dorobku danej dyscypliny naukowej.

Niniejszy artykuł podejmuje pytanie o sposób wykorzystania metod jakościowych w badaniach z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej. W pierwszej części artykułu zdefiniowano przedmiot badań przedsiębiorczości międzynarodowej. W kolejnych częściach omówiono tradycje metodologiczne tej dyscypliny oraz wyzwania związane z prowadzeniem badań jakościowych w naukach o zarządzaniu. Następnie dokonano systematycznego przeglądu badań jakościowych w dyscyplinie przedsiębiorczości międzynarodowej. W ostatniej części artykułu sformułowano wnioski i rekomendacje praktyczne.

2. Przedmiot badań przedsiębiorczości międzynarodowej

W jednym z najczęściej cytowanych artykułów z *Journal of International Business Studies*, czołowego periodyku dyscypliny biznesu międzynarodowego, Oviatt i McDougall (1994) opisali nowy „gatunek” przedsiębiorstw – młode, dynamiczne, małe firmy, które w niedługim czasie po powstaniu

rozpoczęły ekspansję na rynkach zagranicznych. Zjawisko skrajnie wczesnego umiędzynarodowienia wydawało się paradoksem, niemożliwym do wyjaśnienia za pomocą istniejących teorii biznesu międzynarodowego, takich jak teoria eklektyczna proponowana przez Johna Dunninga (1988) czy etapowy model umiędzynarodowienia opisany przez badaczy z Uniwersytetu w Uppsali (Johanson i Vahlne, 1977).

Artykuł Oviatta i McDougall (1994) zapoczątkował nowy nurt badań obejmujących firmy wczesnie umiędzynarodowione, tj. firmy typu *born global* (zwane „urodzonymi globalistami” lub „firmami międzynarodowymi od urodzenia”). W ramach tego nurtu wyłoniła się dyscyplina przedsiębiorczości międzynarodowej (*International Entrepreneurship*). Fundamentalne pytanie badawcze podejmowane w literaturze tego nurtu dotyczy przyczyn niemal natychmiastowego umiędzynarodowienia działalności przez młode, niedoświadczone, przedsiębiorcze firmy. Wyjaśnienia poszukiwano na kilku poziomach, analizując uwarunkowania otoczenia (gospodarki, branży), zasoby i umiejętności firmy oraz właściwości przedsiębiorcy (tabela 1).

Poziom analizy	Przykłady badań
Makro (gospodarka)	Mały rynek krajowy, otwarta gospodarka (Luostarinen, 1994)
Mezo (branża)	Przynależność do branży wysokich technologii, wysoki poziom umiędzynarodowienia branży, penetracja branży przez konkurentów zagranicznych (Fernhaber i in., 2007)
Mikro (firma)	Wyposażenie w zasoby niematerialne [wiedza, know-how, reputacja, innowacyjność] (Dimitratos i Jones, 2005), orientacja przedsiębiorcza, udział funduszu venture capital w kapitale firmy (Fernhaber i McDougall – Covin, 2009), wykorzystanie ICT (Evangelista, 2005)
Mikro-mikro (przedsiębiorca)	Doświadczenie zagraniczne, skłonność do ryzyka (Madsen i Servais, 1997), edukacja za granicą, kapitał społeczny (Evangelista, 2005)

Tab. 1. Determinanty wczesnego umiędzynarodowienia przedsiębiorstw. Źródło: opracowanie własne.

Przedsiębiorczość międzynarodowa leży na styku dwóch dziedzin: biznesu międzynarodowego i przedsiębiorczości. Biznes międzynarodowy (*International Business*) jest dyscypliną nauk o zarządzaniu (Gorynia, 2012), zajmującą się międzynarodowymi aspektami zarządzania firmą. Główne pytanie badawcze tej dyscypliny brzmi: „Co decyduje o międzynarodowym sukcesie bądź porażce firmy?” (Peng, 2004, s. 100). Przedsiębiorczość jest przedmiotem badań wielu nauk społecznych (np. ekonomii, psychologii, socjologii). Przedstawiciele nauk o zarządzaniu badają to zjawisko, poszukując odpowiedzi na pytanie dlaczego, kiedy i w jaki sposób pojawiają się szanse na tworzenie nowych produktów i usług oraz przez kogo i w jaki sposób szanse

te są wykorzystywane (Shane i Venkataraman, 2000). Przedmiotem badań przedsiębiorczości międzynarodowej są natomiast procesy odkrywania, oceny i wykorzystania – ponad granicami kraju – szans na tworzenie przyszłych dóbr i usług (Oviatt i McDougall, 2005, s. 7).

3. Tradycje metodologiczne w badaniach nad przedsiębiorczością międzynarodową

Cechą wspólną obu nurtów badawczych, z których wywodzi się przedsiębiorczość międzynarodowa, jest dominacja badań ilościowych, opartych zwykle na dużych próbach i zaawansowanym modelowaniu ekonometrycznym. Jak podają Chandler i Lyon (2001), jedynie 18% artykułów empirycznych dotyczących przedsiębiorczości, publikowanych w kluczowych czasopismach w latach 1989–1999 wykorzystywało metody jakościowe. W przypadku dyscypliny biznesu międzynarodowego badania jakościowe stanowiły 10% prac empirycznych opublikowanych w latach 1991–2001 w sześciu głównych czasopismach tej dziedziny (Marschen-Piekkari i Welch, 2004).

Poszukując przyczyn niskiego statusu badań jakościowych w dyscyplinie biznesu międzynarodowego, Marschen-Piekkari i Welch (2004) wskazują na niedostateczną legitymizację metod jakościowych w szerzej rozumianych naukach o zarządzaniu, szczególnie wśród badaczy z renomowanych uczelni (głównie amerykańskich i angielskich), kwestionujących rygor metodologiczny badań jakościowych i ich potencjał dla generowania teorii. Podobnie Gartner i Birley (2002), w swoim przeglądzie literatury na temat przedsiębiorczości, zauważają, że metody jakościowe cieszą się większą popularnością w Europie niż w Stanach Zjednoczonych. Zdaniem tych autorów, wynika to z presji publikacyjnej, jaką na swoich pracowników nakładają amerykańskie uniwersytety. W warunkach amerykańskich prowadzenie badań jakościowych, wymagających zwykle długotrwałego gromadzenia danych terenowych, jest utrudnione. Badacze amerykańscy mają ponadto dostęp do rozbudowanych baz danych dla spółek amerykańskich, pozwalających na prowadzenie badań ilościowych. Tego rodzaju bazy danych są często niedostępne dla spółek europejskich (Cieślik, 2010).

Mimo utrzymującej się w dyscyplinach przedsiębiorczości i biznesu międzynarodowego dominacji metod ilościowych, badacze coraz częściej zwracają uwagę na konieczność poszukiwania alternatywnych narzędzi badawczych i nowych perspektyw epistemologicznych (Nummela i Welch, 2006). Rosnącego zainteresowania metodami jakościowymi dowodzą specjalne numery czasopism kluczowych dla dyscypliny biznesu międzynarodowego, np. *Management International Review* (Piekkari i Welch, 2006), i przedsiębiorczości, np. *Journal of Business Venturing* (Gartner i Birley 2002). W obliczu tych przemian również badacze reprezentujący dyscyplinę przedsiębiorczości międzynarodowej poddają krytyce tradycje metodologiczne zapożyczone z biznesu międzynarodowego i przedsiębiorczości (Nummela i Welch, 2006).

Wskazać można szereg argumentów przemawiających za koniecznością wypełnienia luki, jaką w literaturze z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej powoduje niedostateczna reprezentacja badań jakościowych. Przedsiębiorczość międzynarodowa to młoda dyscyplina naukowa, wciąż jeszcze wymagająca raczej badań eksploracyjnych i formułowania teorii niż testowania empirycznego (Marschen-Piekkari i Welch, 2004). Kolejnym argumentem przemawiającym za aplikacją metod jakościowych, takich jak studia przypadków oparte na wywiadach pogłębionych i analizie dokumentacji, jest możliwość wglądu w zjawiska dynamiczne i silnie zależne od kontekstu, jakie zwykle są przedmiotem badań przedsiębiorczości międzynarodowej. Zaletą metod jakościowych jest również możliwość dostosowania narzędzi badawczych do warunków danego rynku. W gospodarkach wschodzących, w których ze względu na brak dobrych baz danych analiza ilościowa na dużych próbach jest utrudniona, badania jakościowe mają szczególną wartość – zwłaszcza w połączeniu z badaniami ilościowymi. Zdaniem Marschen-Piekkari i Welch (2004), badania jakościowe, dzięki wykorzystaniu bogatszych źródeł danych, pozwalają na uzyskanie bardziej znaczących wyników dotyczących „miękkich” relacji między kluczowymi zmiennymi. Metody jakościowe wykraczają poza pomiar obserwowalnych zachowań, dając wgląd w znaczenia i motywy działań. Metody te rzucają światło na decyzję lub zestaw decyzji, odpowiadając na pytanie, dlaczego zostały one podjęte, w jaki sposób były wdrażane i z jakim skutkiem.

Badania jakościowe w dyscyplinie przedsiębiorczości międzynarodowej mogą służyć formułowaniu teorii średniego zasięgu, tj. teorii o niskim poziomie abstrakcji, możliwych do empirycznej weryfikacji, opisujących wycinek rzeczywistości społecznej. Postulat tworzenia teorii średniego zasięgu w socjologii sformułował Merton (1982), w odpowiedzi na kryzys tej dyscypliny nauki w połowie XX wieku.

Bilewicz (2007), omawiając korzyści z formułowania teorii średniego zasięgu w psychologii, zauważa, że dążenie do stworzenia teorii uniwersalnych, niezmiennych historycznie i kulturowo, rodzi liczne problemy metodologiczne. Po pierwsze, zakłada ono obiektywność poznania naukowego. Po drugie, przyjmuje ono nieautonomiczność psychologii, tj. jej podrzędność wobec nauk przyrodniczych. Bilewicz proponuje alternatywne rozumienie psychologii jako zbioru teorii średniego zasięgu. Jednocześnie wskazuje on, że zakres teorii formułowanych na gruncie badań psychologicznych wyznaczać mogą wyniki metaanaliz oraz strukturalne relacje między teoriami, a miarą wartości teorii jest praktyczna skuteczność.

W przypadku nauk o zarządzaniu, a zwłaszcza dyscypliny biznesu międzynarodowego i przedsiębiorczości międzynarodowej, zasięg teorii może być ograniczony do danego kontekstu kulturowego lub, szerzej, instytucjonalnego (np. rynki wysoko rozwinięte versus rynki wschodzące). Przykładem teorii średniego zasięgu w dyscyplinie biznesu międzynarodowego jest model LLL (*leverage, linking, learning*) autorstwa Mathewsa (2005), opisujący determinanty umiędzynarodowienia firm z gospodarek wschodzących.

Jeszcze innym ograniczeniem zasięgu teorii powstałych na gruncie nauk o zarządzaniu może być kontekst historyczny. Na przykład uppsalski model umiędzynarodowienia przedsiębiorstw, powstały w latach 70. XX wieku dobrze pasował do ówczesnych warunków prowadzenia biznesu w skali międzynarodowej. Przemiany globalizacyjne doprowadziły autorów modelu do przeformułowania oryginalnej propozycji. Kluczową barierę „obcości”, wynikającą z działania na rynku innym niż rodzimy, zastąpiono w tym modelu barierą „braku zakorzenienia w lokalnej sieci relacji”. Tym samym zwrócono uwagę na fakt, iż w dzisiejszej gospodarce, silnie zintegrowanej globalnie, granice geograficzne tracą na znaczeniu, a coraz bardziej istotne staje się funkcjonowanie w sieci relacji.

Teorie budowane na gruncie nauk o zarządzaniu dotyczyć mogą ponadto szczególnego typu organizacji (np. firmy nowopowstałe versus firmy dojrzałe). Przykładem takich teorii w biznesie międzynarodowym są modele opisujące uwarunkowania wczesnej internacjonalizacji, odnoszące się do firm typu *born global*, jak np. model Madsena i Servaisa (1997) oraz model Oviatta i McDougall (1994).

4. Wyzwania związane z prowadzeniem badań jakościowych

Przystępując do przeglądu badań wykorzystujących metody jakościowe w dziedzinie przedsiębiorczości międzynarodowej, należy mieć na uwadze szereg ograniczeń związanych z prowadzeniem tego rodzaju badań. Jednym z wyzwań związanych z realizacją badań jakościowych w naukach o zarządzaniu jest prowadzenie wywiadów z wyższą kadrami kierowniczą. Tradycyjne podręczniki metodologiczne zakładają, że w relacji badacz–osoba badana dominuje badacz, który kontroluje process badawczy i dużej mierze decyduje o przebiegu rozmowy (Welch i in., 2002). Prowadząc wywiady z wyższą kadrami kierowniczą, badacz powinien spodziewać się, że osoba badana będzie próbowała przejąć kontrolę nad przebiegiem rozmowy (np. kwestionując zasadność pytań dla zrozumienia „istoty problemu”, narzucając styl rozmowy, sugerując pytania). Członkowie wyższej kadry kierowniczej są ponadto przygotowani do prowadzenia negocjacji oraz przemawiania publicznie, potrafią bronić swojego zdania i wydawać polecenia (Welch i in., 2002). Istotny wpływ na wiarygodność danych pozyskanych od członków wyższej kadry kierowniczej może mieć również zjawisko „atrybucji w służbie ego”, polegające na naturalnej skłonności do poszukiwania źródeł sukcesów w czynnikach wewnętrznych, kontrolowanych przez decydenta (np. słuszne decyzje), a porażek – w czynnikach leżących poza kontrolą decydenta (np. kryzys w branży). Zjawisko atrybucji w służbie ego ma istotny wpływ na treść przekazu publicznego (np. listy prezesów do akcjonariuszy) formułowanego przez członków wyższej kadry kierowniczej.

Wielu badaczy uważa, że prowadzenie wywiadów z wyższą kadrami kierowniczą zwiększa „jakość” metodologiczną badania i legitymizuje wyniki badania w społeczności naukowej. Macdonald i Hellgren (2004) piszą o ukrytym

założeniu, że „im więcej czasu badacz poświęci na wywiady z kluczową kadrą kierowniczą, tym wyższa jakość badania”. Piekari i Welch (2002) zauważają, że przekonanie to jest błędne, ponieważ właściwy dobór respondentów powinien zależeć od pytania badawczego. Często osobami lepiej poinformowanymi w zakresie badanych procesów są pracownicy niższych szczebli organizacji. W doborze respondentów do wywiadów należy kierować się zasadą kluczowych informatorów (*key informants method*), skupiając uwagę na tych uczestnikach organizacji, którzy posiadają największą wiedzę oraz największe kompetencje decyzyjne w obszarze objętym badaniem.

Kolejnym wyzwaniem związanym z prowadzeniem badań jakościowych w naukach o zarządzaniu, a szczególnie w dyscyplinach biznesu międzynarodowego, są bariery językowe. Jak zauważają Marschen-Piekari i Welch (2004), prowadzenie wywiadów w języku angielskim z osobami, dla których nie jest to język ojczysty, może obniżać jakość pozyskanych danych (ryzyko „spłycenia” treści). Chodyńska i Więckowska (2009), omawiając specyfikę wywiadu kulturowego (tj. wywiadu psychologicznego prowadzonego z osobą z innej grupy etnicznej, religijnej lub narodowościowej), zauważają, że idealna jest sytuacja, gdy język wywiadu jest pierwszym językiem osoby badanej, a jednocześnie osoba badająca (diagnosta) zna ten język. W przypadku gdy osoba badana jest native speakerem języka angielskiego, ale dla badacza nie jest to język ojczysty, istnieje ryzyko „przejęcia kontroli” nad przebiegiem rozmowy przez osobę badaną.

Kolejnym poważnym wyzwaniem jest dostęp do firmy i pozyskanie zgody kierownictwa na współpracę (często w formie licznych wizyt w firmie i prowadzenia licznych wywiadów z pracownikami różnych szczebli). Marschen-Piekari i Welch (2004) zauważają, że skłonność firm do uczestnictwa w badaniach jakościowych zależy od kraju pochodzenia, a szczególnie otwarte na współpracę z przedstawicielami środowiska naukowego są firmy skandynawskie.

5. Zastosowanie metod jakościowych w przedsiębiorczości międzynarodowej

Przegląd objął kluczowe czasopisma z obszarów biznesu międzynarodowego (*Journal of International Business Studies*, *International Business Review*, *Management International Review*, *Journal of World Business*), przedsiębiorczości (*Journal of Business Venturing*, *Entrepreneurship Theory & Practice*) oraz przedsiębiorczości międzynarodowej (*Journal of International Entrepreneurship*). Nawiązując do definicji Oviatta i McDougall (2005), wybrano badania dotyczące zachowań przedsiębiorczych podejmowanych ponad granicami krajów. W przeglądzie pominięto badania dotyczące umiędzynarodowienia małych i średnich przedsiębiorstw, o ile nie odwoływały się one wprost do problematyki przedsiębiorczości międzynarodowej. Podobne ograniczenie zastosowali w swoim przeglądzie Coviello i Jones (2004). Badania zidentyfikowane na podstawie powyższych kryteriów przedstawiono w tabeli 2.

Badanie	Metoda – cytowania	Próba	Sposób zbierania danych	Sposób analizy danych	Efekt
Evangelista (2005)	Porównawcze studium przypadku – Strauss i Corbin (1990)	6 australijskich firm typu <i>born global</i> (BG) z branży software	Pogłębione wywiady nieustrukturyzowane z przedsiębiorcą lub założycielem, trwające 1–2 godziny	Teoria ugruntowana (brak predefiniowanych kategorii analitycznych, brak osadzenia w konkretnych koncepcjach teoretycznych <i>a priori</i>)	Model teoretyczny
Gabrielson i inni (2008)	Porównawcze studium przypadku – Yin (2003)	8 firm BG z różnych branż, pochodzących z Grecji, Norwegii, Finlandii, Włoch	Wywiady półustrukturyzowane z menedżerami zaangażowanymi w proces umiędzynarodowienia, trwające 1–2 godziny; materiały archiwalne, obserwacje	Kategorie analityczne odpowiadające ogólnej strukturze kwestionariusza, zidentyfikowane na podstawie przeglądu literatury	Model teoretyczny oraz zestaw hipotez
Knight i Cavusgil (2005)	Metody mieszane (badanie jakościowe – porównawcze studium przypadku, później badanie ilościowe – analiza klastrow)	Faza jakościowa: 24 firmy BG; faza ilościowa: 195 firm BG	Faza jakościowa: wywiady półustrukturyzowane, trwające 45 minut, z których część prowadzona była przez telefon; faza ilościowa: kwestionariusz	Faza jakościowa: wstępne kategorie analityczne odpowiadające ogólnej strukturze kwestionariusza, zidentyfikowane na podstawie przeglądu literatury	Faza jakościowa: jakościowy model teoretyczny Faza ilościowa: taksonomia firm typu BG
Turcan (2007)	Porównawcze studium przypadku, realizowane w schemacie podłużnym – Yin (2003), Eisenhardt (1989), Miles i Huberman (1989), Merton (1957), Dubin (1978)	5 szkockich firm BG z sektora software	Dane zbierane retrospektywnie: wywiady półustrukturyzowane z prezesami firm oraz z kluczowymi interesariuszami (doradcy, partnerzy biznesowi, przedstawiciele funduszu VC), trwające ok. 60 minut (łącznie 23 wywiady), dane archiwalne	Technika zdarzeń krytycznych (CIT), dane kategoryzowane ze względu na miejsce oraz czas, z wykorzystaniem program NVIVO. Cel: tworzenie teorii średniego zasięgu	Zestaw hipotez

Freeman i inni (2012)	Porównawcze studium przypadku – Yin (2003), Eisenhardt (1989), Dubois i Gadde (2002), Glaser i Strauss (1967)	20 australijskich, międzynarodowych firm z sektora MSP	Wywiady półstrukturyzowane (osobiste lub telefoniczne), z prezesami lub założycielami firm (łącznie 23 osoby), trwające od 45 minut do 4 godzin; materiały archiwalne	Sformułowanie wstępnych hipotez, przeniesienie się (w przód i w tył), w celu właściwej interpretacji danych i sformułowania ostatecznych hipotez. Kodowanie danych zgodne z metodologią teorii ugruntowanej	Zestaw hipotez
Gabrielson i Pelkonen (2008)	Porównawcze, podłużne studium przypadku – Eisenhardt (1989), Yin (2003)	6 fińskich i szwedzkich firm BG	Wywiady półstrukturyzowane z założycielami i kluczową kadra kierowniczą, materiały archiwalne. Dane dla firm fińskich zbierane w czasie rzeczywistym, przez kilka lat, dane dla firm szwedzkich zbierane retrospektywnie.	Sformułowanie wstępnych hipotez i modelu teoretycznego, analiza danych w oparciu o kategorie zidentyfikowane na podstawie przeglądu literatury	Konkluzje teoretyczne odnoszące się do sformułowanych na podstawie literatury hipotez i modelu teoretycznego
Odorici i Presutti (2013)	Porównawcze studium przypadku – Eisenhardt (1989), Yin (2003)	8 włoskich firm BG z branży ITC	Wywiady półstrukturyzowane z przedsiębiorcami (po 2–3 dla każdej z firm), trwające łącznie około 120 minut na firmę.	Kodowanie w NVIVO, niezależnie przez 2 badaczy, analiza zgodna z metodą proponowaną przez Eisenhardt (1989)	Zestaw hipotez
Gassman i Keupp (2007)	Porównawcze studium przypadku – Eisenhardt (1989), Yin (2003)	8 firm BG ze Szwajcarii, Niemiec i Australii	Wywiady półstrukturyzowane z prezesem lub założycielem w czterech firmach, materiały archiwalne w pozostałych.	Kategorie analityczne stworzone na podstawie analizy treści, następnie przeniesienie między teorią a danymi	Model teoretyczny, zestaw hipotez

cd. tab. 2

Badanie	Metoda – cytowania	Próba	Sposób zbierania danych	Sposób analizy danych	Efekt
Pettersen i Tobiasen (2012)	Porównawcze studium przypadku – Eisenhardt (1989), Yin (2003)	3 akademickie spin-offy z norweskiego klastra naftowego, mające cechy firm BG	Wywiady półstrukturyzowane z kluczowymi informatorami (około 1,5 h każdy), materiały archiwalne	Kategorie analityczne odpowiadające ogólnej strukturze kwestionariusza (cykl życia organizacji).	Konkluzje teoretyczne, bez zestawu hipotez
Laurell i inni (2013)	Pojedyncze, podłużne studium przypadku – Yin (2003), Eisenhardt (1989), Miles i Huberman (2000)	1 szwedzka firma z branży medycznej	Wywiady półstrukturyzowane (po około 90 minut) kluczowymi informatorami, prowadzone przez kilka lat, uczestnictwo w seminariach branżowych	Kategorie analityczne odpowiadające ogólnej strukturze kwestionariusza (cykl życia organizacji).	Model teoretyczny, zestaw hipotez
Liu i inni (2008)	Porównawcze studium przypadku – Yin (2003), Eisenhardt (1989), Campbell (1975)	16 chińskich, prywatnych firm obecnych na rynkach zagranicznych	Wywiady półstrukturyzowane z założycielami (ew. prezes, asystent założyciela), trwające od 1,5 do 2 h, przeprowadzane osobiście; dane archiwalne	Punktem wyjścia do analizy danych był sformułowany na podstawie literatury zestaw hipotez. Analiza danych w oparciu o koncepcję “pattern matching”	Konkluzje teoretyczne odnoszące się do sformułowanych na podstawie literatury hipotez
Coviello (2006)	Porównawcze studium przypadku	3 nowozelandzkie firmy BG z branży software	Wywiady półstrukturyzowane z kluczowymi informatorami (założycielami, właścicielami, prezesami), dane archiwalne	Kategorie odpowiadające cyklowi życia organizacji, analiza sieci z wykorzystaniem specjalistycznego oprogramowania (UCINET)	Zestaw hipotez

Coviello i Cox (2006)	Porównawcze studium przypadku – Yin (2003), Eisenhardt (1989), Pettigrew (1997)	3 nowozelandzkie firmy BG z branży software	Wywiady półstrukturyzowane z kluczowymi informatorami (założycielami, właścicielami, prezesami), dane archiwalne	Sieć jako jednostka analizy; kategorie odpowiadające cyklowi życia organizacji i teorii zasobowej	Zestaw hipotez
Hewerdine i Welch (2013)	Porównawcze studium przypadku – Langley (1999), Pettigrew (1997)	6 australijskich firm BG z branży biotechnologicznej	Wywiady półstrukturyzowane z kluczowymi informatorami w firmach oraz ekspertami branżowymi (łącznie 72 osoby), dane archiwalne	Podjęcie procesowe (chronologia, mapy kluczowych wydarzeń), kategorie analityczne zidentyfikowane na podstawie literatury	Konkluzje teoretyczne, bez zestawu hipotez

Tab. 2. Przegląd badań jakościowych w obszarze przedsiębiorczości międzynarodowej. Źródło: opracowanie własne.

Wszystkie badania objęte przeglądem wykorzystywały metodę studium przypadku. Podobną dominację studium przypadku na tle metod jakościowych obserwowano we wcześniejszych przeglądach literatury z zakresu biznesu międzynarodowego (Marschen-Piekkari i Welch, 2004). Studium przypadku definiowane jest jako sytuacja badawcza, w której liczba zmiennych znacznie przewyższa liczbę obserwacji (Yin, 2003). Metoda ta, podobnie jak inne metody jakościowe, polega na rozpoznaniu znaczenia zjawisk, nie ich częstotliwości i jest adekwatna do odpowiedzi na pytania „w jaki sposób?” oraz „dlaczego?” dane zjawiska zachodzą.

Studium przypadku może służyć różnym celom i, w zależności od przyjętego paradygmatu metodologicznego, mieć różny związek z budowaniem teorii. Stosowanie tej metody służyć może na przykład wyłącznie idiograficznemu zrozumieniu konkretnego przypadku (Babbie, 2005), będącego egzemplifikacją istniejących teorii. Skrajnie odmiennym podejściem jest metodologia teorii ugruntowanej (*grounded theory*), stworzona przez Gläsera i Straussa (1967). Zgodnie z tym podejściem metodologicznym teoria wylania się w procesie zbierania i analizowania materiałów empirycznych, jest zatem pochodną procesu badawczego (Gläser i Strauss, 1967). Sam proces badawczy rozpoczyna się bez wyraźnej konceptualizacji teoretycznej, co ma pozwolić na utrzymanie tzw. „kontekstu odkrycia” (*serendipity*), tj. zdolności do poszukiwania zjawisk i generowania teorii (Konecki, 2000). Jeszcze inny sposób rozumienia relacji między studium przypadku a teorią proponuje Burawoy (1998). Jego zdaniem badania oparte na studium przypadku służą odkrywaniu niedoskonałości oraz modyfikowaniu istniejących teorii. Punktem wyjścia do badania są jasno określone ramy teoretyczne, które w toku zbierania i analizowania danych terenowych ulegają rozszerzeniu lub rekonstrukcji.

W większości badań objętych przeglądem założenia epistemologiczne nie były wprost omawiane. Badania opierały się jednak *implicite* na paradygmacie pozytywistycznym, o czym świadczą zarówno stosowane pojęcia (np. „relacje między zmiennymi”), jak i odwołania literaturowe. Większość autorów, omawiając metodę badania, powoływała się na prace Yina (2003) i Eisenhardt (1989). Autorzy ci przyjmują pozytywistyczne podejście do prowadzenia badań, przedstawiając zestaw konkretnych wskazówek metodycznych dotyczących „poprawnego” stosowania studium przypadku w celu budowania teorii (Eisenhardt, 1989) oraz formułowania rekomendacji dla praktyków (Yin, 2003). Podejście to, nazywane przez Ragina (1992) „skoncentrowanym na zmiennych” (w odróżnieniu od „skoncentrowanego na przypadku”), polega na „dekompozycji” przedmiotu badań w zmienne. Celem badania jest w tym przypadku sformułowanie ogólnych praw, opisujących relacje między zmiennymi niezależnie od kontekstu. Eisenhardt (1989, s. 546) zauważa, że (zgodnie z paradygmatem pozytywistycznym) celem badań jest „formułowanie testowalnych hipotez i teorii, które poddają się generalizacji”. Z trzech możliwych celów studium przypadku, wskazywanych

przez Yin, tj. eksploracyjnego, opisowego i eksplanacyjnego, ten pierwszy uważany jest przez Eisenhardt (1989) za najważniejszy. Eisenhardt twierdzi, że studia przypadku służą przede wszystkim tworzeniu w drodze indukcji teorii naukowych, które następnie powinny być dedukcyjnie testowane, co „zamyka cykl” poznania naukowego (Eisenhardt i Graebner, 2007, s. 25). Zgodnie z tą rekomendacją, większość badań objętych przeglądem miała na celu budowanie teorii (*implicite*: średniego zasięgu). Efektem badań był najczęściej model teoretyczny lub zestaw testowalnych hipotez (*propositions*).

W większości badań objętych przeglądem stosowano schemat wielokrotnego (porównawczego) studium przypadku (*multiple case study, comparative case study*). Schemat ten, w odróżnieniu od pojedynczego studium przypadku, pozwala na replikację wyników w różnych kontekstach (Yin, 1994), co zwiększa trafność zewnętrzną badania (Miles i Huberman, 2000). Eisenhardt (1989) sugeruje, że optymalna liczba przypadków do badania wynosi między 4 a 10. W badaniach objętych przeglądem liczba przypadków mieściła się zwykle w przedziale 4–10, odpowiadając rekomendacji sformułowanej przez Eisenhardt (1989). W kilku badaniach wykorzystano jednak większą liczbę przypadków, nie wyjaśniając przyczyn takiej decyzji. Można przypuszczać, że takie podejście wynika z podporządkowania badania logice badań ilościowych (np. w doborze próby) przy jednoczesnym braku możliwości zastosowania analiz statystycznych ze względu na zbyt małą próbę. Zwiększenie liczby przypadków odbywało się w większości przypadków kosztem „głębi” analizy.

Źródłem danych były najczęściej wywiady, przeprowadzane osobiście. Za kluczowych informatorów uznawano zwykle prezesa lub założyciela firmy. Większość autorów nie omawiała wyzwań związanych doбором informatorów i prowadzeniem wywiadów. Przykładowo, w przypadku wywiadów przeprowadzanych poza granicami kraju, nie omawiano kryteriów decyzji o wyborze języka, w którym przeprowadzano wywiad. Liczba informatorów w analizowanych badaniach wahała się od jednego do kilkunastu na jedno studium przypadku (odpowiadające jednej firmie). W badaniach wykorzystujących znaczną liczbę przypadków wywiady prowadzono zwykle z jednym informatorem w każdej firmie. Ponadto część wywiadów prowadzono w takich przypadkach telefonicznie.

Oprócz wywiadów w badaniach wykorzystywano dane archiwalne (np. raporty roczne badanych firm), co służyć miało, zdaniem autorów, triangulacji danych, tj. weryfikacji ich spójności i poprawności. Oprócz konieczności walidacji pozyskanych danych triangulacja umożliwia również spojrzenie na przypadek z różnych punktów widzenia, obniżając ryzyko błędnej interpretacji faktów. Tym samym triangulacja danych zwiększa trafność wewnętrzną badania. W badaniach objętych przeglądem rzadko jednak cytowano fragmenty materiałów innych niż wywiady. Rzadko również odwoływano się do ich treści w analizie przypadku. Jedynie w jednym badaniu autorzy deklaruowali korzystanie z obserwacji jako źródła danych. Sposób wykorzystania

danych obserwacyjnych nie został jednak przez autorów udokumentowany w analizie przypadku.

Większość badań objętych przeglądem miała charakter przekrojowy (*cross-sectional*), tj. dotyczyła określonego punktu w czasie. Jedynie w kilku przypadkach badanie miało charakter podłużny (*longitudinal*), opierając się na danych gromadzonych w czasie rzeczywistym lub retrospektywnie.

Powtarzający się w kilku przypadkach sposób analizy danych polegał na kategoryzowaniu danych zgodnie z cyklem życia organizacji. W badaniach wyróżniano trzy fazy odpowiadające kategoriom proponowanym w literaturze z zakresu przedsiębiorczości (Kazanjian, 1988), tj. pomysł na biznes (faza poprzedzająca utworzenie firmy), start-up (przygotowanie do komercjalizacji produktów), komercjalizacja i umiędzynarodowienie. W jednym przypadku zastosowano technikę zdarzeń krytycznych (*critical incidents technique*). Procedura ta wykorzystywana w badaniach jakościowych ułatwia badanie złożonych zjawisk (wydarzeń, wypadków, procesów, zagadnień) wskazywanych przez respondenta, a także sposobów zarządzania nimi oraz postrzeganych efektów tych zjawisk (Chell, 1998, s. 56).

6. Wnioski

Zaprezentowany w niniejszym artykule przegląd badań dowodzi, że stosunkowo młoda dyscyplina, jaką jest przedsiębiorczość międzynarodowa, zdążyła wypracować pewne spójne standardy dotyczące zastosowania metod jakościowych. Badania osadzone są w paradygmacie pozytywistycznym, a dominującą strategią badawczą jest porównawcze studium przypadku prowadzone w schemacie przekrojowym. Podstawowym źródłem danych są pogłębione wywiady z przedsiębiorcami lub prezesami firm.

Z punktu widzenia socjologii nauki pojawienie się takiej jednorodnej konwencji jest nieuniknione. Podobna konwencja pozwala oceniać i porównywać uzyskane wyniki z wynikami innych badaczy (Derksen, 2000), co jest istotne dla legitymizacji dyscypliny. Z drugiej strony, jak zauważają Piekari i inni (2009), jednorodna konwencja może obniżać innowacyjność badaczy i w konsekwencji hamować rozwój dyscypliny. Zdaniem tych autorów odpowiedzią na stagnację wielu obszarów nauk o zarządzaniu jest pluralizm metodologiczny.

Na podstawie przeprowadzonego w artykule przeglądu literatury sformułować można szereg rekomendacji dotyczących prowadzenia badań w obszarze przedsiębiorczości międzynarodowej oraz dyscyplin pokrewnych, tj. biznesu międzynarodowego i przedsiębiorczości. Po pierwsze, wbrew dominującej konwencji, warto podjąć próby odejścia od pozytywizmu w kierunku innych paradygmatów epistemologicznych (np. interakcjonizmu). Po drugie, rozwojowi wspomnianych dyscyplin sprzyjać będzie wykorzystanie zróżnicowanych metod jakościowych (np. metod narracyjnych, obserwacji uczestniczącej), a także zastosowanie metod mieszanych, łączące podejście

ilościowe i jakościowe. Po trzecie, w badaniach opartych na metodzie studium przypadku należy stosować bardziej różnorodne strategie badawcze (np. pojedyncze studium przypadku, w odróżnieniu od wielokrotnego; podłużne studium przypadku, w odróżnieniu od przekrojowego). Istnieje na przykład konieczność wypełnienia luki, jaką w literaturze z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej stanowi niedobór badań prowadzonych w długim okresie. Wykorzystanie schematu podłużnego pozwoliłoby lepiej rozpoznać dynamikę procesu internacjonalizacji firm międzynarodowych od urodzenia. Tym samym stanowiłoby odpowiedź na pojawiające się w literaturze opinie o konieczności traktowania wczesnej internacjonalizacji jako procesu przedsiębiorczego rozwijającego się w czasie (Jones i Coviello, 2005).

Przypisy

- ¹ Status przedsiębiorczości międzynarodowej jako odrębnej dyscypliny naukowej jest przedmiotem sporów. Zob. M. Jones, N. Coviello i Y. Tang. (2011). International Entrepreneurship research (1989–2009): A domain ontology and thematic analysis. *Journal of Business Venturing*, 26 (6), 632–659.

Bibliografia

- Berger, P.L. i Luckmann, T. (1983). *Spoleczne tworzenie rzeczywistości*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Bilewicz, M. (2007). O pożytkach z teorii średniego zasięgu. *Psychologia Społeczna*, 2 (3–4), 262–265.
- Burawoy, M. (1998). The extended case method. *Sociological Theory*, 16 (1), 4–33.
- Chandler, G.N. i Lyon, D.W. (2001). Issues of research design and construct measurement in entrepreneurship research: The past decade. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 25 (4), 101–113.
- Chodyncka, A. i Więckowska, J. (2009). Wywiad kulturowy. W: K. Stemplewska-Żakowicz i K. Krejtz (red.), *Wywiad psychologiczny. Tom 3. Wywiad w różnych kontekstach praktycznych*. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych.
- Cieślak, J. (2010). *Internacjonalizacja polskich przedsiębiorstw. Aktualne tendencje – implikacje dla polityki gospodarczej*. Warszawa: Akademia Leona Koźmińskiego.
- Coviello, N. (2006). The network dynamics of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 37 (5), 713–731.
- Coviello, N. i Cox, M. (2007). The resource dynamics of international new venture networks. *Journal of International Entrepreneurship*, 4 (2–3), 113–132.
- Coviello, N.E. i Jones, M. (2004). Methodological issues in international entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 19, 485–508.
- Derksen, L. (2000). Towards a sociology of measurement: The meaning of measurement error in the case of DNA profiling. *Social Studies of Science*, 30 (6), 803–845.
- Dubois, A. i Gadde, L.-E. (2002). Systematic combining: An abductive approach to case research. *Journal of Business Research*, 55, 553–560.
- Dunning, J. (1988). The eclectic paradigm of international production: A restatement and possible extensions. *Journal of International Business Studies*, 19 (1), 1–31.
- Dyer, W.G. i Wilkins, A.L. (1991). Better stories, not better constructs, to generate better theory: A rejoinder to Eisenhardt. *Academy of Management Review*, 16 (3), 613–619.

- Eisenhardt, K.M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14 (4), 532–550.
- Eisenhardt, K.M. i Graebner, M.E. (2007). Theory building from cases: Opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*, 50 (1), 25–32.
- Evangelista, F. (2005). Qualitative insights into the international new venture creation process. *Journal of International Entrepreneurship*, 3 (3), 179–198.
- Freeman, S., Hutchins, K. i Chetty, C. (2012). Born globals in culturally proximate markets. *Management International Review*, 52, 425–460.
- Gabrielsson, M. i Pelkonen, T. (2005). Born internationals: market expansion and business operationmode strategies in the digital media field. *Journal of International Entrepreneurship*, (6), 49–71.
- Gabrielsson, M., Kirpalani, M., Dimitratos, P., Solberg, C. i Zucchella, A. (2008). Born globals: Propositions to help advance the theory. *International Business Review*, 17 (4), 385–401.
- Gartner, W.B. i Birley, S. (red.). (2002). Qualitative methods in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 17 (5).
- Gassman, O. i Keupp, M. (2007). The competitive advantage of early and rapidly internationalizing SMEs in the biotechnology industry: A knowledge-based view. *Journal of World Business*, 42, 350–366.
- Glaser, B. i Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- Gorynia, M. (2012). O klasyfikacji nauk zajmujących się międzynarodową działalnością gospodarczą. W: B. Skulska, W. Michalczyk i M. Domiter (red.), *Globalizacja i regionalizacja w gospodarce światowej. Księga jubileuszowa Profesora Jana Rymarczyka*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.
- Hambrick, D.C. i Chen, M.-J. (2008). New academic fields as admittance-seeking social movements: The case of strategic management. *Academy of Management Review*, 33 (1), 32–54.
- Hewerdine, L. i Welch, C. (2013). Are international new ventures really new? A process study of organizational emergence and internationalization. *Journal of World Business*, 48, 466–477.
- Johanson, J. i Vahlne, J. (1977). The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitment. *Journal of International Business Studies*, 8 (1), 23–32.
- Johanson, J. i Vahlne, J. (2009). The Uppsala model revisited: from liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 40 (9), 1411–1431.
- Jones, M., Coviello, N. i Tang, Y. (2011). International Entrepreneurship research (1989–2009): A domain ontology and thematic analysis. *Journal of Business Venturing*, 26 (6), 632–659.
- Kazanjian, R.K. (1988). Relation of dominant problems to stages of growth in technology-based new ventures. *Academy of Management Journal*, 31 (2), 259–279.
- Knight, G.A. i Cavusgil, T.S. (2005). A taxonomy of born-global firms. *Management International Review*, 45 (3), 15–35.
- Konecki, K. (2000). *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Langley, A. (1999). Strategies for theorizing from process data. *Academy of Management Review*, 24 (4), 691–710.
- Laurell, H., Andersson, S. i Achtenhagen, L. (2013). The importance of industry context for new venture internationalisation: A case study from the life sciences. *Journal of International Entrepreneurship*, 11 (4), 297–319.
- Liu, X, Xiao, W. i Huang, X. (2008). Bounded entrepreneurship and internationalization of indigenous Chinese private-owned firms. *International Business Review*, 17, 488–508.

- Luostarinen, R. (1994). *Internationalization of Finnish Firms and their Response to Global Challenges*. Helsinki: UNU World Institute for Development Research.
- Madsen, T.K. i Servais, P. (1997). The internationalization of born globals: An evolutionary process? *International Business Review*, 6 (6), 561–583.
- Marschen-Piekkari, R. i Welch, C. (2004). Qualitative research in International Business: the state of the art. W: R. Marschen-Piekkari i C. Welch (red.), *Handbook of Qualitative Research Methods for International Business*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Mathews, J. (2006). Dragon multinationals: New players in 21st century globalization. *Asia Pacific Journal of Management*, 23, 5–27.
- Merton, R.K. (1982). *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*. Warszawa: PWN.
- Miles, M. i Huberman, A. (2000). *Analiza jakościowa danych*. Białystok: Trans Humana.
- Mudambi, R. i Zahra, S.A. (2007). The survival of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 38, 333–352.
- Nummela, N. i Welch, C. (2006). Qualitative research methods in international entrepreneurship: Introduction to the special issue. *Journal of International Entrepreneurship*, (4), 133–136.
- Odorici, V. i Presutti, M. (2013). The entrepreneurial experience and strategic orientation of high-tech born global start-ups: An analysis of novice and habitual entrepreneurs. *Journal of International Entrepreneurship*, 11, 268–291.
- Oviatt, B. i McDougall, P. (1994). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 24, 45–64.
- Oviatt, B. i McDougall, P. (2005). The internationalization of entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, 36, 2–8.
- Peng, M. (2004). Identifying the big question in international business research. *Journal of International Business Studies*, 35, 99–108.
- Petersen, I. i Tobiassen, A. (2012). Are born globals really born globals? The case of academic spin-offs with long development periods. *Journal of International Entrepreneurship*, 10, 117–141.
- Pettigrew, A. (1997). What is processual analysis? *Scandinavian Journal of Management*, 13 (4), 337–348.
- Piekkari, R. i Welch, C. (red) (2006). Qualitative research methods in international business. *Management International Review*, 46 (4).
- Piekkari, R., Welch, C. i Paavilainen, E. (2009). The Case Study as Disciplinary Convention: Evidence from International Business Journals. *Organizational Research Methods*, 12 (3), 567–589.
- Ragin, C.C. (1992). Introduction: Cases of 'what is a case?'. W: C.C. Ragin i H.S. Becker (red.), *What is a Case? Exploring the Foundations of Social Inquiry*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Shane, S. i Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217–226.
- Turcan, R. (2011). Toward a theory of international new venture survivability. *Journal of International Entrepreneurship*, 9, 213–232.
- Welch, C. i Piekkari, R. (2006). Crossing language boundaries: Qualitative interviewing in international business. *Management International Review*, 46 (4), 417–437.
- Welch, C., Marschan-Piekkari, R., Penttinen, H. i Tahvanainen, M. (2002). Corporate Elites as Informants in Qualitative International Business Research. *International Business Review*, 11 (5), 611–628.