

A jelenségalapú kutatás irodalomösszefoglalója

Borbás Péter István

172. sz. Műhelytanulmány
HU ISSN 1786-3031

2019. február

Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalatgazdaságtan Intézet
Fővám tér 8.
H-1093 Budapest
Hungary

A jelenségalapú kutatás irodalomösszefoglalója

Absztrakt

A műhelytanulmány azzal a céllal készült, hogy összefoglaljon a jelenségalapú kutatás területén megjelent cikkeket, és hogy megvizsgálja lehet-e az operations menedzsment területén releváns ez a kutatási módszer. Strukturálisan a tanulmány elején feldolgoztuk az irodalmat, amely több tudományterületet felölelő cikkekben foglalkoznak a jelenségalapú kutatással. Ezután a jelenségalapú kutatás, mint önálló módszer kerül összehasonlításra az operations menedzsment kutatása során leggyakrabban alkalmazott módszerekkel.

Kulcsszavak: jelenség, jelenségalapú kutatás, irodalom összefoglaló, kutatási módszerek

Literature review on phenomenon-based research

Abstract

This working paper is aiming to summarize why phenomenon-based research can be relevant in the field of operations management. Structurally, the paper starts with covering the literature dealing with phenomenon-based research in multiple disciplines. Then phenomenon-based research as a research method is compared and linked to the most common methods used in researching operations management.

Keywords: phenomenon, phenomenon-based research, literature review, research methods

Tartalom

| | |
|---|----|
| 1) Irodalomfeldolgozás | 4 |
| 1.1) Chen, Ch.C.; Friedman, R.; McAllister, D.J. (2017): Seeing and studying China: Leveraging phenomenon-based research in China for theory advancement..... | 4 |
| 1.2) Doh, J. (2017): Phenomenon-Based Research in International Business: Making IB Relevant Again..... | 6 |
| 1.3) Schwarz, G.M.; Stensaker, I.G. (2014): Time to Take Off the Theoretical Straightjacket and (Re-)Introduce Phenomenon-Driven Research | 8 |
| 1.4) von Krogh, G.; Rossi-Lamastra, C.; Haefliger, S. (2012): Phenomenon-based Research in Management and Organisation Science: When is it Rigorous and Does it Matter? | 9 |
| 1.5) Schwarz, G.M.; Stensaker, I.G. (2016): Showcasing phenomenon-driven research on organizational change..... | 12 |
| 2) További elemzési lehetőségek | 13 |
| Felhasznált irodalom..... | 14 |

1) Irodalomfeldolgozás

Ebben a műhelytanulmányban öt folyóiratcikk került feldolgozásra, amelyek a jelenség alapú kutatás témájához szorosan kapcsolódva, azt mint önálló módszert elemezve, annak részletes kifejtése érdekében készültek, és amely cikkek alkalmazásra ajánlják ezt a módszert kutatók számára. Az öt cikkből egy készült olyan céllal, hogy magát a jelenség alapú kutatást jellemezze. A többi négy cikk úgy tért ki a jelenség alapú kutatás részleteire, hogy közben mindegyiknek volt egy alapvető témája, amelyhez a választott kutatási módszert, mint újdonságot, más módszerektől eltérő, azokkal szemben előnyös tulajdonságai miatt választott módszert írja le. Számos definíció és példa jelenik meg ezekben a cikkekben a jelenség fogalmára, a jelenség alapú kutatásra. A cikkek feldolgozásán túl ezen irodalomösszefoglalónak a célja az is, hogy előkészítse annak a lehetőségét, hogy a jelenség alapú kutatás az operations management területén már ismert és hosszú ideje alkalmazott kutatási módszerekkel összehasonlításra kerülhessen a későbbiekben.

Röviden összefoglalva, egy jelenség kutatása egy gyakorlati problémából indul ki (például vállalatoknál megfigyelhető, alkalmazott gyakorlatok, módszerek, viselkedési minták), amelyek nem egyedi esetek, hanem inkább jellemzői egy iparágnak, és amely gyakorlati probléma, vagy tevékenység nem elsősorban egy elméletből indul ki (bár az elméletek alkalmazása nem kizárható), hanem ezen gyakorlatokat jelenségként érdemes azonosítani, amelyből elméletet lehet kialakítani. Mivel az egyes tudományterületek részletesen kutatottak, így az egyik jelentős rá jellemző tulajdonsága a jelenségnek, hogy multidiszciplináris, és ennek megfelelően létrejött különböző tudományterületek határain vizsgálандó, és így a létrejövő elméletek is multidiszciplinárisak. A jelenség alapú kutatásra vonatkozó szűk számú irodalom miatt azonban erre inkább hipotézisként érdemes tekinteni.

1.1) Chen, Ch.C.; Friedman, R.; McAllister, D.J. (2017): Seeing and studying China: Leveraging phenomenon-based research in China for theory advancement

A cikk a szervezeti magatartás Kína-specifikus kérdéseivel foglalkozik. Ennek ellenére a számunkra lényeges elemei a cikknek a jelenség alapú kutatást feldolgozó rész az első felében. A cikk bevezetője jelenség alapú kutatás szempontjából nem releváns.

A második rész kifejezetten a jelenség alapú kutatással foglalkozik. Bár az elején a szervezeti magatartás nagy kutatóit és azok eredményeit sorolja fel, majd Kínára jellemző jelenségeket említ, mégis rátér arra, hogy mit nevez jelenségnek. A szerzők a jelenséget egy problémaként definiálják, amelyet egyszerű emberek azonosítanak, és amelyek számukra fontosak, az életüket meghatározó történések, illetve amelyek még meg nem magyarázottak részleteikben. A jelenség alapú kutatás a valós élet jelenségeit próbálja feltárni. Megállapításuk az, hogy a szervezeti magatartás területén megjelent jelenség alapú tanulmányoknak jól kivehető kontrasztjuk van az elméleti alapú kutatásokkal szemben. A szerzők továbbá megállapítják, hogy a menedzsment kutatásokban és a főbb tudományos folyóiratokban túl nagy hangsúly helyeződik az elméletre és a módszertanra,

amelyet Hambrick 2007 alapján elmélet-fetisizmusnak hívnak. Ezen nézet alapján az elméletek és módszertanok igényes kidolgozása rendre felül helyeződik a tanulmány jelentőségéhez képest.

Első főbb megállapításuk, hogy a menedzsment kutatás egyre inkább önhivatkozóvá vált, amelyre jellemző, hogy egy kutatóközösségen belül generálódott elméleteket alkalmaz. A lendületet legtöbbször a cikkek elején egy irodalmi rés (gap) adja (Locke és Golden-Biddle, 1997), nem pedig egy való életben releváns problémát ragadnak meg.

Az elméletek gyakran azért jönnek létre, hogy egy új elmélet jöjjön létre, és nem azért, hogy egy jelenséget megmagyarázzanak, még abban az esetben is, ha csak egy nagyon szűk területre fókuszálnak, vagy a tudományterületen apró előrelépést sikerül csak elérni (Schwarz & Stensaker, 2014, p 481; Helfat, 2007).

A kutatási eredmények publikációja feltehetőleg hatékonyan szolgálja, hogy a kutatók a karrierjükben előre haladjanak, azonban szervezeti és társadalmi változást nem hoznak a menedzsment gyakorlatokba, közpolitikába, vagy magába a menedzsment szakmába (Schwarz & Stensaker, 2016). Mintegy konklúzióként a szerzők számára úgy tűnik, hogy az elmélet és a módszer hajszolása számos feltételnek a szindrómájaként jelenik meg, amely megkérdőjelezi a legitimitását, az identitását, és a küldetését a menedzsment kutatási közösségnek (Cheng, 2007; Pfeffer, 2007).

Ezen kritikák alapján arra hívják fel a szerzők a tudományos közösség figyelmét, hogy összpontosítsák figyelmüket jelentős problémákra (nincs definiálva, hogy mi számít jelentősnek), kihívásokra és jelenségekre, mint kiindulási pontokra a kutatási munkájuk során. Ezen feltételek a jelenség alapú kutatás jelentőségét sugallják általánosságban is, és kifejezetten Kínára vonatkozóan is.

Saját gondolatként kiegészítve kérdés lehet, mert többször van említve a cikkben a “jelentős” és a “fontos” kifejezések. Ki dönti el, hogy mi a jelentős/fontos? Egyáltalán miként definiálhatók ezek a hétköznapi életben érthető fogalmak? Mitől írható le egy elemzésben, hogy a probléma fontos, fontosnak minősül?

A fontossági kérdésre a szerzők példákat is hoznak, természettudományi területről: fertőző betegségekkel foglalkozók hasznos tevékenységet végeznek minták, jelenségek dokumentálásával, még azelőtt, hogy biológusok tudnák az okát az előfordulási mintáknak. Hasonlóan, idézik Miller (2007) gondolatait, aki azt írja, hogy “a legjelentősebb folyóiratainknak üdvözölniük kellene olyan kutatásokat is, amelyek bár nem dolgoznak ki új elméleteket, mégis (1) olyan kérdést feszegetnek, vagy olyan mintát azonosítanak, amelyek felkelthetik szervezeti kutatók érdeklődését, (2) valami eredetit tárnak fel (általában már mennyiségi terjedelmében számottevő kutatás és erőfeszítés eredményeként), (3) ragaszkodnak olyan sztemdekekhez, amely alapján eredményeik megismételhetőek mások által, vagy olyan alaposak, hogy a legtöbb kételkedőt is meggyőzik” (p. 197).

Megjeleníteni, dokumentálni mintákat a világban már önmagában egy hozzáadott érték lehet. Doh (2015) arra hívja fel a nemzetközi üzleti gazdaságtan kutatóit, hogy összpontosítsanak nagy, makro-társadalmi ügyekre, amelyeket meg kell érteni, mint például “konkrét események, trendek, átalakulások, fejlődéstörténetek, gyakran országos vagy regionális szinten”. Érdekes lehet hozzátenni itt, a cikk feldolgozásán túl, hogy iparágakon belül, illetve iparágak közötti azonos/hasonló tevékenység típusokat is lehetne ilyen módon leírni.

A cikk végére a szerzők visszatérnek a korábban már taglalt kérdéshez, hogy egy jelenség vizsgálata sokkal inkább azt jelenti, hogy a figyelmünket alkalmazott problémákra fordítjuk.

A szerzők a jelenség alapú kutatást úgy azonosítják, mint ami megszabadítja a kutatókat a módszertani kényszerzubbonyuktól. A kutatók úgy azonosítanak jelenségeket, hogy különböző módszereket alkalmaznak, mint például az adatgyűjtés, kísérletezés, személyes megfigyelés, vagy akár még tanácsadási gyakorlaton keresztül. Mowday (1992) alapján: “Sajnálatosan megjegyzendő, hogy a legtöbb kutató alig kerül közel a jelenséghez, amelyet tanulmányozni próbálnak, azon túl, hogy kérdőíveket osztanak ki névtelenek részére”.

A cikk szerzői utána néhány példát hoznak arra vonatkozóan, hogy a jelenség alapú kutatás miként cáfolta korábbi elméleteket pusztán azért, hogy a gyakorlatot vizsgálta.

Felvetésünk szerint örök dilemma lehet, hogy a gyakorló szakértő tevékenysége (vagy bevonása) a kutatás során csak a tanulmány eredményének könnyebb eladhatóságára egy reklám eszköz, vagy tényleg van előnye?

További felvetés a cikk feldolgozásának tükrében, hogy a jelenség alapú kutatás bár nem elméletből gyárt elméletet, mégis a vonatkozó elméleti háttérrel szükséges idézni, valamint a végén lehet elméleti következtetést levonni. Hasonlóan a modellépítéshez, ahol a matematika a logikai keretet biztosítja: itt sem új elméletről van szó, hanem már létező eljárást alkalmazunk egy azonosított problémára az operations menedzsment területén.

1.2) Doh, J. (2017): Phenomenon-Based Research in International Business: Making IB Relevant Again

A szerző egy rövid cikkben hívja fel a nemzetközi üzleti gazdaságtan kutatóinak figyelmét arra, hogy egymás publikációira való hivatkozással, azokra reagálva nem jut előrébb a tudományág, miközben fontos kihívásokkal szembesülnek a menedzserek (bár nincs kifejtve, hogy miért szűkíti le a management problémára a kérdést). Meglátása szerint számos kritika érte az IB kutatóit, hogy önmaga legitimálása érdekében megkülönböztesse magát a management tudománytól és a közgazdaságtantól, illetve más tudományterületektől, és hogy az IB kutatóknak mire kellene összpontosítaniuk. A jelenség alapú kutatás a szerző szerint megfelelő válasz a fenti kritikákra, és így az IB újra vezető szerepet tölthessen be a tudományos kutatásokban és a gyakorlati hatását tekintve mind közpolitikában, mind a vállalati stratégiában.

Bár valószínűleg a felsorolást folytatni volna érdemes azzal, hogy a vállalati stratégiát szükséges lebontani, amely végül olyan tevékenységekben nyilvánul meg, amelyek műszaki megoldást igényelnek. Nem a műszaki megoldás a fontos, hanem az üzleti folyamatban lévő kihívás pároztatása egy működő, alkalmazható műszaki megoldással.

A szerző megpróbálja definiálni a jelenség alapú kutatást: számos kutató próbálta már meg definiálni és részleteiben leírni a jelenség alapú kutatást, megkülönböztetve más tudományterületektől.

- Von Krogh, Rossi-Lamastra és Haefliger (2012): ez a fajta kutatás úgy van megalkotva, hogy “megragadjon, leírjon, és dokumentáljon, valamint megfogalmazzon egy jelenséget, amely aztán alkalmas elmélet felállítására, és amely alapján kutatási terv készíthető”.
- Hambrick (2007): túlságosan nagy hangsúly kerül az elméletre, amely így valószínűleg “megakadályozza érdekes jelenségek gazdag részletek leírását, amelyekhez még nem létezik elmélet”. --> Bár ez inkább kritika, mintsem definíció, mégis átfogalmazva hasznos lehet.
- Von Krogh és szerzőtársai (2012): megállapították, hogy a jelenség alapú kutatás olyasfajta kutatás, amely “képes arra összpontosítani, hogy precízen és mélyen vizsgáljon jelenséget vagy jelenségeket a való világból”. És bár ez egy alapvető minőségi követelmény lehetne az üzleti kutatásokban, mégis
- Hambrick (2007) és mások megállapították: az üzleti kutatások, és kifejezetten a management tudományok területéről, egyre inkább szükségeltetnek (1) absztrakt elméletek létrehozását, (2) egyre kifinomultabb módszertanok létrehozását ezen elméletekhez. Bár ezen minősítés nem negatív vagy kizáró, mégis úgy tűnik, hogy a létrejövő elméletek a való világ jelenségeivel alig vannak kapcsolatban.

Ezen rövid összefoglalás után a szerző azt vizsgálja, hogy mely nagy kérdéseket volna érdemes vizsgálni az IB területén. Valós problémákra kellene választ és megoldásokat adni. Meglepőnek tartja, hogy az IB eddig nem követelte meg, hogy valós problémákkal foglalkozzanak és felülvizsgálják néhány alapvetését.

Ez a kritikai megjegyzés a szerzőtől talán kevésbé releváns operations management területen, mert eleve gyakorlati problémák megoldására jött létre a diszciplína. Érdemes volna párhuzamot vonni a jelenség alapú kutatás és az operations management között; esetleg vizsgálható, hogy mi a különbség, milyen eltérő jegyek vannak.

A cikk irodalomjegyzékében visszaköszönnek azok a szerzők, akik a többi cikkben is idézve voltak.

1.3) Schwarz, G.M.; Stensaker, I.G. (2014): Time to Take Off the Theoretical Straightjacket and (Re-)Introduce Phenomenon-Driven Research

Schwarz és Stensaker cikke a jelenség alapú kutatás témáját leginkább kimerítő cikk. A többi cikk rendre idézi ezt a címében is megjelenő kifejezést, a “kényszerzubbonyt”, mint kritikai cikket.

A szerzők először felidézik, hogy mi volt az elindítója cikkük írásának, felsorolva azokat a korábbi publikációkat, konferenciákat, ahol megjelent az igény új elméletekre. Bár a cikk címében nincs rá utalás, már az absztraktban megemlítik, hogy az egész elméleti körülírás a változás-kutatás (változásmenedzsment) témájához jelent adalékot, amelyre a cikkben konkrétan utalnak is: a címben szereplő kényszerzubbonyt a jelenség alapú kutatás tudja eltávolítani a változás-kutatás területén.

Szigorúan megkülönböztetik a továbbiakban az elmélet-vezérelt kutatást (theory-driven research, TDR) és a jelenség-vezérelt kutatást (phenomenon-driven research, PDR). Itt a terminológia eltér a korábbiakhoz képest (jelenség-vezérelt, szemben a jelenség alapúval) Arra törekednek, hogy minél részletesebben körülírják a jellemzőit a két területnek. A TDR-t kényszerzubbonynak minősítik. Számos megállapításuk van, amelyeket az irodalom megfelelő idézésével támasztanak alá, mégis a mondanivaló lényege az alábbi táblázatban foglalható össze:

| Szemponatok | TDR | PDR |
|-----------------------------------|---|---|
| A kutatás célja | Hozzájárulni egy bizonyos elmülethez (gyakran már létezőhöz) | Hozzájárulni egy ismeretanyaghoz; hagyományos megértés elősegítése |
| A kutatás mozgatórugója | Betölteni egy elméleti rést, vagy létrehozni egy elméletet; az elméleti a ismeretanyag | Megérteni egy vezetői vagy szervezeti jelenséget; megragadni vagy kiterjeszteni az ismereteket |
| Hozzáadott érték miként jön létre | Elmélet-elméleti kapcsolat létrehozásával vagy fejlesztésével jön létre | (Új) elméletek jelenségekhez kapcsolásával jön létre |
| Az elmélet szerepe | Meglévő elméletet használ fel új elmélet létrehozásához vagy meglévő elmélet továbbfejlesztéséhez | Empirikus adatokat használ fel, hogy elhelyezzen, vagy létrehozson elméletet. Eklektikusan hivatkozik vagy integrál számos elméletet annak érdekében, hogy leírjon vagy megmagyarázzon egy jelenséget |
| Az elsődleges célcsoport | Kutatók | Kutatók és gyakorlati szakemberek |
| A kutatás eredménye | Inkrementális előrelépés meglévő elméleteken | Radikális előrelépés meglévő ismereteken, hogy új elméletek vagy ötletek fejlődjenek ki. Megengedi a meglévő elméletek kiterjesztését vagy kombinálását. |

A cikk további részében is a táblázat elemeinek kifejtése történik.

A cikk egy későbbi, közvetlenül a konklúziót megelőző részében bővebben kifejtésre kerül a változás-kutatáshoz való kapcsolata a PDR-nek.

1.4) von Krogh, G.; Rossi-Lamastra, C.; Haefliger, S. (2012): Phenomenon-based Research in Management and Organisation Science: When is it Rigorous and Does it Matter?

A műhelytanulmányunkban feldolgozott öt cikkből Krogh et al. (2012) cikke foglalkozik a jelenség alapú kutatással kifejezetten abból a célból, hogy részletesen jellemezze, mint egy különálló és legitim kutatási módszert.

A szerzők cikküket a jelenségek definiálásával indítják: a jelenség valamilyen rendszerességet jelent, amely váratlanul jelenik meg, amely a meglévő ismeretekkel szemben kihívást támaszt, és amely a tudományos diskurzus számára releváns. Ennek megfelelően a jelenség alapú kutatás feladata, hogy megragadjon, leírjon és dokumentáljon, valamint fogalmi keretbe foglaljon egy jelenséget, amit elmélet létrehozása és kutatási terv követhet. Számos esetben a kutatás kérdéssel és valamilyen jelenség megfigyelésével történik, és csak aztán következik a legfőbb jellemzők azonosítása és körülírása. Ezen definíciójuk alátámasztására számos szerző munkájára hivatkoznak, felsorolva, hogy melyik milyen területen ért el áttörést, és miért tekinthető vizsgálatuk valamilyen jelenségre irányulónak, amely alátámasztja, hogy a jelenség alapú kutatás egy különálló módszer.

A jelenség alapú kutatás mint érdekes és jelentős módszer tulajdonságaira sorolnak fel példákat, amelyek szerint a társadalomtudományokban a megjelenő új jelenségek azok, amelyek új kutatásokat stimulálnak. Meglátásuk szerint a jelenség alapú kutatás képes arra, hogy a legfőbb nemzetközi tudományos folyóiratok (pl. Academy of Management Journal, MIS Quarterly, vagy az Organizational Science) deklarált elvárásait tudja támogatni, amelyek szerint olyan kutatásokat volna érdemes publikálni, amik relevánsak és érdekesek (Vermeulen, 2007; Fendt et al., 2008), és amelyeknek jelentős hatása van a vállalatvezetők döntéseire (Pfeffer, 2007).

Ezen túl a jelenség alapú kutatás mint módszer azt ígéri, hogy alkalmazásával a kutatóknak sikerül felülkerekedniük a gyakorlati relevancia és az elméleti rigorózusság közötti különbségen. Idézik Straub és Ang (2008) felvetését, amely két okot azonosít ebben a különbségben. Elsőként, hogy a kutatók nem képesek, vagy nem akarják a tudományos eredményeket alkalmazható, pragmatikus tudássá formálni, amely aztán hasznos volna a gyakorlati szakembereknek. Másodsorban pedig az erős ragaszkodás a már beágyazódott elméletekhez a kutatókat alkalmatlanná teszi arra, hogy a gyakorló szakemberek számára érdekes problémákat tárjanak fel, vagy hogy olyan megoldásokat dolgozzanak ki, amely ezen problémákra adnak választ.

A gyakorlat számára való megfelelés elméleti megalapozására idéznek Simontól (1967), amely szerint a "való világ" hoz létre alapvető kutatási problémákat, és ez a gondola tükröződik Comte (1855) munkájában is, amely alapján egy jelenség lehet az akadémiai tudás építési folyamatának kezdő pontja.

Kétségbevonhatatlanul elismerik, hogy egy jelenségnek különböző jellemzői lehetnek, amelyek tudományágak szerint változhatnak. A természettudományoktól a társadalomtudományok felé

haladva a jelenségeknek növekszik a komplexitása és csökken a generalitása (Heilbron, 1990). A hagyományos hipotézisvizsgáló stratégiák új tudás létrehozására új jelenségek esetében nem feltétlenül működnek. Ennek eredményeként ezen stratégiák elhagyásra kerülnek, és a nyílt végű kutatási problémák kerülhetnek előtérbe, amelyek megválaszolására új fogalmak bevezetése és új változókkal való jelölések szükségesek. Ezen kritikai gondolatok nyomán jutnak kutatási céljukhoz, mint következtetéshez, hogy a jelenség alapú kutatás előnyeiről, érdemeiről eddig korlátozott mértékben jelentek meg kutatások, és különösen arról, hogy miként kell egy jelenség alapú kutatást végigvinni.

Számos cikket dolgoznak fel annak bemutatására, hogy milyen egy jelenség alapú kutatás. Ennek strukturálására két dimenziót hoztak létre: 1. kutatási fázisok; 2. kutatási stratégiák. A feldolgozott cikkeket ezen két dimenzió mentén helyezték el egy táblázatban. A jelenség alapú kutatás meghatározása, leírása szempontjából ez a táblázat nem jelentős, inkább csak a szerzők állításait támasztják alá. A következő bekezdésekben a két dimenzió kerül leírásra röviden.

Három fázist (életszakaszt) azonosítanak, amelyen végigmehet egy jelenség kutatása:

- **Embrionális:** ebben a kezdeti fázisban a jelenség arra szorul, hogy egyértelműen elkülöníthető legyen más már ismert jelenségektől. A vállalati működés gyakorlatában új technológiák és folyamatok jönnek létre, és egyének/csoportok valamilyen azonosítható viselkedést mutatnak, amelyet ha folytatnak vagy megerősítenek, akkor a menedzsment számára fontossá válhatnak. Ebben a szakaszban amennyiben a jelenség valószínűsíthetően fontosnak minősül, akkor kutatók egy kisebb csoportja kezdheti felderíteni. Egy kutatási probléma kiválasztásának folyamatát egy befektetési döntéshez lehet hasonlítani, amikor idő és energia befektetése egy új kutatási területbe kockázatos lehet a megtérülés szempontjából. Sok esetben ennél a fázisnál a megismerésre tett törekvések koordinálatlanok és gyakran duplikáltak. Ennek a fázisnak kulcs eleme a terminológia kialakítása.
- **Növekedési:** amint a tudományos érdeklődés növekszik a jelenség iránt, a jelenség egyre láthatóbbá válik egy tágabb tudományos közösség részére. A jelenség megszilárdul, amint a bizonytalanság annak értékességével kapcsolatban csökken. Egyre több kutató kapcsolódik be a jelenség vizsgálatába, amely során már meglévő és új elméletekkel próbálnak közelíteni a jelenség felé. Általánosan leírható, hogy a jelenséget leginkább egy hasonló képzési, kutatási, szakmai háttérrel rendelkező közösség teszi magáévá.
- **Érett:** ebben a fázisban a jelenség elér egy konzisztencia szintet, amely mentén az előző fázisban felfedezett szabályszerűségek előrejelezhetővé válnak. Olyan elkülönült tudlajdonságokat lehet azonosítani, amelyek feltárják a sokrétűségét a jelenségnek. A kutatók számára ezáltal nyilvánvalóvá válnak a jelenség olyan aspektusai, amelyek nagyobb kihívást jelentenek, több figyelmet érdemelnek, és ez arra sarkallja őket, hogy egyre növekvő számú kutatási tervet, módszereket és magyarázatokat hozzanak létre. Ezen jelenségek hozhatnak létre hosszú távú egyetemi kutatói pozíciókat, illetve ezek vonzhatnak pénzügyi támogatást. Továbbá ezen jelenségek mentén jöhetnek később létre szakmai és tudományos szervezetek, társaságok, konferenciák, tematikus folyóiratok, doktori programok. Idővel a jelenség fokozatosan egybeolvad más ismert tudományos

jelenségekkel, tudományterületekkel, amelyek hasonló módszertani megközelítéseket alkalmaznak. Azonban jelenségek a menedzsment és szervezeti tudományok számára ki is kerülhetnek az érdeklődési körből, kimehetnek a divatból, vagy el is tűnhetnek, abban az értelemben, hogy a gyakorlati haszna a kutatásnak már jelentéktelenné válik, vagy a jelenség olyannyira általánossá válik, hogy már nem tűnik ki a napi rutinból többé. Ezen esetben azonban más, újabb jelenségek tűnhetnek fel, így indítva újra a ciklust az embrionális szakasszal.

Öt stratégiát azonosítottak, amelyek mentén történhet a jelenségalapú kutatás:

- Megkülönböztetés: a cél, hogy bemutatásra kerüljön, hogy a választott, azonosított jelenség miben tér el az eddigi ismeretektől. Ebben a stratégiában még feladat, hogy a jelenség előfordulásának tágabb kulturális környezete leírásra kerüljön, és azonosítani lehessen azokat a szempontokat, amelyek miatt a meglévő elméletek nem megfelelőek. Ekkor kell kialakítani a használt fogalmakat is.
- Felderítés: ekkor a cél már az elkülönített jelenség számszerűsítése, adatgyűjtés, és egyre stabilabb fogalmak használata. A fogalmak segítenek abban, hogy a releváns és nem releváns adatokat el tudjuk különíteni egymástól. A jelenség itt határozódik meg.
- Megtervező: a cél alternatív kutatási tervekkel való kísérletezés, amely tágíthatja, vagy zsugoríthatja a használt fogalmi kört, ezzel vizsgálva a jelenség dinamikáját.
- Elméleti: ebben a stratégiában egyértelműen elhatárolható a jelenség más elméletektől. A meglévő elméletek így módosulnak, vagy kiegészülnek az új induktív módon létrejövő elmélettel. A tervezési stratégiával esetleg iteratív folyamat jöhet létre új elmélet építéskor.
- Szintetizáló: a cél a létrejött tanulmányok, elemzések összegzése, valamint annak értékelése, hogy az újabb kutatások jelentős, vagy marginális mértékben járulnak hozzá a jelenségről való ismeretekhez. Itt történhet meg az általánosítás, amely már a menedzsment és szervezeti elméletekhez járulhat hozzá.

Összességében a cikk az elméletalapú kutatással szemben kritikai észrevételekkel határozza meg egyértelműen, hogy miben különbözik attól, és a gyakorlati alkalmazhatósággal, vagy eleve a gyakorlatban megfigyelt nem szokványos, azonban mintaszerű jelenségek kutatási tevékenységgel azonosítja a jelenségalapú kutatást. Újdonságértéke abban van, hogy hosszabb időtávon körülírja a jelenségek kutatásának szakaszait, valamint a jelenségalapú kutatásra stratégiákat határoztak meg. Amennyiben valaki jelenségalapú kutatással foglalkozna, ezen dimenziók mentén érdemes a kutatását elhelyeznie.

1.5) Schwarz, G.M.; Stensaker, I.G. (2016): Showcasing phenomenon-driven research on organizational change

Schwarz és Stensaker (2016) cikke a szervezeti változás kutatási területen keresztül mutatja be, hogy miért megfelelő ennek a területnek kutatási módszereként alkalmazni a jelenség alapú kutatást.

A bevezetésben kerül definiálásra mind a jelenség, mind a jelenség alapú kutatás:

- Jelenség: egy észlelt tény, változás, vagy esemény, amelyet vizsgálni lehet, különösen amely váratlanul fordul elő, vagy kérdéses a megjelenése. Hivatkozva Krogh et al. (2012) meghatározására, egy jelenség akár a meglévő ismeretekkel szembe is mehet, így lehetővé téve új jelenségek létrejöttét, amely a szervezeti kutatások fő célja (Simon, 1967).
- Jelenség alapú kutatás: egy problémaközpontú kutatási irányultság, amely menedzsment jelenségek megragadására, dokumentálására, és fogalmi rendszerezésére koncentrál. Tudományos célja, hogy ismereteket építsen, ötleteket fejlesszen, ahelyett, hogy szűken elméletekkel vagy adatokkal foglalkozna. Ez a módszer arra épít, ami észlelhető, felfedezhető jelenség.

A továbbiakban az elmélet alapú kutatással helyezi szembe a jelenség alapú kutatást és fejti ki a cikk részletesen a különbségeket. A jelenség alapú kutatás a probléma-azonosítás vagy elméleti megoldások létrehozása helyett arra fordít figyelmet, hogy a jelenség körül további felfedezést motiváljon. A cél sokkal inkább radikális, semmint inkrementális fejlődés elérése a tudományos vita során. Éppen ezért jelent kihívást a meglévő ismeretekkel szemben ahelyett, hogy egyszerűen csak informálnál, vagy kiterjesztené a már meglévő elméletet. Ezen tulajdonságai ellenére a jelenség alapú kutatásra kevés tanulmány született, amely leírná, hogy miként kell megírni jól egy ilyen kutatást. A szerzők kényszerubbonyának minősítik az elmélet alapú kutatást, amely problémára a jelenség alapú kutatás egy ígéretes megoldás lehet. A kutatók figyelmét újrafókuszálásra hívja fel, javasolva, hogy egyre több empirikus kutatás történjen.

A jelenség alapú kutatás a szerzők szerint egy helyzetfüggő tapasztalás, amelyet a kutatók körülményei, a lehetőségei, vagy személyes érdekei és élményei kereteznek. Saját témájukra vonatkoztatva (szervezeti változás) a jelenség alapú kutatást mint tradicionális, lényegi módszerként tekintenek. Ismét hivatkozva Krogh et al (2012) munkájára, az előbb írt előnye a jelenség alapú kutatásnak általánoshíthatóak és egyéb diszciplínákra is kiterjeszthetőek.

A továbbiakban a cikk tudományos újdonságként mutatja be az öt fő jellemzőjét a jelenség alapú kutatásnak, amely egyértelműen megkülönbözteti az elmélet alapú kutatástól, némileg ismételve a 2014-es cikkük eredményeit, táblázatát (lásd fentebb), azonban bőven kifejtve:

- Cél és motiváció
- Célközönség és az elérendő eredmények
- Az elmélet szerepe
- A kutatási módszerek leírása
- A tudományos eredményekhez való hozzájárulás

2) További elemzési lehetőségek

A fentebbiekben öt cikk került feldolgozásra a jelenségalapú kutatás területén. Ezek definiálják a jelenség fogalmát, a jelenségalapú kutatást, és részben meghatározzák azokat a tulajdonságait ennek a kutatási módszernek, amely megkülönbözteti más módszerektől (és elsősorban az elméletvezérelt kutatástól).

Felhasználva a fenti összefoglalót, érdemes volna önálló elemzésként vizsgálni, hogy az operations management-ben Karlsson (2009, 2016) széleskörben elfogadott és használt könyve – amint a címe is jelzi – az operations management kutatásához alkalmazható módszerek, nem tartalmazza a jelenségalapú kutatást, mint különálló kutatási módszert. Azonban lehetnek és vannak átfedések az operations management kutatási módszerek és a jelenségalapú kutatás között.

Felhasznált irodalom

Chen, Ch.C.; Friedman, R.; McAllister, D.J. (2017): Seeing and studying China: Leveraging phenomenon-based research in China for theory advancement; *Organizational Behavior and Human Decision Processes*; Vol. 143; pp. 1-7.

Cheng, J. L. (2007): Critical issues in international management research: An agenda for future advancement; *European Journal of International Management*; Vol. 1; No. 1-2; pp. 23-38.

Comte, A. (1855): *The Positive Philosophy of Auguste Comte*; Calvin Blanchard, New York

Doh, J. P. (2015): From the Editor: Why we need phenomenon-based research in international business; *Journal of World Business*; Vol. 4; No. 50; pp. 609-611.

Doh, J. (2017): Phenomenon-Based Research in International Business: Making IB Relevant Again; *AIB Insights*; Vol. 17; pp. 14-16.

Fendt, J.; Labbè, R.K.; Sachs, W.M. (2008): Producing and socializing relevant management knowledge: re-turn to pragmatism; *European Business Review*; Vol. 20; No. 6; pp. 471-491.

Hambrick, D.C. (2007): The field of management's devoting to theory: too much of a good thing?; *Academy of Management Journal*; Vol. 50; No. 6; pp. 1346-1352.

Helfat, C.E. (2007): Stylized facts, empirical research and theory development in management; *Strategic Organization*; Vol. 5; No. 2; pp. 185-192.

Karlsson, Ch. (ed. 2016): *Research Methods for Operations Management*; 2nd ed.; Routledge

von Krogh, G.; Rossi-Lamastra, C.; Haefliger, S. (2012): Phenomenon-based Research in Management and Organisation Science: When is it Rigorous and Does it Matter?; *Long Range Planning*; Vol. 45; pp. 277-298.

Locke, K.; Golden-Biddle, K. (1997): Constructing opportunities for contribution: Structuring intertextual coherence and "problematizing" in organizational studies; *Academy of Management Journal*; Vol. 40; pp. 1023-1062.

Miller, D. (2007): Paradigm prison, or in praise of a theoretic research; *Strategic Organization*; Vol. 5; No. 2; pp. 177-184.

Mowday, R.T. (1992): Out of the tangled thicket: Persistence in the face of failed conventional wisdom. In P. Frost, & R. Stablein (Eds.); *Doing exemplary research*; pp. 129-135.; NewBury Park, CA; Sage Publications

Pfeffer, J. (2007): A modest proposal: How we might change the process and product of managerial research; *Academy of Management Journal*; Vol. 50; No. 6; pp. 1334-1345.

Schwarz, G.M.; Stensaker, I.G. (2014): Time to Take Off the Theoretical Straightjacket and (Re-)Introduce Phenomenon-Driven Research; *The Journal of Applied Behavioral Science*; Vol. 50; pp. 478-501.

Schwarz, G.M.; Stensaker, I.G. (2016): Showcasing phenomenon-driven research on organizational change; *Journal of Change Management*; Vol. 16; pp. 245-264.

Simon, H.A. (1967): The business school: a problem in organizational design; *Journal of Management Studies*; Vol. 4; pp. 1-16.

Vermeulen, F. (2007): I shall not remain insignificant: adding a second loop to matter more; *Academy of Management Journal*, Vol. 50; No. 4; pp. 754-761.