

PROLOG

Profesor Rafał Krupski zwykł mawiać, że koncepcje i teorie naukowe potrzebują około 20 lat, by zyskać popularność empiryczną i zaistnieć w praktyce biznesowej. Jak twierdził, jest to dobry czas dla kształtowania się nowego paradygmatu.

Inspirowana tymi słowami i ostatnim dorobkiem Profesora podejmuję próbę wyjaśnienia kontekstu funkcjonowania organizacji z perspektywy ekologów organizacji, z perspektywy ewolucyjnego i dynamicznego rozwoju. Nie oznacza to oderwania od dorobku bliskiego mi zarządzania strategicznego, co jest widoczne w wielu fragmentach i analizach porównawczych zamieszczonych w tym opracowaniu. Ale nadchodzi czas, kiedy „ja” organizacyjne zostaje wyparte przez międzyorganizacyjne „my”, a funkcjonowanie w ekosystemie determinuje przeżycie i śmierć każdej organizacji. Ekosystem biznesu wyłania się w sposób emergentny, dając jego uczestnikom możliwości koewolucji i samoorganizacji. W obliczu wyzwań, jakie niosą mechanizmy dynamiki ekosystemów, dla teorii i praktyki istotna staje się tożsamość ekosystemu biznesu, która dostarcza kategorii badawczych umożliwiających analizowanie jego przeżycia.

SPIS TREŚCI

Wstęp	9
1. TOŻSAMOŚĆ W NAUKACH O ZARZĄDZANIU	19
1.1. Tożsamość organizacyjna – perspektywa wewnętrzna i zewnętrzna	20
1.2. Tożsamość organizacyjna a tożsamość korporacji.....	26
1.3. Operacjonalizacja tożsamości organizacyjnej	38
2. TEORETYCZNE PODSTAWY EKOSYSTEMU BIZNESU	63
2.1. Istota ekosystemu w biologii i w naukach o zarządzaniu.....	64
2.2. Cechy ekosystemu biznesu.....	70
2.3. Procesy w ekosystemie biznesu	93
3. KATEGORIE BADAWCZE KONSTRUKTU TOŻSAMOŚCI EKOSYSTEMU BIZNESU	109
3.1. Definicja tożsamości ekosystemu biznesu.....	110
3.2. Kierunki badań w obszarze tożsamości ekosystemu biznesu.....	118
3.3. Kategorie badawcze tożsamości ekosystemu biznesu.....	125
4. KONCEPCJA KONSTRUKTU TOŻSAMOŚCI EKOSYSTEMU BIZNESU W BADANIACH EGZEMPLIFIKACYJNYCH	141
4.1. Ramy koncepcyjne konstrukt tożsamości ekosystemu biznesu.....	142
4.2. Badania egzemplifikacyjne – <i>illustrative case study</i>	144
4.3. Dyskusja w odniesieniu do wyników badań egzemplifikacyjnych	168
Podsumowanie.....	173
Załącznik 1. Przegląd badań empirycznych nad tożsamością na gruncie nauk o zarządzaniu	181

Załącznik 2. Struktura wywiadu.....	201
Literatura	203
Spis rysunków	235
Spis tabel.....	237
Summary	239

WSTĘP

Niemiecki genetyk i ekolog H.R. Gregorius [1996] stwierdził, że stabilność ekosystemu można rozpatrywać pod kątem adaptacji i zdolności przystosowania się otwartego, dynamicznego systemu do otoczenia. Ową stabilność, rozumianą w kontekście biznesu jako utrzymanie się na rynku, zapewnia podtrzymywanie tożsamości ekosystemu, którą określa równowaga pomiędzy przepływami materii, energii i informacji. Podstawą genetyczną stabilności ekosystemu jest populacja, a międzygatunkowe mechanizmy adaptacji są odmienne od mechanizmów na poziomie mikro [Gregorius 1996]. Na poziomie populacji kluczowa dla przetrwania jest tożsamość ekosystemu. Takie też założenie stało się inspiracją do podjęcia próby konceptualizacji konstruktów tożsamości ekosystemu biznesu.

IDENTYFIKACJA LUKI BADAWCZEJ

Co najmniej od lat 90. sieci, postrzegane jako główne formy organizacyjne, nadają nowy wymiar działalności gospodarczej [Powell 1990; Castells 1996]. O ile można przy tym dostrzec duży wkład badaczy nauk o zarządzaniu w zrozumienie istoty i natury sieci biznesowych, o tyle wciąż dostrzega się niedostatek teoretycznych i empirycznych opracowań, które pozwoliłyby na zrozumienie sieciowej struktury, zwłaszcza w kontekście ich ewolucji. Luka ta pociąga za sobą poszukiwania inspiracji w biologicznych ekosystemach, ekologii i teorii ewolucji, które mogą dostarczać innowacyjnych perspektyw dla dyskusji prowadzonych w naukach społecznych i ekonomicznych, przy czym metafory biologiczne są jedynie instrumentem odsłaniającym rzeczywistą relację pomiędzy siecią biznesową a ekosystemem w perspektywie ewolucyjnej [Mars i in. 2012; Corallo, Protopapa 2007; Stańczyk 2017b]. W takim ujęciu koncepcja ekosystemu biznesu staje się fundamentem rozumienia mechanizmów ewolucji sieci w naukach o zarządzaniu, jednak można zauważyć, że brakuje jej ontologiczno-epistemologicznego dookreślenia, co rodzi metodyczne problemy badawcze.

Perspektywa ekologiczna staje się wyzwaniem w obszarze zarządzania strategicznego. Można to zauważyć w polskojęzycznych opracowaniach z zakresu nauk o zarządzaniu, w których to sieci międzyorganizacyjne *in genere* są rozpatrywane w kontekście poszukiwania przewagi konkurencyjnej, a obszar badawczy sprowadzany jest do aliansów, klastrów czy modeli biznesu [Lachiewicz 2008; Czakon 2011b, 2012; 2015a; Niemczyk i in. (red.) 2012; Niemczyk 2013; Sopińska, Jakubowska 2013; Sopińska, Gregorczyk (red.) 2014; Zakrzewska-Bielawska 2015; Lichtarski, Szumowski (red.) 2016]. W tym kontekście sygnałne próby wprowadzania koncepcji ekosystemów biznesu do perspektywy ekologicznej dowodzą jednak głęboko zakorzenionej świadomości strategicznej autorów (na przykład [Czakon 2015a; Stańczyk-Hugiet 2015])¹.

Perspektywę ekosystemów biznesu można uznać za przyszłościowy obszar na różnych polach badań² w odniesieniu do platform technologicznych, społeczności programistów i użytkowników, ale też innych ekosystemów, ukazujących wielopoziomowe interakcje pomiędzy uczestnikami, pomiędzy ekosystemami czy problemy badawcze istotne z punktu widzenia menedżera osadzonego w sieci [Muegge 2013]. Perspektywa ekosystemów biznesu, wpisując się we współczesne problemy i specyfikę funkcjonowania organizacji, wskazuje nowe wyzwania empiryczne, związane z poszukiwaniem odpowiedzi na pytania dotyczące siły i wartości ekosystemu, atrybutów firm komplementarnych³, wspierających rozwój całego ekosystemu, a także roli trzeciorzędnych firm komplementarnych w ekosystemie [McIntyre, Srinivasan 2017]. Pytania te pozostają jednak bez odpowiedzi, ponieważ w obszarze ekologicznej perspektywy sieci identyfikowana jest wyraźna luka badawcza, mierzona liczbą krajowych i zagranicznych opracowań naukowo-badawczych. Dostrzega się potrzebę zbudowania silnych konceptualnych podstaw dla badań zarówno osadzonych bezpośrednio w podejściu ewolucyjnym, jak i tych, które dotyczą studiów koewolucyjnych i korzystają z ewolucyjnych reguł, czyli dotyczą ekosystemów biznesu. Daje to unikatową możliwość przeprowadzania badań nad wielopoziomową, longitudinalną i samowarunkującą się ścieżką rozwoju usieciowionych organizacji [Abatecola i in. 2016].

J.F. Moore, podkreślając, że współcześnie trudno podporządkować działalność gospodarczą do branż i sektorów, proponuje wykorzystanie określenia ekosystemu biznesu [Moore 1993; 1996, s. 15]. Koncepcja ekosystemów biznesu jest spójna z mintzberowską krytyką planowania strategicznego przedstawioną w *The Rise and Fall of*

¹ Analiza porównawcza sieci międzyorganizacyjnych z perspektywy strategicznej i ekologicznej została dokonana w publikacji *Sieć w języku ekologów organizacji* [Stańczyk 2017b].

² W koncepcji ekosystemów dopatruje się potencjału poznawczego, czego dowodem jest choćby *Call for Papers for a Special Issue* na temat *Strategies for Platform Ecosystems* ogłoszony przez *Strategic Management Journal* (2017).

³ Firmy komplementarne (*complementors*) to takie, gdzie jedna sprzedaje swój produkt lub usługę jako uzupełnienie produktu/usługi innej firmy, jak np. Intel i Microsoft (procesory Pentium i Windows) lub Microsoft i McAfee (Microsoft Windows i McAfee Anti-Virus). Nazywane są szóstą siłą w modelu pięciu sił Portera [Brandenburger, Nalebuff 1996].

Strategic Planning [Mintzberg 1994], a jej rozwój z koncepcją organizacji działającej na krawędzi chaosu [Brown, Eisenhardt 1998; Krupski 1999], koncepcją strategii bez celów [Krupski 2003a, 2003b], szkołą prostych reguł, której podstawową kategorią jest okazja [Eisenhardt, Sull 2001; Obłój 2003], jak również koncepcją superelastycznej organizacji [Krupski 2005; Krupski 2008]. Spaja je zainteresowanie złożonymi systemami i adaptacją, kategoriami, na których osadzony jest ekosystem biznesu. Jednakże koncepcja, która powoduje zmianę perspektywy strategicznej *sensu stricto*, skłania do poszukiwania mechanizmów rozwoju zapewniających przeżycie (*survival*) całej populacji organizacji.

Studia literatury przedmiotu zaowocowały bodźcami w kierunku głębszego zainteresowania ekosystemem biznesu. Przytoczona luka badawcza w obszarze ekologii organizacji w perspektywie ewolucyjnej pozwoliła na zidentyfikowanie luk w zakresie cech ekosystemów – emergencji, samoorganizacji, koewolucji i koadaptacji. Ponadto z perspektywy wieloletnich doświadczeń autorki jako badaczki kultury organizacyjnej dostrzeżono bliskość tego nurtu z ewolucjonizmem w zarządzaniu, co dało możliwość szerszej interpretacji i przyjęcia odpowiedniej perspektywy badawczej. Kolejne pobudki teoriopoznawcze związane są ze wspomnianym rosnącym zainteresowaniem problematyką ekosystemów biznesu oraz współczesną wersją koncepcji adaptacji wewnętrznej i zewnętrznej, która łączy skrajne stanowiska *strategic choice* i postulat deterministycznego wpływu otoczenia.

UZASADNIENIE WYBORU TEMATU

Wobec przytoczonej luki badawczej prawdziwym wyzwaniem było nie tyle zdefiniowanie ekosystemu biznesu, ile uczynienie z niego realnego obiektu badań i analiz. Odwołano się do dobrze znanego konstruktów tożsamości jako takiego, który umożliwił zrozumienie specyfiki ekosystemu biznesu, wyjątkowości relacji pomiędzy uczestnikami, a wreszcie ewolucyjnych mechanizmów rozwoju. Przeprowadzenie analizy na poziomie populacji wymusiło konieczność zrewidowania dorobku naukowego w obszarze tożsamości na poziomie organizacyjnym i zaproponowanie koncepcji tożsamości sieci – sieci specyficznie rozumianej, bo w ujęciu ekologów organizacji – koncepcji tożsamości ekosystemów biznesu.

Tożsamość w sieci, a tym bardziej tożsamość sieci jako systemu złożonego, stanowi wyraźną lukę badawczą. Sygnalnie poruszane są kwestie tożsamości w aspekcie relacyjnym [Brickson 2005; Pees, Shoop, Ziegenfuss 2009], w kontekście klastrów [Bembenek 2012], kooperacji [Winch 2008] lub przejść [Wei, Clegg 2017] czy też technologii jako referencyjnej cechy tożsamości organizacyjnej [Tripsas 2009; Ravasi, Canato 2010]. Przedmiot analizy w tych opracowaniach jest jednak głównie lokowany w optyce podejścia zasobowego, a pojęcie „sieć” ma pejoratywny wydźwięk, przejawiający się utratą i zawłaszczaniem tożsamości pojedynczej organizacji [Niemczyk 2008, s. 178]. Istotna staje się więc kwestia analizy tożsamości na poziomie ekosystemu jako złożonego, dynamicznego, adaptacyjnego systemu.

C. van Riel i G. Berens [2015, s. 13] twierdzą, że w turbulentnych czasach pracownicy potrzebują oparcia, poczucia pewności, które zapewnia właśnie tożsamość. Innymi słowy, tożsamość daje poczucie bycia częścią całości. Ponieważ tożsamość jest konstruktem fundamentalnym, jest niezwykle wszechstronna [Ashforth 2016a, s. 362] i może być odnoszona do niemalże każdego zjawiska organizacyjnego [Alveson, Ashcraft, Thomas 2008, s. 7] i na różnych płaszczynach badań organizacyjnych [Pratt i in. 2016]. W tym kontekście jej zasadniczego znaczenia przyjęto założenie, że tożsamość, jako percepcja centralnych, wyróżniających, mniej lub bardziej trwałych cech ekosystemu, stanowi podstawę jego przeżycia, a jednocześnie wyznacza jego granice.

ASPEKTY TEORIOTWÓRCZE

Głównym celem opracowania jest konceptualizacja konstruktów tożsamości ekosystemu biznesu. Cele szczegółowe sprowadzają się do konceptualizacji konstruktów tożsamości, konstruktów ekosystemu biznesu i konstruktów tożsamości sieci, propozycji konstruktów tożsamości ekosystemu biznesu, jego operacjonalizacji, oraz metod i narzędzi jego analizy. Złożoność celu głównego wskazuje na przenikanie się w nim głównie aspektów teoretycznych i metodycznych, które w odniesieniu do zidentyfikowanych luk można uszczegółowić następująco:

Na płaszczynie teoriopoznawczej i teoriotwórczej cele szczegółowe dotyczą:

- usystematyzowania pojęć: tożsamość organizacyjna/organizacji/korporacji i uporządkowania multiperspektywy ontologiczno-epistemologicznej, tj. perspektywy zachowań organizacyjnych, komunikacji i marketingu,
- konceptualizacji konstruktów ekosystemu biznesu,
- konceptualizacji konstruktów tożsamości sieci,
- usystematyzowania i zintegrowania wzajemnie uzupełniających się fundamentów ontologiczno-epistemologicznych w obszarze ekosystemu biznesu, tj. ekologii populacji/organizacji, ewolucjonizmu, teorii reemergencji, teorii złożoności i teorii adaptacji,
- opracowania podstaw teoretycznych dla konstruktów tożsamości ekosystemu biznesu,
- zintegrowania dorobku nauk o zarządzaniu w zakresie przenikania i przyczynowości konstruktów tożsamości organizacyjnej, tożsamości sieci i ekosystemu biznesu,
- wyjaśnienia związków pomiędzy kategoriami konstruktów tożsamości i kategoriami konstruktów ekosystemu biznesu,
- zbudowania konceptualnego modelu tożsamości ekosystemu biznesu.

Na płaszczynie metodycznej cele szczegółowe obejmują:

- przegląd prac empirycznych nad tożsamością organizacyjną pod kątem stosowanych metod, narzędzi i wykorzystywanych wymiarów; ocena i wskazanie dominujących,

- przegląd prac empirycznych nad ekosystemem biznesu w odniesieniu do kwestii metodycznych badań nad ekosystemem biznesu i wskazanie właściwych metod i narzędzi,
- ustalenie możliwości pomiaru kategorii badawczych konstruktów tożsamości ekosystemu biznesu,
- ustalenie źródeł danych i metod badań właściwych dla badań nad tożsamością ekosystemu biznesu,
- dookreślenie kryteriów wyodrębniania ekosystemu biznesu jako podmiotu badań.

Wobec złożoności badanego konstruktów podstawowy problem badawczy sprowadza się do odpowiedzi na pytanie, czy konstrukt tożsamości ekosystemu biznesu może być użyteczny w kontekście wypełnienia luki badawczej nad dynamiką i przeżyciem ekosystemu biznesu. W zasadzie może się pojawić wątpliwość, czy problem badawczy nie sprowadza się do poszukiwania granic organizacji [Dutton, Dukerich, Harquail 1994; Ashforth, Kreiner, Fugate 2000; Cyfert 2012]. Jeśli przyjmiemy, że „granice organizacji, wyznaczając zakres jej oddziaływania, stanowią mechanizm integracji organizacji z otoczeniem pozwalający na realizację działań mających na celu zapewnienie przetrwania i rozwoju” [Cyfert 2012, s. 139], można stwierdzić, że problem badawczy dotyczy granic ekosystemu, granic na wyższym poziomie analizy – mezo-poziomie populacji organizacji. Jednak problem polega na tym, że mezogranice są trudno uchwytnie, są bowiem dynamicznie zmienne, ciągle ewoluują i są subiektywnie nakreślane przez zewnętrznego obserwatora (np. [Moore 1993]), który nierzadko stanowi część ekosystemu (np. [Iansiti, Levien 2004a]), a nawet kilku ekosystemów naraz, ponieważ świat biznesu stanowi sieć wielu przenikających się ekosystemów. Pojedynczy ekosystem staje się jedynie mezo-poziomem analizy świata. Pozwala to uznać tożsamość ekosystemu biznesu za remedium na granice ekosystemu⁴, na właściwą jego percepcję, a konceptualizacja jej konstruktów jest głównym celem teoriopoznawczym i teoriiotwórczym tej monografii. Próba konceptualizacji konstruktów tożsamości ekosystemu biznesu wymaga odpowiedzi na szczegółowe pytania badawcze, które mają charakter teoriotwórczy:

1. Czym jest tożsamość ekosystemu biznesu?
2. Jaką perspektywę epistemologiczną należy przyjąć w odniesieniu do proponowanego konstruktów?
3. Jaki poziom analizy jest właściwy w odniesieniu do konstruktów tożsamości ekosystemu biznesu?
4. Jakie są kategorie badawcze tożsamości ekosystemu biznesu?

W podsumowaniu zostaną też sformułowane zalecenia i przesłanki dla kadry menedżerskiej, które stanowią użyteczny cel tego opracowania.

⁴ W monografii problem granic ekosystemu biznesu w kontekście jego tożsamości jest tylko sygnalizowany, jest bowiem wątkiem pobocznym sformułowanych celów.

POSTĘPOWANIE W WYŁONIENIU KONCEPCJI KONSTRUKTU TOŻSAMOŚCI EKOSYSTEMU BIZNESU

Punktem wyjścia dla prowadzonych badań były hipotezy sformułowane na potrzeby opracowania *Tożsamość ekosystemów biznesu – zarys koncepcji* [Stańczyk 2015a], które ostatecznie porzucono wraz z kolejną dawką multidyscyplinarnego materiału empirycznego i narastających wątpliwości w odniesieniu do przyjętego ówczesnie postępowania badawczego.

Tutaj podejście badawcze utrzymane jest w perspektywie interpretatywnej, która dominuje w badaniach nad ekosystemami biznesu, jak również tożsamości na gruncie nauk o zarządzaniu. Można powiedzieć, że jest to przykład „emancypacji badań”, odwołując się do konstatacji W. Czakona [2015c, s. 101-114], inspirowanego stwierdzeniem J. Thompsona⁵, mówiącej o tym, że „wyróżniający wkład nauki nie polega na pomiarze, nie na kwantyfikacji [...], ale na kombinacji dedukcyjnych i indukcyjnych technik dla opracowania logicznych, abstrakcyjnych i sprawdzonych systemów myślenia” [1956].

W monografii wykorzystano metodyczne zalecenia co do systematycznego przeglądu literatury, a więc narastanie, rozgałęzienie i rozdrobnienie [Czakoń 2011a, s. 57-67; Czakoń (red.) 2015, s. 119-139]. Referencyjne dzieła zostały dobrane pod kątem największej liczby cytowań i/lub analizy dorobku autora/-ów wykazujących pogłębione zainteresowanie w danym obszarze badań. W mniejszym stopniu wykorzystano również opracowania początkujących badaczy, wyróżniających się rzetelnym przeglądem dzieł referencyjnych. Kryteria te były istotne z punktu widzenia przeglądu dotychczasowych wyników badań empirycznych, umożliwiając uporządkowanie wiedzy, zidentyfikowanie luk i analizę problemów badawczych.

Próba konceptualizacji konstruktów tożsamości ekosystemu biznesu wiązała się z koniecznością połączenia trzech głównych obszarów literaturowych: ekologii organizacji (ekosystem biznesu), zachowań organizacyjnych (tożsamość organizacyjna), marketingu i komunikacji (tożsamość korporacji). Poboczne, lecz nie bez znaczenia, były wątki strategiczne i kulturowe w obszarze zarówno ekosystemów biznesu, jak i tożsamości. Na poziomie konceptualizacji modelu badawczego okazało się również konieczne sięgnięcie do dorobku psychologicznego i socjologicznego, głównie w odniesieniu do zagadnienia tożsamości społecznej, oraz do teorii emergencji i złożonych systemów – w odniesieniu do fundamentów epistemologicznych ekosystemów biznesu.

W celu konceptualizacji konstruktów tożsamości ekosystemu biznesu wykorzystano również *illustrative case study* [Thomas 2011]. W tym przypadku jest to egzemplifikacyjne studium przypadku zgodnie z postulatem, że „przypadki są często wybierane nie dlatego, że są ekstremalne i niezwykle z jakichś względów, ale dlatego, że dostarczają odpowiedniego kontekstu dla pytań badawczych, na które należy odpowiedzieć” [Bryman 2016, s. 51]. Badanie egzemplifikacyjne daje możliwość implikacji rozważań

⁵ J. Thompson był redaktorem pierwszego wydania „Academy of Management Journal”.

teoretycznych i empirycznych, a przypadek dostarcza jedynie odpowiedniego kontekstu dla pytań badawczych [Bryman 2016, s. 62-63].

W odniesieniu do ekosystemów biznesu wskazywane są możliwości zarówno pojedynczych, jak i wieloaspektowych badań obejmujących zarówno organizacje, jak i całe ekosystemy jako przypadki, a dane z badania przypadków są zazwyczaj zbierane za pomocą wywiadów i wtórnych źródeł danych [Bryman 2016; Järvi, Kortelainen 2017]. Z punktu widzenia przyjętych celów istotne staje się pogłębione, pojedyncze studium przypadku organizacji w kontekście ekosystemu, w którym funkcjonuje. Koncentracja na kilku przypadkach może zacierać obraz badanych fenomenów [Gabryś 2016, s. 129], a koncentracja na pojedynczym przypadku w celach ilustracyjnych ma istotne znaczenie z punktu widzenia dookreślenia metodycznej strony konstruktów tożsamości ekosystemu biznesu [Meyer 2001] i propozycji jego operacjonalizacji. *Illustrative case study* wykorzystano zatem w celach egzemplifikacyjnych [Bryman 2016], by uzyskać wyższej jakości konceptualizację, dokładniejsze badania [Gustafsson 2017], głębsze zrozumienie tematu [Yin 1984; Dyer, Wilkins, Eisenhardt 1991], a w konsekwencji umożliwić ekstrapolację dotąd niedostrzeganego konstruktów tożsamości ekosystemu biznesu [Czakoń 2015b, s. 192-195].

Po szczegółowej analizie literatury przedmiotu w postępowaniu badawczym przyjęto abdukcyjne rozumowanie wyjaśniające [Peirce 1903/1955; Reichertz 2007], w którym zebrane dane i istniejąca teoria są rozpatrywane łącznie [Alvesson, Kärreman 2007]. Wynikiem abdukcji są przewidywania, że coś jest możliwe [Peirce 1997]. Abdukcja prowadzi do wyłonienia się pewnych przypuszczeń, które można w dalszym toku postępowania testować [Urbański 2009; Ciesielski 2014, 2015]. Jest to bowiem „(...) jedyny logiczny proces, który umożliwia wprowadzenie nowych pomysłów, koncepcji” [Rodrigues 2011, s. 136] czy „tworzenie nowych teorii” [Weick 2006, s. 1731; Folger, Stein 2017, s. 314]. Wiele badań w dyscyplinie nauk o zarządzaniu opiera się na rozumowaniu abdukcyjnym. Charakterystyczne dla przebiegu rozumowania abdukcyjnego jest to, że nie należy doszukiwać się wyróżnionych etapów procesu rozumowania, które, zwykle z konieczności, bywają rozdzielne [Folger, Stein 2017]. W monografii to abdukcja tworzy kompleksową logikę rozumowania badawczego (za: [Yu 1994; Rodrigues 2011; Woo, O’Boyle, Spector 2017]). O ile stawianie hipotez nie zawsze jest możliwe wobec ubogiej wiedzy w danym obszarze, nowatorskich badań czy nietypowego problemu badawczego [Zimniewicz 2006; Fronczyk 2008; Nowak 2011; Jeszka 2013], o tyle proces abdukcji jest użyteczny w przypadku tworzenia nowych koncepcji, eksplanacji fenomenu badanego zjawiska, procesu budowania nowej teorii, rewizji istniejącej teorii i/lub syntezy wielu teorii w jedną spójną [Folger, Stein 2017; Woo, O’Boyle, Spector 2017].

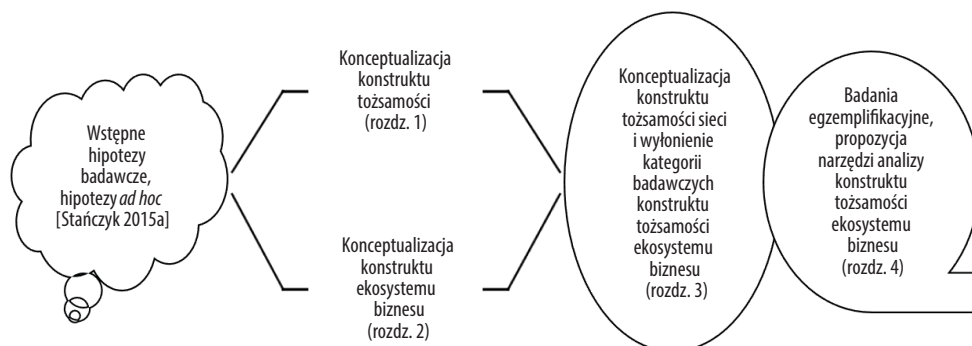
W monografii przyjęto więc drogę postępowania jakościowego jako takiego, które umożliwia generowanie nowych teorii na podstawie wiedzy o podstawowych konstrukcjach teoretycznych (np. [Bartunek, Rynes, Ireland 2006]) i stanowi ono niejednorodny zestaw uzupełniających się podejść [Smith 2015; Gehman i in. 2017] z zachowaniem

kryteriów oceny rygoru metodologicznego w badaniach interpretatywnych [Czakon (red.) 2015, s. 95-99].

Inspiracją dla przyjętego postępowania badawczego są poglądy, że potencjał wkładu nauk „nie leży w potwierdzaniu wiedzy, ale raczej w sugestjach związków i relacji, które wcześniej nie były zakładane” [Weick 1989, s. 524]. Istotne jest zatem „odkrycie związków, które dotąd nie zostały dostrzeżone” [van Maanen, Sörensson, Mitchell 2007, s. 1148]. W tym kontekście „znaczące teorie powinny wykazywać zarówno nowość, jak i ciągłość; muszą się różnić i jednocześnie być połączone z ustaloną literaturą” [Alvesson, Sandberg 2011, s. 247].

STRUKTURA KSIĄŻKI

Struktura opracowania odzwierciedla logikę postępowania badawczego w drodze koncepcyjnego ujęcia konstruktów tożsamości ekosystemu biznesu i została zaprezentowana na rys. 1.



RYŚ. 1. Schemat teorii koncepcji tożsamości ekosystemu biznesu

Źródło: opracowanie własne.

Zagadnienie tożsamości ekosystemów biznesu wymagało przede wszystkim sięgnięcia po dorobek z obszaru tożsamości organizacji, określanej częściej mianem tożsamości organizacyjnej [He, Balmer 2007]. Wiele publikacji w tym zakresie ma charakter przeglądowy, toteż badania nad tożsamością organizacyjną wydają się usystematyzowane i kompleksowe. Złożoność problemu pojawia się jednak w obliczu świadomości mieszania konstruktów tożsamości społecznej, korporacji, wizerunku, reputacji czy osobowości organizacji. Niezbyt jasny jest też przedmiot analizy, obejmujący wewnętrzne i zewnętrzne aspekty tożsamości, jej procesy poznawcze i symboliczne przejawy. Pojawia się wątpliwość, czy tożsamość organizacji jest tylko metaforą czy konstrukt badawczym oraz jaki kierunek badań umożliwia jej poznanie. Kwestie te są poruszone i wyjaśnione w pierwszym rozdziale. Dokonano tutaj systematyzacji

i przeglądu badań w celu zidentyfikowania ich kierunków i możliwości operacjonalizacji konstruktów tożsamości.

Kolejny, drugi rozdział monografii to próba uporządkowania, ale też uzupełnienia poglądów w odniesieniu do koncepcji ekosystemu biznesu. Podjęto tutaj próbę analizy kwestii ontologicznych i epistemologicznych. Poruszane są też wątki metodyczne w optyce przeglądu dotychczasowych badań w rozpatrywanym obszarze. Szczególna uwaga została nakierowana na cechy odróżniające ekosystem od strategicznych sieci, a więc na role i relacje uczestników, aktorów ekosystemu, na obiekt analizy, jakim jest populacja organizacji, oraz na specyficzne fundamenty epistemologiczne, które wyłaniają wyróżniające właściwości ekosystemu biznesu. Multidyscyplinarny charakter nauk o zarządzaniu okazał się wyzwaniem wobec rozważań prowadzonych w tym rozdziale. Rozdział wieńczy propozycja konceptualizacji ekosystemu biznesu w ujęciu jego cech, wyłonionych w drodze analizy epistemologicznych uwarunkowań przeżycia ekosystemu biznesu.

W rozdziale trzecim podjęto próbę identyfikacji kategorii badawczych i związków między nimi w celu konceptualizacji konstruktów tożsamości sieci, a wreszcie konstruktów tożsamości ekosystemu biznesu. Głównym wyzwaniem stało się przeniesienie analizy mikro (organizacja) na poziom mezo (sieć) w obliczu emergentnego charakteru ekosystemu biznesu. Takie rozwiązanie metodyczne było konieczne ze względu na to, że konstrukt tożsamości na poziomie sieci jest sygnałnie podejmowany i referowany w literaturze przedmiotu, a badania nad tożsamością ekosystemu biznesu, a nawet ekosystemem biznesu *per se* są pozbawione empirycznych wątków ze względu na subiektywne i arbitralne postrzeganie jego właściwości i dynamicznie zmienne granice. W teoretycznej dyskusji wyprowadzono istotne kategorie badawcze oraz w drodze abdukcyjnych przypuszczeń wysunięto propozycje związków między nimi, które nakreślają możliwości i kierunki badań nad tożsamością ekosystemu biznesu.

W ostatnim, czwartym rozdziale dokonano egzemplifikacji poprawności sformułowanych abdukcyjnie przypuszczeń, ze szczególnym naciskiem na wskazanie narzędzi użytecznych dla przyszłych eksploracji konstruktów tożsamości ekosystemu biznesu. Wątki metodyczne koncentrowały się wokół źródeł danych, metod badań, dookreślenia ekosystemu biznesu jako podmiotu badań oraz możliwości operacjonalizacji kategorii badawczych proponowanej koncepcji. Analiza metodyczna wspierała się na dotychczasowych badaniach sygnałnych i prezentowanych jakościowych badaniach egzemplifikacyjnych.