

Studia i Monografie
z. 538

**Przedsiębiorczość imigrantów w Polsce.
Podejścia i wyzwania w prowadzeniu badań**

**Sabina Kubiciel-Lodzińska
Jolanta Maj
Piotr Bębenek**



Opole 2020

POLITECHNIKA OPOLSKA
ISSN 1429-6063
ISBN 978-83-66033-78-8

POLITECHNIKA OPOLSKA

KOMITET REDAKCYJNY

*Małgorzata ADAMSKA, Włodzimierz BĘDKOWSKI, Aleksander KAROLCZUK,
Mariusz MIGAŁA, Barbara MIŁASZEWICZ, Piotr NIEŚLONY – przewodniczący,
Zbigniew PERKOWSKI, Jan SADECKI, Beata ŚWIERCZEWSKA*

Recenzenci:

*prof. dr hab. Beata GLINKA – Uniwersytet Warszawski
dr hab. Jan BRZOZOWSKI
prof. Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie*

Redaktor:

Małgorzata ADAMSKA

*Komitet Redakcyjny Wydawnictw Politechniki Opolskiej
ul. Prószkowska 76*

© Copyright by Politechnika Opolska 2020

*Skład: Oficyna Wydawnicza Politechniki Opolskiej.
Nakład 50 egz. Ark. wyd. 12,0. Ark. druk. 12,0.
Druk i oprawa: Sekcja Poligrafii Politechniki Opolskiej.*

Spis treści

Wprowadzenie.....	5
Część I. Przedsiębiorczość imigrantów na świecie i w Polsce.....	11
Rozdział 1. Działalność gospodarcza imigrantów – pojęcia oraz statystyki.....	13
1.1. Pojęcia: działalność gospodarcza, przedsiębiorca i samozatrudnienie.....	13
1.2. Przedsiębiorczość imigrantów na świecie w świetle danych statystycznych.....	19
1.3. Napływ imigrantów do Polski a potencjał rozwoju przedsiębiorczości.....	23
Rozdział 2. Wybrane zagadnienia badań nad przedsiębiorczością imigrantów.....	29
2.1. Rozwój badań nad przedsiębiorczością imigrantów w Europie Środkowo-Wschodniej.....	29
2.2. Wybrane zagadnienia z zakresu badań nad przedsiębiorczością imigrantów.....	31
Część II. Podejścia i wyzwania metodologiczne.....	41
Rozdział 3. Podejścia metodologiczne w badaniach nad przedsiębiorczością imigrantów.....	43
3.1. Systematyczny przegląd literatury.....	43
3.2. Wyniki systematycznego przeglądu literatury. Analiza bibliometryczna.....	46
3.2.1. Analiza bibliometryczna za pomocą Web of Science.....	46
3.2.2. Analiza bibliometryczna za pomocą Scopus.....	68
3.2.3. Analiza bibliometryczna za pomocą Google Scholar.....	80
3.2.4. Analiza trendów występowania słów kluczowych.....	81
3.3. Wyzwania w prowadzeniu badań nad przedsiębiorczością imigrantów.....	85
3.4. Wyzwania etyczne w badaniach nad imigrantami i przedsiębiorczością imigrantów.....	88
3.5. Sposoby dotarcia do respondenta oraz doboru próby.....	92

Rozdział 4. Dane statystyczne dotyczące przedsiębiorczości imigrantów w Polsce.....	99
4.1. Źródła danych o cudzoziemcach prowadzących działalność gospodarczą.....	99
4.1.1. Centralna Ewidencja Informacji o Działalności Gospodarczej.....	99
4.1.2. Zakład Ubezpieczeń Społecznych.....	103
4.2. Inne możliwości pozyskania danych statystycznych.....	105
4.2.1. Urząd Skarbowy.....	105
4.2.2. Opolskie Centrum Rozwoju Gospodarki.....	106
4.3. Trudności związane z analizą statystyczną danych oraz uzyskaniem operatu losowania.....	107
Część III. Wyniki badań eksploracyjnych wśród przedsiębiorców – imigrantów.....	115
Rozdział 5. Wyniki badań jakościowych.....	117
5.1. Charakterystyka regionu eksploracji.....	117
5.2. Metodologia badań. Gromadzenie i analiza danych.....	121
5.3. Wyniki badania jakościowego.....	125
5.3.1. Motywy zakładania własnej działalności gospodarczej.....	125
5.3.2. Trudności związane z założeniem i prowadzeniem własnej firmy.....	128
5.3.3. Charakterystyka prowadzonej działalności gospodarczej.....	133
5.3.4. Plany zawodowe przedsiębiorców imigrantów.....	137
5.4. Ograniczenia oraz implikacje dla dalszych kierunków badań.....	139
5.5. Rekomendacje w zakresie wspierania przedsiębiorczości imigrantów.....	141
Zakończenie.....	145
Bibliografia.....	153
Streszczenie.....	181
Abstract.....	182
Załącznik.....	185

Wprowadzenie

Polska stała się jednym z kluczowych punktów docelowych na migracyjnej mapie Europy. Do naszego kraju napływają głównie obywatele krajów Europy wschodniej, w tym najliczniejszą grupą są Ukraińcy. Głównym powodem migracji jest chęć podjęcia pracy i uzyskania wyższych niż w kraju pochodzenia wynagrodzeń. W konsekwencji, migranci stają się coraz częstszym przedmiotem badań. Przez ostatnie blisko dwadzieścia lat obecność obcokrajowców na polskim rynku pracy rozpatrywana była głównie z perspektywy podejmowania przez nich pracy najemnej. Z reguły ich obecność analizowana była w kontekście osób podejmujących pracę, głównie niewymagającą wysokich kwalifikacji (*low-skilled*). Rzadziej ich rola na rynku pracy rozpatrywana była z perspektywy pracowników obejmujących stanowiska wymagające wyższych kwalifikacji (*high-skilled*).

Zarówno w badaniach naukowych, jak i w debacie publicznej w Polsce mało uwagi poświęca się niedopasowaniu kwalifikacji migrantów do zatrudnienia i wykonywaniu przez nich pracy w poniżej ich kwalifikacji (*brain waste*) oraz kwestiom przedsiębiorczości imigrantów. To ostatnie zjawisko zaczyna zyskiwać na znaczeniu. W latach 2015–2018 o około 1/5 wzrosła liczba cudzoziemców zgłoszonych do ubezpieczenia społecznego z tytułu prowadzenia pozarolniczej działalności. Jednak pomimo rosnącego znaczenia przedsiębiorczości migrantów w Polsce badań na ten temat jest relatywnie niewiele (Nestorowicz, 2013; Czerniejewska, 2014; Brzozowska, 2015; Glinka & Brzozowska, 2015; Brzozowski, 2017; Andrejuk, 2017a). Wiedza dotycząca motywów zakładania firm przez migrantów, barier jakie napotykają, wykorzystania przez nich kapitału społecznego, sieci migracyjnych, ich znaczenia dla rynku pracy i roli, jaką odgrywają w procesie integracji dopiero jest pozyskiwana. Wydaje się, że rozwój analiz z zakresu przedsiębiorczości obcokrajowców jest tym bardziej istotny, że Polska zmienia się z kraju emigracji, w kraj imigracji (Solga & Kubiciel-Lodzińska, 2017).

W Polsce, w pewnym uproszczeniu można wskazać trzy grupy imigrantów, które są lub potencjalnie mogą stać się przedsiębiorcami. Pierwsza grupa to imigranci stali, a więc osoby dla których Polska stała się centrum interesów życiowych, drudzy to imigranci zarobkowi, którzy przybyli w celu podjęcia zatrudnienia i trzecia grupa to studenci zagraniczni. Szczególnie ci ostatni stanowią wyjątkowo obiecującą grupę w kontekście rozwoju przedsiębiorczości migrantów, bo stanowią istotny potencjał. Takim przykładem studen-

ta – imigranta, który z sukcesem prowadzi działalność gospodarczą jest Elon Musk, założyciel i inspirator wielu projektów biznesowych m.in. firmy Tesla, Hyperloop, Space X. Możliwość zarobkowania, w tym na własny rachunek jest szczególnie istotna dla studentów migrujących z państw rozwijających się do rozwiniętych (Caruso & de Wit, 2015; Wei, 2013; Abuosi & Abor, 2015). W przypadku Polski dotyczy głównie studiujących z tzw. państw trzecich, którzy obecnie stanowią zdecydowaną większość przybywających na polskie uczelnie. Badania amerykańskie pokazują, że pewna część studentów zagranicznych uczących się na tamtejszych uniwersytetach, zamierza pozostać w USA, aby założyć działalność gospodarczą. Dotyczy to głównie studentów pochodzących z Indii i Chin (Wadhwa et al., 2009).

Celem pracy jest przegląd najważniejszych wyzwań metodologicznych w zakresie badań nad przedsiębiorczością migrantów i próba dostosowania istniejących ram metodycznych i koncepcyjnych do specyfiki polskiej. W pracy podjęto próbę uporządkowania terminologii z zakresu przedsiębiorczości migrantów. Ponadto w oparciu o wybraną literaturę, wskazano dotychczasowe obszary, tematy badań odnoszące się do obecności migrantów – przedsiębiorców w kraju przyjmującym. Monografia pisana jest z perspektywy głównie dwóch dyscyplin: ekonomii i finansów oraz nauk o zarządzaniu i jakości, ale uwzględnia też wkład innych nauk. W pracy dokonano przeglądu stosowanych metod badawczych oraz omówiono trudności związane z realizacją badań wśród migrantów prowadzących działalność gospodarczą – wynikających z przyczyn formalnych oraz pozaformalnych. Te pierwsze to nieprecyzyjne statystyki odnoszące się do przedsiębiorców – imigrantów i trudność w uzyskaniu danych osobowych respondentów, co uniemożliwia realizację reprezentatywnych badań ilościowych, czy choćby kwestie prawne, jak podwójne obywatelstwo części imigrantów, co znacząco utrudnia ich identyfikację. W drugim przypadku konieczne jest zmierzenie się z ogromną nieufnością respondentów, która w wielu przypadkach utrudnia realizację badań jakościowych i wpływa na zakres danych uzyskiwanych podczas prowadzenia wywiadów pogłębionych.

Książka zawiera także część empiryczną. Analizy odnoszące się do realizacji badań wśród imigrantów – przedsiębiorców oparto także o doświadczenia Autorów zdobyte podczas realizacji badań jakościowych wśród cudzoziemców prowadzących działalność gospodarczą w województwie opolskim. To pierwsze badania zrealizowane w Polsce, które objęły cały region. Dotychczasowe badania odnoszące się do przedsiębiorczości migrantów realizowane były głównie w metropoliach: Warszawa, Kraków, Poznań oraz obejmowały pojedyncze wywiady prowadzone z migrantami – przedsiębiorcami działającymi w różnych miastach Polski. Monografia stanowi więc w pewnym zakresie

uzupełnienie dotychczasowej wiedzy w zakresie badań przedsiębiorczości migrantów w ujęciu regionalnym. Jest to także perspektywa rzadka w literaturze światowej, której badania koncentrują się raczej na dużych miastach i metropoliach.

Monografia składa się z pięciu rozdziałów. Pierwszy rozpoczęto od zdefiniowania podstawowych pojęć związanych z przedsiębiorczością, w tym w szczególności skoncentrowano się na definicjach odnoszących się do prowadzenia działalności gospodarczej przez imigrantów (1.1). Następnie zaprezentowano wybrane dane statystyczne odnoszące się do przedsiębiorczości migrantów na świecie (1.2) oraz omówiono statystyki pokazujące napływ cudzoziemców do Polski (podejmujących pracę najemną oraz studentów), ponieważ mogą oni stanowić potencjał do rozwoju przedsiębiorczości migrantów w przyszłości oraz pokazano wybrane statystyki odnoszące się obcokrajowców prowadzących działalność gospodarczą (1.3).

Rozdział drugi poświęcono omówieniu wybranych zagadnień podejmowanych w badaniach przedsiębiorczości imigrantów. Podzielony został na dwie części. W pierwszej skoncentrowano się na badaniach przeprowadzonych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej wśród cudzoziemców prowadzących działalność gospodarczą (2.1). W drugiej pokazano wybraną tematykę badań zrealizowanych w różnych częściach świata wśród cudzoziemców – przedsiębiorców. Analiza podzielona została na kategorie obejmujące m.in.: motywy zakładania działalności gospodarczej przez migrantów, skłonność migrantów do zakładania firmy w zależności od kraju pochodzenia oraz długości pobytu. Omówiono badania odnoszące się do wykorzystania sieci migracyjnych i diaspor, a także wpływu migrantów-przedsiębiorców na tworzenie nowych miejsc pracy. Ponadto, przyjrano się wykorzystaniu kapitału społecznego i kulturowego w procesie tworzenia działalności gospodarczej przez migrantów. Omówiono także rolę kobiet w rozwoju przedsiębiorczości migrantów oraz odniesiono się do badań dotyczących wpływu samozatrudnienia na proces integracji społeczno-ekonomicznej imigrantów.

Kolejny, trzeci rozdział poświęcono analizie bibliometrycznej w oparciu m.in. o bazy Scopus i Web of Science pod kątem częstości i dziedziny występowania artykułów z hasłem „migrant entrepreneurship”, „immigrant entrepreneurship”, „transnational entrepreneurship” oraz „refugee entrepreneurship”. Dokonano również analizy cytowalności oraz częstotliwości występowania poszczególnych haseł ze względu na rok publikacji, celem ukazania trendów w zakresie popularności samych haseł a tym samym znaczenia przypisywanego tematyce. Dokonano także przeglądu stosowanych metodologii w badaniach nad przedsiębiorczością migrantów w zakresie: stosowanych technik, wielkości próby, jak również częstotliwości przyjmowania poszczególnych perspek-

tyw teoretycznych w badaniach. Analiza ta miała na celu wskazanie metod cieszących się największym uznaniem wśród badaczy, co powinno się przekładać na możliwość pozyskania dzięki nim najbardziej wartościowych informacji. Analiza podejść teoretycznych miała na celu wskazanie dominujących w dyskursie naukowym szkół w zakresie badań nad przedsiębiorczością migrantów. Omówione zostały również wyzwania etyczne związane z badaniami nad imigrantami, a w szczególności imigrantami przedsiębiorcami. Rozdział zamyka przegląd stosowanych sposobów identyfikacji i dotarcia do respondentów.

W rozdziale czwartym omówiono źródła danych statystycznych umożliwiających pozyskanie danych liczbowych pokazujących skalę i strukturę działalności gospodarczych prowadzonych w Polsce przez cudzoziemców (4.1), wskazano także instytucje, które mogłyby potencjalnie gromadzić dane statystyczne dotyczące aktywności gospodarczej obcokrajowców (4.2) oraz omówiono trudności związane z analizą danych statystycznych (wynikającą m.in. z ich nieporównywalności w różnych źródłach) oraz uzyskaniem operatu losowania.

W ostatnim, piątym rozdziale odniesiono się do wyników eksploracyjnych badań empirycznych przeprowadzonych wśród przedsiębiorców – cudzoziemców w województwie opolskim. Omówiono problemy pojawiające się podczas realizacji badań w tej grupie obcokrajowców m.in. związane z dostępem do danych statystycznych, trudnościami pojawiającymi się podczas bezpośrednich kontaktów z imigrantami oraz wyzwaniami związanymi z realizacją badań ilościowych.

Na potrzeby realizacji badania stworzono międzynarodowy zespół. Jego trzon stanowili pracownicy naukowcy Wydziału Ekonomii i Zarządzania Politechniki Opolskiej, którzy odpowiadali za opracowanie koncepcji badań, dobór metodologii, próby badawczej, a także za realizację badań empirycznych oraz ich analizę. Należy jednak podkreślić, że w opracowanie metodologii badań oraz kwestionariuszy włączyli się pracownicy naukowcy z Uniwersytetu w Mannheim w Niemczech (Institut für Mittelstandsforschung), mający wieloletnie doświadczenia w badaniu imigrantów, w tym przedsiębiorczości migrantów. Chcielibyśmy podziękować naszym Koleżankom i Kolegom z Niemiec za wszystkie porady, wskazówki oraz życzliwe i konstruktywne uwagi, które pomogły nam zrealizować badanie.

Ponadto podziękowania kierujemy do Pani dr Urszuli Romaniuk z Wydziału Ekonomii i Zarządzania za pomoc w konsultacji aspektów prawnych prowadzenia działalności gospodarczej przez cudzoziemców. W przeprowa-

dzeniu badań wsparli nas także studenci Wydziału Ekonomii i Zarządzania, którzy realizowali wywiady pogłębione z przedsiębiorcami. Za przychyłność dziękujemy także pracownikom Zakładu Ubezpieczeń Społecznych oraz Departamentu Gospodarki Elektronicznej Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii. Na ostateczny kształt monografii wpłynęły życzliwe i konstruktywne uwagi Recenzentów, które pozwoliły na wzbogacenie pracy. W tym miejscu składamy im także gorące podziękowania.

Badania omówione w książce przeprowadzone wśród cudzoziemców prowadzących działalność gospodarczą realizowane były w ramach projektu „Przedsiębiorczość imigrantów przewagą konkurencyjną województwa opolskiego”, który był finansowany z dotacji uzyskanej z Urzędu Marszałkowskiego Województwa Opolskiego oraz ze środków Rektora Politechniki Opolskiej.

Część I.
Przedsiębiorczość imigrantów
na świecie i w Polsce

Rozdział 1. Działalność gospodarcza imigrantów – pojęcia oraz statystyki

1.1. Pojęcia: działalność gospodarcza, przedsiębiorca i samozatrudnienie

Pojęcie przedsiębiorczości rozumiane jest często jako sztuka radzenia sobie w różnych sytuacjach (Lichniak, 2009). Jej istotą jest inicjowanie projektów i działalności, które zaspokajają potrzeby oraz generują zyski. Przedsiębiorczość składa się m.in. z takich elementów jak: ponoszenie ryzyka, występowanie różnic pomiędzy jednostkami, czego skutkiem jest odmienne widzenie szans rynkowych, tworzenia innowacji (niekoniecznie o charakterze przełomowym) (Shane, 2003). Przedsiębiorczość to także twórcze dążenie do podejmowania nowych wyzwań lub udoskonalania dotychczasowych działań. Zasadniczymi elementami, które pozwalają na stworzenie środowiska sprzyjającego rozwojowi przedsiębiorczości są: szansa, zasoby oraz zespół (Timmons, 1999). Szansa definiowana jest jako zastosowanie odpowiedniego produktu lub usługi, która zaspokoi potrzeby. Zespół należy rozumieć jako kompilację osób o odpowiednich kwalifikacjach zawodowych, doświadczeniu oraz zaangażowaniu (Glinka & Gudkova, 2011). Przedsiębiorczość traktowana jest jako ważna część planowania strategicznego (Stevenson, 1990).

Przedsiębiorca, w świetle przepisów prawnych, to osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna, prowadząca we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową (Ustawa z dnia 2 lipca 2004). Definiuje się go/ją jako osobę cechującą się skutecznością, efektywnością w działaniu, pomysłową oraz gotową do podejmowania nowych wyzwań, w tym innowacyjnych i kreatywnych. Przedsiębiorca potrafi wyjść ponad standardowe ramy myślenia (Karpacz, 2011; Drucker, 1992; Schumpeter, Grzywicka & Górski, 1960). To innowator, który łączy czynniki produkcji w nowy, nieznany dotąd sposób. Ponadto, to osoba wyróżniająca się wytrwałością w pokonywaniu barier i przełamywaniu stereotypów. Przedsiębiorcy definiowani są także jako osoby aktywnie kształtujące przebieg swojego życia zawodowego. Cechuje ich wytrwałość, przejmowanie odpowiedzialności za codzienność oraz odejście od postaw roszczeniowych wobec państwa (Nawojczyk, 2009). W literaturze zwraca się także uwagę, że przedsiębiorca to ktoś, kto akceptuje ryzyko, jest gotowy do

ciężkiej pracy, nie boi się mobilności zawodowej oraz międzybranżowej (Konecki, 2007). To jednostka dynamiczna, lider, którego działanie nie polega na biernym powtarzaniu dotychczasowych procedur (Hébert & Link, 2007). Ciekawe pojmowanie przedsiębiorcy zaproponował Kirzner (1997). Według niego przedsiębiorca nie kieruje się wyłącznie chęcią maksymalizacji zysku, a jego motywem działania może być coś zupełnie innego. Podkreślił tym samym niedookreśloność i otwartość decyzji jednostki oraz wskazał na wyobraźnię i odwagę, jako podstawowe cechy przedsiębiorcy. Zdaniem Kirznera działania przedsiębiorcze stanowią coś więcej niż wyłącznie dążenie do maksymalizacji zysku. To przede wszystkim proces kreowania szans oraz umiejętność odczytywania oczekiwań innych ludzi. Z kolei Katarzyna Andrejuk (2017a) podkreśla rolę podmiotowego sprawstwa w karierach zawodowych przedsiębiorców (w szczególności imigrantów).

Wśród czynników wpływających na zachowania przedsiębiorcze w społeczeństwie wymienia się następujące czynniki:

1. ekonomiczne, obejmujące m.in. bezrobocie, inflację, poziom płac, inwestycje, natężenie konkurencji, bariery wejścia na rynek,
2. technologiczne, dotyczące zmian w technice i technologii wytwarzania,
3. demograficzno-społeczne, dotyczące zmian w liczbie i strukturze populacji, w tym związane z procesami migracji,
4. prawne, dotyczące aspektów prawnych regulujących prowadzenie działalności gospodarczej,
5. polityczne, dotyczące m.in. kierunków polityki gospodarczej kraju, instrumenty wspierające przedsiębiorczość (Matusiak, 2006).

Globalizacja oraz wzrost znaczenia migracji sprawiają że przedsiębiorcy – migranci stają się coraz istotniejszą kategorią wśród prowadzących firmy (Xavier, Kelley, Kew, Herrington & Vorderwülbecke, 2013). Przedsiębiorczość imigrantów definiowana jest jako tworzenie nowych przedsięwzięć przez migrantów pierwszego lub drugiego pokolenia¹ (Castles & Miller, 2011). Migranci przedsiębiorcy są definiowani jako jednostki, które po przybyciu do kraju imigracji, założyły firmę, która stała się dla nich sposobem na ekonomiczne przetrwanie (Chaganti & Greene, 2002). Curci i Mackoy (2010) twierdzą, że stabilne przedsiębiorstwa są z reguły prowadzone przez drugą generację migrantów oraz przez cudzoziemców posiadających wysokie kwalifikacje. Zaproponowali klasyfikację przedsiębiorstw migrantów w oparciu o charakter

¹ Pierwsze pokolenie imigrantów obejmuje osoby, które urodziły się poza krajem imigracji. Natomiast drugie pokolenie to osoby, których rodzice urodzili się poza krajem docelowym, natomiast oni sami przyszli na świat w państwie imigracji.

klienta (etniczny lub nieetniczny) oraz charakter oferowanego produktu lub usługi (etniczna lub nieetniczna) wyznaczając podział na cztery grupy (tabela 1.1).

Tabela 1.1.
Klasyfikacja przedsiębiorstw migrantów*

	Klienci etniczni	Klienci nieetniczni
Etniczne produkty lub usługi	1 Duża segmentacja (np. rynek żywności etnicznej, piekarnie, sklepy)	3 Integracja rynkowa (np. restauracje etniczne, firmy konsultingowe, firmy medialne)
Nieetniczne produkty lub usługi	2 Integracja produktowa (np. nieruchomości, naprawa samochodów, usługi medyczne)	4 Wysoko zintegrowany (np. sklepy spożywcze, firmy budowlane, pralnie chemiczne)

*im wyższy numer w tabeli, tym wyższy stopień integracji przedsiębiorstwa.

Źródło: (Curci & Mackoy, 2010), s. 109.

Pierwsza wyróżniona grupa (tzw. duża segmentacja) dotyczy firm, które koncentrują się głównie na kliencie etnicznym i oferują przede wszystkim żywność etniczną (np. sklepy z polską żywnością w Wielkiej Brytanii). Przedsiębiorcy działający w tym obszarze niekoniecznie muszą być zaznajomieni z praktykami i sieciami biznesowymi w kraju przyjmującym. W tym segmencie jest relatywnie niska bariera wejścia oraz nie jest wymagane posiadanie wysokiego kapitału społecznego. Tworzenie tego typu przedsiębiorstw zależne jest od liczby cudzoziemców w danej społeczności i na danym obszarze (np. w mieście lub w gminie). Bywa, że właściciele firm nie mówią w języku kraju przyjmującego.

Druga grupa przedsiębiorców (tzw. integracja z produktem) obejmuje podmioty gospodarcze, których głównymi klientami są imigranci, ale oferowane są im produkty lub usługi nie związane z kulturą etniczną (np. biura podróży). Właściciele firm działający w tej grupie wykazują średni stopień integracji z krajem przyjmującym. Muszą znać zasady panujące w biznesie w państwie osiedlenia, dlatego bariera wejścia do tej grupy jest większa. Wymagane jest też posiadanie wyższego kapitału społecznego. Przedsiębiorcy w tej grupie częściej są dwujęzyczni. Istnienie tych firm, podobnie jak poprzednich, zależne jest od liczby migrantów w danej społeczności.

Trzecia grupa (tzw. integracja z rynkiem) dotyczy firm, które produkty lub usługi etniczne oferują nieetnicznym klientom, szerokiemu społeczeństwu kraju przyjmującego (np. etniczne restauracje). Przedsiębiorcy ci są średnio

zintegrowani z krajem przyjmującym, ale muszą znać zasady prowadzenia biznesu w kraju przyjmującym i mieć sieci kontaktów. W ich przypadku konieczna jest też znajomość zasad sprzedaży obowiązujących na rynku kraju przyjmującego. Bariera wejścia jest związana z poziomem konkurencji występującym na rynku w zakresie innych etnicznych dóbr i usług. Obecność tego typu działalności nie zależy od liczby imigrantów, a raczej od zainteresowania konsumentów w kraju przyjmującym korzystaniem z etnicznych usług.

Ostatnia, czwarta kategoria dotyczy przedsiębiorców – imigrantów, którzy oferują nieetniczne produkty i usługi nieetnicznym konsumentom (np. usługi budowlane). To przedsiębiorcy o najwyższym poziomie integracji, którzy muszą mieć wiedzę o prowadzeniu działalności gospodarczej w kraju przyjmującym oraz posiadać sieć kontaktów. Zwykle język kraju przyjmującego znają lepiej niż język kraju imigracji. W tej grupie jest wysoka bariera wejścia. Istnienie tych przedsiębiorstw nie jest zależne od liczby etnicznych klientów (Curci & Mackoy, 2010).

Prowadzenie własnej działalności gospodarczej przez cudzoziemców w kraju imigracji nazywane jest przedsiębiorczością migrantów (*(im)migrant entrepreneurship*), nową przedsiębiorczością (*new entrepreneurship*), kolorową przedsiębiorczością (*colourful entrepreneurship*). Pojęcie *immigrant entrepreneurs* dotyczy migrantów w pierwszej generacji (osób urodzonych za granicą), którzy rozpoczęli działalność gospodarczą w kraju przyjmującym (Brzozowski, Cucculelli & Surdej, 2017). Pojęcie etnicznej przedsiębiorczości (*ethnic entrepreneurship*) jest szersze, ponieważ obejmuje migrantów także w kolejnych pokoleniach (drugim, trzecim) (Dana, 2007). Zwykle ich działalność koncentruje się na współpracy dla i z przedstawicielami ich społeczności z wykorzystaniem etnicznych zasobów (Koning & Verver, 2013). Stąd też z prowadzeniem działalności gospodarczej przez migrantów wiąże się pojęcie przedsiębiorczości enklaw (*enclave entrepreneurship*), która rozumiana jest jako koncentrowanie się na jednym obszarze podobnych firm prowadzonych przez imigrantów (Portes, 1981), osób o wspólnym pochodzeniu etnicznym (Volery, 2007). Zwykle zarówno pracownikami, jak i klientami takich firm są migranci. Wyodrębnia się także przedsiębiorczość uchodźców (*refugee entrepreneurship*) (Bizri, 2017).

Coraz większego znaczenia nabiera tzw. przedsiębiorczość transnarodowa (*transnational entrepreneurship*). Pojęcie odnosi się do osób, które migrują z jednego kraju do drugiego, ale utrzymują powiązania biznesowe z krajem pochodzenia oraz z krajem przyjmującym i jego społecznością (Drori, Honig & Wright, 2009). W praktyce oznacza to obecność biznesowa w co najmniej dwóch krajach (Levie & Smallbone, 2009).

Z działalnością gospodarczą imigrantów wiąże się także pojęcie przedsiębiorczości diaspor (*diaspora entrepreneurship*), odnoszące się do prowadzenia firmy przez migrantów utrzymujących ściśle związki z krajem pochodzenia (Harima, 2014). W literaturze używa się także pojęcia transnarodowej przedsiębiorczości diaspor (*transnational diaspora entrepreneurship*), która wiąże się wprawdzie z omówionym wcześniej pojęciem transnarodowej przedsiębiorczości, ale z pewnymi różnicami. Przedsiębiorczość diaspor nie dotyczy jedynie pierwszego pokolenia przedsiębiorców – migrantów, ale obejmuje także drugie lub trzecie (Mayer, Harima & Freiling, 2015). Kolejna różnica wynika z faktu, że pojęcie transnarodowej przedsiębiorczości diaspor odnosi się do sytuacji, w której grupa etniczna jest rozporoszona w wielu lokalizacjach, a przedsiębiorcy mają dostęp do unikalnych zasobów za pośrednictwem sieci wewnątrz diaspor.

Maria Elo (2016) zaproponowała typologię przedsiębiorczości diaspor uwzględniając poziom rozwoju kraju pochodzenia przedsiębiorcy – migranta oraz poziom rozwoju państwa, w którym prowadzi działalność gospodarczą (tabela 1.2).

Tabela 1.2.

Typologia przedsiębiorczości diaspor (*diaspora entrepreneurship*) z uwzględnieniem poziomu rozwoju kraju wysyłającego i przyjmującego²

Kraj docelowy Kraj pochodzenia	Rozwijający się	Wschodzący	Rozwinięty
Rozwijający się	Developing market DE Mała asymetria pomiędzy krajami (np. migracje z południowej do wschodniej Azji), tzw. „poor-to-poor”	„Lonely starter” Średnia asymetria pomiędzy krajami tzw. „poor-to-less poor”	„Classic diaspora entrepreneurship” Wysoka asymetria pomiędzy krajami, „poor-to-rich”

²Kraj rozwijający się charakteryzuje się m.in. następującymi cechami: niski przeciętny standard cywilizacyjny; niski poziom PKB na 1 mieszkańca; przewaga zatrudnionych w rolnictwie (z reguły prymitywnym); niski poziom oświaty, nauki i opieki zdrowotnej. Kraj (rynek) wschodzący – w pojęciu tym mieszczą się wszystkie państwa, które znalazły się na drodze od gospodarki rozwijającej się do gospodarki rozwiniętej. Przykładowymi rynkami wschodzącymi są Chiny, Indie, Malesja czy kraje Europy Środkowo-Wschodniej. Kraje te z reguły cechują się szybkim wzrostem gospodarczym oraz dużym poziomem inwestycji (choć nie zawsze jest to regułą), dlatego też stają się atrakcyjnym miejscem do lokowania kapitału (szczególnie na rynkach papierów wartościowych, z których zazwyczaj można uzyskać wyższe stopy zwrotu, niż z giełd krajów wysoko rozwiniętych). Kraj rozwinięty – charakteryzuje się wysokim poziomem rozwoju społeczno-gospodarczego, wysokim poziomem uprzemysłowienia i stopą życia mieszkańców.

Wschodzący	“Early starter” Średnia asymetria pomiędzy krajami (np. migracje Chińczyków i Hindusów do Afryki), tzw. „less poor-to-poor”	Emerging market Mała asymetria pomiędzy krajami (np. migracje Chińczyków do Brazylii), „less poor-to-less poor”	„Classic diaspora entrepreneurship” Średnia asymetria pomiędzy krajami, „less poor-to-rich”
Rozwinięty	“Colonial style” Duża asymetria pomiędzy krajami (np. migracje Niemców do Senegalu), tzw. „rich-to-poor”	“Pioneer style” Średnia asymetria pomiędzy krajami, „rich-to-less poor”	Developed market diaspora (przedsiębiorczość elit) Mała asymetria pomiędzy krajami (np. Amerykanie migrujący do Finlandii), „rich-to-rich”

DE – diaspora entrepreneurship

Źródło: (Elo, 2016), s. 124.

Maria Elo (2016) w swoich badaniach zwróciła uwagę, że migracje, a więc także tworzenie podmiotów gospodarczych przez cudzoziemców, nie odbywa się tylko na skutek migracji z krajów niżej rozwiniętych do wyżej rozwiniętych, ale przybiera także formy pośrednie, które wymagają dostrzeżenia i nieco innego podejścia badawczego.

W literaturze podkreśla się specyfikę działalności gospodarczych prowadzonych przez imigrantów, wynikającą m.in. z przenoszenia do kraju przyjmującego unikalnych kompetencji, rozwój relacji społecznych, pobudzenie wymiany gospodarczej, a także aktywizację branż oraz terenów nieatrakcyjnych dla rodzimych przedsiębiorców (Glinka, 2018).

Jednym z przejawów przedsiębiorczości jest tzw. samozatrudnienie (*self-employment*), czyli prowadzenie jednoosobowej działalności gospodarczej. Oznacza taki rodzaj aktywności, w którym osoba prowadząca firmę ponosi wszelkie związane z nią ryzyko (Szanciło, 2005). W krajach OECD rośnie liczba samozatrudnionych m.in. z powodu rosnącego outsourcingu (Singer, Amorós, & Moska, 2015). Według definicji OECD samozatrudnioną jest osoba pracująca na własny rachunek, bez względu na to, czy zatrudnia pracowników, czy też nie (OECD, Glossary). Należy jednak zauważyć istnienie szczególnych przypadków, do których należy zjawisko wymuszonego zakładania jednoosobowej firmy (tzw. pozorne samozatrudnienie, wymuszone samozatrudnienie). Pojawia się wtedy, kiedy pracownik, aby móc pracować nakłaniany jest do zakładania firmy i świadczy pracę jako podwykonawca (Jasińska-Biliczak, 2015).

Samozatrudnienie polega na tym, że osoba prowadząca własną, jednoosobową firmę spełnia jednocześnie następujące warunki: odpowiada wobec

osób trzecich za rezultat pracy; samodzielnie wykonuje zleczone czynności, a zleceniodawca nie nadzoruje bezpośrednio tego procesu; nie jest ograniczona ani miejscem ani czasem wykonywania czynności; zleczone prace wiążą się z ryzykiem finansowym wykonawcy. Istotny wpływ na podjęcie decyzji przez migranta o założeniu działalności gospodarczej mają trzy czynniki: kapitał ekonomiczny (m.in. posiadanie kapitału możliwego do zainwestowania, posiadanie doświadczenia w prowadzeniu firmy w kraju pochodzenia), kapitał kulturowy (m.in. dwujęzyczność, znajomość rynku kraju przyjmującego) oraz kapitał społeczny (m.in. posiadanie sieci kontaktów, znajomych, rodziny w kraju imigracji) (Zapata-Barrero & Rezaei, 2019).

Samozatrudnienie bywa strategią obieraną przez imigrantów, aby utrzymać się na rynku pracy. Ze względu na brak innych możliwości migranci często „zmuszani są” do zakładania firm, bo to dla nich jedyna możliwość zarobkowania (Ellis & Pecotich, 2001). Taka forma aktywności zawodowej postrzegana jest jako dająca możliwość lepszej integracji ze społeczeństwem państwa przyjmującego, chociaż nie zawsze, jak pokazuje przykład społeczności tureckiej w Niemczech posiadanie własnego biznesu jest w tym zakresie wystarczające (Pécoud, 2003). Z drugiej strony są też przykłady wykorzystywania przez migrantów kapitału społecznego i umiejętności do tworzenia firm, a przez to stymulowanie swojego rozwoju (Mullings, 2011).

1.2. Przedsiębiorczość imigrantów na świecie w świetle danych statystycznych

Przedsiębiorczość imigrantów jest ważnym zjawiskiem społeczno-ekonomicznym i stała się celem zainteresowania zarówno badaczy migracji, jak i osób odpowiedzialnych za kreowanie polityk rozwoju (Collins, 2003b; van Delft, Gorter & Nijkamp, 2000; Kloosterman & Rath, 2003). Na przykład w Stanach Zjednoczonych obcokrajowcy byli założycielami 25% przedsiębiorstw w branży nowych technologii, które uzyskały wyniki sprzedaży przekraczające 1 milion dolarów (Wadhwa, Saxenian, Rissing & Gereffi, 2007). W 2019 r. przedsiębiorstwa założone przez imigrantów lub ich dzieci stanowiły ponad 44% firm uwzględnionych w rankingu Fortune 500 (New American Economy, 2019).

Przedsiębiorców imigrantów definiuje się jako osoby, które przybyły do kraju imigracji i otworzyły działalność gospodarczą (Chaganti & Greene, 2002). Zjawisko to występuje głównie w krajach wysoko rozwiniętych (Kloosterman & Rath, 2003), przyciągających przedstawicieli ubogich narodów z Afryki, Ameryki Południowej czy Azji, skuszonych wizją lepszego życia. Podjęcie własnej działalności gospodarczej, jest jedną z form umożliwiających

cudzoziemcom przezwyciężenie przeszkód na rynku pracy państwa przyjmującego (Waldinger, Aldrich, & Ward, 1990). Bywa, że otwarcie własnej firmy jest w przypadku cudzoziemca wymuszone, bo to jedyny sposób na zarabianie i możliwość pozostania w kraju imigracji (Chrysostome, 2010). Stawianie się przedsiębiorcą jest zwykle procesem (Shane, 2000), wypadkową wykorzystania różnych źródeł: informacji, sieci i technologii (Aliaga-Isla & Rialp, 2013).

Większą skłonność do uruchomienia biznesu w kraju przyjmującym mają Azjaci, a w mniejszym stopniu imigranci z Ameryki Łacińskiej czy Afryki (Cieślak, 2014). Zazwyczaj firmy zakładane przez migrantów upadają częściej niż te zakładane przez obywateli danego kraju, co wiąże się m.in. z ograniczonym dostępem do kredytów (Fraser, 2007), niewystarczającymi kwalifikacjami czy niedopasowaniem się do potrzeb rynku w nowym kraju. Funkcjonowanie przedsiębiorców migrantów wiąże się z dodatkowymi wyzwaniem takimi jak: bariera językowa, zrozumienie otoczenia prawnego-instytucjonalnego i potrzeb konsumenta w kraju docelowym, utrudniony dostęp do kapitału, trudniejsza sytuacja na rynku oraz istnienie konkurencji (Glover & Sim, 2002; Volery, 2007). Imigranci samozatrudnieni są wyjątkowo wartościową grupą napływową z punktu widzenia państwa przyjmującego, ponieważ są aktywni zawodowo i nie stanowią obciążenia dla systemu opieki społecznej, ponadto mogą tworzyć nowe miejsca pracy, ich aktywność ma też potencjał innowacyjny (Andrejuk, 2016). Rozwój przedsiębiorczości migrantów wpływa także na rozwój ekonomiczny kraju przyjmującego (Kushnirovich, 2015). Przedsiębiorstwa założone przez migrantów w Wielkiej Brytanii zatrudniają 1,16 mln osób, to 14% wszystkich zatrudnionych (CFE, 2014).

Ekonomiści badający wpływ imigracji na gospodarkę dostrzegają przede wszystkim pozytywny wpływ obcokrajowców na rozwój społeczno-ekonomiczny kraju przyjmującego. Zagadnienie uznano za na tyle istotne, że powołano platformę Migrant Entrepreneurs International, której celem jest kojarzenie przedsiębiorców – migrantów oraz promocja ich roli w światowej ekonomii i rozwoju społecznym³. Coleman (1992) zauważył, że zapotrzebowanie na imigrantów w krajach rozwiniętych w kontekście starzejącego się społeczeństwa wynika zwykle z: konieczności opieki nad osobami starszymi, niedopasowań strukturalnych pomiędzy popytem a podażą pracy oraz z potrzeby odmłodzenia zasobów pracy. Obecnie w Europie za kluczowy czynnik stymulujący imigrację zarobkową uznaje się niezaspokojony popyt na pracowników fizycznych (przemysł, rolnictwo) oraz rosnące zapotrzebowanie na pracowników w sektorze usług domowych oraz opieki (Münz, Straubhaar, Vadean & Vadean, 2007; Sassen, 1988). Szczególnie ten ostatni segment tj. opieka nad osobami

³Więcej na ten temat: <https://migrantentrepreneurs.net> [25.09.2019].

starszymi zyskuje na znaczeniu (Fujisawa & Colombo, 2009; Walsh & O’Shea, 2010; Ambrosini, 2016; Karl & Torres, 2015). Jednak, co warto zauważyć, imigranci godzą się na pracę w mniej atrakcyjnych branżach (zawodach) tylko wtedy, gdy są pracownikami-gośćmi. Kiedy decydują się osiąść na stałe w kraju migracji zmieniają się ich aspiracje (Zimmermann 1994: 257). Jednym z efektów tych zmian jest chęć poprawy swojego statusu na rynku pracy – przejście z bycia pracownikiem, na stanie się pracodawcą. Doświadczenia amerykańskie pokazują, że obecność wysoko wykwalifikowanych imigrantów podnosi poziom przedsiębiorczości (Hunt & Gauthier-Loiselle, 2010). Z drugiej jednak strony, przedsiębiorcy – migranci kojarzeni są z koncentracją w branżach mniej atrakcyjnych, pracochłonnych, np. handel, gastronomia, hotelarstwo. Badania pokazują, że im bardziej rozwinięta gospodarka, tym większy udział samozatrudnionych imigrantów w sektorach tradycyjnych (Hermes & Leicht, 2010).

Przedsiębiorczość imigrantów jest jedną z istotniejszych kwestii w wielu krajach, która poddawana jest nie tylko analizom, ale również wsparciu. W raportach OECD podkreśla się, że imigranci przyczyniają się do rozwoju gospodarek krajów przyjmujących, będąc nie tylko pracownikami, ale także stając się przedsiębiorcami i kreując miejsca pracy. Nie zawsze działają w niszach etnicznych, ale w wielu branżach, w tym także w obszarach wymagających innowacyjności.

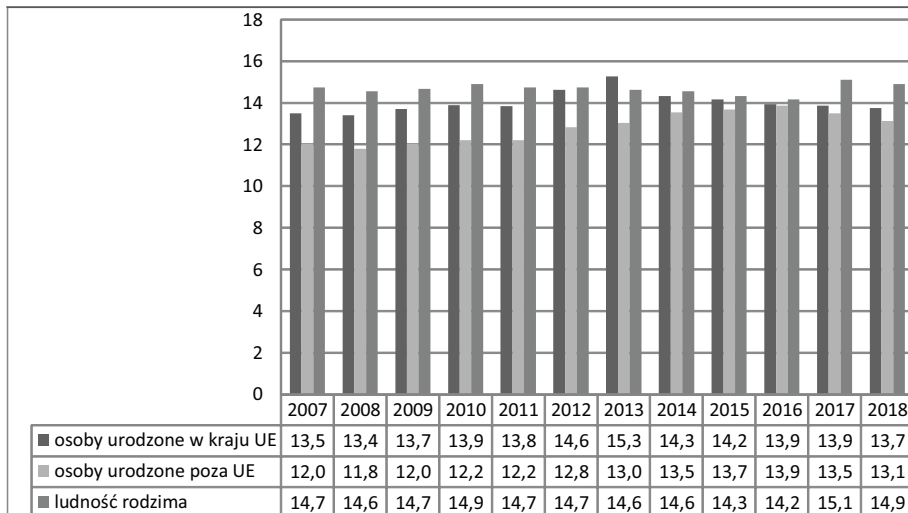
Z raportu OECD wynika, że w krajach Unii Europejskiej udział samozatrudnionych wśród imigrantów w 2018 r. wyniósł 13% i był nieco niższy niż udział samozatrudnionych w grupie ludności rodzimej wynoszący 14,9% (OECD/EU 2019) – szczegóły wykres 1.1.

Najwyższy wskaźnik samozatrudnienia osób urodzonych poza UE w 2018 r. odnotowano w Czechach (35%), a następnie w Polsce (19%), na Węgrzech, w Wielkiej Brytanii (po 17%) i Holandii (16%) (Eurostat 2019). Bywa, że samozatrudnienie jest wymuszone trudnością w znalezieniu zatrudnienia lub możliwością podjęcia pracy jedynie w branżach nieatrakcyjnych z punktu widzenia migranta, o niesatysfakcjonujących zarobkach (Andersson & Wadensjö, 2004; Collins & Low, 2010).

Większą skłonność imigrantów niż rodzimych pracowników do zakładania działalności gospodarczej pokazują badania australijskie. Dla przykładu społeczność koreańska w tym kraju ma dwa razy wyższy wskaźnik przedsiębiorczości niż ludność australijska. Z reguły Koreańczycy są właścicielami małych i średnich przedsiębiorstw (Collins & Low, 2010). Mają swój udział we wzroście gospodarczym, kreowaniu miejsc pracy, a także w tworzeniu innowacji. Z badań wynika, że niektóre grupy migrantów tworzą wyjątkową subgroupę, która zachęca wręcz swoich członków i wspiera ich w tworzeniu działalno-

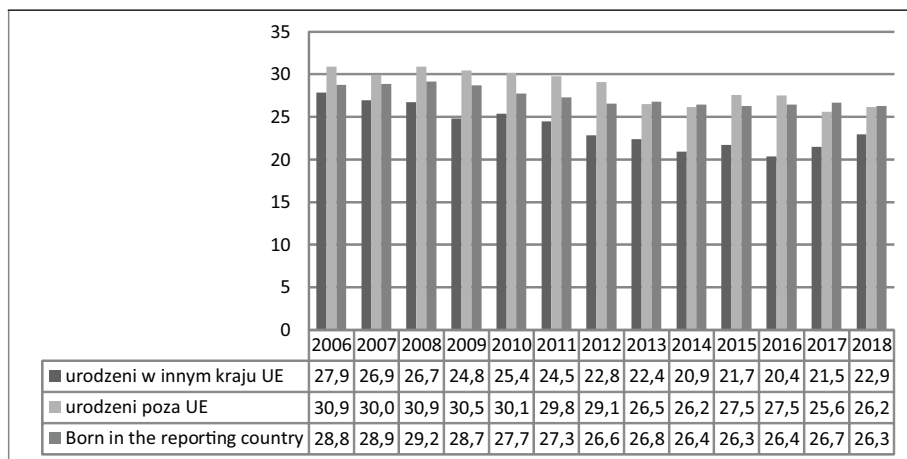
ści gospodarczych (Jenssen & Kristiansen, 2004). Przy czym występują w tym zakresie różnice pomiędzy migrantami pochodzącymi z odmiennych krajów (Light & Gold, 2000).

Wykres 1.1. Udział samozatrudnionych w Unii Europejskiej w latach 2007–2018



Źródło: www.eurostat.ec.europa.eu

Wykres 1.2. Samozatrudnieni migranci oraz przedsiębiorcy niemigranci posiadający pracowników



Źródło: <https://www.oecd-ilibrary.org>

Średnio w krajach UE 28% samozatrudnionych tworzy także miejsca pracy dla innych osób, bo zatrudnia pracowników. W 2018 r. osoby, które urodziły

się poza Unią Europejską były bardziej skłonne do zatrudniania pracowników (26,2%) niż urodzone na terenie UE (22,9%). Więcej informacji zestawiono na wykresie 1.2.

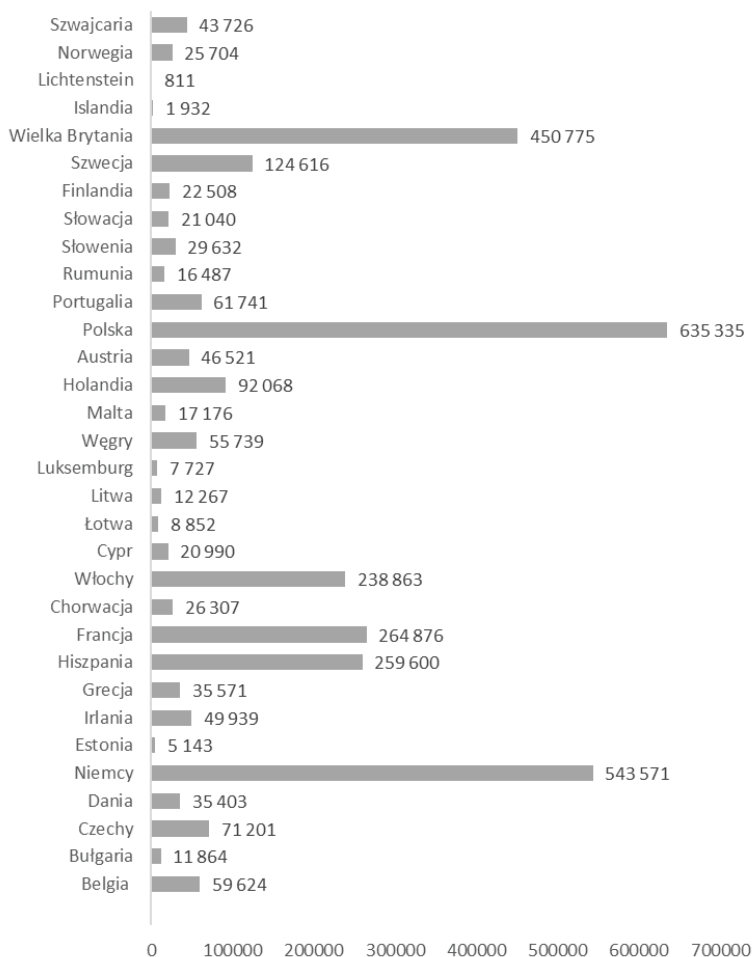
1.3. Napływ imigrantów do Polski a potencjał rozwoju przedsiębiorczości

Polska od kilku lat zajmowała w Unii Europejskiej drugie miejsce (po Wielkiej Brytanii) pod względem liczby zezwoleń pobytowych dla cudzoziemców wydanych po raz pierwszy (UdSC). W 2018 r., według danych Eurostatu w naszym kraju wydano najwięcej pierwszych zezwoleń na pobyt obywatelom państw trzecich. Stanowiły około 20% zezwoleń. To więcej niż w Niemczech (17%) i Wielkiej Brytanii (14%) – szczegóły zaprezentowano na wykresie 1.3. Dane te mogą świadczyć o zmianach zachodzących na migracyjnej mapie Europy i rosnącym znaczeniu Polski jako kraju docelowego.

Wprawdzie tylko dla nielicznej grupy migrantów stanie się przedsiębiorcą w kraju docelowym jest głównym motywem podjęcia decyzji o migracji. Dla większości powody wyjazdu są zupełnie inne: podjęcie pracy dającej wyższe wynagrodzenia niż w kraju pochodzenia, stabilizacja, podjęcie nauki itp. Migranci to osoby skłonne do podejmowania ryzyka, które to jest nieodzowną częścią prowadzenia działalności gospodarczej (Neville, Orser, Riding & Jung, 2014). Można sądzić, że ktoś, kto podjął ryzyko migracji, będzie bardziej skłonny do podjęcia ryzyka związanego z otwarciem własnej firmy (Hart, 2009). Imigranci stanowią więc pewien potencjał dla rozwoju przedsiębiorczości, a wzrost ich liczby może w dłuższej perspektywie przyczynić się do wzrostu liczby przedsiębiorstw prowadzonych przez migrantów.

W przypadku Polski najczęstszym powodem wydania zezwoleń na pobyt było podjęcie pracy. Zdecydowana większość dokumentów przeznaczona była dla obywateli Ukrainy. Jak wynika z danych statystycznych, w Unii Europejskiej to właśnie Polska jest dla Ukraińców głównym kierunkiem migracji. W 2017 r. blisko 80% Ukraińców, którym wydano zezwolenia pobytowe, przebywało w Polsce (People on the move..., 2019). Imigracja do Polski, w przypadku osób pochodzących z Ukrainy, motywowana jest głównie chęcią podjęcia zatrudnienia i uzyskania wyższego niż w kraju pochodzenia wynagrodzenia i ma charakter czasowy (Górny & Kindler, 2016).

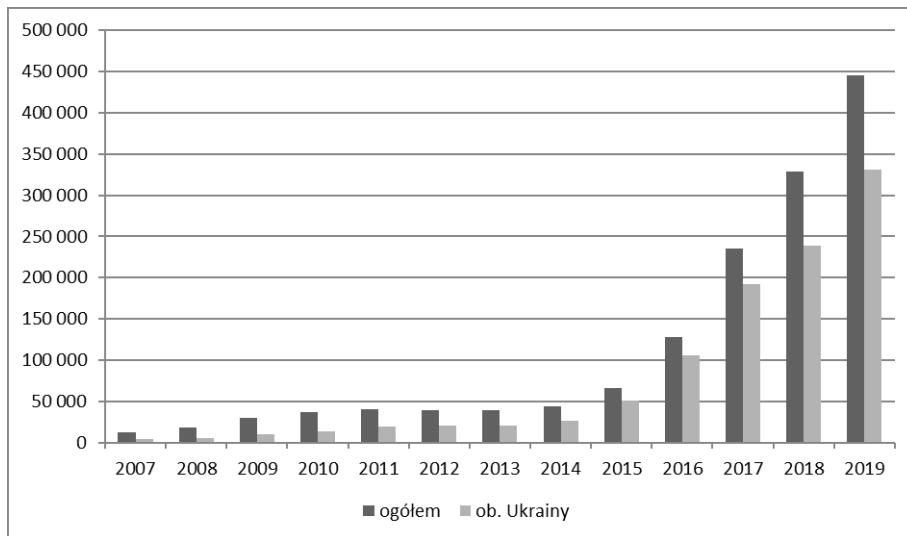
Imigracja zagraniczna do Polski od kilku lat istotnie zyskuje na znaczeniu (szczegóły wykres 1.4), a pracownicy – cudzoziemcy, pochodzący przede wszystkim z Ukrainy są coraz bardziej widoczni na polskim rynku pracy.

Wykres 1.3. Zezwolenia na pobyt dla cudzoziemców wydane po raz pierwszy w 2018 r.

Źródło: Eurostat. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/tps00170>

W 2007 r. wydano w Polsce nieco ponad 12 tys. zezwoleń na pracę. W kolejnych analizowanych latach notowano systematyczny wzrost liczby wydawanych dokumentów. Najbardziej dynamiczne zmiany odnotowano w latach 2015–2017. W roku 2017 wydano blisko 236 tys. zezwoleń, czyli niemal dwadzieścia razy więcej niż jeszcze 10 lat wcześniej. W 2018 r. odnotowano dalszy wzrost liczby wydawanych zezwoleń, bo ich liczba wyniosła ponad 328 tys., a w 2019 r. było ich już ponad 440 tys. Zdecydowana większość dokumentów przeznaczona była dla obywateli Ukrainy.

Wykres 1.4. Zezwolenia na pracę wydane w Polsce w latach 2007–2019 z uwzględnieniem dokumentów przeznaczonych dla obywateli Ukrainy



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych MRPiPS <http://psz.praca.gov.pl/rynek-pracy/statystyki-i-analizy/zatrudnianie-cudzoziemcow-w-polsce> (16.03.2020)

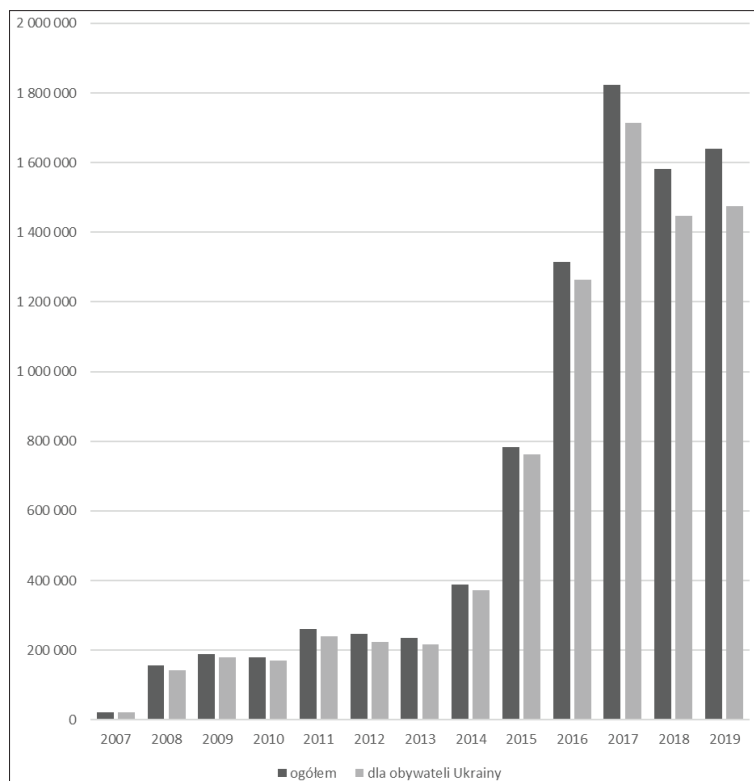
Jeszcze bardziej zauważalne wzrosty w liczbie wydawanych dokumentów dla pracowników obcokrajowców obserwowano w zakresie rejestrowania oświadczeń o zamiarze powierzenia wykonywania pracy cudzoziemcowi. W roku 2007 zarejestrowano blisko 22 tys. oświadczeń, natomiast w 2019 r. ponad 1,6 mln (zob. wykres 1.5). Podobnie jak w przypadku zezwoleń na pracę, także oświadczenia w zdecydowanej większości przeznaczone były dla obywateli Ukrainy.

Dokonując przeglądu statystyk odnoszących się do napływu do Polski cudzoziemców warto także podkreślić, że wzrasta liczba zagranicznych studentów na polskich uczelniach. Chociaż stanowią nieco ponad 5% wszystkich studiujących, to odsetek ten jest wyższy niż kilka lat temu, kiedy było to np. w roku akademickim 2005/2006 zaledwie 0,5 % wszystkich studentów.

Na wykresie 1.5. zestawiono zmiany w zakresie liczby studentów zagranicznych w Polsce w latach 2004–2019. Chociaż napływ obcokrajowców podejmujących naukę na polskich uczelniach nie ma charakteru masowego, to rosnąca liczba studentów i absolwentów mogących potencjalnie stać się przedsiębiorcami. Biorąc pod uwagę doświadczenia krajów uchodzących za migracyjne (Wielka Brytania, Niemcy, Stany Zjednoczone, Australia) studenci mogą być istotnym potencjałem, jeśli chodzi o zakładanie działalności gospodarczej. Możliwość zarobkowania jest szczególnie istotna dla studentów migrujących

z państw rozwijających się do rozwiniętych (Caruso & De Wit, 2015; Wei, 2013; Abuosi & Abor, 2015), w przypadku Polski dotyczy głównie studiujących z tzw. państw trzecich, głównie z Ukrainy, którzy obecnie stanowią ponad połowę przybywających na polskie uczelnie.

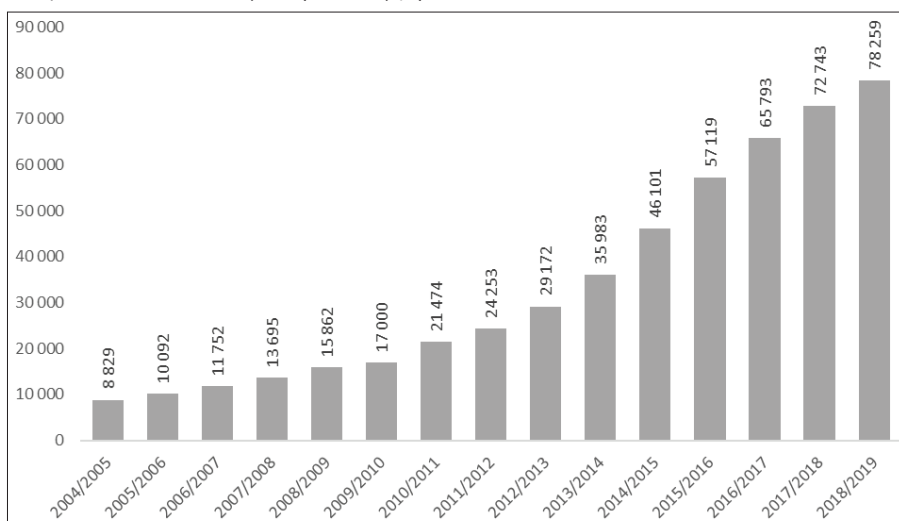
Wykres 1.5. Oświadczenia o powiedzeniu pracy cudzoziemcowi wydane w Polsce w latach 2007–2019



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych MRPiPS <http://psz.praca.gov.pl/rynek-pracy/statystyki-i-analazy/zatrudnianie-cudzoziemcow-w-polsce> (28.10.2019)

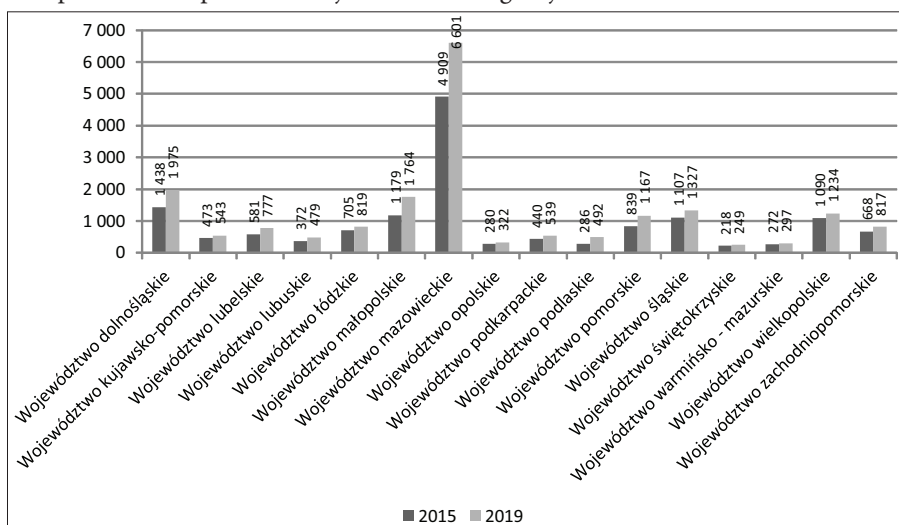
W Polsce zwiększa się grupa cudzoziemców prowadzących działalność gospodarczą, chociaż zjawisko to nie ma charakteru masowego. Dane statystyczne pokazują wzrost liczby przedsiębiorstw prowadzonych przez cudzoziemców. Dotyczy to zarówno danych gromadzonych przez Zakład Ubezpieczeń Społecznych (zestawionych na wykresie 1.6), jak również danych, które można pozyskać z Centralnej Ewidencji Informacji o Działalności Gospodarczej (szerzej zagadnienie dostępności danych i możliwości ich wykorzystania do badań omówiono w rozdziale czwartym).

Wykres 1.6. Obcokrajowcy studiujący na uczelniach w Polsce w latach 2004–2019



Źródło: opracowanie „Szkoły wyższe i ich finanse” z lat 2004–2019, Główny Urząd Statystyczny, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/edukacja/> data dostępu [10.03.2020].

Wykres 1.7. Liczba cudzoziemców odprowadzających składki na ZUS z tytułu prowadzenia pozarolniczej działalności wg województw w roku 2015 i 2019



Źródło: oprac. na podstawie danych ZUS, Departament Statystyki i Prognoz Aktuarialnych.

W latach 2015–2019 widać wzrost w liczbie cudzoziemców zgłoszonych do ubezpieczenia społecznego z tytułu prowadzenia pozarolniczej działalności (łącznie z osobami współpracującymi). Ogółem w Polsce na 2015 r. liczy-

ba ta wyniosła 14 924 osób, a w 2019 r. – 19 402. Najwięcej cudzoziemców prowadzących działalność gospodarczą i odprowadzających składki na ZUS zarejestrowanych było w województwie mazowieckim (6 601), a także w województwach: dolnośląskim (1 975) i małopolskim (1 764). Największy wzrost liczby ubezpieczonych w 2019 r. w stosunku do 2015 r. odnotowano w województwach: małopolskim (49,62%), mazowieckim (34,47%) oraz pomorskim (39,09%).

Wspieranie przedsiębiorczości imigrantów wydaje się być tym bardziej potrzebne, że nawet w gospodarkach opartych na innowacjach zaledwie 1–2% siły roboczej decyduje się w ciągu roku na otwarcie własnej firmy (Kritikos, 2014). Imigranci mają świeże spojrzenie na gospodarkę kraju przyjmującego, co sprzyja dostrzeganiu okazji przedsiębiorczych. Z badań przeprowadzonych w Londynie wynika, że różnorodność, rozumiana jako obecność cudzoziemców w przedsiębiorstwach wpływa korzystnie na ich innowacyjność oraz zwiększa dostępność do różnych rynków zbytu (Lee & Nathan, 2010). Różnorodność wspiera międzynarodową wymianę wiedzy, a kluczową rolę w tym procesie mogą odegrać przedsiębiorcy etniczni (Kerr, 2008; Saxenian, 2007). Gordon, Travers i Whitehead (2007) zwracają uwagę, że migranci zakładający firmy to często osoby bardziej utalentowane i ambitne niż przeciętny pracownik, ponieważ chcą zacząć nowe życie w innym kraju. Jednakże dostrzegają także, że cudzoziemiec może być „zmuszony” do założenia firmy, ponieważ nie ma innych możliwości zarobkowania. Richard Florida (2002) twierdzi wręcz, że innowacyjni, wykwalifikowani pracownicy mogą w największym stopniu skorzystać z gospodarki opartej na kreatywności. Z kolei w Niemczech dostrzeżono pozytywną relację pomiędzy różnorodnością wysoko wykwalifikowanych pracowników, a rozwojem innowacji na poziomie regionów (Niebuhr, 2006).

Rozdział 2. Wybrane zagadnienia badań nad przedsiębiorczością imigrantów

2.1. Rozwój badań nad przedsiębiorczością imigrantów w Europie Środkowo-Wschodniej

Przedsiębiorczość migrantów jest przedmiotem wielu badań i analiz, ponieważ dostrzeżono, że jest to zagadnienie istotne z punktu widzenia rozwoju regionów oraz państw. Zjawisko to badano w krajach rozwiniętych, ale także uchodzących za rozwijające się. W tym drugim przypadku zauważono, że wysiłki włożone w przyciągnięcie imigrantów, którzy skłonni byłiby zakładać działalność gospodarczą są istotne nie tylko z perspektywy krajów wysoko rozwiniętych (Lofstrom, 2014), ale także dla tych, w których imigranci nie są w ujęciu liczb bezwzględnych licznie obecni. To pokazuje, że przedsiębiorczość imigrantów może być ciekawa z gospodarczego punktu widzenia, nawet wtedy, gdy nie ma charakteru masowego.

Większość analiz literaturowych skupia się na podziale geograficznym i wskazywane są regiony, w których zagadnienie przedsiębiorczości migrantów było rozwijane (Aliaga-Isla & Rialp, 2012). W oparciu o analizę literatury można wskazać trzy regiony, w których najczęściej badano migrantów – przedsiębiorców: Amerykę Północną, Europę oraz Australię. W Europie zjawisko przedsiębiorczości migrantów było badane głównie w Niemczech i Holandii, a także w Hiszpanii, Wielkiej Brytanii i krajach Skandynawskich. Koncentrowało się więc w państwach wysoko rozwiniętych.

W krajach Europy Środkowo-Wschodniej przedsiębiorczość imigrantów jest zjawiskiem stosunkowo nowym w rzeczywistości społeczno-gospodarczej. Zaczęło pojawiać się dopiero po transformacji politycznej (Uherek & Beranská, 2015), a przedmiotem badań naukowych jest od niedawna, bo około trzech dekad. Dlatego badania naukowe odnoszące się do migrantów – przedsiębiorców rozwijających swoje działalności gospodarcze w krajach Europy Środkowo-Wschodniej są, w porównaniu z literaturą badaczy z krajów Europy Zachodniej, Ameryki Północnej czy Australii, dość skromne.

Dotychczas zrealizowane badania w krajach Europy Środkowo-Wschodniej dotyczyły m.in. przedsiębiorczości rozwijanej przez migrantów pochodzących z Azji. Analiza dotyczyła m.in. Chińczyków w Rosji, na Węgrzech

oraz w Czechach, którzy w większości funkcjonowali na rynku pracy jako samozatrudnieni, a działalność gospodarczą na początku lat 90. rozpoczęli od handlu na bazarach (Milutinovic, 2017; Nyíri, 2003; Tung, Chung, Wong & Primecz, 2011). Badania zrealizowane na Słowacji dotyczyły bezpośredniego funkcjonowania przedsiębiorstw imigrantów. Dostrzeżono, że Wietnamczycy wykorzystują swój kapitał społeczny, sieci etniczne i solidarność grupy, aby rozwinąć działalność gospodarczą w zidentyfikowanej luce rynkowej (najczęściej jest to handel odzieżą). W oparciu o badania ustalono, że większość Wietnamczyków prowadzących biznesy (najczęściej sklepy) to mężczyźni, którzy zatrudniali słowackie kobiety w charakterze sprzedawczyń ze względu na ich umiejętności językowe, ale także stanowiły one rodzaj „społecznego bufora” zabezpieczającego cudzoziemców przed zbyt natrętnymi kontrolami służb (np. policji) (Williams & Baláž, 2005). Zdecydowanie mniej uwagi w literaturze poświęcono rozwojowi przedsiębiorczości np. wśród migrantów z Ukrainy czy innych krajów byłego bloku postsowieckiego, którzy są coraz liczniej obecni w strumieniu migracyjnym w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. W Czechach badano m.in. wykorzystanie kapitału społecznego przez migrantów z Ukrainy zakładających działalność gospodarczą. Co ciekawe, pokazały one niechęć respondentów do współpracy z innymi Ukraińcami oraz z obywatelami innych krajów postsowieckich, co pokazało bardzo mały stopień zaufania wynikający najprawdopodobniej z zaszłości historycznych i naleciałości wyniesionych z funkcjonowania w byłym ZSRR (Kovály & Čermáková, 2016).

W Polsce pionierskie badania nad aktywnością gospodarczą imigrantów objęły Ukraińców i Wietnamczyków, a realizowane były w Ośrodku Badań nad Migracjami Uniwersytetu Warszawskiego (Fihel, Górny & Kaczmarczyk, 2008). Badania imigrantów – przedsiębiorców pochodzących z Azji, głównie z Wietnamu były kontynuowane przez naukowców z Uniwersytetu Warszawskiego z Wydziału Zarządzania (Brzozowska 2012, Brzozowska & Majczyk, 2015; Brzozowska & Postuła, 2014) oraz z Polskiej Akademii Nauk (Andrejuk, 2016). Wietnamczycy, to jedna z nielicznych grup migrantów w Polsce, w której możliwa jest realizacja badań w pierwszym i drugim pokoleniu. Analizy dotyczyły m.in. wpływu kultury na przedsiębiorczość Wietnamczyków wraz z jej konsekwencjami dla strategii prowadzenia biznesu (Brzozowska, 2015). Miały one charakter nie tylko utylitarny, ale poszerzyły wiedzę teoretyczną w zakresie przedsiębiorczości migrantów (Glinka & Brzozowska, 2015; Glinka 2018).

Analizy objęły także inne grupy cudzoziemców prowadzących działalność gospodarczą w Polsce m.in. Hindusów (Nestorowicz, 2013; Andrejuk & Oleksiyenko, 2018). Szerszym badaniom poddano przedsiębiorców z Ukrainy (Andrejuk, 2017a, 2019) oraz przedsiębiorców pochodzących z krajów Unii

Europejskiej (Andrejuk, 2017b). Zakładanie firm przez cudzoziemców analizowane było z różnych perspektyw m.in. na ile założenie firmy jest podyktowane dążeniem migranta do bycia samodzielnym, a na ile zostało „wymuszone” przez rynek pracy (Bloch & Rydzewski, 2015). W badaniach analizowano także sytuację imigrantek prowadzących działalność gospodarczą (Andrejuk, 2015, 2018).

Badania nad przedsiębiorczością migrantów rozwijane są także przez badaczy z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Dotychczas zrealizowane dotyczyły m.in. aspektów związanych z integracją i adaptacją ekonomiczną migrantów realizowaną m.in. poprzez stawianie się przedsiębiorcą (Brzozowski & Pędziwiatr, 2014; Brzozowski & Pędziwiatr, 2015; Brzozowski, 2017; Brzozowski, 2019a).

Przedsiębiorczość imigrantów w Polsce była także obecna w ekspertyzach Instytutu Spraw Publicznych (Czerniejewska 2014).

2.2. Wybrane zagadnienia z zakresu badań nad przedsiębiorczością imigrantów

Przedsiębiorczość migrantów stała się tematem badań różnych dyscyplin naukowych na całym świecie (Aliaga-Isla & Rialp, 2013) oraz różnych ujęć teoretycznych (Ilhan-Nas et al., 2011). Analizy przedsiębiorczości migrantów są interdyscyplinarnym polem badawczym w ramach studiów migracyjnych, obejmujących – choćby na przykładzie Polski – takie dyscypliny jak ekonomia i finanse, nauki o zarządzaniu i jakości czy nauki socjologiczne. W nurcie badań nad przedsiębiorczością migrantów można wskazać kilka obszarów tematycznych. W rozdziale omówiono wybrane zagadnienia, które były najczęściej poruszane przez badaczy. Wybrane zostały w sposób subiektywny i zapewne nie wyczerpują wszystkich tematów analizowanych przez badaczy odnoszących się do przedsiębiorczości migrantów. Chodzi przede wszystkim o uchwycenie pewnych trendów, najczęściej pojawiających się wątków, które stały się przedmiotem badań na świecie. Odstąpiono więc od analizy literatury uwzględniającej perspektywę geograficzną (kraj, kontynent, w którym realizowano badanie), teoretyczną oraz metodologiczną (ostatnia omówiona została w rozdziale 3).

Słowność do zakładania firmy w zależności od kraju pochodzenia imigranta

Badania na ten temat prowadzono m.in. w Stanach Zjednoczonych. Analizy obejmowały m.in. rozwój firm prowadzonych przez migrantów w zależności od ich krajów pochodzenia, a badania koncentrowały się wokół społeczności hiszpańskiej, chińskiej, koreańskiej, filipińskiej oraz meksykańskiej (Kim &

Hurh, 1985; Rajjman & Tienda, 2000). Dotyczyły m.in. wysoko wykwalifikowanych migrantów tworzących firmy w Dolinie Krzemowej (Saxenian, 2002). W Nowej Zelandii porównywano poziom przedsiębiorczości wśród imigrantów z Holandii, Chin, Indii i krajów Pacyfiku. Wskazano czynniki charakterystyczne dla każdej z tych grup w formowaniu biznesu (de Vries, Hamilton & Voges, 2015). Badania pokazały także, że są pewne grupy migrantów, dla których prowadzenie własnej firmy to ostateczność i bardzo niechętnie decydują się na założenie działalności gospodarczej. Dotyczyło to np. Haitańczyków w Montrealu. Wprawdzie pochodzenie samo w sobie jest niewystarczającą zmienną wyjaśniającą, ale dla niektórych grup zachowania przedsiębiorcze są bardziej pożądane kulturowo (Dana, 1993). Za taką grupę uchodzą imigranci z Azji, wśród których udział samozatrudnionych jest najwyższy w wielu krajach m.in. w Kanadzie (Hiebert, 2003), w Stanach Zjednoczonych (Camarota, 2000), w Wielkiej Brytanii (Barrett, Jones, McEvoy & McGoldrick, 2002) oraz w Australii (Collins, 2002).

W badaniach zrealizowanych w Niemczech ustalono, że kraj pochodzenia migranta może mieć wpływ na podejmowanie decyzji co do branży, w jakiej działa firma. Grecy i Włosi najczęściej podejmowali działalność w gastronomii, Polacy w branży budowlanej, a pozostali przedstawiciele krajów Europy Środkowo-Wschodniej w usługach (Leicht et al., 2012). Z kolei Chińczycy obecni byli głównie w gastronomii, a dotyczące ich badania obejmowały m.in. sposoby radzenia sobie w biznesie (Leung, 2003). Porównywano także strategie migrantów prowadzących własne biznesy na przykładzie Polaków i Turków w Berlinie (Miera, 2008) oraz Polaków i Rumunów w Niemczech (Szarucki, Brzozowski & Stankeviciene, 2016).

Badania przeprowadzone w Szwajcarii pokazały ponadprzeciętną obecność społeczności tureckiej wśród samozatrudnionych, podczas gdy udział samozatrudnionych w ogóle społeczeństwa spadał (Baycan-Levent & Kundak, 2009).

Czynniki wpływające na decyzje o uruchomieniu własnej firmy

Badania w odnoszące się do czynników wpływających na decyzje o uruchomieniu firmy dotyczyły m.in. przemian następujących w procesie przeobrażania się z pracownika w przedsiębiorcę (Rahman, 2018a; Wilpert, 2003). W badaniach nad migrantami z Bangladeszu w Korei zwracano uwagę, że są to zwykle tymczasowi migranci zarobkowi, którzy korzystając z okazji, jakie daje im rynek decydują się na założenie firmy (Fee & Rahman, 2014). Ponadto badano bariery i wyzwania w prowadzeniu biznesu przez imigrantów (Constant & Zimmermann, 2006; Teixeira, Lo & Truelove, 2007) oraz dowiedziono, że istnieją ograniczenia wynikające z niedopasowań kulturowych, braku doświadczenia oraz wiedzy (Shinnar & Young, 2008).

Z kolei badania zrealizowane przez Vandor i Franke (2016) pokazują, że doświadczenia międzykulturowe podnoszą zdolność do dostrzegania możliwości uruchomienia własnej firmy. Jedną z istotnych barier rozwoju przedsiębiorczości wśród migrantów jest utrudniony dostęp do kredytów (Leicht & Welter, 2009). Natomiast analizy przeprowadzone w Australii dotyczyły m.in. wpływu edukacji uzyskanej w kraju imigracji oraz posiadanego doświadczenia na rynku pracy na skłonność do uruchamiania własnego biznesu (Le, 2000).

Natomiast Light i Gold (2000) omawiając czynniki wpływające na podejmowanie decyzji o założeniu biznesu przez imigrantów wskazali, że jest to nierzadko jedyna możliwość przełamania barier na rynku pracy m.in. odejścia od niskopłatnej pracy, dyskryminacji na rynku pracy ze względu na pochodzenie, uniknięcia trudności z uznaniem kwalifikacji.

Długość pobytu w kraju imigracji a przedsiębiorczość migrantów

Badania przeprowadzone w Badenii-Wirtembergii pokazały m.in., że na uruchomienie własnej firmy decydują się najczęściej imigranci, którzy przebywają w Niemczech więcej niż 15 lat, a więc mają już wiedzę na temat koniecznych formalności (Leicht et al., 2012). Bycie migrantem w pierwszej lub drugiej generacji także może mieć wpływ na zachowanie przedsiębiorcze. Chodzi m.in. o przeżywalność firmy i jej pozycję na rynku. Z badań szwedzkich wynika, że firmy prowadzone przez drugie pokolenie migrantów mają wyższe zyski niż prowadzone przez ludność rodzimą (Efendic, Andersson & Wennberg, 2016). Z kolei badania prowadzone w Holandii przez Beckers'a i Blumberga (2013) pokazały, że długość pobytu może mieć znaczenie przy wyborze branży, w jakiej działa przedsiębiorca – imigrant. Migranci w drugiej generacji prowadzą działalność nie związaną tradycyjnie z przedsiębiorczością kojarzoną z migrantami, ale wchodzi w nowe obszary. Są obecni w sektorach postrzeganych jako niedostępne dla migrantów np. w branży informatycznej, handlu nieruchomościami, finansach czy ubezpieczeniach. Jednak nie zawsze długość pobytu w kraju imigracji ułatwia stawanie się przedsiębiorcą. Bywa, że migranci – ze względu na swoje pochodzenie – nie są w stanie rozwinąć biznesu i przez pokolenia prowadzą wyłącznie małe firmy. Pokazują to m.in. badania przeprowadzone wśród społeczności tureckiej (Eroglu, 2018), z których wynika, że pochodzenie przedsiębiorcy może utrudniać proces przeobrażeń w firmie – jej wzrost i modernizację. W kontekście długości pobytu migrantów warto także zauważyć wnioski płynące z badań zrealizowanych w Polsce, że coraz częściej cudzoziemcy przybywający do tego kraju decydują się na założenie własnej firmy będąc dopiero na początku pobytu w kraju imigracji (Brzozowski & Pędziwiatr, 2015). Bywa także, że długość pobytu nie przekłada się na sukces w biznesie. Badania przeprowadzone wśród przedstawicieli drugiej

i trzeciej generacji migrantów z Chin w Bangkoku pokazały, że ich pochodzenie nie miało znaczenia dla prowadzenia firmy (Koning & Verver, 2013).

Wykorzystanie sieci migracyjnych i diaspor w procesie tworzenia firm przez imigrantów

Diaspora rozumiana jest jako grupa etniczna żyjąca z dala od swojego kraju pochodzenia, ale utrzymująca kontakt z innymi członkami grupy etnicznej oraz z krajem pochodzenia (Cohen, 2004). Badanie diaspor, w kontekście przedsiębiorczości migrantów jest jednym z kluczowych obszarów. Liczne przykłady potwierdzają, że istnienie diaspor jest ważne w procesie zakładania, a następnie także rozwoju przedsiębiorstw prowadzonych przez migrantów, co potwierdzają badania przeprowadzone we Włoszech wśród przedsiębiorców – migrantów z Chin (Guercini, Milanese & Ottati, 2017). Badania potwierdziły istotność wykorzystania diaspor w prowadzeniu działalności gospodarczej, jak chociażby na przykładzie Chińczyków współpracujących z Singapurem, Tajwanem, Wietnamem i innymi kierunkami zamieszkałymi przez chińską diasporę (Min Zhou & Liu, 2014; Smart & Hsu, 2004). Diaspora okazała się być również istotna w rozwoju przedsiębiorczości imigrantów z Indii (Kapur, 2010). Badania objęły także wykorzystanie sieci marketingowych do tworzenia własnych biznesów na przykładzie społeczności chińskiej (Dai, Wang & Teo, 2011), wkładu imigrantów w tworzenie enklaw etnicznych (Chaganti et. al, 2008; Levie, 2007) oraz wykorzystania sieci, które umożliwiają migrantom ograniczenie ryzyka związanego z prowadzeniem własnego biznesu (Volery, 2007). Badania pokazały, że wielkość grupy etnicznej pozytywnie wpływa na rozwój przedsiębiorczości (Mora & Davila, 2005; Andrejuk, 2017a). Na przykładzie Kanady pokazano, że młode firmy imigrantów, które swoje towary eksportują mają lepsze wyniki niż młode przedsiębiorstwa prowadzone przez ludność rodzimą (niezależnie od tego czy zajmują się eksportem czy nie) (Neville et al., 2014). Może świadczyć o tym, że mają oni dostęp do międzynarodowych sieci, w tym sieci klientów (Crick & Jones, 2000), które sprawiają, że uzyskują przewagę nad nie-imigrantami. Diaspora, w szczególności przedsiębiorcy migranci, może mieć także wpływ na rozwój inwestycji w kraju pochodzenia, co potwierdzają badania przeprowadzone wśród migrantów z Bałkanów (Williams, 2018). Wzrost znaczenia diaspor we wspieraniu przedsiębiorczości migrantów sprawił, że badacze analizowali nie tylko firmy tworzone przez migrantów z krajów mniej zamożnych zakładane w państwach wyżej rozwiniętych, ale także dostrzegli migracje z krajów zamożnych do biedniejszych (*rich-to-poor diaspora*) (Harima, Elo & Freiling, 2016).

Badania potwierdzają także istotność istnienia sieci w rozwoju przedsiębiorczości migrantów (Rodgers, Verzhinina, Williams & Theodorakopoulos,

2019). Sieci nie są homogeniczne. Typ sieci i zakres jej wykorzystania zależy od charakteru aktywności biznesowej. Działalność prowadzona w wielu krajach wymaga raczej dobrych kontaktów o charakterze formalnym, natomiast, gdy przedsiębiorca koncentruje się na rynku kraju pochodzenia bardziej przydatne są długoletnie kontakty w kraju emigracji (Sommer & Gamper, 2018). Istotnym obszarem badań jest także transnarodowa przedsiębiorczość migrantów. Badania pokazały m.in. istotność instytucjonalnych i społeczno-gospodarczych cech kraju ojczystego migrantów w rozwoju firm transnarodowych (Brzozowski, Cucculelli, & Surdej, 2014).

Wpływ przedsiębiorców – migrantów na rynek pracy i tworzenie przez nich miejsc pracy

Imigranci samozatrudniając się (*self-employed*) lub stając się przedsiębiorcami (*immigrant entrepreneurs*) wchodzą w zupełnie inne role niż ci cudzoziemcy, którzy są wyłącznie pracownikami, dlatego analizowano ścieżki migrantów prowadzące ich do otwarcia działalności gospodarczej (Raijman & Tienda, 2000). Przedsiębiorcy imigranci kreują swoje własne miejsca pracy. Jeśli ich przedsiębiorstwa odnoszą sukces, tworzą miejsca zatrudnienia dla innych. Z tej możliwości korzystają przede wszystkim ich najbliżsi – rodzina i znajomi, którzy dzięki temu znajdują zatrudnienie (Walton-Roberts & Hiebert, 1997). Istotnym nurtem badań w obszarze wpływu firm migrantów na rynek pracy jest także perspektywa pracodawcy etnicznego i jego postrzeganie (ocena) pracowników pod kątem przydatności do pracy, cech osobowych oraz sieci społecznych (Bloch & McKay, 2015).

Z czasem przedsiębiorczość migrantów nie ogranicza się do prostych biznesów, jak np. prowadzenie sklepu z etniczną żywnością, restauracji, ale pozwala rozwijać działalność w innych sferach np. migranci tworzą swoje media (radio, gazety) (Lever & Milbourne, 2014) i stają się obecni w zupełnie nowych obszarach. Badania pokazują, że niektórzy przedsiębiorcy migranci łączą prowadzenie firmy z innym, dodatkowym źródłem zarobkowania stosując strategię tzw. „*patch-working*”. Służy to nie tyle przetrwaniu biznesu, co umożliwia jego rozwój, a także transformację (Villares-Varela, Ram & Jones, 2018).

Wykorzystanie kapitału społecznego, kulturowego w procesie tworzenia działalności gospodarczej, w tym działalności transnarodowej

Z reguły skłonność do zakładania działalności gospodarczej wśród imigrantów rośnie wraz ze wzrostem ich kapitału ludzkiego, finansowego i społecznego, ponieważ potrzebują oni doświadczenia, aby prowadzić biznes (Capparrós Ruiz, 2010). Jak dowiodły badania australijskie przeprowadzone wśród chińskich migrantów, to od ich zasobów kapitału społecznego zależało przejście ze sfery niskodochodowej działalności do modeli biznesowych przyno-

szących atrakcyjniejsze zyski (Wang & Warn, 2019). Niektóre grupy etniczne, w tym szczególnie Koreańczycy i Chińczycy, dzięki sieciom etnicznym mają łatwiejszy dostęp do finansowania, np. do nieformalnych kredytowych stowarzyszeń (kye/hui networks (Rajiman & Tienda, 2003)). Zasób kapitału społecznego wpływa także na rozwój przedsiębiorczości transnarodowej. Im bardziej zintegrowani i lepiej wykształceni migranci, tym bardziej są oni skłonni do tworzenia przedsiębiorstw działających pomiędzy krajami, nierzadko w branży wysokich technologii (Zhou & Liu, 2015). Przedsiębiorcy ci należą najczęściej do elity (Portes, Haller & Guarnizo, 2002).

W Holandii prowadzono badania, w jaki sposób inkubatory przedsiębiorczości mogą poprzez swoje usługi pomagać w zakładaniu przedsiębiorstw transnarodowych przez migrantów (Riddle, Hrivnak & Nielsen, 2010). Z kolei badania w przeprowadzone Norwegii poświęcono tzw. narodowemu kapitałowi społecznemu, jako czynnikowi wpływającemu na samozatrudnienie wśród imigrantów (Vinogradov & Kolvereid, 2010). Badano także co jest ważniejsze przy zakładaniu firmy przez migranta: zasoby etniczne czy zasoby klasowe. Aby to sprawdzić porównano dwie najbardziej przedsiębiorcze grupy imigrantów w Los Angeles: Koreańczyków i Irańczyków. Ci pierwsi bazują na zasobach etnicznych, natomiast drudzy na zasobach klasowych. Ustalono, że firmy Koreańczyków są mniejsze i opierają się głównie na kliencie etnicznym, podczas gdy firmy Irańczyków są większe i bardziej skoncentrowane na obsłudze klienta – nie-migranta. W badaniach podkreślono, że wzorce biznesowe jak i wielkość, rodzaj i lokalizacja są istotne w badaniach nad imigrantami (Min & Bozorgmehr, 2000). Zasoby etniczne i ich wykorzystanie badano także wśród Koreańczyków prowadzących biznesy w Chicago (Kim & Hurh, 1985).

Obszarem analiz w kontekście rozwoju przedsiębiorczości migrantów i samozatrudnienia była także znajomość języka. Badania australijskie i brytyjskie wskazały, że znajomość języka kraju przyjmującego ma pozytywny wpływ na podjęcie przez migranta decyzji o założeniu firmy (Evans, 1989; Ram & Smallbone, 2003). Z kolei badania hiszpańskie pokazały, że poziom znajomości języka ma wpływ na wybór branży, w której działa przedsiębiorca – imigrant. Najślabszą znajomością języka kraju przyjmującego charakteryzowały się osoby działające w branży rolnej, a najlepszą działający w sferach wymagających kontaktu z klientem (np. gastronomia lub handel) (Rueda-Armengot & Peris-Ortiz, 2012). Przedsiębiorcy imigranci traktowani są także jako pomost pomiędzy społecznościami migrantów a społeczeństwem przyjmującym. Nierzadko są liderami w swoich społecznościami (Minghuan, 2010). Jak pokazał Galush (2006) z jednej strony imigranci przedsiębiorcy chcą pokazać się poprzez swój kraj pochodzenia, a z drugiej chcą być dobrymi obywatelami państwa przyjmującego.

Wpływ płci na prowadzenie działalności gospodarczej przez cudzoziemców, w szczególności rola kobiet w tworzeniu firm

Badania dotyczące przedsiębiorczości wśród kobiet – imigrantek realizowane były m.in. w rejonie Andaluzji i dowiodły, że prowadzenie własnej firmy wzmacnia ich samoocenę, wiarę we własne możliwości (Gonzalez-Gonzalez, Bretones, Zarco, & Rodriguez, 2011). Nierzadko na decyzję o założeniu firmy wpływa sytuacja rodzinna migrantki (prowadzenie firmy umożliwia łatwiejsze godzenie pracy zawodowej z wychowaniem dzieci) oraz uzyskanie wsparcie ze strony najbliższych (np. męża) (Munkejord, 2017b). Badania prowadzone były także w Australii (Collins & Low, 2010), a dotyczyły wpływu różnorodności etnicznej i płci na rozwój przedsiębiorstw zakładanych przez kobiety – migrantki. Ciekawe wnioski płyną z badań przeprowadzonych wśród kobiet z Indii prowadzących działalność gospodarczą w Melbourne (Azmat & Fujimoto, 2016). Ustalono, że czynniki rodzinne mają wpływ na decyzje przedsiębiorcze. W Holandii (Essers, Benschop & Doorewaard, 2010), badania dotyczyły m.in. muzułmańskiego pochodzenia kobiet (Turczynek) i wpływu tego czynnika na bycie przedsiębiorcą (Essers & Tedmanson, 2014). Wpływ płci na postawy przedsiębiorcze imigrantów analizowano także w Polsce (Andrejuk, 2015). Dowiedziono, że kobiety imigrantki w znaczący sposób wykorzystują sieci społeczne, które ułatwiają im rozwijanie biznesu. Z kolei badania z Wielkiej Brytanii pokazały, że kobiety – imigrantki rzadziej korzystają z ekonomii enklawowej oraz nierzadko ich rola w prowadzeniu firmy ma charakter ukryty – mają ten sam zakres odpowiedzialności co współmałżonek, ojciec lub brat oficjalnie zajmujący się biznesem rodzinnym (Dhaliwal, 2007).

Wpływ polityki, programów rozwijających przedsiębiorczość, instytucji otoczenia biznesu i dostępu do finansowania na rozwój przedsiębiorczości migrantów oraz roli przedsiębiorstw migrantkich w rozwoju ekonomicznym krajów przyjmujących

Badania w zakresie programów rozwijających przedsiębiorczość imigrantów i wspierających ich instytucji otoczenia biznesu prowadzono m.in. w Holandii, gdzie analizowano działania przeznaczone dla migrantów, którzy prowadzą lub mają zamiar prowadzić własną firmę. Wprowadzono typologię zasad formalnych, które wspierają rozwój postaw przedsiębiorczych wśród migrantów (Kloosterman, 2003). Zdiagnozowano, że istotnym czynnikiem wpływającym na rozwój przedsiębiorczości migrantów jest także dostęp do finansowania, co w przypadku obcokrajowców nie jest łatwe. Nie było też łatwe w przeszłości, stąd rozwój pod koniec XIX w i na początku XX w. np. w Stanach Zjednoczonych nieformalnej bankowości dla migrantów, która zapewne

wsparła tworzenie się w tym kraju zrębów przedsiębiorczości migrantów (Day, 2002). To właśnie stanem posiadania (zamożności) pomiędzy imigrantami z różnych krajów tłumaczy się ich odmienne podejście do bycia przedsiębiorcą. Tym m.in. tłumaczono mniejsza skłonność do zakładania firm wśród Latynosów niż wśród Azjatów (Wolff, 2000; Cobb-Clark & Hildebrand, 2006).

Analizy na ten temat prowadzono w Kanadzie (Li, 2001), a dotyczyły m.in. przed i po migracyjnych doświadczeń właścicieli firm, którzy korzystali z programu imigracyjnego dla przedsiębiorców (*business immigration programme*) (Froschauer, 2001), a także analizowano skuteczność programów zachęcających imigrantów do zakładania własnego biznesu (Hiebert, 2008). Badania przeprowadzone w Malezji dowiodły, że zaangażowanie imigrantów w prowadzenie małego i średniego biznesu może być źródłem rozwoju ekonomicznego w kraju docelowym (Nel & Abdullah, 2015).

W nurcie badań instytucjonalnych warto także wskazać na analizy odnoszące się do wzajemnych relacji pomiędzy migrantem a miastem, w którym prowadzi/mógłby prowadzić działalność gospodarczą. We wnioskach z badań przeprowadzonych w Holandii podkreślono indywidualizm migranta (Nijkamp, Sahin & Baycan-Levent, 2010). To od jego podejścia uzależniono możliwość rozwinięcia tzw. miejskiej kultury biznesu, w której migranci nie są już źródłem problemów, a dają możliwości rozwoju społeczno-gospodarczego zarówno innymi migrantom, jak również pobudzają rozwój miasta. W badaniach przeprowadzonych w Norwegii dostrzeżono, że przedsiębiorczość migrantów może mieć wpływ na rozwój obszarów wiejskich (Munkejord, 2017b). Przedsiębiorcy migranci postrzegani są także jako inspirujący proces zmian mentalnościowych, wspierający umiędzynarodowienie społeczeństwa przyjmującego (Figueira, Caselli & Theodorakopoulos, 2016).

Wpływ samozatrudnienia na proces integracji oraz pozycja na rynku firm migrantów

Klaus Zimmermann analizując przedsiębiorców imigrantów w Niemczech stwierdził, że „samozatrudnienie jest potężną lokomotywą integracji migrantów w kraju przyjmującym” (Zimmermann, 2007, s. 491). Badania dotyczące samozatrudnienia i jego wpływu na proces integracji prowadzono m.in. w Polsce. Ustalono, że są związki pomiędzy przedsiębiorczością migrantów, a ich adaptacją ekonomiczną (Brzozowski, 2017). Również badania przeprowadzone w Niemczech w oparciu o German Socio-Economic Panel wskazują, że prowadzenie działalności gospodarczej przez migranta może przyczynić się do jego lepszej integracji w kraju przyjmującym, pod warunkiem, że osiągnie w tej dziedzinie sukces. W przypadku niepowodzenia prowadzenie firmy może stać się obciążeniem dla imigranta. Wpływ na ostateczne powodzenie lub nie-

powodzenie procesu integracji ma także pochodzenie migranta oraz charakter jego pobytu. Niższym stopniem integracji, według przeprowadzonego badania cechowali się muzułmanie oraz uchodźcy (Brzozowski & Lasek, 2019). W badaniach zrealizowanych na Słowacji podkreślono, że obcokrajowiec chcący założyć firmę musi spełnić szereg formalności, a więc uruchomienie działalności gospodarczej może świadczyć o jego integracji (Masárová & Hančovská, 2016).

W Niemczech, ze względu na bogate i długoletnie doświadczenia imigracyjne przedmiotem badań była także polityka samozatrudnienia i jej wpływ na tworzenie przedsiębiorstw przez obcokrajowców (Kontos, 2003). Stosunkowo niewiele badań odnosi się do strategii przedsiębiorstw migrantów (w tym sposobu zarządzania) oraz wyników rynkowych generowanych przez takie firmy (Achidi Ndofor & Priem, 2011).

Ciekawe badania przeprowadzono we Włoszech, w Mediolanie, gdzie porównano wskaźniki przetrwania firm. Uwzględniono m.in. wiek i płeć właściciela oraz branżę i rok założenia. Ustalono, że pomimo podobnych czynników zewnętrznych stopień przeżywalności firm prowadzonych przez migrantów jest wyższy niż firm prowadzonych przez nie migrantów (Riva & Lucchini, 2015) i wskazano w tym zakresie implikacje.

Działalność gospodarcza uchodźców

Integracja uchodźców w społeczeństwach przyjmujących powoduje niejednokrotnie wiele trudności. Jednym z czynników wspierających ich adaptację w społeczeństwie przyjmujących jest zakładanie działalności gospodarczej. Jednak, jak ustalono w badaniach przeprowadzonych w Belgii, grupa ta zmagą się z większymi trudnościami przy zakładaniu działalności gospodarczej niż inne grupy imigrantów (Wauters & Lambrecht, 2008). Dlatego niejednokrotnie grupa ta przyjmuje nieco inne strategie funkcjonowania na rynku niż pozostali imigranci i w odmienny sposób wykorzystuje kapitał społeczny (Bizri, 2017). Najczęściej na założenie firmy decydują się ci uchodźcy, którzy mają już doświadczenie w prowadzeniu działalności gospodarczej w swoich krajach pochodzenia. W badaniach belgijskich ustalono, że są to z reguły 30–40-letni mężczyźni (Wauters & Lambrecht, 2006). Dostrzega się konieczność wspierania przedsiębiorczości uchodźców m.in. poprzez programy realizowane przez inkubatory przedsiębiorczości (Meister & Mauer, 2019). W Stambule w Turcji badano przedsiębiorców – uchodźców działających w branży turystycznej i hotelarskiej, którzy potwierdzili, że jednym z największych wyzwań z jakim musieli się zmierzyć były przeszkody prawne i finansowe (Alrawadieh, Karayilan & Cetin, 2019). W Szwecji analizowano wykorzystanie sieci społecznych przez uchodźców prowadzących działalność gospodarczą o charakterze transnarodowym (Sandberg, Immonen & Kok, 2019).

Część II. Podejścia i wyzwania metodologiczne

Rozdział 3. Podejścia metodologiczne w badaniach nad przedsiębiorczością migrantów

W tej części książki przedstawiono wyniki systematycznego przeglądu literatury dotyczącej zagadnień przedsiębiorczości (i)migrantów. Celem tej analizy było wskazanie luki badawczej w badaniach nad przedsiębiorczością w krajach Europy Środkowo-Wschodniej (w tym w szczególności w Polsce), które dopiero w ostatnich latach stały się krajami przyjmującymi migrantów. Tym samym systematyczny przegląd literatury stanowi uzasadnienie podjętych badań eksploracyjnych, których wyniki prezentowane są w niniejszym opracowaniu. Dodatkowo, w obliczu problemów jakie badacz może napotkać, podejmując się badania trudno dostępnej populacji, jaką są migranci – przedsiębiorcy, systematyczny przegląd literatury miał dać zestaw wskazówek dotyczących planowania i realizacji badań empirycznych w tej grupie. Dlatego też w oparciu o analizę literatury przedstawiono wybrane wyzwania metodologiczne i etyczne oraz stosowane sposoby dotarcia do respondenta i doboru próby.

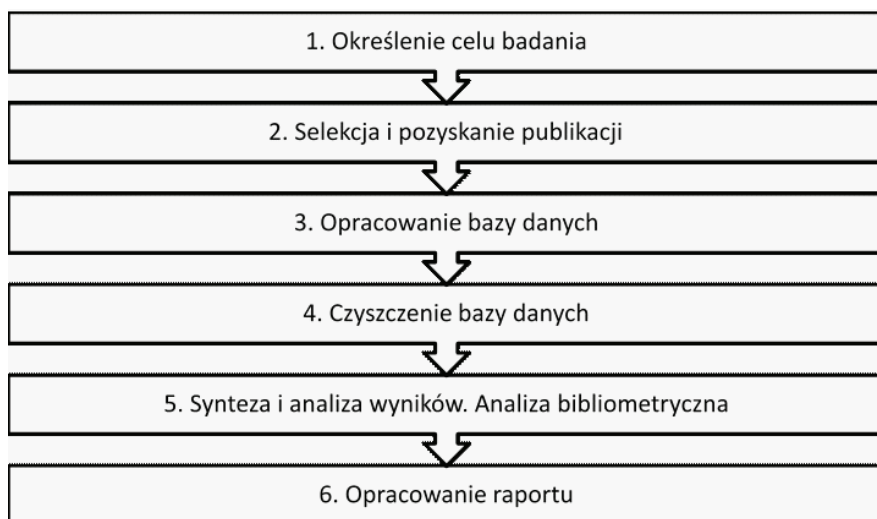
3.1. Systematyczny przegląd literatury

Wojciech Czakon zdefiniował systematyczny przegląd literatury jako „...realizowany według ściśle określonych etapów celowy dobór literatury wraz z jej analizą ilościową” (Czakon, 2016, s. 124). W ramach systematycznego przeglądu literatury wyodrębnił on cztery fazy oraz siedem etapów. I faza obejmuje określenie celu badania. W ramach II fazy wyróżnił wyłonienie podstawowej literatury, selekcję publikacji i opracowanie bazy danych publikacji. III faza obejmuje analizę bibliometryczną i analizę treści a IV faza obejmuje opracowanie raportu (Czakon, 2016).

Procedurę przeglądu literatury zrealizowanego na potrzeby niniejszej monografii przedstawiono na rysunku 3.1.

Dwie pierwsze fazy stały się podstawą do opracowania rozdziału pierwszego i drugiego niniejszej pracy. Celem systematycznego przeglądu literatury był opis istniejącego stanu wiedzy w obszarze przedsiębiorczości migrantów wraz ze wskazaniem punktów ciężkości, które występują w badaniach nad tym

zjawiskiem. Dwie pierwsze fazy stały się ponadto podstawą do analizy bibliometrycznej, której wyniki przedstawione zostały w niniejszym rozdziale.



Źródło: opracowanie własne.

Rys. 1. Procedura przeprowadzenia systematycznego przeglądu literatury

Wyłonienie podstawowej literatury przedmiotu dokonane zostało w oparciu o analizę następujących baz danych: SCOPUS oraz WEB OF SCIENCE, co dało możliwość analizy zjawiska z uwzględnieniem najważniejszych czasopism i materiałów pokonferencyjnych publikowanych przede wszystkim w języku angielskim. W celu uwzględnienia literatury w języku polskim, analizę uzupełniono o wyniki wyszukiwania publikacji za pomocą wyszukiwarki scholar.google.com. Analiza baz danych obejmowała okres do września 2019 roku. Nie przyjmowano dolnej granicy, chcąc uwzględnić również pewien trend w rozwoju ilościowym analiz danej tematyki. Oczywiście autorzy są świadomi, iż analiza ta wypaczona jest budową samych baz oraz faktem, iż dużo starszych pozycji nie jest indeksowanych w tych bazach. Świadomi tych ograniczeń autorzy nie chcieli jednak poprzez wskazanie początkowej granicy wykluczyć ewentualnych starszych pozycji, które niejednokrotnie stanowią trzon teoretyczny badań nad przedsiębiorczością (i)migrantów. Dodatkowo, aby uzupełnić analizę i stworzyć całościowy obraz literatury uwzględniono przegląd pozycji zwartych za pomocą wyszukiwarki books.google.com i narzędzia Ngram. Fakt, iż analiza zakończona została we wrześniu 2019 roku skutkuje obserwowanym spadkiem m.in. liczby publikacji. Wynika to oczywiście z faktu, iż nie uwzględniono całego roku 2019, jak również z opóźnień w procesach wydawniczych czy w samym procesie indeksowania publikacji w bazach danych.

Jak wskazuje literatura przedmiotu, przegląd literatury może mieć pewne ograniczenia. Olejniczak (*Organizacje uczące się. Model dla administracji publicznej*, 2012) wskazuje na trzy podstawowe rodzaje ograniczeń, wynikające z (1) tendencji do pomijania klasycznych i przełomowych prac w ujęciu ilościowym, bazującym na analizie liczby cytowań; (2) akademickiej orientacji baz danych, które nie uwzględniają m.in. raportów rządowych, raportów organizacji pozarządowych i think-tanków, ekspertyz czy raportów z badań, a w niektórych przypadkach (np. baza Scopus czy Web of Science) pomijanie nawet naukowych publikacji zwartych i uwzględnianie jedynie wąskiej grup czasopism; (3) kwestii językowych, które wynikają z przeważającej dominacji w bazach publikacji w języku angielskim, co skutkuje bardzo częstym pominięciem ważnych publikacji w innych językach: polskim, niemieckim czy francuskim. Świadomość tych ograniczeń, pozwala jednak na zaprojektowanie wrażliwego na nie procesu przeglądu literatury. Dodatkowo należy pamiętać, iż w wyniku systematycznej analizy literatury, koncentrującej się na analizie stosowanych metod, uzyskuje się nie tyle informacje o najlepszych metodach, co o metodach najbardziej popularnych, co nie zawsze idzie w parze. Popularność stosowanej metody może wynikać z wielu czynników jak np. dopasowania do problemu badawczego czy swoistej koniunktury. Ponadto należy pamiętać, że nie zawsze popularna metoda badawcza daje najbardziej wartościowe i wiarygodne wyniki badawcze.

Bazy danych publikacji uzyskane w ramach analizy wskazanych baz poddano procesowi weryfikacji, w celu wyeliminowania tekstów nie związanych z przedmiotem badania, czy powtarzających się. Ustalono kryteria włączenia i wyłączenia (Mazur & Orłowska, 2018). W ramach czyszczenia bazy danych (w tym, ze szczególnym naciskiem na Google Scholar) wykluczano przede wszystkim publikacje nie odnoszące się stricte do analizowanego obszaru, a w których wyszukiwane hasła wspomniane były kilkakrotnie, bez nacisku na analizę samego zjawiska jak np. publikacje Wacha (2015) czy Wściubiaka (2014). Wykluczeniu poddawano również rekordy Google Scholar odnoszące się nie do samej publikacji, ale do cytowań (wyświetlane jako [CYTOWANIE]). Dodatkowo często wykluczeniu poddaje się również publikacje pokonferencyjne, jako „obciążone wadą pojedynczego cyklu recenzji” (Czakon, 2016: 128), w niniejszej analizie postanowiono również (tam gdzie jednoznaczne wskazanie charakteru publikacji było możliwe) na wykluczenie materiałów pokonferencyjnych do ostatecznej analizy treści (materiały te, podobnie jak recenzje uwzględniono na etapie identyfikowania przypisania do dyscyplin, jak również analizy trendów występowania pojęć w czasie).

Przeгляд literatury ma kluczowe znaczenie dla rozwoju nauki, ponieważ pozwala na lepsze zrozumienie przedmiotu zainteresowania badacza oraz

umieszczenie go w szerszym kontekście teoretycznym i badawczym, poprzez m.in. wskazanie najczęściej stosowanych podejść teoretycznych i badawczych. Ułatwia tym samym wybór perspektywy teoretycznej, ale i konkretnych narzędzi i technik badawczych (Orłowska, Mazur & Łąguna, 2017) ale również wskazanie luki badawczej (Czakon, 2016). Tym samym systematyczny przegląd literatury staje się niezbędnym krokiem do zaprojektowania badań potrzebnych i nowatorskich. Systematyczny przegląd literatury sprzyja zatem rozwojowi wiedzy i teorii szczególnie w obszarach do tej pory nie zbadanych (Booth, Sutton & Papaioannou, 2016).

Ponadto w pracy, w ramach systematycznego przeglądu literatury dokonano analizy treści. Analiza treści dokonana została w oparciu o analizę podstaw teoretycznych i stosowanych metod badawczych (Czakon, 2016). Analiza dokonana została w pierwszej kolejności w oparciu o analizę abstraktów, uzupełnioną o analizę sekcji artykułów poświęconych zastosowanym metodom.

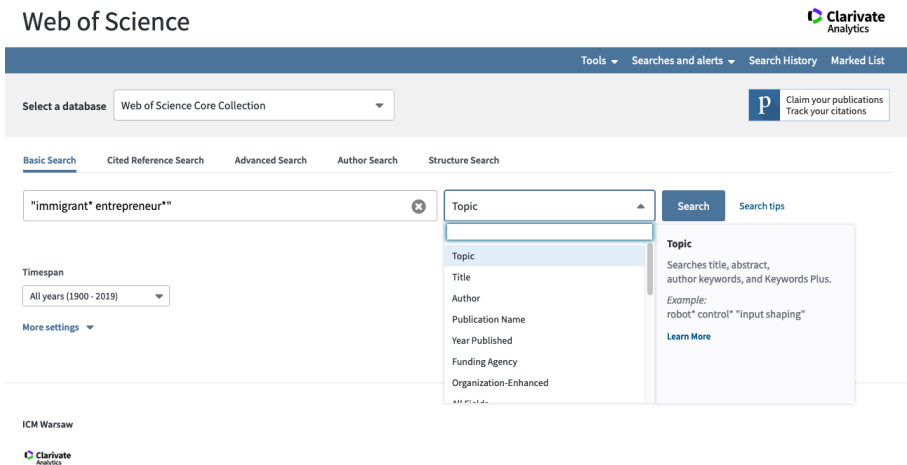
Syntetyczny przegląd literatury na analizowany temat został zaprezentowany przez Glinkę (2018). Przegląd ten odnosi się natomiast jedynie do bazy EBSCO i pojęcia *immigrant entrepreneurship/immigrant entrepreneur*. Bardziej złożoną analizę przedstawili Aliaga-Isla i Rialp (2013), koncentrując się jednak ponownie jedynie na pojęciach „immigrant entrepreneurship”.

3.2. Wyniki systematycznego przeglądu literatury. Analiza bibliometryczna

W ramach niniejszej pracy dokonano analizy bibliometrycznej z zastosowaniem analizy liczby publikacji oraz liczby cytowań, jak również analizę trendów występowania słów kluczowych z zastosowaniem Google Ngram Viewer. Należy zaznaczyć, że aplikacja ta pokazuje trendy popularności pojęć na losowo wybranych, zdigitalizowanych pozycjach książkowych, nie ograniczając się do publikacji naukowych.

3.2.1. Analiza bibliometryczna za pomocą Web of Science

Wyszukiwanie rekordów w bazie Web of Science odbyło się poprzez wyszukiwanie poszczególnych haseł w ramach kategorii „TOPIC”, która uwzględnia tytuły, abstrakt, słowa kluczowe wprowadzone przez autora oraz kategorię „keyword plus”, czyli słowa kluczowe uzupełnione przez redaktorów bazy. Dodatkowo w ramach wyszukiwania posłużono się opcją „*” która umożliwiła wyszukiwanie zwrotów zawierających wprowadzony element. Tym samym po uzupełnieniu hasła „entrepreneur” o znak „*” możliwe stało się jednoczesne wyszukanie m.in. haseł „entrepreneur”, „entrepreneurs” „entrepreneurship” czy „entrepreneurial”. Schemat wyszukiwania przedstawiono na rysunku 3.2.



Źródło: opracowanie własne.

Rys. 3.2. Przyjęty schemat wyszukiwania pojęć w bazie Web of Science

W pierwszej kolejności analizie poddano zwrot „migrant* entrepreneur*⁴”. Wyszukiwarka wskazała na 162 rekordy⁴. Analiza występowania pojęcia ze względu na przypisaną do tekstów dyscyplinę (rysunek 3.3.) pokazuje duże różnicowanie, co świadczy o interdyscyplinarności zagadnienia.



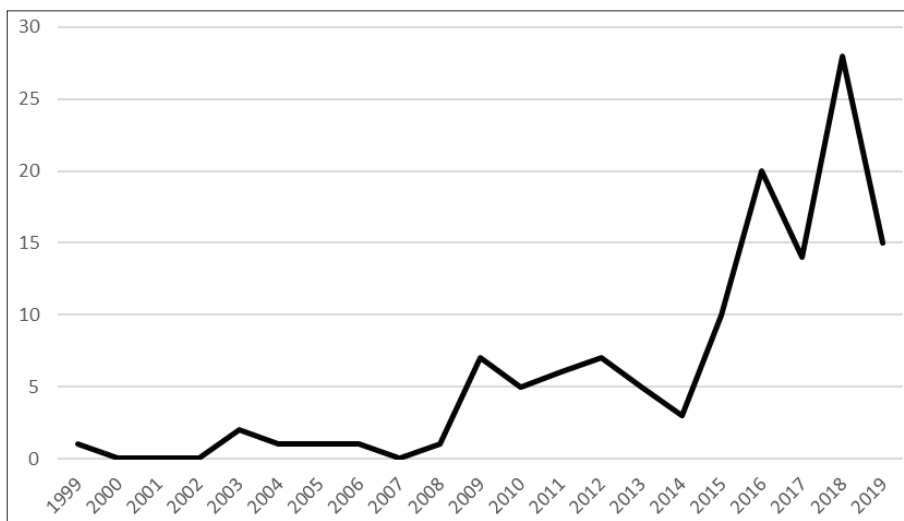
* rekordy nie sumują się do 162, ponieważ nie wskazano wszystkich dyscyplin, do których przypisany był 1 rekord.

Źródło: opracowanie własne z wykorzystaniem Web of Science.

Rys. 3.3. Występowanie zwrotu „migrant* entrepreneur*⁴” z podziałem na dyscypliny (liczba tekstów)

⁴Na dzień 03.09.2019

Rysunek 3.3. pokazuje również, że pomimo dużej interdyscyplinarności, zagadnienie to analizowane jest przede wszystkim przez nauki o zarządzaniu, demografię, socjologię, development studies, ekonomię i geografę. W związku z tym, w dalszej analizie ograniczono się do tych dyscyplin. Po zawężeniu wyszukiwania do wskazanych dyscyplin uzyskano 127 rekordów. Następnie dokonano analizy występowania rekordów ze względu na rok publikacji (rysunek 3.4.)



* Dane za rok 2019 są niepełne (analiza przeprowadzona we wrześniu 2019)

Źródło: opracowanie własne.

Rys. 3.4. Liczba publikacji zawierających zwrot „migrant* entrepreneur*” z podziałem na rok ukazania się

Pierwsza publikacja indeksowana w bazie Web of Science, zawierająca zwrot „migrant* entrepreneur*” pojawiła się w 1999 roku. Analiza trendu pokazuje jednak systematyczny wzrost zainteresowania tematyką, która szczególnie zyskała na znaczeniu w 2015 roku.

Kolejnym analizowanym elementem, wykorzystanym dodatkowo do wyczyszczenia baz danych, był typ dokumentu. Wśród 127 rekordów uwzględnionych w analizie 108 stanowiły artykuły, 15 – materiały pokonferencyjne, 12 – rozdziały z książek, 4 recenzje i 2 recenzje książek. Po wykluczeniu materiałów pokonferencyjnych oraz recenzji i recenzji książek, w bazie pozostało 106 rekordów.

Analizie poddano także liczbę cytowań. W grupie 106 analizowanych publikacji uzyskano ogółem 1092 cytowania (946 cytowań bez autocytowań). Zestawienie 10 najczęściej cytowanych pozycji przedstawiono w tabeli 3.1.

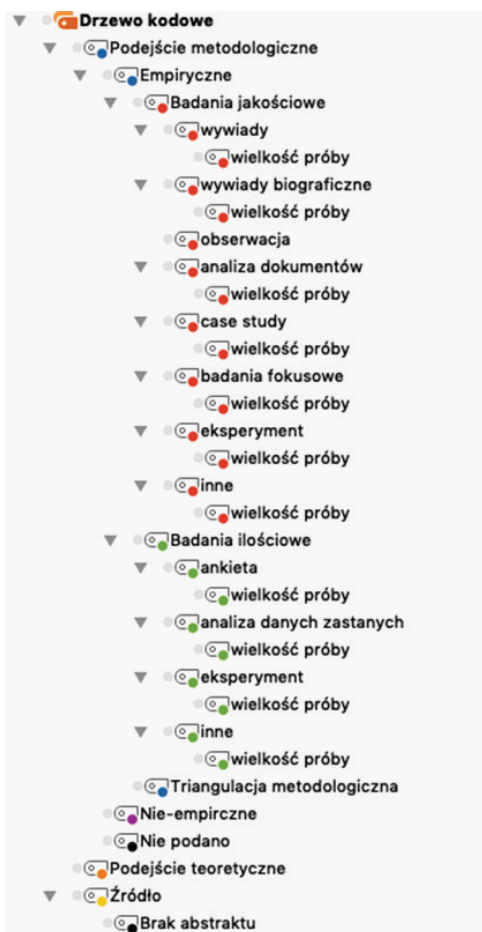
Tabela 3.1
Najczęściej cytowane publikacje zawierające zwrot „migrant* entrepreneur**”

Lp.	Autor	Tytuł	Czasopismo	Rok publikacji	Wszystkie cytowania	Średnia cytowań na rok
1.	Kloosterman R.; Van der Leun J.; Rath J.	Mixed embeddedness: (in)formal economic activities and immigrant businesses in the Netherlands	International Journal of Urban and Regional Research	1999	285	13,57
2.	Kloosterman R.C.	Matching opportunities with resources: A framework for analysing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective	Entrepreneurship and Regional Development	2010	147	14,7
3.	Kalantaridis C., Bika Z.	In-migrant entrepreneurship in rural England: beyond local embeddedness	Entrepreneurship and Regional Development	2006	72	5,14
4.	Sepulveda L.; Syrett S.; Lyon F.	Population superdiversity and new migrant enterprise: The case of London	Entrepreneurship and Regional Development	2011	55	6,11
5.	He X.	Why do they not comply with the law? Illegality and semi-legality among rural-urban migrant entrepreneurs in Beijing	Law & Society Review	2005	35	2,33
6.	Miera F.	Transnational strategies of Polish migrant entrepreneurs in trade and small business in Berlin	Journal of Ethnic and Migration Studies	2008	33	2,75
7.	Kontos M.	Self-employment policies and migrants' entrepreneurship in Germany	Entrepreneurship and Regional Development	2003	32	1,88
8.	Ram M.; Jones T.; Villares-Varela M.	Migrant entrepreneurship: Reflections on research and practice	International Small Business Journal – Researching Entrepreneurship	2017	30	10
9.	Korsgaard S.; Ferguson R.; Gadddefors J.	The best of both worlds: how rural entrepreneurs use placial embeddedness and strategic networks to create opportunities	Entrepreneurship and Regional Development	2015	30	6
10.	Beckers Pl.; Blumberg B.F.	Immigrant entrepreneurship on the move: a longitudinal analysis of first- and second-generation immigrant entrepreneurship in the Netherlands	Entrepreneurship and Regional Development	2013	28	4

Źródło: opracowanie własne „migrant* entrepreneur**”

W kontekście analizy cytowalności, należy jednak pamiętać, że pewne cytowania nie muszą wynikać z uznania dla danej pracy a raczej mają na celu krytykę i wskazanie błędów popełnionych przez autora (Klincewicz, Żemigąła & Mijał, 2012). W związku z powyższym należy podchodzić z ostrożnością do wyników takiej analizy.

W dalszej kolejności dokonano analizy treści abstraktów (gdy w abstrakcie brakowało niezbędnych informacji również analizowano tekst), pod kątem stosowanych metod badawczych oraz podstaw teoretycznych. Analizę dokonano z wykorzystaniem oprogramowania MAXQDA z zastosowaniem drzewa kodowego przedstawionego na rys. 3.5.



Źródło: opracowanie własne.

Rys. 3.5. Drzewo kodowe do analizy bibliometrycznej w systemie MAXQDA

Analiza tekstów pod kątem przyjętego podejścia metodologicznego pokazała, że większość z analizowanych tekstów była tekstami empirycznymi, to znaczy opierała się na badaniach własnych autora/autorów z wykorzystaniem danych pierwotnych lub wtórnych. Spośród analizowanych artykułów zaledwie 12 zostało sklasyfikowanych jako nieempiryczne, obejmujące przeglądy literatury oraz teksty koncepcyjne (*conceptual paper*). W ramach artykułów empirycznych dominowały teksty, w których badania miały charakter jakościowy. W przypadku kilku artykułów autorzy posłużyli się triangulacją metodologiczną i wykorzystali zarówno metody jakościowe, jak i ilościowe. Częstość wykorzystania poszczególnych metod jakościowych przedstawiona została w tabeli 3.2. Należy przy tym zaznaczyć, iż w części artykułów wykorzystywano więcej niż jedną metodę.

Tabela 3.2.

Wykorzystanie metod oraz technik badań jakościowych w analizowanych artykułach

Metoda badawcza	Liczba artykułów
Wywiady	44
Case study – analiza przypadku	10
Obserwacja	8
Wywiad biograficzny	3
Jakościowa analiza dokumentów	2
Badania fokusowe	2
Eksperyment (w ujęciu jakościowym)	2
Mapy sieciowe (<i>network maps</i>)	1

*w części artykułów wykorzystywano więcej niż jedną metodę

Źródło: opracowanie własne.

Najczęściej stosowaną metodą badawczą są zatem wywiady. Należy przy tym zaznaczyć, że badacze posługiwali się zarówno swobodnymi wywiadami pogłębionymi, jak również częściowo ustrukturyzowanymi kwestionariuszami wywiadu (*semi-structured interview*). Dodatkowo w badaniach pojawiały się również wywiady biograficzne jako metoda badawcza.

Drugą najczęściej stosowaną metodą w badaniach przedsiębiorczości migrantów była analiza przypadków, zaś trzecią – obserwacja. Należy jednak wskazać, iż często badacze korzystali z kilku metod łącznie, najczęściej wykorzystując jednocześnie wywiady i obserwację lub wspierając analizę przypadków wywiadami. Triangulacja metodologiczna obejmująca łączenie przynajmniej dwóch metod (jakościowych, ilościowych lub jakościowej i ilościowej) wystąpiła w przypadku 19 artykułów.

W przypadku badań ilościowych rozkład wykorzystania poszczególnych metod przedstawiono w tabeli 3.3.

Tabela 3.3.

Wykorzystanie metod oraz technik badań ilościowych w analizowanych artykułach

Metoda badawcza	Liczba artykułów
Ankieta	13
Analiza danych zastanych (w tym statystyk publicznych)	13
Ankieta telefoniczna (CATI)	1

Źródło: opracowanie własne.

Dane te pokazują, że badacze zdecydowanie częściej przyjmują podejście jakościowe do badań.

Następnym analizowanym zagadnieniem istotnym z punktu widzenia rygoru metodologicznego, ale również możliwości wnioskowania w oparciu o uzyskane dane jest kwestia wielkości przyjętej próby.

W tabeli 3.4 Wskazano zakres wielkości prób przyjmowanych w wywiadach, studiach przypadku oraz badaniach ilościowych z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety.

Tabela 3.4.

Zakres przyjmowanej próby badawczej w analizowanych artykułach

Metoda badawcza	Zakres wielkości próby	Średnia wielkość próby
Wywiad	od 3 do 115	31 respondentów
Ankieta (+CATI)	od 83 do 9000	2084 respondentów (przy medianie równej $Me = 393$ respondentów)
Case study	od 1 do 15	4 przypadki

Źródło: opracowanie własne.

Dokonując analizy wielkości próby przyjętej do badań ilościowych należy pamiętać, że jej wielkość jest uzależniona od wolumenu populacji oraz innych parametrów (np. celu badań, stopnia trudności dotarcia do respondenta). Nie mniej jednak, szczególnie w odniesieniu do wywiadów jakościowych widać, iż pożądana liczebność próby powinna przekraczać 30 respondentów. Należy jednak podkreślić, że w przypadku grup respondentów, do których dotarcie jest utrudnione (tzw. *hidden populations*), z czym niejednokrotnie ma się do czynienia w kontekście badania imigrantów lub tak wąskiej grupy jaką są przedsiębiorcy (i)migranci osiągnięcie dużej liczebności próby może być bardzo trudne.

Poza przeglądem przyjętej metodologii badań analiza treści umożliwiła wskazanie głównych nurtów teoretycznych w przeanalizowanych artykułach,

a wykorzystywanych przy realizacji badań wśród przedsiębiorców – migrantów. Zestawienie prezentuje tabela 3.5.

Tabela 3.5.
Perspektywa teoretyczna przyjmowana w analizowanych artykułach

Teoria naukowa	Liczba artykułów
Mixed Embeddedness	20
Kapitał ludzki i społeczny	12
Sieci (<i>networks</i>)	9
Teoria zasobów	3
Teorie feministyczne	2
Teoria asymilacji	2
Strategia Breakout	2
Teoria legitymizacji	2
Superdiversity	1
Struktury szans (<i>opportunity structures</i>)	1
Rozpoznawanie szans (<i>opportunity recognition</i>)	1
Teoria ugruntowana	1
Tożsamość społeczna	1
Teoria zachowania planowanego (<i>theory of planned behaviour</i>)	1
Teoria społecznej integracji	1
Teoria optymalnej dystynktywności (<i>optimal distinctiveness theory</i>)	1
Transfer wiedzy	1
Strategiczna przedsiębiorczość	1
Podejście systemowe	1
Podejście historyczne/generacyjne	1

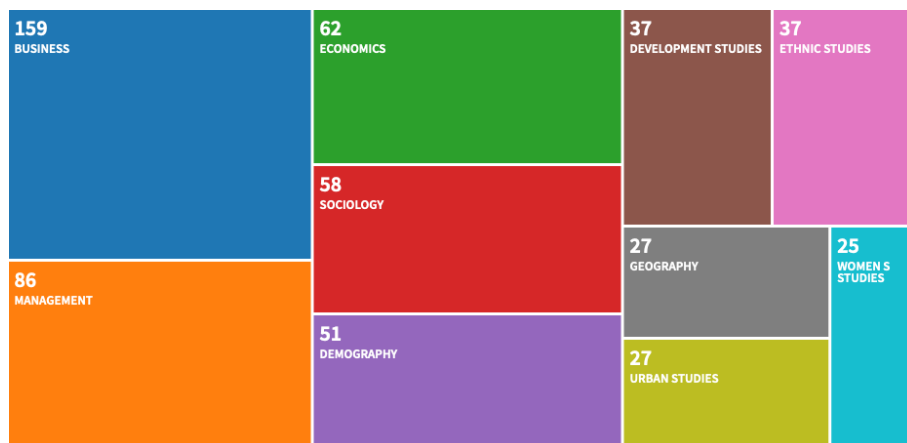
* Zestawienie przygotowane zostało w oparciu o zadeklarowaną przez autora/autorów przyjętą perspektywę teoretyczną. Należy mieć na uwadze, że część z tych perspektyw ma szerszy charakter (szkoły) i może obejmować inne ujęte w tabeli teorie.

Źródło: opracowanie własne.

Powyższe zestawienie pokazuje duże zróżnicowanie podejść teoretycznych do analizy zagadnienia przedsiębiorczości migrantów. Jest to oczywiście pochodną interdyscyplinarności samego zagadnienia. Niemniej jednak widocznym jest, iż najczęściej naukowcy wpisują swoje badania w podejście *mixed embeddedness* (Kloosterman et al., 1999), perspektywę kapitału ludzkiego i społecznego, jak również wykorzystują analizę sieci. Należy również odnotować, iż część artykułów nie odwoływała się jednoznacznie do teorii naukowych, zaś

analiza samych tekstów wskazywała, iż w części teoretycznej prezentowano raczej konceptualizację pojęć lub analizowane zjawisko, w kontekście wyników wcześniejszych badań niż przyjmowano perspektywę konkretnej teorii naukowej.

W drugiej kolejności analizie poddano zwrot „immigrant* entrepreneur*”. Schemat wyszukiwania był analogiczny jak w poprzednim przypadku. Wyszukiwarka wskazała na 445 rekordów⁵. Analiza występowania pojęcia ze względu na przypisaną do tekstów dyscyplinę (rysunek 3.6.) pokazuje duże zróżnicowanie, co świadczy o interdyscyplinarności zagadnienia.



*rekordy nie sumują się do 445, ponieważ nie wskazano wszystkich dyscyplin, do których przypisany był 1 rekord.

Źródło: opracowanie własne z wykorzystaniem Web of Science.

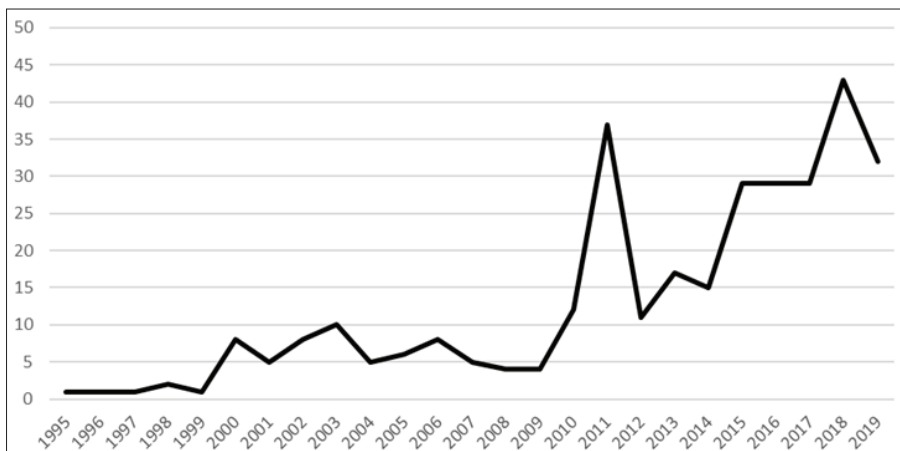
Rys. 3.6. Występowanie zwrotu „immigrant* entrepreneur*” z podziałem na dyscypliny (liczba tekstów)

Rysunek 3.6. pokazuje również, że pomimo iż zagadnienie to jest przedmiotem zainteresowania szeregu dyscyplin, to analizowane jest przede wszystkim przez nauki o zarządzaniu, ekonomię, demografię, socjologię. W związku z tym w dalszej analizie ograniczono się do tych dyscyplin. Po zawężeniu wyszukiwania do wskazanych dziedzin uzyskano 339 rekordów.

Dokonano także analizy występowania rekordów ze względu na rok publikacji (rysunek 3.7.)

Pierwsza publikacja indeksowana w bazie Web of Science, zawierająca zwrot „immigrant* entrepreneur*” pojawiła się w 1984 roku. Analiza trendu pokazuje jednak systematyczny wzrost zainteresowania tematyką, która szczególnie zyskała na znaczeniu po 2010 roku.

⁵ Stan na 18.09.2019 r.



* Dane za rok 2019 są niepełne (analiza przeprowadzona we wrześniu 2019).

Źródło: opracowanie własne.

Rys. 3.7. Liczba publikacji zawierających zwrot „immigrant* entrepreneur*” z podziałem na rok ukazania się

Kolejnym zagadnieniem wykorzystanym dodatkowo do wyczyszczenia baz danych był typ dokumentu. W ramach 339 rekordów znajdujących się w bazie aż 275 stanowiły artykuły, 43 były to rozdziały z książek, ponadto odnotowano 27 materiałów pokonferencyjnych, 24 recenzje książek, 11 recenzji, 5 materiałów redaktorskich, 3 książki, 1 korekta i 1 notatka. Po ograniczeniu się do artykułów i rozdziałów w książkach w bazie pozostało 267 rekordów.

Analizie poddano także liczbę cytowań. W grupie 267 publikacji, które uwzględniono do badania uzyskano ogółem 3823 cytowania (3242 cytowań bez autocytowań). Zestawienie 10 najczęściej cytowanych pozycji przedstawiono w tabeli 3.6.

Następnie przeanalizowano treści abstraktów (w sytuacji, gdy w abstrakcie brakowało niezbędnych informacji również tekstów) pod kątem stosowanych metod badawczych oraz podstaw teoretycznych. Analizę przeprowadzono z wykorzystaniem oprogramowania MAXQDA z zastosowaniem drzewa kodowego przedstawionego na rys. 3.5.

Analiza tekstów pod kątem przyjętego przez badaczy podejścia metodologicznego pokazała, że podobnie jak w przypadku artykułów dotyczących przedsiębiorczości migrantów, również w przypadku tekstów odnoszących się stricte do przedsiębiorczości imigrantów dominują teksty empiryczne. W analizowanej grupie 35 rekordów stanowiły teksty sklasyfikowane jako nie-empiryczne, obejmujące przeglądy literatury oraz artykuły koncepcyjne (*conceptual paper*), w przypadku 6 tekstów, a w oparciu o abstrakt nie można było

Tabela 3.6.
Najczęściej cytowane publikacje zawierające zwrot „immigrant* entrepreneur”^{a,b}

Lp.	Autor	Tytuł	Czasopismo	Rok publikacji	Wszystkie cytowania	Średnia cytowań na rok
1.	Levitt P.	Social remittances: Migration driven local-level forms of cultural diffusion	International Migration Review	1998	468	21,27
2.	Nee V.; Sanders J.	Understanding the diversity of immigrant incorporation: a forms-of-capital model	Ethnic and Racial Studies	2001	158	8,32
3.	Kloosterman R.C.	Matching opportunities with resources: A framework for analysing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective	Entrepreneurship and Regional Development	2010	150	15
4.	Payne G. et al.	Multilevel Challenges and Opportunities in Social Capital Research	Journal of Management	2011	145	16,11
5.	Saxenian A.	Silicon valley's new immigrant high-growth entrepreneurs	Economic Development Quarterly	2002	144	8
6.	Baltar F., Brunet I.	Social research 2.0: virtual snowball sampling method using Facebook	Internet Research	2012	141	17,63
7.	Evans M.D.R.	Immigrant Entrepreneurship – Effects of Ethnic Market-Size and isolated Labor Pool	American Sociological Review	1989	119	3,84
8.	Bates T.	Social Resources Generated by Group Support Networks May Not be Beneficial to Asian Immigrant Owned Small Business	Social Forces	1994	109	4,19
9.	Bates T.	Financing small business creation: The case of Chinese and Korean immigrant entrepreneurs	Journal of Business Venturing	1997	95	4,13
10.	Kalhins A.; Chung W.	Social capital, geography, and survival: Gujarati immigrant entrepreneurs in the US lodging industry	Management Science	2006	83	5,93

Źródło: opracowanie własne.

stwierdzić jaki jest ich charakter, zaś pełnotekstowa wersja artykułu była niedostępna. Dodatkowo w przypadku 37 pozycji baza nie zawierała abstraktów a jedynie dane bibliometryczne.

W przeciwieństwie do grupy artykułów wyszukanych hasłem „migrant* entrepreneur*”, w grupie artykułów empirycznych traktujących o przedsiębiorczości imigrantów ilość tekstów bazujących na badaniach ilościowych i jakościowych była zbliżona. Również w tym przypadku część autorów posłużyła się triangulacją metodologiczną i wykorzystała zarówno metody jakościowe, jak i ilościowe. Częstość wykorzystania poszczególnych metod jakościowych przedstawiona została w tabeli 3.7.

Tabela 3.7.

Wykorzystanie metod oraz technik badań jakościowych w analizowanych artykułach

Metoda badawcza	Liczba artykułów
Wywiady	70
Case study – analiza przypadku	27
Obserwacja	14
Jakościowa analiza dokumentów	8
Badania fokusowe	6
Wywiad biograficzny	4
Eksperyment (w ujęciu jakościowym)	1
Kontrola przez badanych (<i>member check</i>)	1
Opis etnograficzny	1
Inne*	5

*nie sprecyzowano jakie.

Źródło: opracowanie własne.

Najczęściej stosowaną jakościową metodą badawczą są zatem wywiady. Należy przy tym zaznaczyć, że podobnie jak w omawianym wcześniej przypadku tekstów wyszukanych za pomocą „migrant* entrepreneur*”, także w grupie artykułów wyszukanych hasłem „immigrant* entrepreneur*” badacze posługiwali się zarówno swobodnymi wywiadami pogłębionymi, jak również częściowo ustrukturyzowanymi kwestionariuszami wywiadu (*semi-structured interview*) Dodatkowo w badaniach pojawiały się również wywiady biograficzne jako metoda badawcza. Drugą najczęściej stosowaną metodą była analiza przypadków, zaś trzecią obserwacja. Należy jednak wskazać, iż często badacze korzystali z kilku metod łącznie, najczęściej wykorzystując jednocześnie wywiady i obserwację lub wspierając analizę przypadków wywiadami. Triangulacja metodologiczna obejmująca łączenie przynajmniej dwóch metod

(jakościowych, ilościowych lub jakościowej i ilościowej) wystąpiła w przypadku 27 artykułów.

W przypadku badań ilościowych rozkład wykorzystania poszczególnych metod przedstawiono w tabeli 3.8.

Tabela 3.8.

Wykorzystanie metod oraz technik badań ilościowych w analizowanych artykułach

Metoda badawcza	Liczba artykułów
Ankieta	38
Analiza danych zastanych (w tym statystyk publicznych)	64

Źródło: opracowanie własne.

W kontekście stosowanych metod ilościowych ważne jest podkreślenie, iż w ramach analizy danych zastanych badawcze korzystali przede wszystkim z dwóch rodzajów źródeł: statystyk publicznych oraz badań ankietowych realizowanych przez inne podmioty: administracji publicznej lub fundacji. Statystyki publiczne pochodziły przy tym ze spisów powszechnych, mikrospisów oraz danych urzędów zajmujących się imigracją.

Analizie poddano także wielkość przyjętej próby badawczej. To zagadnienie istotne z punktu widzenia rygoru metodologicznego, ale również możliwości wnioskowania. W tabeli 3.9. wskazano zakres wielkości próby przyjmowanych w wywiadach, studium przypadku oraz badaniach ilościowych z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety.

Tabela 3.9.

Zakres przyjmowanej próby badawczej w analizowanych artykułach

Metoda badawcza	Zakres wielkości próby	Średnia wielkość próby
Wywiad	od 5 do 171	36 respondentów
Ankieta	od 15 do 2800	403 respondentów (przy medianie równej $Me = 195$ respondentów)
Case study	od 1 do 20	6 przypadków

Źródło: opracowanie własne.

Obok analizy przyjętej metodologii, badanie treści umożliwiło wskazanie głównych nurtów teoretycznych w przeanalizowanych artykułach. Zestawienie prezentuje tabela 3.10.

Tabela 3.10.

Perspektywa teoretyczna przyjmowana w analizowanych artykułach

Teoria naukowa	Liczba artykułów
Mixed Embeddedness	30
Kapitał ludzki i społeczny	29

Sieci (<i>networks</i>)	9
Teorie motywacji	8
Teorie adaptacji i integracji	5
Tożsamość społeczna	3
Teoria zasobów	2
Teoria internacjonalizacji	2
Teoria identyfikacji społecznej	2
Teorie feministyczne	1
Teoria asymilacji	1
Strategia Breakout	1
Rozpoznawanie szans (<i>opportunity recognition</i>)	1
Teoria cech osobowości	1
Teoria dyfuzji kulturowej	1
Pozycjonowanie (<i>emplacement construct</i>)	1
Społeczna odpowiedzialność biznesu	1
Podejście instytucjonalne	1
Transfer wiedzy	1
Strategiczna przedsiębiorczość	1
Teoria chaosu i kompleksowości	1
Podejście historyczne/generacyjne	1
Teoria przecinających się systemów opresyjnych Dilla i Zambrana	1
Koncepcja habitus Bourdieu	1
Multikulturalizm	1
Teoria skumulowanych niekorzyści	1
Teorie ryzyka	1
Neo-Darwinowska teoria ewolucji	1
Teoria społecznego uczenia się Bandury	1
Teoria strukturacji Giddensa	1
Teoria Relacyjna inspirowana Socjologią Relacyjną	1
Teoria wykluczenia społecznego	1
Teoria skoncentrowanej ujemnie przewagi (<i>theory of concentrated disadvantages</i>)	1
Teoria marketingu przedsiębiorców	1
Teoria jakości życia	1
Teoria nierówności miejskich	1

* Zestawienie przygotowane zostało w oparciu o zadeklarowaną przez autora/autorów przyjętą perspektywę teoretyczną. Należy mieć na uwadze, że część z tych perspektyw ma szerszy charakter (szkoły) i może obejmować inne ujęte w tabeli teorie.

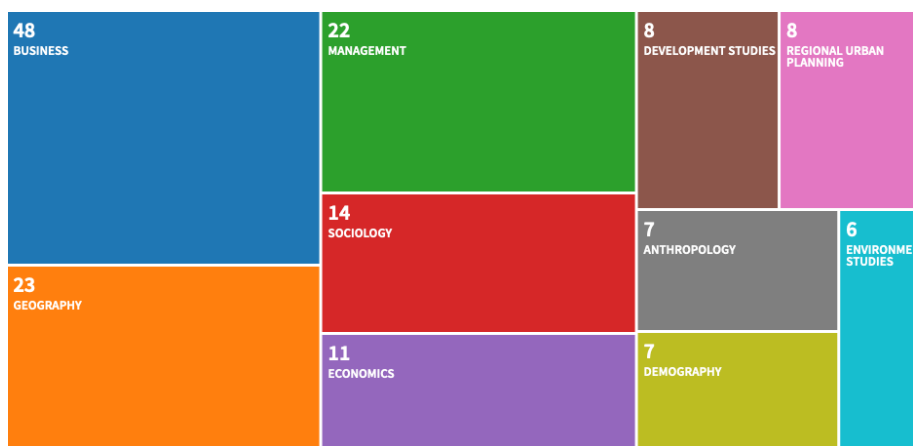
Źródło: Opracowanie własne.

Powyższe zestawienie pokazuje duże zróżnicowanie podejść teoretycznych do analizy zagadnienia przedsiębiorczości migrantów. Jest to oczywiście po-

chodną interdyscyplinarności samego zagadnienia. Niemniej jednak widocznym jest, iż najczęściej naukowcy wpisują swoje badania w podejście *mixed embeddednes*, perspektywę kapitału ludzkiego i społecznego oraz w dalszej kolejności analizę sieci oraz analizę motywacji. Należy również odnotować, iż część artykułów nie odwoływała się jednoznacznie do teorii naukowych, zaś analiza samych tekstów wskazywała, iż w części teoretycznej prezentowano raczej konceptualizację pojęć lub analizowane zjawisko, w kontekście wyników wcześniejszych niż przyjmowano perspektywę konkretnej teorii naukowej.

Analizie bibliometrycznej poddano także zwrot „transnational* entrepreneur*⁶”. Schemat wyszukiwania był analogiczny jak w poprzednim przypadku. Wyszukiwarka wskazała na 117 rekordów⁶.

Analiza występowania pojęcia ze względu na przypisaną do tekstów dyscyplinę (rysunek 3.8.), podobnie jak w poprzednich przykładach pokazuje duże różnicowanie, co potwierdza interdyscyplinarności zagadnienia.



* rekordy nie sumują się do 117, ponieważ nie wskazano wszystkich dyscyplin, do których przypisany był 1 rekord.

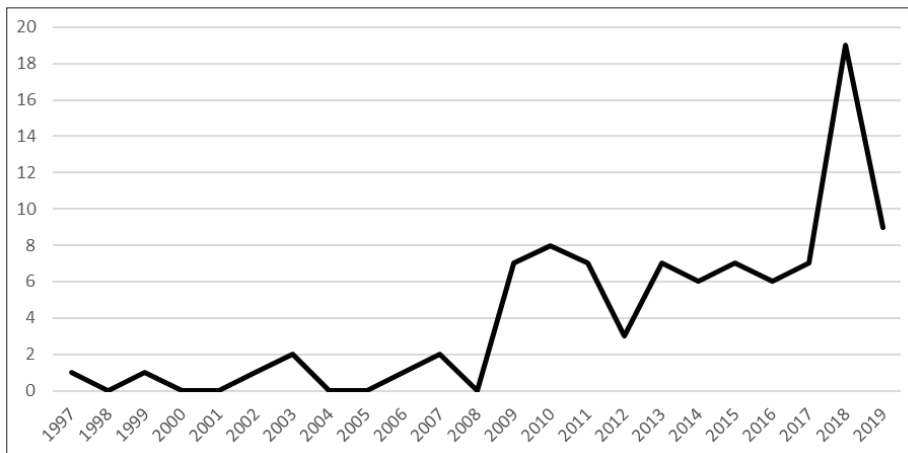
Źródło: opracowanie własne z wykorzystaniem Web of Science.

Rys. 3.8. Występowanie zwrotu „transnational* entrepreneur*⁶” z podziałem na dyscypliny (liczba tekstów)

Zagadnienie „transnational* entrepreneur*⁶” ma charakter interdyscyplinarny, jednak analizowane jest przede wszystkim przez nauki o zarządzaniu (business oraz management), geografię, socjologię i ekonomię. W związku z tym, w dalszej analizie ograniczono się do tych dziedzin. Po zawężeniu wyszukiwania do wskazanych dyscyplin uzyskano 94 rekordów.

⁶ Stan na 18.09.2019 r.

Przeprowadzono także analizę występowania rekordów ze względu na rok publikacji (rysunek 3.9).



* Dane za rok 2019 są niepełne (analiza przeprowadzona we wrześniu 2019).

Źródło: opracowanie własne.

Rys. 3.9. Liczba publikacji zawierających zwrot „transnational* entrepreneur*” z podziałem na rok ukazania się

Pierwsza publikacja indeksowana w bazie Web of Science, zawierająca zwrot „transnational* entrepreneur*” pojawiła się w 1997 roku. Analiza trendu pokazuje jednak systematyczny wzrost zainteresowania tematyką, która szczególnie zyskała na znaczeniu szczególnie po 2009 roku.

Kolejną analizowaną kwestią, wykorzystaną dodatkowo do wyczyszczenia baz danych był typ dokumentu. Wśród 94 rekordów, zdecydowaną większość, bo 84 stanowiły artykuły, 10 rozdziały z książek, 5 materiały pokonferencyjne, 4 recenzje, 1 materiał redaktorskie. Po zawężeniu grupy do artykułów i rozdziałów w książkach w bazie pozostało 84 rekordy.

Prześledzono także liczbę cytowań. W analizowanej grupie 84 publikacji uzyskano ogółem 1529 cytowania (1255 cytowań bez autocytowań). Zestawienie 10 najczęściej cytowanych pozycji przedstawiono w tabeli 3.11.

W dalszej kolejności dokonano analizy treści abstraktów (w sytuacji, gdy w abstrakcie brakowało niezbędnych informacji również tekstów) pod kątem stosowanych metod badawczych oraz podstaw teoretycznych. Analizę przeprowadzono z wykorzystaniem oprogramowania MAXQDA z zastosowaniem drzewa kodowego przedstawionego na rys. 3.5.

Analiza tekstów pod kątem przyjętego podejścia metodologicznego pokazała, że podobnie jak w przypadku wcześniej analizowanych, również w przypadku tekstów odnoszących się stricte do transnarodowej przedsiębiorczości

Tabela 3.11.
Najczęściej cytowane publikacje zawierające zwrot „transnational* entrepreneur”^{a,b}

Lp.	Autor	Tytuł	Czasopismo	Rok publikacji	Wszystkie cytowania	Średnia cytowań na rok
1.	Portes A.; Haller W.J.; Guarnizo L.E.	Transnational entrepreneurs: An alternative from of immigrant economic adaptation	American Sociological Review 67(2), pp. 278–298	2002	460	25,56
2.	Drori I.; Honig B.; Wright M.	Transnational Entrepreneurship: An Emergent Field of Study	Entrepreneurship: Theory and Practice 33(5), pp. 1001–1022	2009	172	15,64
3.	Terjesen S.; Elam A.	Internationalization Strategies: A Practice Theory Approach	Studies in Comparative International Development 43(1), pp. 1–26	2009	92	8,36
4.	Chen W.; Tan J.	Trough a Network Lens: Theoretical and Methodological Considerations	Industry and Innovation 9(3), pp. 183–202	2009	61	5,55
5.	Riddle L.; Hrivnak G.; Nielsen T.	Transnational diaspora entrepreneurship in emerging markets: Bridging institutional divides	Entrepreneurship: Theory and Practice 33(5), pp. 1093–1120	2010	55	5,5
6.	Kyle D.	The Otavalo trade diaspora: social capital and transnational entrepreneurship	Journal of International Management 16(4), pp. 398–411	1999	55	2,62
7.	Sequeira J.; Carr J.; Rasheed A.	Transnational Entrepreneurship: Determinants of Firm Type and Owner Attributions of Success	Entrepreneurship: Theory and Practice 33(5), pp. 1079–1091	2009	47	4,27
8.	Patel P.; Conklin B.	Habitus and Social Networks in Balancing Transnational Entrepreneurial Activities	Ethnic and Racial Studies 22(2), pp. 422–446	2009	43	3,91
9.	Bathelt H.; Henn S.	Entrepreneurship in international business: An institutional perspective	Asia Pacific Journal of Management 19(1), pp. 29–61	2014	42	7
10.	Jones T.; Ram M.; Theodorakopoulos N.	Transnationalizing entrepreneurship: A critical agenda for economic geography	Progress in Human Geography 33(2), pp. 210–235	2010	35	3,5

Źródło: opracowanie własne.

dominują artykuły empiryczne. Spośród analizowanych rekordów 17 tekstów sklasyfikowano jako nieempiryczne, obejmujące przeglądy literatury oraz teksty koncepcyjne (*conceptual paper*), w 7 przypadkach w oparciu o abstrakt nie można było stwierdzić jakiej natury są teksty, zaś pełnotekstowa wersja artykułu była niedostępna. Dodatkowo w przypadku 4 tekstów baza nie zawierała abstraktów, a jedynie dane bibliometryczne.

W artykułach empirycznych traktujących o transnarodowej przedsiębiorczości dominowały badania wykorzystujące podejście jakościowe. Jednocześnie część autorów posłużyła się triangulacją metodologiczną i wykorzystwała zarówno metody jakościowe jak i ilościowe. Częstotliwość wykorzystania poszczególnych metod jakościowych przedstawiona została w tabeli 3.12.

Tabela 3.12.

Wykorzystanie metod oraz technik badań jakościowych w analizowanych artykułach

Metoda badawcza	Liczba artykułów
Wywiady	33
Case study – analiza przypadku	17
Obserwacja	6
Jakościowa analiza dokumentów	5
Badania fokusowe	2
Badania etnograficzne	2
Dziennik badawczy	1
Storytelling	1
Mapy sieci	1
Inne*	2

* nie sprecyzowano jakie.

Źródło: opracowanie własne.

Jak wskazano w kilkunastu przypadkach (13) badacze korzystali z kilku metod łącznie, najczęściej wykorzystując jednocześnie wywiady i obserwację lub wspierając analizę przypadków wywiadami.

W przypadku badań ilościowych rozkład wykorzystania poszczególnych metod przedstawiono w tabeli 3.13.

Tabela 3.13.

Wykorzystanie metod oraz technik badań ilościowych w analizowanych artykułach

Metoda badawcza	Liczba artykułów
Analiza danych zastanych	11
Ankieta	7

Źródło: opracowanie własne.

W kontekście stosowanych metod ilościowych ważne jest podkreślenie, iż w ramach analizy danych zastanych badacze korzystali przede wszystkim z dwóch rodzajów źródeł: statystyk publicznych oraz badań ankietowych realizowanych przez inne podmioty: administracji publicznej lub fundacji, w tym m.in. Global Entrepreneurship Monitor (Li, Isidor, Dau & Kabst, 2018) czy Comparative Immigrant Enterprise Project (Patel & Conklin, 2009).

Kolejną analizowaną kwestią istotną z punktu widzenia rygoru metodologicznego, ale również możliwości wnioskowania w oparciu o uzyskane dane jest kwestia wielkości przyjętej próby. W tabeli 3.14. wskazano zakres wielkości prób przyjmowanych w wywiadach, studium przypadku oraz badaniach ilościowych z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety.

Tabela 3.14.
Zakres przyjmowanej próby badawczej w analizowanych artykułach

Metoda badawcza	Zakres wielkości próby	Średnia wielkość próby
Wywiad	od 2 do 140	36 respondentów
Ankieta	od 47 do 219	155 respondentów (przy medianie równej Me = 158 respondentów)
Case study	od 1 do 20	8 przypadków

Źródło: Opracowanie własne.

Obok analizy przyjętej metodologii, badanie treści umożliwiło wskazanie głównych nurtów teoretycznych w przanalizowanych artykułach. Zestawienie prezentuje tabela 3.15.

Tabela 3.15.
Perspektywa teoretyczna przyjmowana w analizowanych artykułach

Teoria naukowa	Liczba artykułów
Mixed embeddedness	8
Teoria sieci	8
Kapitał ludzki i społeczny	4
Knowledge spill over	3
Transfer wiedzy	3
Strategiczna przedsiębiorczość	2
Teorie globalizacji	2
Teorie motywacji	2
Internacjonalizacja	2
Teoria praktyki Bourdieu	2
Rozpoznawanie szans (<i>opportunity recognition</i>)	1
Teoria ekosystemu przedsiębiorców	1
Teoria hegemonicznej męskości	1
Teoria strukturacji	1

Sieci wiedzy	1
Koncepcja „buzz and pipelines”	1
Superdiversity	1
Wyzwań instytucjonalnych	1
Hegemoniczna męskość	1

* Zestawienie przygotowane zostało w oparciu o zadeklarowaną przez autora/autorów przyjętą perspektywę teoretyczną. Należy mieć na uwadze, że część z tych perspektyw ma szerszy charakter (szkoły) i może obejmować inne ujęte w tabeli teorie.

Źródło: opracowanie własne.

Podobnie jak we wcześniejszych przypadkach, również w artykułach traktujących o przedsiębiorczości transnarodowej dominowała perspektywa *mixed embeddedness* oraz teoria sieci. Należy również odnotować, iż podobnie jak w grupie wcześniej analizowanych tekstów część artykułów nie odwoływała się jednoznacznie do teorii naukowych, zaś analiza samych tekstów wskazywała, iż w części teoretycznej prezentowano raczej konceptualizację pojęć lub analizowane zjawisko.

W dalszej kolejności analizie poddano zwrot „refugee* entrepreneur*⁷”. Schemat wyszukiwania był analogiczny jak w poprzednim przypadku. Wyszukiwarka wskazała na 13 rekordów⁷. W pierwszej kolejności poddano analizie przypisanie poszczególnych artykułów do dyscyplin. Aż 15 rekordów przypisano do nauk o zarządzaniu (8 do management i 7 do business), 2 do studiów rozwojowych (development studies) i po 1 artykule do geografii, demografii, etnologii i prawa. Ze względu na niewielką liczbę rekordów do analizy postanowiono uwzględnić wszystkie artykuły.

Analiza występowania rekordów ze względu na rok publikacji pokazała, że pierwsza publikacja indeksowana w bazie Web of Science, zawierająca zwrot „refugee* entrepreneur*⁷” (czyli przedsiębiorczość uchodźców) pojawiła się w 2008 roku. Następnie aż do 2017 roku w bazie nie pojawiła się żadna publikacja, w 2017 r. indeksowano 1 publikację, w 2018 r. 3 publikacje, natomiast do września 2019 r. w bazie pojawiło się już 8 publikacji. Tendencja ta związana jest z kryzysem uchodźczym w Europie (2015–2017/2018) oraz masowym napływem ponad miliona uchodźców i migrantów politycznych z Syrii i innych krajów Bliskiego Wschodu i Północnej Afryki. Przedsiębiorczość uchodźców przedstawiana jest przez media i polityków jako pozytywny wymiar ich przyjazdów oraz sposób na ich skuteczną adaptację w krajach przyjmujących.

Wśród 13 uwzględnionych w analizie rekordów aż 12 stanowiły artykuły zaś 1 publikacja miała charakter publikacji pokonferencyjnej i w związku

⁷ Stan na 18.09.2019 r.

Tabela 3.16.
Cytowane publikacje zawierające zwrot „refugee* entrepreneur**”

Lp.	Autor	Tytuł	Czasopismo	Rok publikacji	Wszystkie cytowania	Średnia cytowań na rok
1.	Wauters B.; Lambrecht J.	Barriers to refugee entrepreneurship in Belgium: Towards an explanatory model	Journal of Ethnic and Migration Studies	2008	23	1,92
2.	Bizri R.M.	Refugee-entrepreneurship: a social capital perspective	Entrepreneurship and Regional Development	2017	12	4
3.	Alrawadieh Z.; Karayilan E.; Cetin G.	Understanding the challenges of refugee entrepreneurship in tourism and hospitality	Service Industries Journal	2019	3	3
4.	Kwong C.C.Y.; Cheung C.W.M.; Manzoor H.; Rashid M.	Entrepreneurship through Bricolage: a study of displaced entrepreneurs at times of war and conflict	Entrepreneurship and Regional Development	2019	2	2
5.	Meister A., Mauer R.	Understanding refugee entrepreneurship incubation – an embeddedness perspective	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research	2019	1	1

Źródło: opracowanie własne.

z poprzednim schematem analizy została wykluczona. Tym samym ostateczna baza zawierała 12 rekordów. Publikacje te uzyskały ogółem 41 cytowań (24 cytowania bez autocytowań). Ponieważ cytowania posiadało zaledwie 5 artykułów tabela 3.16. ogranicza się do tych pozycji.

W dalszej kolejności dokonano analizy treści abstraktów (w sytuacji, gdy w abstrakcie brakowało niezbędnych informacji również tekstów) pod kątem stosowanych metod badawczych oraz podstaw teoretycznych. Ponownie wykorzystano oprogramowanie MAXQDA z zastosowaniem drzewa kodowego przedstawionego na rys. 3.5.

Dokonując analizy tekstów traktujących o przedsiębiorczości uchodźców należy wziąć pod uwagę, iż są to przede wszystkim teksty relatywnie nowe. Dodatkowo w związku z faktem, iż teksty te są w dużej mierze pochodną fali migracji uchodźców, tzw. „kryzysu uchodźczego” z lat 2015–2016 (Komisja Europejska, 2017), znaczna część tekstów prezentuje wyniki badań eksploracyjnych. Przekłada się to na przyjmowane przez autorów podejście metodologiczne. Spośród analizowanych tekstów zaledwie jeden tekst nie miał charakteru empirycznego.

Eksploracyjny charakter tekstów przełożył się również na rodzaj prezentowanych badań. Wszystkie analizowane teksty przyjęły perspektywę badań jakościowych, z wykorzystaniem jednej lub kombinacją kilku metod badawczych. Częstość wykorzystania poszczególnych metod jakościowych przedstawiona została w tabeli 3.17.

Tabela 3.17.

Wykorzystanie metod oraz technik badań jakościowych w analizowanych artykułach

Metoda badawcza	Liczba artykułów
Wywiady	7
Case study – analiza przypadku	3
Jakościowa analiza dokumentów	2
Obserwacja	1
Badania fokusowe	1
Wywiad biograficzny	1

Źródło: opracowanie własne.

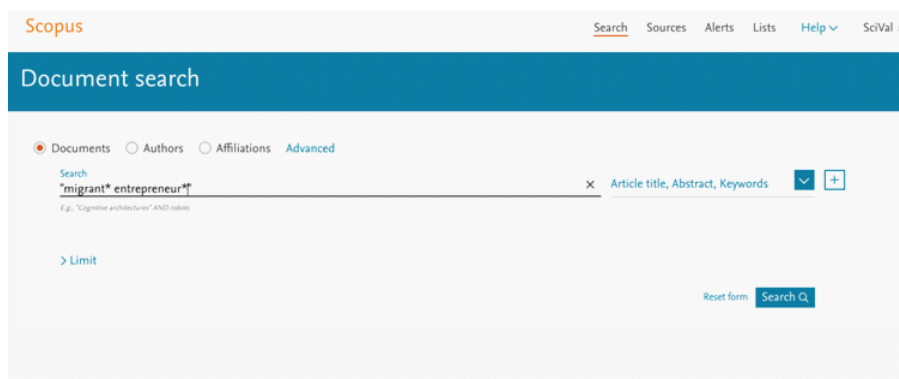
Zaledwie w przypadku trzech tekstów bazujących na wywiadach autorzy wskazali w abstrakcie lub w dostępnej wersji pełno tekstowej wielkość próby, które wynosiły odpowiednio: 9 (Mawson & Kasem, 2019), 20 (Alrawadieh et al., 2019) i 29 (Shneikat & Alrawadieh, 2019). Dodatkowo w swoich badaniach Cheung i inni (2019) zrealizowali 3 wywiady biograficzne. Analizy przypadków realizowane były na pojedynczych przypadkach, jednak autorzy wskazywali, iż w ramach analizy przypadku realizowali wywiady czy badania

fokusowe (nie precyzując jednak ich liczby, cf. (Bizri, 2017; Meister & Mauer, 2019).

Obok analizy przyjętej metodologii analiza treści umożliwiła wskazanie głównych nurtów teoretycznych w przanalizowanych artykułach. Ponownie jednak część artykułów nie odwoływała się jednoznacznie do teorii naukowych, zaś analiza samych tekstów wskazywała, iż w części teoretycznej prezentowano raczej konceptualizację pojęć lub analizowane zjawisko, w kontekście wyników wcześniejszych niż przyjmowano perspektywę konkretnej teorii naukowej. Zaledwie 6 artykułów wskazało konkretną perspektywę teoretyczną w tym: teorię kapitału ludzkiego i społecznego (2 artykuł), mixed embeddedness (1 artykuł), teorię sieci (1 artykuł), ekosystem przedsiębiorczości (1 artykuł), oraz skłonność przedsiębiorcza (entrepreneurial intention) (1 artykuł).

3.2.2. Analiza bibliometryczna za pomocą Scopus

Scopus, udostępniany przez firmę Elsevier, jest bazą abstraktów i cytowań. Wyszukiwanie rekordów w bazie Scopus odbyło się poprzez wyszukiwanie poszczególnych haseł w ramach kategorii „Article title, Abstract, Keywords”, która uwzględnia tytuły, abstrakt, słowa kluczowe wprowadzone przez autora oraz kategorię „keyword plus”, czyli słowa kluczowe uzupełnione przez redaktorów bazy. Dodatkowo w ramach wyszukiwania posłużono się opcją „*”, która umożliwia wyszukiwanie zwrotów zawierających wprowadzony element. Tym samym po uzupełnieniu hasła „entrepreneur” o znak „*” możliwe stało się jednoczesne wyszukanie m.in. haseł „entrepreneur”, „entrepreneurs” „entrepreneurship” czy „entrepreneurial”. Schemat wyszukiwania przedstawiono rysunku 3.10.



Źródło: opracowanie własne.

Rys. 3.10. Przyjęty schemat wyszukiwania pojęć w bazie Scopus

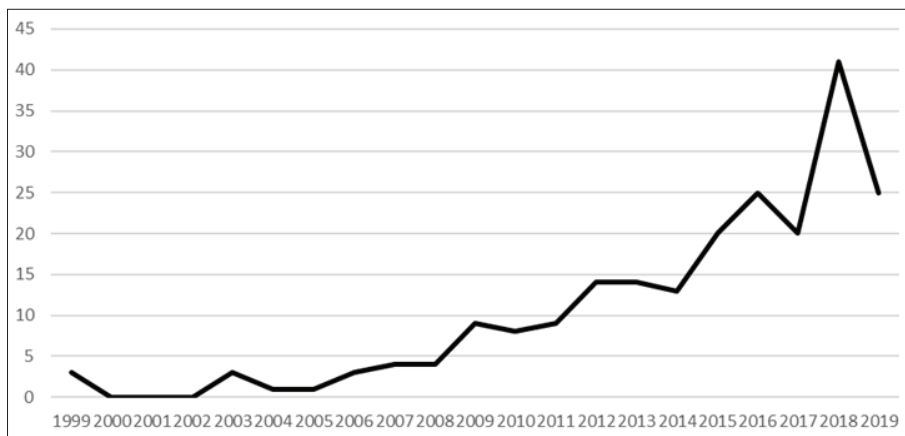
W pierwszej kolejności analizie poddano zwrot „migrant* entrepreneur*”. Wyszukiwarka wskazała na 231 rekordów⁸.

Analiza występowania pojęcia ze względu na przypisaną do tekstów dyscyplinę (tabela 3.18.) pokazuje duże zróżnicowanie, co potwierdza interdyscyplinarny charakter zagadnienia.

Tabela 3.18.
Występowanie zwrotu „migrant* entrepreneur*” w bazie Scopus z podziałem na dyscypliny

Dyscyplina	Liczba rekordów
Nauki społeczne	148
Nauki o zarządzaniu i księgowość	91
Ekonomia, ekonometria i finanse	67
Nauki humanistyczne i o sztuce	32
Nauki o podejmowaniu decyzji (<i>decision science</i>)	6
Ziemia i nauki o planecie	6
Nauki o środowisku	6
Nauki informatyczne	2
Nauki inżynieryjne	2
Psychologia	1

Źródło: opracowanie własne.



* Dane za rok 2019 są niepełne (analiza przeprowadzona w listopadzie 2019)

Źródło: opracowanie własne.

Rys. 3.11. Liczba publikacji zawierających zwrot „migrant* entrepreneur*” z podziałem na rok ukazania się

Tabela 3.18. pokazuje również, że pomimo iż zagadnienie było przedmiotem zainteresowania badaczy reprezentujących różne dyscypliny,

⁸ Na dzień 12.11.2019

wane jest przede wszystkim przez nauki społeczne, nauki o zarządzaniu i księgowości oraz ekonomię, ekonometrię i finanse. W związku z tym, w dalszej analizie ograniczono się do tych dyscyplin. Po zawężeniu wyszukiwania do wskazanych dziedzin uzyskano 177 rekordów. Przeanalizowano także występowanie tekstów ze względu na rok publikacji (rysunek 3.11).

Pierwsza publikacja indeksowana w bazie Scopus, zawierająca zwrot „migrant* entrepreneur*” pojawiła się w 1999 roku. Analiza trendu pokazuje jednak systematyczny wzrost zainteresowania tematyką, która szczególnie zyskała na znaczeniu w 2015 roku. Trend kształtuje się zatem podobnie jak w przypadku bazy Web of Science.

Kolejną analizowaną kwestią, wykorzystaną dodatkowo do wyczyszczenia baz danych był, podobnie jak w przypadku analiz przeprowadzonych w oparciu o bazę Web of Science typ dokumentu. W ramach 177 analizowanych rekordów 125 stanowiły artykuły, 26 rozdziały z książek, 12 były to recenzje, kolejne 9 to książki, 2 materiały pokonferencyjne, 1 materiał redaktorski, 1 notatka i 1 dokument niezdefiniowany. Po wykluczeniu materiałów pokonferencyjnych, recenzji, materiałów redaktorskich, notatki i dokumentu niezdefiniowanego w bazie pozostało 160 rekordów. Publikacje te uzyskały ogółem 1784 cytowania (1629 cytowań bez autocytowań). Zestawienie 10 najczęściej cytowanych pozycji przedstawiono w tabeli 3.19.

Porównanie wyników wyszukiwania zwrotu „migrant* entrepreneur*” ze względu na liczbę rekordów oraz liczbę cytowań pokazuje pewne różnice pomiędzy bazami Scopus i Web of Science. Druga z tych baz dała więcej wyników wyszukiwania, jednak dość ogólne przypisanie tekstów do dyscyplin spowodowało, iż na trzeciej pozycji najczęściej cytowanych artykułów znalazła się pozycja z zakresu nauk o turystyce (niekoniecznie interesujących z punktu widzenia tematyki podejmowanej w niniejszym opracowaniu). W związku z tym odpowiednie wyczyszczenie bazy wydaje się być bardziej problematyczne. Niemniej jednak po zastosowaniu istotnych z punktu widzenia badania filtrów, baza Scopus dała większą liczbę rekordów, co wskazuje na istnienie różnic pomiędzy tymi badaniami oraz sugeruje konieczność dokonania analizy obu tych baz.

W drugiej kolejności analizie poddano zwrot „immigrant* entrepreneur*”. Schemat wyszukiwania był analogiczny jak w poprzednim przypadku. Wyszukiwarka wskazała na 517 rekordów⁹.

Analizę występowania pojęcia ze względu na przypisaną do tekstów dyscyplinę przestawiono w tabeli 3.20.

⁹ Stan na 12.11.2019 r.

Tabela 3.19.
Najczęściej cytowane publikacje zawierające zwrot „migrant* entrepreneur**”

Lp.	Autor	Tytuł	Czasopismo	Rok publikacji	Liczba cytowań	Średnia cytowań na rok
1.	Kloosterman R., Van Leun J.D.; Rath J.	Mixed embeddedness: (In)formal economic activities and immigrant businesses in the Netherlands	International Journal of Urban and Regional Research 23(2), pp. 252–266	1999	373	18,65
2.	Kloosterman R.C.	Analysing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective	Entrepreneurship and Regional Development 22(1), pp. 25–45	2010	185	20,56
3.	O'Reilly K.	When is a tourist?: The articulation of tourism and migration in Spain's Costa del Sol	Tourist Studies 3(3), pp. 301–317	2003	113	7,06
4.	Kalantaridis C.; Bikka Z.	In-migrant entrepreneurship in rural England: Beyond local embeddedness	Entrepreneurship and Regional Development 18(2), pp. 109–131	2006	89	6,85
5.	Sepulveda L.; Syrett S.; Lyon F.	Population superdiversity and new migrant entrepreneurship: The case of London	Entrepreneurship and Regional Development 23(7–8), pp. 469–497	2011	66	8,25
6.	Masurel E.; Nijkamp P.; Vindigni G.	Breeding places for ethnic entrepreneurs: A comparative marketing approach	Entrepreneurship and Regional Development 16(1), pp. 77–86	2004	62	4,13
7.	Baycan-Levent T.; Nijkamp P.	Characteristics of migrant entrepreneurship in Europe	Entrepreneurship and Regional Development 21(4), pp. 375–397	2009	60	6,00
8.	Kontos M.	Self-employment policies and migrants' entrepreneurship in Germany	Entrepreneurship and Regional Development 15(2), pp. 119–135	2003	46	2,88
9.	Murphy R.	Return migrant entrepreneurs and economic diversification in two counties in south Jiangxi, China	Journal of International Development 11(4), pp. 661–672	1999	44	2,20
10	Ram M.; Jones T.; Villares-Varela M.	Migrant entrepreneurship: Reflections on research and practice	International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship 35(10), pp. 3–18	2017	43	21,50

Źródło: opracowanie własne „migrant* entrepreneur**”.

Tabela 3.20.
Występowanie zwrotu „immigrant* entrepreneur*” z podziałem
na dyscypliny (liczba tekstów)

Dyscyplina	Liczba rekordów
Nauki społeczne	277
Nauki o zarządzaniu i księgowość	259
Ekonomia, ekonometria i finanse	166
Nauki humanistyczne i o sztuce	68
Nauki o środowisku	19
Nauki o podejmowaniu decyzji (<i>decision science</i>)	17
Ziemia i nauki o planecie	12
Psychologia	11
Nauki informatyczne	5
Nauki inżynierskie	4
Matematyka	4
Interdyscyplinarne	4
Inżynieria chemiczna	3
Elektryka	3
Medycyna	3
Rolnictwo i nauki biologiczne	2
Fizyka i astronomia	2
Pielęgniarstwo	1
Weterynaria	1

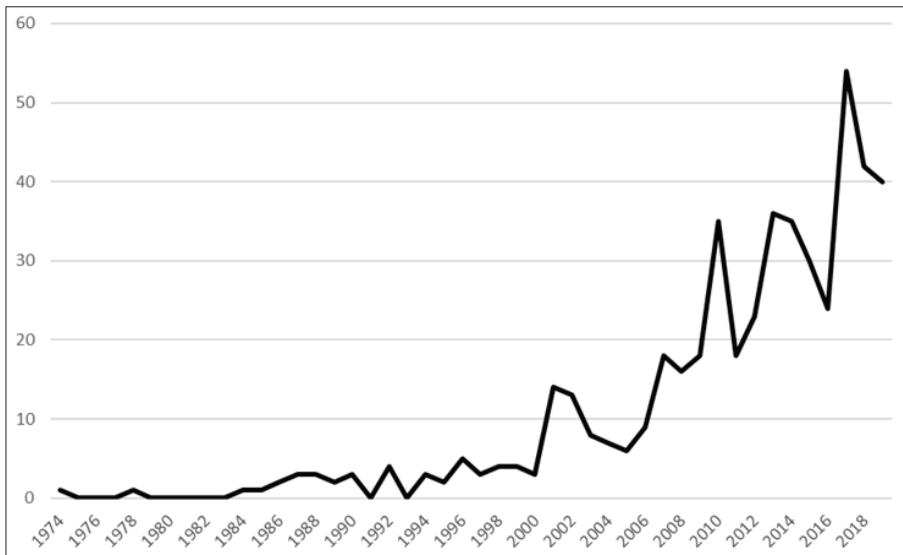
Źródło: opracowanie własne.

Pomimo dużej dyscyplinarności, zagadnienie „immigrant* entrepreneur*” analizowane jest przede wszystkim przez nauki społeczne, nauki o zarządzaniu i księgowości oraz ekonomię, ekonometrię i finanse. W związku z tym, w dalszej analizie ograniczono się do tych dyscyplin. Po zawężeniu wyszukiwania do wskazanych dziedzin uzyskano 492 rekordy, zatem zdecydowanie więcej niż uzyskano na Web of Science.

Pierwsza publikacja indeksowana w bazie Scopus, zawierająca zwrot „immigrant* entrepreneur*” opublikowana została w 1974 roku, zaś w bazie Web of Science w 1984 roku. Analiza trendu pokazuje jednak systematyczny wzrost zainteresowania tematyką, która szczególnie zyskała na znaczeniu po 2007 roku (rysunek 3.12).

Kolejnym elementem wykorzystanym do wyczyszczenia baz danych był typ dokumentu. W ramach 492 rekordów większość, bo 384 stanowiły artykuły, 54 były to rozdziały z książek, 23 recenzje, 12 książek, 8 materiałów pokonferencyjnych, 2 listy, 2 notatki, 1 recenzja konferencji, 1 materiał redaktorski,

1 errata i 4 dokumenty niezdefiniowane. Po ograniczeniu się do artykułów, książek i rozdziałów w książkach w bazie pozostało 450 rekordów, czyli prawie 200 rekordów więcej niż w przypadku bazy Web of Science.



* Dane za rok 2019 są niepełne (analiza przeprowadzona we wrześniu 2019 r.).

Źródło: opracowanie własne.

Rys. 3.12. Liczba publikacji zawierających zwrot „immigrant* entrepreneur*” z podziałem na rok ukazania się

Uwzględnione w analizach 450 publikacji uzyskało ogółem 7615 cytowania (7172 cytowań bez autocytowań). Zestawienie 10 najczęściej cytowanych pozycji przedstawiono w tabeli 3.21.

Następnie analizie poddano zwrot „transnational* entrepreneur*”. Schemat wyszukiwania był analogiczny jak w poprzednich przypadkach. Wyszukiwarka wskazała na 169 rekordów¹⁰.

Analiza występowania pojęcia ze względu na przypisaną do tekstów dyscyplinę (tabela 3.22) pokazuje duże zróżnicowanie, co świadczy o interdyscyplinarności zagadnienia.

Powyższa tabela pokazuje również, że pomimo dużej dyscyplinarności, zagadnienie to analizowane jest przede wszystkim przez nauki społeczne, nauki o zarządzaniu i księgowości oraz ekonomię, ekonometrię i finanse. W związku z tym, w dalszej analizie ograniczono się do tych dyscyplin. Po zawężeniu wy-

¹⁰ Stan na 12.11.2019 r.

Tabela 3.21.
Najczęściej cytowane publikacje zawierające zwrot „immigrant* entrepreneur”^{a,b}

Lp.	Autor	Tytuł	Czasopismo	Rok publikacji	Liczba cytowań	Średnia liczba cytowań na rok
1.	Levitt P.	Social remittances: Migration driven local-level forms of cultural diffusion	International Migration Review 32(4), pp. 926–948	1998	559	26,62
2.	Kloosterman R., Rath J.	Immigrant entrepreneurs in advanced economies: Mixed embeddedness further explored	Journal of Ethnic and Migration Studies 27(2), pp. 189–201	2001	357	19,83
3.	Portes A.	Conclusion: Theoretical convergencies and empirical evidence in the study of immigrant transnationalism	International Migration Review 37(3), pp. 874–892	2003	310	19,38
4.	Saxenian A.I.	Silicon Valley's new immigrant high-growth entrepreneurs	Economic Development Quarterly 16(1), 20–31	2002	191	11,24
5.	Kloosterman R.C.	Matching opportunities with resources: A framework for analysing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective	Entrepreneurship and Regional Development 22(1), pp. 25–45	2010	185	20,56
6.	Nee V., Sanders J.	Understanding the diversity of immigrant incorporation: A forms-of-capital model	Ethnic and Racial Studies 24(3), pp. 386–411	2001	180	10,00
7.	Baltar E., Brunet I.	Social research 2.0: Virtual snowball sampling method using Facebook	Internet Research 22(1), pp. 57–74	2012	171	24,43
8.	Basu A., Allinay E.	The interaction between Culture and Entrepreneurship i London's Immigrant Businesses	International Small Business Journal 20(4), pp. 371–393	2002	159	9,35
9.	Evans M.D.R.	Immigrant entrepreneurship: effects of ethnic market size and isolated labor pool	American Sociological Review 54(6), pp. 950–962	1989	151	5,03
10.	Bates T.	Social resources generated by group support networks may not be beneficial to asian immigrant-owned small businesses	Social Forces 72(3), pp. 671–689	1994	146	5,84

Źródło: opracowanie własne.

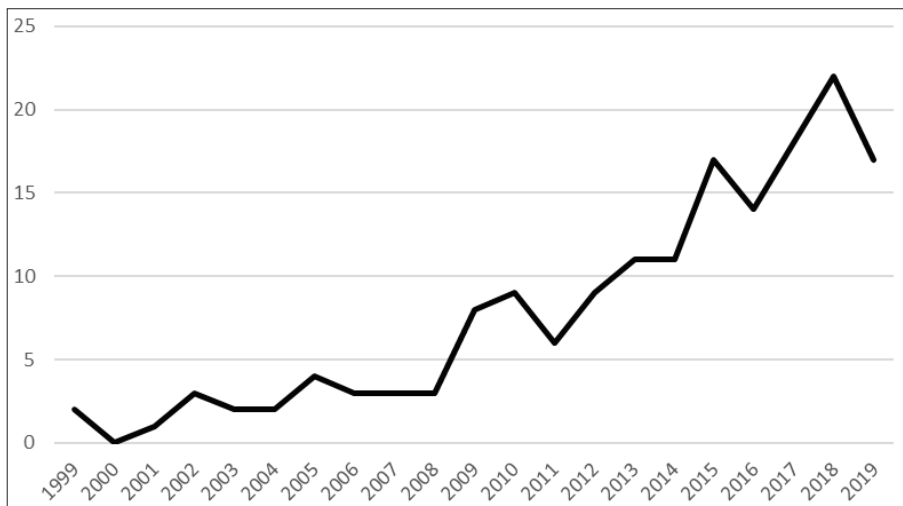
szukiwania do wskazanych dziedzin uzyskano 165 rekordy, zatem zdecydowanie więcej niż uzyskano na Web of Science.

W dalszej kolejności dokonano analizy występowania rekordów ze względu na rok publikacji (rysunek 3.12).

Tabela 3.22.
Występowanie zwrotu „transnational* entrepreneur*” z podziałem na dyscypliny (liczba tekstów)

Dyscyplina	Liczba rekordów
Nauki o zarządzaniu i księgowość	89
Nauki społeczne	82
Ekonomia, ekonometria i finanse	65
Nauki humanistyczne i o sztuce	15
Nauki o środowisku	9
Ziemia i nauki o planecie	6
Elektryka	4
Psychologia	3
Nauki informatyczne	2
Nauki o podejmowaniu decyzji (<i>decision science</i>)	2
Nauki inżynierskie	1

Źródło: opracowanie własne.



* Dane za rok 2019 są niepełne (analiza przeprowadzona we wrześniu 2019 r.).

Źródło: opracowanie własne.

Rys. 3.13. Liczba publikacji zawierających zwrot „transnational* entrepreneur*” z podziałem na rok ukazania się

Tabela 3.23.
Najczęściej cytowane publikacje zawierające zwrot „transnational* entrepreneur**»

Lp.	Autor	Tytuł	Czasopismo	Rok publikacji	Liczba cytowań	Średnia liczba cytowań na rok
1.	Portes A.; Guarnizo L.E.; Haller W.J.	Transnational entrepreneurs: An alternative form of immigrant economic adaptation	American Sociological Review 67(2), pp. 278–298	2002	593	34,88
2.	Drori I.; Honig B.; Wright M.	Transnational entrepreneurship: An emergent field of study	Entrepreneurship: Theory and Practice 33(5), pp. 1001–1022	2009	234	23,40
3.	Heilmann S.	Policy experimentation in China's economic rise	Studies in Comparative International Development 43(1), pp. 1–26	2008	232	21,09
4.	Saxenian A.	Transnational communities and the evolution of global production networks: The cases of Taiwan, China and India	Industry and Innovation 9(3), pp. 183–202	2002	231	13,59
5.	Terjesen S.; Elam A.	Transnational entrepreneurs' venture internationalization strategies: A practice theory approach	Entrepreneurship: Theory and Practice 33(5), pp. 1093–1120	2009	110	11,00
6.	Riddle L.; Hrivnak G.A.; Nielsen T.M.	Transnational diaspora entrepreneurship in emerging markets: Bridging institutional divides	Journal of International Management 16(4), pp. 398–411	2010	94	10,44
7.	Chen W.; Tan J.	Understanding transnational entrepreneurship through a network lens: Theoretical and methodological considerations	Entrepreneurship: Theory and Practice 33(5), pp. 1079–1091	2009	90	9,00
8.	Kyle D.	The Otavalo trade diaspora: Social capital and transnational entrepreneurship	Ethnic and Racial Studies 22(2), pp. 422–446	1999	82	4,10
9.	Yeung H.W.-C.	Entrepreneurship in international business: An institutional perspective	Asia Pacific Journal of Management 19(1), pp. 29–61	2002	80	4,71
10.	Yeung H.W.-C.	Transnationalizing entrepreneurship: A critical agenda for economic geography	Progress in Human Geography 33(2), pp. 210–235	2009	71	7,10

Źródło: opracowanie własne.

Pierwsza publikacja indeksowana w bazie Scopus, zawierająca zwrot „transnational* entrepreneur*” opublikowana została w 1999 roku. Analiza trendu pokazuje jednak systematyczny wzrost zainteresowania tematyką, która szczególnie zyskała na znaczeniu po 2009 roku.

Kolejną analizowaną kwestią, wykorzystaną dodatkowo do wyczyszczenia baz danych, było typ dokumentu. W ramach 165 rekordów 113 stanowiły artykuły, 36 rozdziały z książek, 5 recenzji, 5 materiałów pokonferencyjnych, 3 książki, 2 notatki i 1 materiał redaktorski. Po ograniczeniu się do artykułów, książek i rozdziałów w książkach w bazie pozostało 152 rekordów, czyli prawie dwa razy więcej niż w przypadku bazy Web of Science.

Kolejną analizowaną kwestią była liczba cytowań. Pozostałe 152 publikacje uzyskały ogółem 3010 cytowań (2783 cytowań bez autocytowań). Zestawienie 10 najczęściej cytowanych pozycji przedstawiono w tabeli 3.23.

W dalszej kolejności analizie poddano zwrot „refugee* entrepreneur*”. Schemat wyszukiwania był analogiczny jak w poprzednim przypadku. Wyszukiwarka wskazała na 32 rekordów¹¹. Do dalszej analizy wykluczono teksty przypisane do nauk humanistycznych i sztuki, nauk o środowisku i nauk o ziemi i planecie. W związku z tym zawężono liczbę rekordów do 29 (szczegóły: tabela 3.24.).

Tabela 3.24.

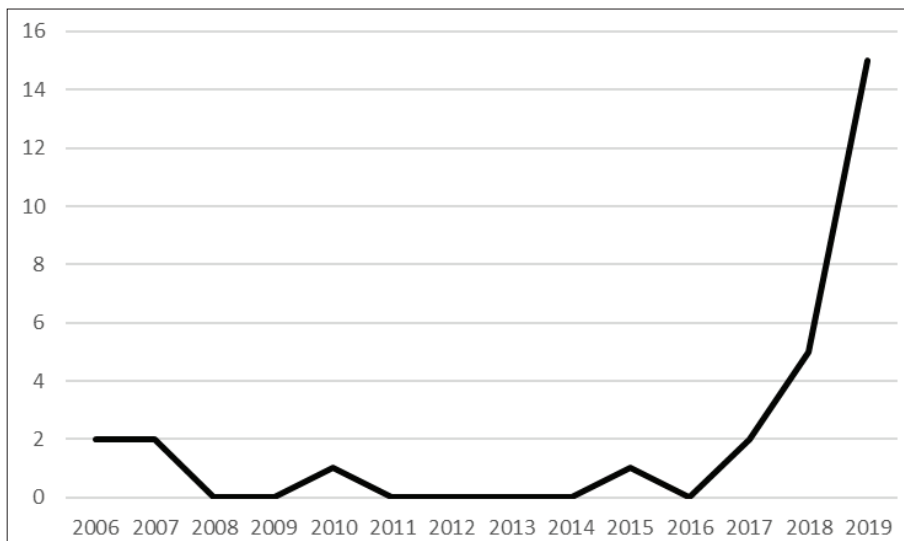
Występowanie zwrotu „refugee* entrepreneur*” z podziałem na dyscyplinę (liczba tekstów)

Dyscyplina	Liczba rekordów
Nauki o zarządzaniu i księgowość	21
Nauki społeczne	14
Ekonomia, ekonometria i finanse	12
Nauki humanistyczne i o sztuce	1
Nauki o środowisku	1
Ziemia i nauki o planecie	1

Źródło: opracowanie własne.

W dalszej kolejności dokonano analizy występowania rekordów ze względu na rok publikacji. Pierwsza publikacja indeksowana w bazie Scopus, zawierająca zwrot „refugee* entrepreneur*” pojawiła się w 1990 roku. Następnie, aż do 2006 roku w bazie nie pojawiła się żadna publikacja. Częstość występowania rekordów ze względu na rok publikacji (po 2006 roku) obrazuje rysunek 3.13.

¹¹ Stan na 12.11.2019 r.



Dane za rok 2019 są niepełne (analiza przeprowadzona we wrześniu 2019 r.).

Źródło: opracowanie własne.

Rys. 3.14. Liczba publikacji zawierających zwrot „refugee* entrepreneur**” z podziałem na rok ukazania się

Kolejną analizowaną zmienną wykorzystaną dodatkowo do wyczyszczenia baz danych był typ dokumentu. W ramach 29 rekordów aż 20 stanowiły artykuły, 5 rozdziały w książkach, 3 książki i jedna recenzja, którą wykluczono z dalszej analizy. Tym samym ostateczna baza zawierała 28 rekordów. Publikacje te uzyskały ogółem 135 cytowań (117 cytowania bez autocytowań).

Z dokonanej analizy bibliometrycznej bazy Web of Science oraz syntetycznej analizy bazy Scopus można wyciągnąć pewne wnioski. W pierwszej kolejności należy stwierdzić, iż ze względu na występujące między bazami różnice, konieczne jest przeanalizowanie obu baz. Różnice w liczbie rekordów wynikają z jednej strony z innego zdefiniowania granic dyscyplin naukowych, natomiast z drugiej z faktu, iż część czasopism jest indeksowana tylko w jednej bazie. Drugim istotnym wnioskiem jest kwestia terminologii. W trakcie analizy stwierdzono, iż najszerszym pojęciem w kontekście przeszukiwania baz danych jest „immigrant entrepreneurship”. W trakcie analizy tego pojęcia pojawiały się bowiem artykuły tematycznie związane z pozostałymi pojęciami, w tym przede wszystkim przedsiębiorczością transnarodową. Z drugiej strony w ramach przedsiębiorczości transnarodowej pojawiały się artykuły tematycznie związane z emigracją powrotną (*return migration*). Analiza pokazała istnienie swoistego chaosu pojęciowego w zakresie przedsiębiorczości migrantów, przy czym, ze względu na naturę analizy, chaos ten widoczny był przede

Tabela 3.25.
Cytowane publikacje zawierające zwrot „refugee* entrepreneur**»

Ip.	Autor	Tytuł	Czasopismo	Rok publikacji	Liczba cytowań	Średnia liczba cytowań na rok
1.	Crush J.; Chicanda A.; Skinner C.	Mean streets: Migration, xenophobia and informality in South Africa	Książka	2015	28	7,00
2.	Wauters B.; Lambrecht J.	Refugee entrepreneurship in Belgium: Potential and practice	International Entrepreneurship and Management Journal 2(4), pp. 509–525	2006	23	1,77
3.	Bizri R.M.	Refugee-entrepreneurship: a social capital perspective	Entrepreneurship and Regional Development 29(9–10), pp. 847–868	2017	20	10,00
4.	Fuller-Love N.; Lim L.; Akehurst G.	Guest editorial: Female and ethnic minority entrepreneurship	International Entrepreneurship and Management Journal 2(4), pp. 429–439	2006	18	1,38
5.	Fong R.; Busch N.B.; Armour M.; Cook Heffron L.; Channmugan A.	Pathways to self-sufficiency: Successful entrepreneurship for refugees	Journal of Ethnic and Cultural Diversity in Social Work 16(1–2), pp. 127–159	2007	13	1,08
6.	Wauters B.; Lambrecht J.	Refugee entrepreneurship: The case of Belgium	Entrepreneurship, Competitiveness and Local Development: Frontiers in European Entrepreneurship Research, pp. 200–222	2007	6	0,50
7.	Alrawadieh Z.; Karayilan E.; Cetin G.	Understanding the challenges of refugee entrepreneurship in tourism and hospitality	Service Industries Journal 39(9–10), pp. 717–740	2019	5	5,00
8.	Kariv D.; Menzies T.V.; Brenner G.A.	Business success among visible and non-visible ethnic entrepreneurs: A look at the effects of unemployment, co-ethnic involvement and human capital	Global Business and Economic Review 12(1–2), pp. 115–150	2010	5	0,56
9.	Sandberg S.; Immonen R.; Kok S.	Refugee entrepreneurship: Taking a social network view on immigrants with refugee backgrounds starting transnational businesses in Sweden	International Journal of Entrepreneurship and Small Business 36(1–2), pp. 216–241	2019	3	3,00
10.	Shneikat B.; Alrawadieh Z.	Unraveling refugee entrepreneurship and its role in integration: empirical evidence from the hospitality industry	Service Industries Journal 39(9–10), pp. 741–761	2019	2	2,00

Źródło: opracowanie własne.

wszystkim w obszarze opisanego artykułu (abstrakt, słowa kluczowe). Może się to jednak z kolei przełożyć na chaos koncepcyjny w samych artykułach i realizowanych badaniach. Wreszcie stwierdzono, iż znaczna część badań nad przedsiębiorczością migrantów realizowana jest z wykorzystaniem jakościowych metod badawczych, co może być pochodną m.in.:

- eksploracyjnego charakteru realizowanych badań (Zhang & Chun, 2018),
- problemów z dotarciem do respondenta (Bassett-Jones, 2005),
- przyjętego problemu badawczego – np. w badaniach na indywidualną percepcją oraz sposobem interpretowania złożonych zjawisk jak migracja podejście jakościowe pozwala na uchwycenie większej ilości informacji (Salamanca & Alcaraz, 2019),
- przyjętej perspektywy teoretycznej – jak wskazano znaczna część badań nad przedsiębiorczością migrantów przyjmuje perspektywę *mixed embeddedness*, która jak wskazuje Kloosterman wymaga wręcz zastosowania podejścia jakościowego (Kloosterman, 2010: 41).

3.2.3. Analiza bibliometryczna za pomocą Google Scholar

Ponieważ przeanalizowane wcześniej bazy: Scopus i Web of Science zawierają przede wszystkim odwołania do tekstów anglojęzycznych, analiza ograniczająca się do tych źródeł pomija teksty polskojęzyczne. W związku z tym za pomocą Google Scholar wyszukano pojęcia w języku polskim. W Google Scholar znajdują się artykuły, prace naukowe, książki, abstrakty, materiały towarzystw naukowych, repozytoriów (Klincewicz et al., 2012) a nawet odwołania do materiałów zamieszczanych samodzielnie przez autora na innych portalach internetowych (np. researchgate.net) Analiza pojęć wykorzystanych do przeszukania bazy przedstawiona została w tabeli 3.26.

Tabela 3.26.

Liczba pozycji zawierających wybrane hasła wyszukana za pomocą Google Scholar

Wyszukiwane frazy	Wyniki ogółem	Wyniki po czyszczeniu	Ogólna liczba cytowań
Przedsiębiorczość migrantów	8	4	19
Przedsiębiorczość imigrantów	19	14	5
Przedsiębiorczość transnarodowa	2	2	4
Przedsiębiorczość uchodźców	1	1	2
Przedsiębiorca migrant*	1	1	0
Przedsiębiorca imigrant*	2	1	0
Przedsiębiorca transnarodowy*	3	1	0
Przedsiębiorca uchodźca*	0	0	0

* zwroty wyszukiwano w dwóch konfiguracjach np. „przedsiębiorca imigrant” i *imigrant przedsiębiorca*”.

Źródło: opracowanie własne w oparciu o Google Scholar (z dnia 02.09.2019).

Należy podkreślić, że wyszukiwarka Google Scholar również obarczona jest pewnymi błędami. Zdarzają się bowiem przypadki, że pomijane są pewne pozycje, które w zasadzie powinny zostać przez wyszukiwarkę uwzględnione. Taką sytuację odnotowano na przykładzie Problemów Zarządzania nr 1 (81) Contemporary Entrepreneurship in Research and Practice: Multiple Dimensions and Contexts for Entrepreneurial Activity, gdzie wyszukiwarka podała rekord Leta-Leroux (2019), a nie podała rekordu Zbierowski i inni (2019), co może wynikać z niewskazania żadnego z powyższych haseł w słowach kluczowych artykułu. Z drugiej strony wskazuje jednak na swoistą ułomność tej formy analizy literatury.

Wśród wyłonionych artykułów zdecydowana większość miała charakter teoretyczny. Badania empiryczne przeprowadzono przede wszystkim z wykorzystaniem badań jakościowych i bazowano na wywiadach pogłębionych (IDI oraz oral history), badaniach etnograficznych oraz badaniach QLS (qualitative longitudinal study). Część artykułów bazowała na analizie danych zastanych – statystyk publicznych. Jeden z analizowanych artykułów opierał się na badaniach ilościowych (próba n = 87), przy czym respondentami nie byli migranci, ale decydenci i samorządowcy.

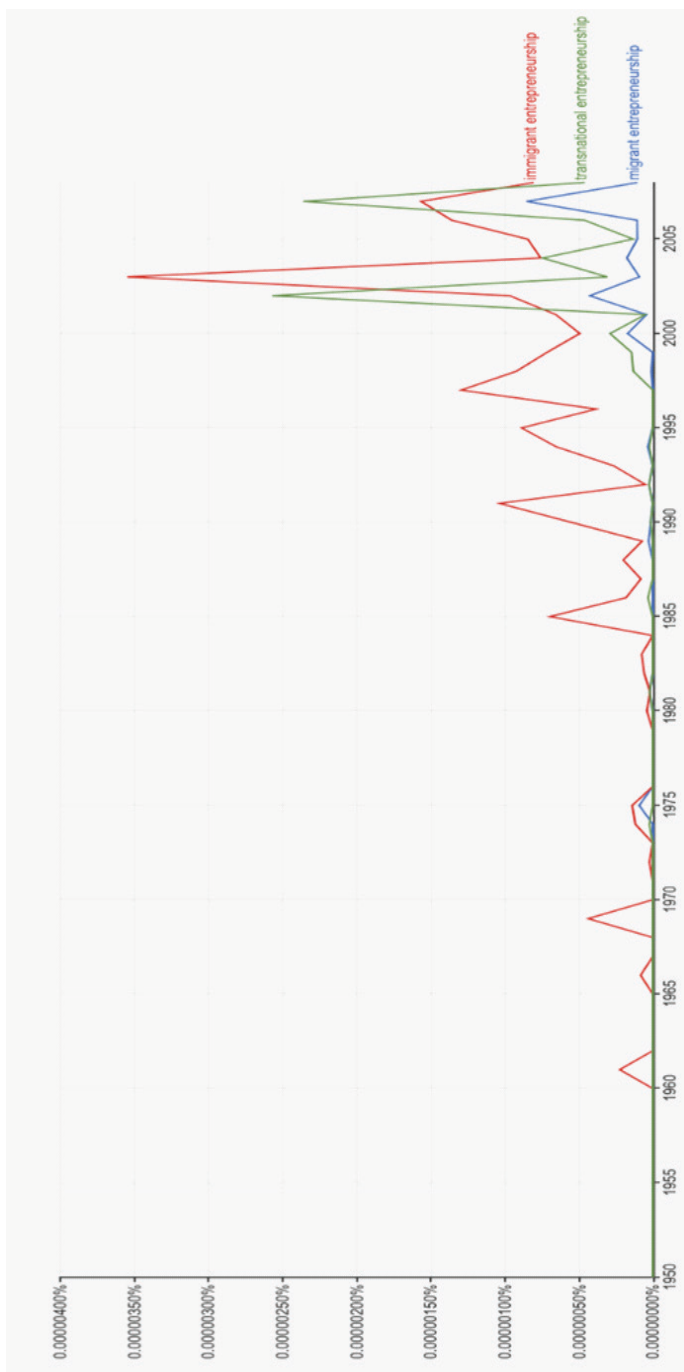
3.2.4. Analiza trendów występowania słów kluczowych

W pierwszej kolejności dokonano analizy trendów występowania słów kluczowych:

- Migrant entrepreneurship – przedsiębiorczość migrantów;
- Immigrant entrepreneurship – przedsiębiorczość imigrantów;
- Transnational entrepreneurship – przedsiębiorczość transnarodowa;
- Refugee entrepreneurship – przedsiębiorczość uchodźców.

Aplikacja Google Ngram Viewer pozwala na dokonanie porównań jedynie do 2008 roku, co stanowi znaczne ograniczenie dla poniższej analizy. Zapewne ograniczony zakres czasowy wpłynął na to, iż dla hasła „refugee entrepreneurship” (RES) nie odnaleziono żadnych wyników. Analiza trendów przedstawiona została na wykres 3.14.

Jak pokazała analiza, pierwsze z tych pojęć: „immigrant entrepreneurship” (IES) pojawiło się dopiero w 1961 roku i w zasadzie przez cały analizowany okres było pojęciem dominującym. Zwrot „migrant entrepreneurship” (MES), które często utożsamiane jest z „immigrant entrepreneurship”, pojawiło się w 1975 roku, przy czym na częstotliwości wykorzystania zyskało dopiero po 2000 roku. Trzecie z haseł, „transnational entrepreneurship” (TES), merytorycznie jednak różne od dwóch pozostałych, pierwszy raz pojawiło się w 1974 roku, jednak później w zasadzie aż do 1998 roku było raczej nie używane. Po



Źródło: opracowanie własne na podstawie Google Books Ngram Viewer.

Rys. 3.15. Analiza trendów występowania haseł *migrant entrepreneurship*, *immigrant entrepreneurship* oraz *transnational entrepreneurship*

1998 roku, czyli ugruntowaniu się paradygmatu transnarodowego w badaniach migracyjnych (Schiller, Basch, & Blanc, 1995; Vertovec, 2010) nastąpił wzrost popularności tego terminu, by w 2006 roku wyprzedzić nawet termin „immigrant entrepreneurship”.

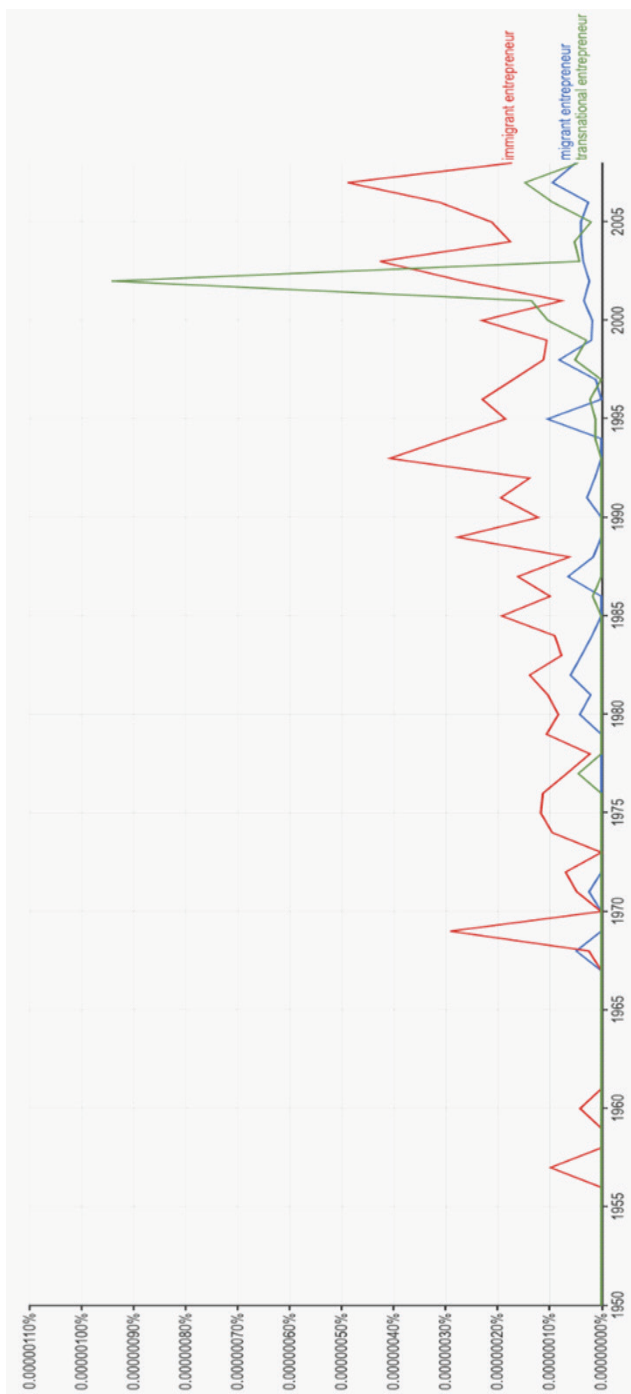
W drugiej kolejności poddano analizie częstotliwość występowania pojęć:

- Migrant entrepreneur (ME) – przedsiębiorca migrant;
- Immigrant entrepreneur (IME) – przedsiębiorca imigrant;
- Transnational entrepreneur (TE) – przedsiębiorca transnarodowy;
- Refugee entrepreneur (RE) – przedsiębiorca uchodźca.

Podobnie jak powyżej, również w tym przypadku hasło „refugee entrepreneur” nie dało żadnych wyników. Rezultaty dla pozostałych haseł przedstawiono w wykresie 3.15.

Analogicznie jak powyżej, pierwszym hasłem, które pojawiło się w 1957 roku był termin „immigrant entrepreneur” i ma on nadal dominujące znaczenie. Drugie pojawiło się hasło „migrant entrepreneur” w 1968 roku i od tej pory pojawia się na podobnym poziomie. Trzecie hasło, „transnational entrepreneur” zaczęło być używane od 1977 roku. Najczęściej pojawiało się natomiast w publikacjach z roku 2002, kiedy to jego popularność zdecydowanie wyprzedziła poprzednie hasła. Jednak po tym okresie wzmożonej obecności w publikacjach znów pojawiało się rzadziej.

Podsumowując, celem systematycznej analizy literatury było zaprezentowanie trendów w badaniach nad przedsiębiorczością migrantów oraz wskazanie luki w badaniach tego zjawiska w krajach Europy Środkowo-Wschodniej, w tym szczególnie w Polsce. Ponadto systematyczna analiza literatury oraz kwestie w niej poruszone miały dać zestaw wskazówek odnośnie planowania i realizacji badań na tej specyficznej populacji. Będąc świadomym, iż wybór metody i technik badawczych, określenie wielkości próby jest pochodną przyjętej perspektywy teoretycznej i samego problemu badawczego, chciano wskazać pewne trendy w zakresie planowania i realizacji badań na przedsiębiorcami migrantami. Analiza głównych perspektyw teoretycznych wskazała m.in., iż badania z obszaru przedsiębiorczości migrantów najczęściej realizowane są w ramach perspektywy mix embeddedness, teorii sieci oraz teorii kapitału ludzkiego i społecznego. Inne podejścia teoretyczne występowały rzadziej, co sugeruje, iż możliwe jest wskazanie pewnych luk teoretycznych lub dokonanie analiz szerokiej problematyki przedsiębiorczości migrantów z perspektywy innych podejść teoretycznych. Fakt, iż większość realizowanych badań przyjmowała perspektywę jakościową, ewentualnie uzupełnianą poprzez analizę ilościową również wskazuje na pewne luki badawcze. Znaczna część dotychczas realizowanych badań miała charakter eksploracyjny. Istnieje zatem duże zapotrzebowanie na weryfikację tez postawionych w tych tekstach za pomocą metod ilościowych oraz badań reprezentatywnych.



Źródło: opracowanie własne na podstawie Google Books Ngram Viewer.

Rys. 3.16. Analiza trendów występowania haseł *migrant entrepreneur*, *immigrant entrepreneur* oraz *transnational entrepreneur*

Analiza pokazała również istnienie swoistego chaosu koncepcyjnego, który szczególnie wyraźnie uwidocznił się w trakcie analizy pojęcia przedsiębiorczości transnarodowej. W trakcie analizy tego pojęcia pojawiały się bowiem artykuły tematycznie związane z pozostałymi pojęciami, w tym przede wszystkim przedsiębiorczością transnarodową. Z drugiej strony w ramach przedsiębiorczości transnarodowej pojawiały się artykuły tematycznie związane z emigracją powrotną (*return migration*). Analiza pokazała istnienie swoistego chaosu pojęciowego w zakresie przedsiębiorczości migrantów, przy czym, ze względu na naturę analizy, chaos ten widoczny był przede wszystkim w obszarze opisanego artykułu (abstrakt, słowa kluczowe). Może się to jednak z kolei przełożyć na chaos koncepcyjny w samych artykułach i realizowanych badaniach, a w konsekwencji otrzymanych wynikach o wnioskach teoretycznych.

3.3. Wyzwania w prowadzeniu badań nad przedsiębiorczością imigrantów

W trakcie systematycznej analizy literatury, której wyniki przedstawiono powyżej, autorzy zwrócili uwagę na często podkreślane wyzwania, przed jakimi stawali badacze. W związku z tym podjęto decyzję na eklektyczne zestawienie najważniejszych i najczęściej powtarzających się wyzwań. Oczywiście poniżej zaprezentowane wyzwania nie stanowią listy kompletnej, gdyż wraz z rozwojem nauki oraz rozszerzaniem się i ewolucją przedmiotu badania możliwe będzie wskazanie dodatkowych wyzwań. Dodatkowo również w ramach badań nad imigrantami zastosowanie mają wyzwania związane z planowaniem i projektowaniem badań naukowych, jak również zachowanie rygoru metodologicznego (McKay & Snyder, 2008).

Pierwszą kwestią, na którą należy zwrócić uwagę jest zasygnalizowane powyżej wyzwanie wynikające z problemów z pozyskaniem oficjalnych danych służących za operat losowania. Prowadzi to niejednokrotnie do sytuacji, w której badacze musieli korzystać z innych, mniej wiarygodnych źródeł (Vale & Carvalho, 2013) lub korzystali ze sposobów dotarcia do respondenta i doboru próby obciążanych większym błędem. Bazy danych (publiczne lub komercyjne) niosą ze sobą jeszcze jedno wyzwanie, związane z często brakiem aktualnych lub faktycznych danych w tego typu bazach. W badaniach realizowanych przez Alrawadieh i inni (2019) na rozesłanych 584 maili uzyskano tylko 4 odpowiedzi. Wynikało to z faktu, iż część adresów mailowych była nieaktywna, a część należała do lokalnych biur księgowych albo konsultantów, którzy pomagali Syryjczykom w procesie zakładania firmy. Problem ten ujawnił się również w badaniach realizowanych w ramach niniejszego opracowania. Gdy podjęto próbę skontaktowania się z respondentami drogą mailową, na 9732

maili rozesłanych, uzyskano jedynie 43 ankiety, z czego zaledwie 31 stanowiły ankiety kompletne. Niestety ponad połowa adresów mailowych okazała się nieaktywna.

Brak możliwości klasycznego losowego doboru próby, który gwarantowałby reprezentatywność badań, znacząco utrudnia indukcyjny model nauki oraz stawianie i falsyfikację hipotez. Znacząco ograniczona możliwość realizacji badań reprezentatywnych może częściowo prowadzić do dużej reprezentacji badań eksploracyjnych i/lub badań jakościowych. Problemy z pozyskaniem oficjalnych, wiarygodnych danych są często pochodną legislacji krajowej albo specyfiki grupy badawczej, jak wspomnianych osób o podwójnym obywatelstwie. Ograniczenie związane z podwójnym obywatelstwem będzie miała również swoje zastosowanie w przypadku Polski, gdzie szereg imigrantów (m.in. z Niemiec czy Ukrainy) będzie legitymowało się drugim, polskim obywatelstwem i niekoniecznie będzie figurowało w ewentualnych zestawieniach. Problem ten ujawnił się w realizowanych przez autorów niniejszego opracowania badaniach, gdzie część respondentów – imigrantów z Niemiec posiadała drugie, polskie obywatelstwo i mimo zgodnie z definicjami nie kwalifikowali się jako migranci powracający, pojawiał się problem z odpowiednią klasyfikacją tych osób.

Kwestie prawne przekładają się na kolejne wyzwanie, jakim jest odpowiednie zakwalifikowanie jednostek do kategorii imigrantów, migrantów powracających, migrantów transnarodowych czy wręcz uchodźców. Dość znacząca liczba imigrantów z Ukrainy może stanowić właśnie takie wyzwanie typologiczne. Mimo iż nie mają statusu prawnego uchodźcy, to jednak część z nich przyjechała do Polski motywowana konfliktem na Ukrainie, w związku z czym, częściowo można by zaklasyfikować ich jako quasi-uchodźców, w przypadku których motywy polityczne i ekonomiczne migracji mieszają się i/lub współwystępują.

Kolejną kwestią jest potencjalna wrażliwość podejmowanej tematyki lub wrażliwość populacji, którą badacze chcą zbadać. Wrażliwość badań nad przedsiębiorcami migrantami może wynikać z sytuacji społeczno-politycznej badanej grupy, jak w przypadku badań nad Kurdami realizowanych przez Syrett i Yilmaz (2019), wymagających dodatkowych działań budujących zaufanie pomiędzy badaczami a badanymi, ze względu na doniesienia o wykorzystaniu tzw. badaczy, przez Turcję celem zebrania informacji o opozycjonistach. Wrażliwa sytuacja społeczno-polityczna generalnie znacząco utrudnia również badania nad uchodźcami. W przypadku wrażliwych wywiadów często stosuje się ankieterów czy badaczy związanych z daną społecznością (*community-embedded interviewers*) (Pisani, Guzman, Richardson, Sepulveda & Laulie, 2017), będących pośrednikami, cieszącymi się zaufaniem wspólno-

ty oraz będących swoistymi bramkarzami (*gatekeepers*) (Jones et al., 2010). Często tę rolę spełniają również badacze bilingwalni (Vershinina, Rodgers, McAdam & Clinton, 2019), którzy z jednej strony umożliwiają wejście do badanej populacji, a z drugiej zwiększają dokładność i zakres pozyskanych informacji i zwiększają dokładność ewentualnych tłumaczeń, gwarantując (lub przynajmniej znacząco zwiększając prawdopodobieństwo), że informacje nie zostaną utracone oraz na etapie analizy danych zostaną poprawnie zinterpretowane. Wiąże się to z kolejnym wyzwaniem, które pojawia się, gdy podczas wywiadu korzysta się z języka, który zarówno dla badacza, jak i respondentów nie jest językiem macierzystym (np. język angielski), ogranicza możliwość wychwycenia niuansów, ale z drugiej strony ogranicza konieczność robienia tłumaczeń, co zmniejsza ryzyko błędów na tym etapie (Lundberg & Rehnfors, 2018). Wykorzystanie członków danej społeczności w realizacji badań niesie ze sobą jednak pewne ryzyko, szczególnie jeżeli badacz i badany pochodzą z tych samych wspólnot, ponieważ może wówczas wystąpić ryzyko zniekształcenia odpowiedzi na skutek chęci przypodobania się badaczowi (Bloch, 2007).

Kolejne wyzwanie w badaniach nad imigrantami dotyczy trudności w zdobyciu ich zaufania, szczególnie kiedy badacz nie jest członkiem analizowanej społeczności. Praktyka badawcza wymaga, aby badacz przed przystąpieniem do realizacji badania okazał dokument instytucji realizującej badanie, który z założenia ma zwiększyć poziom zaufania pomiędzy badaczem a badanym. W badaniach realizowanych na potrzeby niniejszego opracowania okazało się jednak, iż sam taki dokument nie był wystarczający i część respondentów wciąż odmawiała udziału w badaniu w obawie przed możliwym wykorzystaniem wyników badania na ich niekorzyść.

Kolejne wyzwanie wskazane przez Lundberga i Rehnforsa (2018) ma charakter raczej uniwersalny i może występować również w innych rodzajach badań i dotyczy stosowania wideokonferencji, w tym np. skypa w realizacji wywiadów. Jak zwracają uwagę Lundberg i Rehnfors (2018), skype znacząco ułatwia realizację wywiadów, jednak ogranicza możliwość rejestrowania wywiadu i obserwacji m.in. mowy ciała, w zasadzie do twarzy, przez co badacze tracą potencjalnie cenne informacje, które uzyskaliby realizując wywiad bezpośrednio (ang. face-to-face). Przed podjęciem decyzji o realizacji badania z wykorzystaniem wideokonferencji lub telekonferencji należy zatem zastanowić się czy możliwe jest zrealizowanie wywiadu osobiście oraz czy koszty takiego rozwiązania będą uzasadnione z punktu widzenia celu badawczego i możliwości samego badacza.

Jak wskazuje Bloch (2007) szczególnie istotne z punktu widzenia pokonania metodologicznych wyzwań w badaniach nad imigrantami jest zachowanie elastyczności w realizacji badania oraz jak największa wiedza na temat bada-

nej populacji przed rozpoczęciem badania obejmująca – obok języka – normy kulturowe czy wręcz zakres piśmiennictwa. Dodatkowo, szczególnie kiedy analizuje się migrantów transnarodowych albo migrantów z drugiego lub trzeciego pokolenia, należy pamiętać o tym, iż są to osoby funkcjonujące w dwóch systemach norm kulturowych, w związku z czym należy poznać oba z nich (Mazzucato & Schans, 2011).

3.4. Wyzwania etyczne w badaniach nad imigrantami i przedsiębiorczością imigrantów

Etyka badań społecznych odnosi się do dylematów związanych z realizacją badań naukowych (Shamoo & Resnik, 2009). Najczęściej definiuje się ją jako odpowiedzialność i troskę o relacje pomiędzy badaczem a badanym, od których zależy odkrywanie wiedzy oraz zależność pomiędzy realizowanymi badaniami a ich ewentualnym skutkiem (McLaughlin & Alfaro-Velcamp, 2015). Problem etyki w badaniach społecznych pojawia się najczęściej w kontekście realizacji jakiegoś konkretnego, uznawanego za wrażliwy tematu badawczego, ale może odnosić się także do pewnych grup społecznych, które ze względu na swoją słabszą pozycję wymagają bardziej uważnego traktowania w procesie badawczym.

Do jednej z wrażliwszych grup z perspektywy realizacji badań naukowych należą imigranci, którzy jak już wspomniano, postrzegani są jako tzw. populacja ukryta (*hidden population*). Populacje takie Heckathorn (1997) definiuje jako grupy zbiorowości trudne do określenia pod względem liczebności, charakteryzujące się często silną wolą ukrycia się, pozostania niewidocznymi. Potencjalni respondenci mogą nie chcieć utracić swojej anonimowości i ujawnić swój status nielegalnego przebywania lub podejmowania pracy w kraju przyjmującym. Dlatego już dotarcie do nich, a następnie realizacja badań są wyzwaniem metodologicznym, ale także wymagającym specjalnego podejścia etycznego.

W badaniach społeczności migrantów stosuje się zasady etyczne ogólnie przyjęte w badaniach naukowych. Fundamentalne znaczenie ma pięć podstawowych: świadoma zgoda, która oznacza, że nikt nie powinien brać udziału w badaniach, jeśli nie ma wiedzy co do charakteru swojego w nich uczestnictwa; konieczność zapewnienia respondentowi anonimowości oraz poufności; niedopuszczenie do świadomych pominięć i manipulacji w trakcie zbierania oraz analizy danych, unikanie wprowadzania w błąd badanych co do prawdziwej tożsamości badacza; nieszkodzenie badanym/zapewnienie im bezpieczeństwa; podmiotowe traktowanie respondentów, informowanie badanych o korzyściach, i obciążeniach wynikających z udziału w badaniach (Babbie, 2003;

Czajkowska & Hinc, 2005; De Vaus & de Vaus, 2013). Przy czym, zasad tych nie można zawsze traktować uniwersalnie zwłaszcza w grupach szczególnie wrażliwych. Dotyczy to m.in. osób niepełnosprawnych fizycznie lub intelektualnie, osób starszych. W takiej sytuacji wymagana jest nadzwyczajna wrażliwość i uwaga ze strony badacza (Niedbalski, 2016). Wydaje się, że imigranci (w tym przedsiębiorcy migranci (Ram, 1997)) poprzez swoją szczególną sytuację w społeczeństwie, na rynku pracy i w systemie prawnym, także wymagają wyjątkowego podejścia badawczego. W ich przypadku wachlarz zasad obowiązujących badacza powinien być znacznie szerszy i powiększony o dodatkowe aspekty wynikające chociażby z różnic kulturowych, uwarunkowań prawnych w jakich funkcjonują obcokrajowcy w kraju przyjmującym oraz słabszej znajomości języka kraju przyjmującego.

Realizacja badań wśród migrantów wiąże się z dużą odpowiedzialnością, ponieważ wyniki badań mogą służyć do kreowania polityk i mieć wpływ na życie wielu ludzi. Ponadto, potencjalnie udział w badaniu może mieć dla imigranta negatywne konsekwencje ze względu na jego status pobytowy czy inne okoliczności, które mogą przynieść negatywne rezultaty w postaci przejawów dyskryminacji np. w zatrudnieniu, dostępie do usług publicznych np. służby zdrowia, ostracyzmu społecznego, a nawet może dojść do jego zatrzymania i deportacji (Nussbaum, 2009). Stąd też sposób realizacji badań, prowadzenia bezpośrednich wywiadów pogłębionych z cudzoziemcami, treść i sposób formułowania pytań, a nawet miejsce i czas realizacji badań mogą mieć wpływ na uzyskane wyniki. Uznaje się, że najbardziej wrażliwą grupą migrantów są osoby o krótkim pobycie w kraju przyjmującym.

Po pierwsze warto zdefiniować odpowiedzialność etyczną badacza realizującego badania w grupach wrażliwych o różnorodnej kulturze. Na czym ona polega i jaki jest jej zakres. W tym przypadku wydaje się, że szczególnego znaczenia nabiera pojęcie „doświadczenie” posiadane przez badacza. Doświadczenie w kontekście realizacji badań wśród migrantów może stać się wręcz narzędziem umożliwiającym ich prawidłowy przebieg. To od doświadczenia badacza zależy treść i sposób formułowania pytań oraz ewentualny dobór ankietów (jeśli nie realizuje badań osobiście). To badacz odpowiedzialny jest za uzyskanie zgody respondenta na udział w badaniu. W przypadku grup szczególnie wrażliwych m.in. migrantów mogą nie być oni w stanie udzielić w pełni świadomej zgody na udział w badaniu (np. ze względu na niezrozumienie celów i intencji badacza spowodowane zbyt słabą znajomością języka kraju przyjmującego). Ponadto badacz musi pamiętać, że w przypadku wrażliwych grup respondentów niektóre osoby mogą jedynie „częściowo” ujawniać się tzn. uczestniczyć w badaniu, ale jednocześnie zatajać informacje, których ujawnienie może się wiązać dla nich z negatywnymi konsekwencjami (np. dotyczące

legalności pobytu, zatrudnienia) lub są to informacje tzw. wrażliwe (np. dotyczące wysokości uzyskiwanych wynagrodzeń).

Kolejnym istotnym wyzwaniem jest zachowanie obiektywizmu. Badacz musi odrzucić swoje przekonania, sympatie czy antypatie, co nie jest łatwe, ponieważ kontakt z respondentem zawsze wywołuje jakiś reakcje. Mogą mu towarzyszyć niechęć, złość, a także współczucie wobec członków badanej grupy (Konecki, 2000). To szczególnie trudne w sytuacjach analizy indywidualnych przypadków np. dotyczących historii migracyjnych, zwłaszcza uchodźców.

Ponadto ważnym problemem do rozwiązania podczas realizacji badań wśród społeczności imigrantów jest zdobywanie zaufania. Migranci, to grupa cechująca się hermetycznością, dążąca do zachowania swoich „tajemnic” wynikających m. in. z obawy przed innymi (Lofland, Snow, Anderson & Lofland, 2009). W tym przypadku pomocne może być podkreślanie niezależności badacza oraz instytucji, którą reprezentuje. Nierzadko przydatne jest zaangażowanie ankierów wywodzących się ze społeczności migrantów, znających zasady panujące w grupie oraz pewne specyficzne uwarunkowania. Bywa, że aby zdobyć zaufanie badanych, konieczny jest wybór ankierów pod względem określonej płci oraz wieku. W niektórych kulturach to sprawy kluczowe. Badacz musi pamiętać, że to co jest postrzegane jako dopuszczalne w jednej kulturze może takim nie być w innej (Birman, 2006). Kwestią etyczną konieczną do uwzględnienia w badaniach mogą być także odmienności religijne respondenta i ankiera, które mogą wpływać na przebieg badań. Co więcej, nierzadko sposób prowadzenia działalności gospodarczej przez cudzoziemca może być bezpośrednio lub pośrednio związany z religią migranta (Rafiq, 1992).

Realizując badania w społecznościach migrantów niezbędne jest niwelowanie (w miarę możliwości) różnic językowych. To jeden z czynników branych pod uwagę w analizach etyczności realizowanych badań. Istotne jest, aby respondent wiedział na jakie pytania odpowiada i nie miał w tym zakresie wątpliwości. Czasem warto uwzględnić potrzeby językowe konkretnej grupy. W tym przypadku pomocne jest tłumaczenie ankiety na język ojczysty respondenta lub korzystanie z pomocy dwujęzycznych ankierów.

Ponadto przy realizacji badań istotne jest uwzględnienie warunków formalnoprawnych, w których funkcjonuje imigrant. Ze względów etycznych w badaniach migracji radzi się unikać osób ubiegających się o azyl (Vinogradov, 2011). W niektórych krajach pewne instrumenty sprzyjające rozwojowi przedsiębiorczości są zarezerwowane dla rdzennych mieszkańców, a migranci nie mają do nich dostępu. Warto o tym pamiętać realizując badanie wśród przedsiębiorców migrantów.

Kolejnym aspektem etycznym wpływającym na realizację badań wśród imigrantów, w tym cudzoziemców prowadzących działalność gospodarczą są

różnice w poziomie wykształcenia pomiędzy respondentem a badaczem. Zaleca się, aby szczegółowo wyjaśnić cele badania, wszystkie nieścisłości, wątpliwości, aby badany miał możliwość podjęcia w sposób świadomy zgody na udział w badaniach. Używać zrozumiałego dla badanego słownictwa, aby go nie zrazić i nie wywołać u niego wrażenia, że czegoś nie potrafi/nie rozumie, co powinno być oczywiste. W przypadku słabo wykształconych migrantów zaleca się realizację badań bezpośrednio twarzą w twarz („*face-to-face*”), ponieważ dla takich osób udział w badaniu, w którym istnieje konieczność wypełnienia ankiety może być czymś obcym, nieznanym, w czym nie mają wcześniejszego doświadczenia (Miskimen, Marin & Escobar, 2003). Także samo pytanie o wykształcenie może być zagadnieniem wrażliwym, ponieważ w niektórych społecznościach nieposiadanie wykształcenia średniego oznacza nieudolność i należy się tego wstydić, dlatego zdaniem niektórych badaczy takie pytanie może być nieetyczne (Vinogradov, 2011).

Wątpliwości etyczne, a także problemy badawcze mogą rodzić także pytania o różnice ekonomiczne pomiędzy badaną grupą a większością społeczeństwa. Do pytań wrażliwych należą m.in. te dotyczące źródeł i wysokości dochodów oraz charakteru zatrudnienia (legalne lub nielegalne). W tym przypadku radzi się podkreślanie niezależności badacza od władz, w tym urzędów (Vinogradov, 2011). Pytaniami, które wymagają także wiele wyczucia ze strony osoby badającej przedsiębiorców imigrantów są te dotyczące zatrudniania przez nich pracowników, ponieważ osoby te mogą być przez nich zatrudniane nielegalnie. Dodatkowo należy mieć świadomość, że respondenci często mogą na te pytania odpowiadać nie tylko wymijająco, ale też celowo fałszywie, co również stanowi wyzwanie z pogranicza etyki jak i jakości uzyskanych danych. W celu minimalizacji ryzyka wystąpienia takiego zaburzenia, rekomenduje się stosowanie w kwestionariuszu pytań sprawdzających, pozwalających na weryfikację prawdziwości informacji.

Wśród trudności badawczych, mających także wymiar etyczny jest zadawanie pytań o pozostałą w kraju pochodzenia rodzinę oraz doświadczenia, nieraz traumatyczne sprzed migracji. W pierwszym przypadku podejście badacza zależy od konkretnej sytuacji respondenta, natomiast warto podkreślić swoją niezależność od urzędów w kraju pochodzenia migranta. Natomiast w drugim przypadku radzi się unikania wyzwalania traumatycznych wspomnień (Pittaway, Bartolomei & Hugman, 2010).

Dużym wyzwaniem w przypadku badania migrantów, w tym także cudzoziemców prowadzących działalność gospodarczą (szczególnie tych w pierwszym pokoleniu) jest takie prowadzenie badań, aby osoby te nie czuły się wykorzystane wręcz „obrabowane” z informacji. Uczestnicy nie powinni postrzegać udziału w badaniach jako rodzaju wyzysku. Migrantom zdecydowanie trudniej jest

bronić się przez badaczem naruszającym zasady etyczne oraz ich zaufanie, ani podważyć ewentualne wprowadzenie opinii publicznej w błąd (Düvell, Triandafyllidou & Vollmer, 2010).

3.5. Sposoby dotarcia do respondenta oraz doboru próby

Jednym z wyzwań związanych z realizacją badania na przedsiębiorcach migrantach jest ustalenie sposobu dotarcia do respondenta oraz doboru próby. Na etapie projektowania badania bardzo istotnym i często newralgicznym krokiem jest określenie sposobu dotarcia do respondenta, czy to poprzez zdefiniowanie i pozyskanie operatu losowania w badaniach ilościowych czy poprzez zidentyfikowanie indywidualnych respondentów, spełniających wymagane kryteria. Etap ten wiąże się z szeregiem wyzwań metodologicznych, przedstawionych bardziej szczegółowo w podrozdziale 3.3. Sami autorzy analizowanych w przeglądzie literatury badań niejednokrotnie podkreślali, że dotarcie do respondentów, wynikające z często wrażliwości tematu, który był przedmiotem badania, stanowiło bardzo duże wyzwanie dla jego realizacji (Jones, Ram & Theodorakopoulos, 2010). W związku z tym uznano, że warto wskazać stosowane w wybranych badaniach sposoby doboru próby i dotarcia do respondenta, które mogą stanowić cenne wskazówki dla badaczy na etapie planowania tego etapu w projektach badawczych.

Sposoby dotarcia do respondentów oraz doboru próby różnią się w zależności od tego, czy badacz zdecydował się na realizację badań jakościowych¹² czy ilościowych. Dodatkowo określenie sposobu dotarcia do respondenta w analizowanych badaniach zależało od uwarunkowań instytucjonalno-prawnych, czyli funkcjonujących w danym kraju instytucji, stowarzyszeń, które pośredniczyły w procesie identyfikacji czy dotarcia do respondenta, przepisów prawnych związanych np. z ochroną danych osobowych i ich udostępnianiem czy choćby wielkością populacji (liczby imigrantów w danym kraju).

W ramach badań jakościowych dominującym sposobem doboru próby jest metoda kuli śnieżnej, stosowana najczęściej w badaniach o charakterze eksploracyjnym (Czernek, 2014). Metoda ta wykorzystywana jest często przy

¹² W tym podrozdziale mówiąc o badaniach jakościowych będziemy mieli na myśli przede wszystkim wywiady (swobodne, częściowo ustrukturyzowane, storytelling, wywiady biograficzne, badania w grupach fokusowych, obserwacje czy case study). Odrębną kwestię stanowi jakościowa analiza treści, która w analizowanych badaniach wykorzystywana była jako metoda dodatkowa. Analizie poddawano zazwyczaj dokumenty firmowe. W tej sytuacji metoda doboru próby związana była z wyborem respondenta/firmy. Systematyczny przegląd literatury pokazał również, iż analizie poddawano np. czasopisma, jednak w przypadkach takich autorzy nie podawali metody doboru dokumentów do analizy.

badaniu populacji ukrytych lub takich, do których dostęp jest utrudniony, polega na zebraniu informacji od kilku wstępnie zidentyfikowanych jednostek spełniających wymagania badania, a następnie poproszenie ich o wskazanie kolejnych potencjalnych respondentów (Babbie, 2003). W analizowanych badaniach metoda kuli śnieżnej stosowana była samodzielnie jako jedyna metoda dotarcia do respondenta (Andoh, Berrones-Flemmig & Dornberger, 2019; Shinnar & Nayir, 2019; Tajeddin, Emami & Rastgar, 2018) lub w połączeniu z innymi metodami doboru próby. Badacze korzystali również z doboru próby oparte na łańcuchu rekomendacji (*chain referral sampling*) (Rodgers et al., 2019; Villares-Varela, 2017). Metoda ta, czasami utożsamiana jest z metodą kuli śnieżnej, jednak czasami ta druga uważana jest za pojęcie szersze (Biernacki & Waldorf, 1981; Sęk, 2015). Innym samodzielnie wykorzystywanym sposobem doboru próby był dobór teoretyczny (Pruthi, 2014; Pruthi, Basu & Wright, 2018). Teoretyczny dobór próby (*theoretical sampling*) polega na analizie jednostek wskazanych przez rozwijającą się teorię (Strauss, 1987), czyli w oparciu o zgromadzone już dane (Pasikowski, 2015). Również jako samodzielną metodę doboru próby wykorzystywano dobór celowy (Cho, Moon & Bounkhong, 2019; Quan, Fang, Zhang & Sun, 2019; Rahman, 2018b; Salamanca & Alcaraz, 2019; Stoyanov, Woodward & Stoyanova, 2018), dokonywany w oparciu o wiedzę badacza o badanej populacji (Babbie, 2003). Te dwie metody doboru próby są szczególnie przydatne, kiedy autorzy próbują zbudować nową teorię (Pratt, 2009). Ostatnią metodą wykorzystywaną samodzielnie jest dobór przypadkowy (Ado, Chrysostome & Su, 2016), czyli dobór oparty na dostępności badanych (Babbie, 2003). W celu zwiększenia próby badawczej badacze bardzo często łączyli ze sobą różne metody doboru próby. W ramach systematycznej analizy literatury stwierdzono przypadki łączenia metody teoretycznej z metodą kuli śnieżnej (Rahman, Ullah & Thompson, 2018), kuli śnieżnej i doboru celowego (Anwar & Daniel, 2016; Soydas & Aleti, 2015), kuli śnieżnej, doboru próby opartego na łańcuchu rekomendacji z wielokrotną metodą śnieżną (*multiple snowballing*) (Jones et al., 2010) oraz kuli śnieżnej i zróżnicowanej metody doboru próby (*diversity sampling* lub *heterogeneity sampling*) (Glinka & Brzozowska, 2015), której celem jest zapewnienie różnorodności (poglądów, doświadczeń, opinii) w próbie (Tonga, 2014). Warte odnotowania jest również, iż w przypadku badań porównawczych nad imigrantami oraz autochtonami stosowano dopasowanie parami (*matched-pair design*) (Bolzani & Boari, 2018).

Obok wyboru metody doboru próby interesującą kwestią jest również sposób identyfikacji i dotarcia do respondentów. W dużej mierze badacze polegałi przy tym na własnych kontaktach i znajomościach (Koning & Verver, 2013; Munkejord, 2017a, 2017b; Ren & Liu, 2015) lub na bardziej rozszerzo-

nych sieciach znanych (respondenci byli znajomymi znanych badaczy) (Ren & Liu, 2015). Popularnym sposobem identyfikowania potencjalnych respondentów była współpraca z instytucjami niezależnymi¹³ takimi jak szkoły biznesu (Griffin-El & Olabisi, 2018), Brytyjsko-Bułgarską Izbę Handlową oraz ambasada Bułgarii w Wielkiej Brytanii (Stoyanov et al., 2018), ambasada Filipin (Fresnoza-Flot & Pecoud, 2007), Izba Handlowa w Istambule (Alrawadieh et al., 2019). Pomoc w identyfikowaniu potencjalnych respondentów badacze uzyskiwali również z administracji publicznej, w tym szczególnie z urzędów i departamentów zajmujących się imigracją (Zhang & Chun, 2018) lub przedsiębiorczością (Munkejord, 2017a, 2017b), centrum różnorodności przy uczelni wyższej (Cho et al., 2019), czy kościołów (Fresnoza-Flot & Pecoud, 2007; Koning & Verver, 2013). Korzystano również ze stowarzyszeń, łączących stricte przedsiębiorców migrantów jak The Indus Entrepreneurs (TiE – Pruthi et al., 2018) czy Entrepreneurs of Mexico (Asociación de Empresarios de México – AEM (Salamanca & Alcaraz, 2019)). W drugim przypadku badacze brali udział w spotkaniach organizowanych przez stowarzyszenie, które z jednej strony dało badaczom dostęp do *newslettera*, a z drugiej pozwoliło na identyfikację kolejnych podmiotów zrzeszających przedsiębiorców migrantów oraz na bezpośrednie lub mailowe nawiązywanie kontaktów z potencjalnymi respondentami. Innym podmiotem, umożliwiającym bezpośredni dostęp do przedsiębiorców o pochodzeniu migracyjnym (w tym konkretnym przypadku byli to uchodźcy) były inkubatory (Meister & Mauer, 2019). Kolejnym źródłem służącym do identyfikacji potencjalnych respondentów był internet, w tym portale społecznościowe jak LinkedIn (Anwar & Daniel, 2016; Terjesen & Elam, 2009) czy Facebook (Munkejord, 2017a, 2017b). Potencjalni respondenci byli wyszukiwani w wyszukiwarce internetowej Google (Alrawadieh et al., 2019), przeszukiwano dedykowane grupy na portalach społecznościowych (Lassalle & Scott, 2018) lub kontaktowano się z wirtualną regionalną wspólnotą zrzeszającą chińskich imigrantów (Zhang & Chun, 2018). W celu identyfikacji potencjalnych respondentów prowadzono rozmowy z tzw. konsultantami, jak lokalnymi liderami stowarzyszeń biznesowych (Munkejord, 2017a, 2017b) czy poprzez nieformalne rozmowy z członkami społeczności imigranckich (Lassalle & Scott, 2018). Ponadto przeszukiwano książki telefoniczne pod kątem polskich przedsiębiorców (Lassalle & Scott, 2018), dedykowane książki telefoniczne/wykazy przedsiębiorców – „Turkish Golden Business directory” – zawierające dane kontaktowe do tureckich przedsiębiorców w stanie Victoria (Australia) (Soydas & Aleti, 2015) lub ogólne lokalne wykazy

¹³ Instytucje niezależne rozumiane są w tym miejscu jako takie, których główny cel funkcjonowania nie jest bezpośrednio związany z przedsiębiorczością migrantów.

przedsiębiorców (Zhang & Chun, 2018). Korzystano wreszcie z prasy drukowanej (Lassalle & Scott, 2018), w tym z prasy drukowanej wydawanej w języku grupy mniejszościowej (Stoyanov et al., 2018) oraz podejścia, które przez autorów określone zostało jako aktywne poszukiwanie na ulicach (*active on street searches* (Lassalle & Scott, 2018)).

Z powyższego zestawienia widać, że badacze stosowali z jednej strony zróżnicowane metody dotarcia do respondentów, z drugiej zaś rzadko polegali wyłącznie na jednym źródle identyfikowania respondentów, wykorzystując najczęściej kilka z nich.

Odrębną kwestię stanowi dobór próby oraz metody dotarcia do respondentów i pozyskania operatu losowania w przypadku badań ilościowych. Ponieważ celem badań ilościowych jest zazwyczaj falsyfikacja hipotez (Czernek, 2016), wymagają one badań na większych próbach oraz próbach reprezentatywnych, co nie zawsze jest możliwe. W przypadku danych pierwotnych, gromadzonych za pośrednictwem kwestionariusza ankiety, korzystano z doboru losowego (Carbonell, Hernandez & Garcia, 2014; Chen, 2015; Rueda-Armengot & Peris-Ortiz, 2012), łączonego również z metodą kuli śnieżnej (Arrighetti, Bolzani & Lasagni, 2014), samej metody kuli śnieżnej (Baltar & Icart, 2013) czy doboru celowy (Momo & Ukpere, 2011). W kontekście badań ilościowych z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety, szczególnie ciekawy jest wykorzystywany przez badaczy sposób pozyskania operatu losowania oraz dotarcia do respondenta. Stopień łatwości dotarcia do operatu losowania uzależniony jest częściowo od legislacji związanej z ochroną danych osobowych obowiązujących w danym państwie. O ile w przypadku Polski instytucje odmawiały udostępnienia danych, które można by wykorzystać jako operat losowania powołując się na ochronę danych osobowych¹⁴, część krajów i instytucji takie dane udostępnia, znaczenie ułatwiając realizację badań. Arrighetti i inni (2014) posłużyły się oficjalnym wykazem przedsiębiorstw, który przeskanowany został pod kątem kraju pochodzenia właściciela firmy, co stało się podstawą losowego doboru próby, uzupełnionego następnie o dobór metodą kuli śnieżnej. Innym źródłem na pozyskanie operatu losowania są instytucje zajmujące się imigrantami jak np. Departament ds. Obywatelstwa i Imigracji Walencji (Carbonell et al., 2014). W badaniach realizowanych we Włoszech, badacze korzystali z danych udostępnianych przez Włoską Izbę Handlową (Brzozowski, Cucculelli & Surdej, 2017; Pedrini, Bramanti & Cannatelli, 2016) i lokalne stowarzyszenia imigranckie (Pedrini et al., 2016). Stowarzyszenia imigranckie wykorzystywane były również w badaniach w innych krajach (Rueda-Armen-

¹⁴Opisana sytuacja miała miejsce w przypadku badań autorskich, opisanych w kolejnych rozdziałach.

got & Peris-Ortiz, 2012). Natomiast izby handlowe wykorzystywano również w badaniach w Stanach Zjednoczonych (Moon, Farmer, Miller & Abreo, 2014) i Hiszpanii (Carbonell et al., 2014). W badaniach realizowanych w Kanadzie próba badawcza wylosowana została z katalogów tworzonych przez agencje rządowe, zawierających dane o przedsiębiorcach migrantach rozmiarach firm oraz sektorach, w których operują (Chen, 2015). Oficjalne wykazy zostały wykorzystane również w badaniach w Norwegii (Vinogradov & Jorgensen, 2017).

Pomimo iż w przypadku Hiszpanii jest możliwość pozyskania operatu losowania z instytucji publicznych, to jednak nie zawsze dane te są wystarczające lub nie zawsze mogą być wykorzystane. Specyfika przyjętego problemu badawczego może bowiem spowodować, iż badacze muszą szukać innych źródeł operatu. Jednym z czynników, który może ku temu prowadzić, jest kwestia podwójnego obywatelstwa imigrantów, którzy mimo iż urodzili się za granicą i wcześniej nie byli w kraju docelowym posiadają jednak obywatelstwo tego kraju i w związku z tym nie figurują w wykazach obcokrajowców lub bardzo trudno jest ich zidentyfikować. Z takim wyzwaniem badawczym spotkali się Baltar i Icart (2013), którzy w związku z tym oraz faktem, iż interesująca ich populacja nie tworzy enklaw i jest rozsiana po całym kraju, celem dojścia do respondenta posłużyli się mediami społecznościowymi (Facebook), gdzie zidentyfikowali grupę „Argentineans in Madrid”, „Argentineans in Barcelona” (i podobne), skontaktowali się z nimi, żeby zweryfikować czy poszczególni użytkownicy spełniają kryteria przyjęte w badaniu, a następnie użyli metody kuli śnieżnej żeby rozszerzyć próbę.

Inną metodą pozyskania respondentów jest tzw. metodologia nazwiska (*surname methodology*), wykorzystana między innymi na badaniu imigrantów koreańskich (Kim, 2006). W oparciu o książki telefoniczne lub inne publiczne wykazy badacze wybierali typowe koreańskie nazwiska a następnie kontaktowali się z nimi. Jak wskazano, taki dobór próby obarczony jest mniejszym błędem niż inne nielosowe metody doboru próby (Kim, 2006). Metodologia ta była wykorzystywana również w badaniach nad nazwiskami pochodzenia hiszpańskiego (Rosenwaike, 1994) czy żydowskiego (Himmelfarb, Loar & Mott, 1983).

Kolejną metodą identyfikacji i dotarcia do respondenta było skorzystanie z sieci programów kształcenia nieformalnego (*cooperative extension service*) oraz list udzielonych licencji żywieniowych, dostarczonych przez Departament Zdrowia stanu Arkansas (Moon et al., 2014). Z listy licencji badacze wybrali latynosko brzmiące nazwiska albo takie podmioty, które jasno adresowały swoje usługi dla wspólnot latynoskich. W przypadku badania w pierwszej kolejności weryfikowane jest czy respondenci spełniają wymagania badania.

Respondenci identyfikowani byli również poprzez wykorzystanie zaufanych pośredników, którzy w opisywanym przypadku byli przedsiębiorcami a część była mocno zaangażowana we wspólnotę Koreańską. Ich zadaniem było zlokalizowanie osób spełniające wymagania badania i chętnych do udziału w badaniu a następnie zachęcenie ich do wypełnienia kwestionariusza i odsłanie go do badaczy (Yang, Colarelli, Han & Page, 2011). W opisywanym przypadku do pozyskania próby 202 respondentów wykorzystano 14 pośredników.

Dodatkowo w części badań wskazywano na identyfikowanie respondentów z wykorzystaniem książek telefonicznych – Chinese Yellow Pages (Zolin, Chang, Yang & Ho, 2016), komercyjnie dostępnych list przedsiębiorców obcokrajowców czy identyfikowaniem potencjalnych respondentów z wykorzystaniem mediów społecznościowych LinkedIn (Selmer, McNulty, Lauring & Vance, 2018).

Interesującą i newralgiczną kwestią z punktu widzenia badania jest kwestia zwrotu ankiet czy skuteczności pozyskania respondentów do badań jakościowych, aczkolwiek w przypadku badań jakościowych informacje na ten temat są zdecydowanie rzadsze. Dokonana analiza sugeruje, że im bardziej osobisty kontakt (czy to przez formę nawiązania kontaktu czy stopień znajomości pomiędzy badaczem a respondentem) tym większy zwrot. W przypadku doboru losowego, z wykorzystaniem publicznych operatów zwrot był umiarkowany. W badaniu Rueda-Armengot i Peris-Ortiz (2012) na 6996 ankiet zwrot wynosił 315. W analogicznym badaniu Carbonell i inni (2014) wyniki były dokładnie takie same. W przypadku ankiety internetowej realizowanej przez Selmer et al. (2018) na 2963 wysłane zaproszenia otrzymano 637 ankiet, z czego 325 pozytywnie przeszło screening. W innej ankiecie internetowej (Lin, Zheng, Lu, Liu & Wright, 2019) na 1109 wysłanych zaproszeń otrzymano 136 ankiet (zwrot na poziomie 11,2%). W przypadku techniki osobistego rozdawania i zbierania ankiet Dai, Wang i Teo (2011) uzyskali zwrot na poziomie 44,3%. Oczywiście wskazano tu jedynie pojedyncze przypadki. Celem ustalenia jednoznacznej zależności należałoby przeprowadzić bardziej kompleksowe badania. Co ciekawe, badania pokazują, że forma, w której ankieta zostaje rozdyskrybowana również ma znaczenie z punktu widzenia liczby zwrotów. Badania pokazują, że mężczyźni chętniej wypełniają ankietę internetową a kobiety papierową (Bloch, 2007; Kuciński, 2010; Lisiński, 2013).

Rozdział 4. Dane statystyczne dotyczące przedsiębiorczości imigrantów w Polsce

Do realizacji badań ilościowych o charakterze reprezentatywnym konieczne jest uzyskanie operatu losowania. W rozdziale przeprowadzono analizę dostępnych źródeł danych odnoszących się do przedsiębiorstw prowadzonych przez imigrantów w Polsce.

4.1. Źródła danych o cudzoziemcach prowadzących działalność gospodarczą

4.1.1. Centralna Ewidencja Informacji o Działalności Gospodarczej

Zasady prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce reguluje ustawa z dnia 6 marca 2018 r. „Prawo przedsiębiorców”¹⁵. Ustawa ta określa również na jakich zasadach i przy jakich kryteriach cudzoziemiec może podejmować i prowadzić działalność gospodarczą. Odrębne przepisy regulują to, jakie warunki muszą być spełnione, aby zarejestrować działalność gospodarczą. Cudzoziemiec chcąc założyć działalność gospodarczą w Polsce musi spełnić następujące warunki: być obywatelem państwa członkowskiego Unii Europejskiej albo Europejskiego Obszaru Gospodarczego; być obywatelem innego państwa i posiadać m.in. zezwolenie na pobyt stały, zezwolenie na pobyt rezydenta długoterminowego UE, zezwolenie na pobyt czasowy udzielone w związku m.in. z połączeniem z rodziną legalnie przebywającą w Polsce, kształceniem się na studiach, status uchodźcy; ochronę uzupełniającą; zgodę na pobyt ze względów humanitarnych lub zgodę na pobyt tolerowany; zezwolenie na pobyt czasowy i pozostawanie w związku małżeńskim zawartym z obywatelem polskim zamieszkałym na terytorium Polski; zezwolenie na pobyt czasowy w celu wykonywania działalności gospodarczej, udzielone ze względu na kontynuowanie prowadzonej już działalności gospodarczej na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej; ochronę czasową w Polsce; lub ważną Kartę Polaka. Po spełnieniu

¹⁵ Ustawa w zakresie swojej regulacji wdraża dyrektywę 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotyczącą usług na rynku wewnętrznym (Dz. Urz. UE L 376 z 27.12.2006, str. 36).

wszystkich kryteriów cudzoziemiec ma możliwość zarejestrowania i wybrania jednej z form: założenia jednoosobowej działalności gospodarczej lub spółki cywilnej. Rejestracja odbywa się w Centralnej Ewidencji Informacji Działalności Gospodarczej. Pozostałe spółki wymagają zarejestrowania w Krajowym Rejestrze Sądowym. Dotyczy to spółek z ograniczoną odpowiedzialnością, spółek partnerskich, spółek komandytowo-akcyjnych, spółek komandytowych, spółek jawnych, spółek akcyjnych i spółek europejskich.

Przed dokonaniem oceny baz danych, z których będą pozyskiwane informacje o osobach prowadzących działalność gospodarczą, należy zdefiniować dwa pojęcia: przedsiębiorcy i przedsiębiorstwa. Zgodnie z art. 4. Ustawy z dnia 6 marca 2018 przedsiębiorca definiowany jest w następujący sposób:

1. Przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą.
2. Przedsiębiorcami są także wspólnicy spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej.
3. Zasady podejmowania, wykonywania i zakończenia działalności gospodarczej przez osoby zagraniczne określają odrębne przepisy¹⁶.

Definicja przedsiębiorstwa z kolei jest sformułowana w art. 55 Kodeksu Cywilnego¹⁷, gdzie przedsiębiorstwo jest zdefiniowane w znaczeniu przedmiotowym, w związku z czym nie nawiązuje do samej osoby właściciela. Jest to zorganizowany zespół składników niematerialnych i materialnych przeznaczonych do prowadzenia działalności gospodarczej.

Podstawowym źródłem danych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej jest system Centralnej Ewidencji Informacji o Działalności Gospodarczej zwany w skrócie CEIDG. Dostęp do danych dla osób fizycznych (czyli dla każdego badacza czy osoby zainteresowanej danymi zawartymi w bazie danych) reguluje stosowna ustawa¹⁸. Ogólny dostęp za pośrednictwem strony internetowej <https://prod.ceidg.gov.pl/> daje możliwość wyszukiwania przedsiębiorców według określonego kryterium, którym jest: NIP, REGON, NIP spółki cywilnej, REGON spółki cywilnej, numer KRS, nazwa spółki, imię, nazwisko, województwo, powiat, miejscowość, gmina, ulica, numer nieruchomości, numer lokalu, rodzaj działalności (kod PKD). Przeglądanie bazy jest w tym wypadku możliwe pod warunkiem wpisania powyższych informacji dotyczących przedsiębiorcy. Zawarte są tam dane z wyjątkiem numeru PESEL,

¹⁶ Dz.U. 2018 poz. 646, Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców.

¹⁷ art. 55(1) Kodeksu Cywilnego (Dz.U. 1964 nr 16, poz. 93).

¹⁸ Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej i Punkcie Informacji dla Przedsiębiorcy.

daty urodzenia oraz danych kontaktowych, o których mowa w art. 5 ust. 1 pkt 7 (w przypadku, gdy podająca je osoba sprzeciwiła się ich udostępnianiu w CEIDG)¹⁹. Wszystkie powyższe dane zgodnie z art. 45 ustawy o CEIDG są jawne i każdy ma prawo dostępu do tych informacji. Niestety, ten sposób daje badaczowi dostęp tylko do tzw. pojedynczych rekordów, a nie jest możliwe wygenerowanie danych zagregowanych.

Centralna Ewidencja Informacji o Działalności Gospodarczej daje jednak inną możliwość wygenerowania bazy danych przedsiębiorców. Za pośrednictwem strony internetowej <https://datastore.ceidg.gov.pl> jest możliwość dostępu do danych przedsiębiorców, ale pod warunkiem założenia konta w systemie, które jest weryfikowane, po czym udzielany jest dostęp do bazy. Po zalogowaniu się do systemu uzyskuje się dostęp do następujących plików: baza przedsiębiorców z całej Polski, baza przedsiębiorców z podziałem na województwa oraz jest możliwość wyszukiwania bazy w określonych latach. Wygenerowana baza danych zawiera następujące informacje: imię i nazwisko, NIP, REGON, firma, adres poczty elektronicznej, adres strony internetowej, telefon, faks, miejscowość, ulica, budynek, kod pocztowy, poczta, opis nietypowego miejsca lokalizacji, lokal, gmina, kraj, powiat, miejscowość, budynek (opis nietypowego miejsca lokalizacji powtarza się trzykrotnie z danymi adresowymi), obywatelstwo, data rozpoczęcia wykonywania działalności gospodarczej, data zawieszenia wykonywania działalności gospodarczej, data wznowienia wykonywania działalności gospodarczej, data zaprzestania wykonywania działalności gospodarczej, data wykreślenia wpisu z rejestru, małżeńska wspólność majątkowa, status i kody PKD, informacja, NIP, REGON, informacje dotyczące orzeczeń sądowych (okres na jaki został orzeczony zakaz, zakaz wydał, sygnatura akt sprawy, data wydania orzeczenia, data uprawomocnienia orzeczenia, nazwa i data orzeczenia wszczęcia postępowania naprawczego, rodzaj informacji, sygnatura sprawy, organ wprowadzający, pełnomocnicy przedsiębiorcy, uprawnienia dodatkowe).

Wygenerowana baza danych CEIDG dla całej Polski stwarza dla badacza kłopot w postaci wielkości pliku do przetwarzania. Obróbka danych jest czasochłonna i wymaga wysokiej klasy sprzętu komputerowego, który jest w stanie przeprowadzić sprawną analizę tak dużej bazy danych. Funkcje w bazie dają możliwość wyselekcjonowania przedsiębiorców według indywidualnych parametrów, według zapytania badacza pod warunkiem, że kryteria te mieszczą się w katalogu informacji zawartych w bazie. W przypadku wyszukiwania cudzoziemców, baza daje możliwość wyszukania przedsiębiorcy według jego narodowości.

¹⁹ Art. 43. – CEIDG, art. 5 ust. 1 i 2, art. 5 ust. 1 pkt 7, Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej i Punkcie Informacji dla Przedsiębiorcy.

Zgodnie z art. 47 ustawy o CEIDG, dane i informacje zgromadzone w CEIDG mogą być również udostępniane w sposób inny niż powyżej opisany, po złożeniu indywidualnego wniosku po uprzednim ustaleniu zakresu pozyskania danych z ministrem właściwym do spraw gospodarki. Obecnie ministerstwem odpowiedzialnym za poprawne funkcjonowanie bazy danych jest Ministerstwo Rozwoju (poprzednio Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii). W ramach badań zrealizowanych na potrzeby niniejszej monografii zwrócono się do Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii z prośbą o udostępnienie danych o cudzoziemcach prowadzących działalność gospodarczą na terenie Rzeczypospolitej Polskiej za okres 2013–2019. Pierwsza uzyskana baza danych obejmowała następujące elementy: rok złożenia wniosku o prowadzenie działalności gospodarczej, obywatelstwo (kraj), kod PKD przeważającej działalności gospodarczej, województwo, w którym zarejestrowana jest działalność, oraz płeć przedsiębiorcy. Druga baza danych obejmowała: liczbę działalności aktywnych podmiotów gospodarczych w zestawieniu ogólnym od 2013 r. do 2019 r., obywatelstwo (kraj), województwo, w którym zarejestrowana jest działalność, płeć.

Formułując wnioski należy zauważyć, że:

- Baza danych CEIDG daje potwierdzoną informację o konkretnej liczbie podmiotów zarejestrowanych.
- Dużą wadą systemu jest niekompletność danych i fakt, że są one nieaktualne. Najczęściej brakuje następujących danych: NIP, REGON, numer telefonu, adres strony internetowej, adres poczty elektronicznej (jeśli jest, to często nieaktualny). Interesujący jest fakt braku identyfikatora NIP, który jest obowiązkowy dla każdego przedsiębiorcy.
- Obsługa bazy jest dość kłopotliwa, ponieważ baza danych generuje się w całości. Nie ma możliwości przed wygenerowaniem bazy ustawić parametrów, które badacz chciałby analizować. Tym samym samo otwarcie bazy danych, a potem jej przetwarzanie, jest czasochłonne (jedynie szybki komputer daje możliwość sprawnej analizy danych).
- Wygenerowana (w formacie programu Excel) baza danych w przypadku jednego przedsiębiorcy generuje się w czterech wierszach, w których znajdują się dane określonego przedsiębiorcy. Informacje tam zawarte są rozproszone. Można je zagregować ze sobą, po czym baza może być przetwarzana.
- Dane wygenerowane przez Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii nie dają możliwości prezentacji danych zagregowanych, gdzie byłaby możliwość zidentyfikowania np. nazwy firmy.

4.1.2. Zakład Ubezpieczeń Społecznych

Rejestr ZUS zawiera szereg informacji o osobach ubezpieczonych, które są ogólnodostępne na stronie internetowej <https://psz.zus.pl/>. Dostęp otwarty do bazy danych ZUS ma każdy użytkownik bez potrzeby logowania się do systemu. Wszystkie dane publikowane są na stronie internetowej ZUS w dziale „Baza Wiedzy” i zakładce „Portal Statystyki ZUS”. Każdy badacz ma szeroki dostęp do danych w różnych układach. Dane można wygenerować w układzie rocznym i kwartalnym. Statystyki i informacje są dostępne w kategoriach: płatnicy składek, ubezpieczenia emerytalne i rentowe, ubezpieczenie zdrowotne, ubezpieczeni ogółem, emerytury, renty z tytułu niezdolności do pracy, renty rodzinne, zasiłki, absencja chorobowa, orzecznictwo lekarskie, rehabilitacja lecznicza, inne (świadczenia przedemerytalne, zasiłki przedemerytalne, renty socjalne, nauczycielskie świadczenia kompensacyjne, emerytury pomostowe). Każda z powyższych kategorii ma podkategorie tematyczne.

Regulacje dotyczące obowiązkowego ubezpieczenia zawiera ustawa z dnia 13 października 1998 r. o systemie ubezpieczeń społecznych²⁰. Według tych przepisów o zabezpieczeniu społecznym ubezpieczeni, którzy wykonują pracę w Polsce, podlegają ustawodawstwu polskiemu. Obowiązkowo ubezpieczeniami emerytalnym i rentowymi są objęci m.in.: pracownicy, z wyłączeniem prokuratorów, członkowie rolniczych spółdzielni produkcyjnych, zleceniobiorcy, osoby, które prowadzą pozarolniczą działalność gospodarczą, duchowni, posłowie i senatorowie pobierający uposażenie, osoby, które pobierają zasiłek dla bezrobotnych, osoby, które są na urloпах wychowawczych lub pobierają zasiłek macierzyński albo zasiłek w wysokości zasiłku macierzyńskiego, członkowie rad nadzorczych. Osoby, które nie spełniają warunków do objęcia obowiązkowo ubezpieczeniami emerytalnym i rentowymi, mają prawo przystąpić do tych ubezpieczeń dobrowolnie.

Analiza informacji na temat przedsiębiorców z bazy danych ZUS jest możliwa poprzez dostęp do tzw. „Struktury płatników oraz ubezpieczonych” wg sekcji PKD, również z podziałem szczegółowym na kobiety/mężczyzn. Dane umożliwiają również porównania w układzie poszczególnych województw. Przykładowo można wygenerować następujący układ – ubezpieczenia emerytalne i rentowe według: kodu PKD, województw i powiatów, statusu płatnika, szczególnej formy prawnej, formy własności, liczby ubezpieczonych u płatnika, PKD oraz statusu płatnika, województw i powiatów oraz statusu płatnika, województw oraz liczby ubezpieczonych, liczby ubezpieczonych u płatnika oraz statusu

²⁰ Ustawa z dnia 13 października 1998 r. o systemie ubezpieczeń społecznych, Dz.U. z 2017 r. poz. 1778 z późn. zm.

płatnika. Wszystkie dane wygenerowane dają możliwość dostępu do danych w określonej kategorii. Jeśli chcemy wygenerować dane „Aktywni płatnicy składek w ubezpieczeniach emerytalnym i rentowym według sekcji, działów PKD oraz statusu płatnika składek”, otrzymamy następujące informacje: sekcje i działy PKD, liczba aktywnych płatników składek (ogółem, osoba fizyczna – płacąca za siebie i innych/płacąca sama za siebie, osoba prawna).

Portal Statystyki ZUS daje również możliwość dostępu do gotowych statystyk, które są zamieszczane na stronie internetowej w zakładce „Publikacje”. W zakładce tej mamy dostęp do danych: z Rocznika Statystycznego Ubezpieczeń Społecznych, prognozy Fundusz Ubezpieczeń Społecznych, kwartalnych informacji o świadczeniach pieniężnych z FUS oraz o innych świadczeniach, miesięcznej informacji o wybranych świadczeniach pieniężnych, informacji statystycznej o wynikach kontroli prawidłowości orzekania o czasowej niezdolności do pracy, ważniejszych informacji z zakresu ubezpieczeń społecznych (Fundusz Ubezpieczeń Społecznych), opracowań tematycznych, cykli spotkań organizowanych przez ZUS, publikacji z seminariów ZUS. Dostęp do danych cudzoziemców jest możliwy dzięki raportom pt. „Cudzoziemcy w polskim systemie ubezpieczeń społecznych”. Dane obejmują następujące kategorie: ogólna liczba osób prowadzących działalność gospodarczą, ogólna liczba według sekcji PKD, wybrane kraje spoza Unii Europejskiej.

W ramach badań prowadzonych na potrzeby monografii zwrócono się do oddziału ZUS w Opolu o wygenerowanie statystyk dotyczących aktywności cudzoziemców prowadzących działalność gospodarczą, zawierających bardziej szczegółowe informacje niż te, które są dostępne na stronie internetowej. Otrzymane statystyki obejmowały lata 2015–2018 oraz następujące informacje dotyczące cudzoziemców:

- liczba ubezpieczonych cudzoziemców (osoby fizyczne) z podziałem na mężczyzn i kobiety oraz w przedziałach wiekowych,
- liczba osób prowadzących pozarolniczą działalność gospodarczą przez cudzoziemców z podziałem na mężczyzn i kobiety oraz w przedziałach wiekowych oraz z podziałem na narodowości.

Formułując wnioski należy zauważyć, że:

- W statystykach dostępnych na stronie internetowej nie ma możliwości zestawiania danych, zaprezentowane dane są bardzo ogólne.
- Przygotowanie indywidualnej bazy danych do analiz jest wykonywane za każdym razem przez pracownika ZUS.
- Baza danych wygenerowana przez ZUS nie jest porównywalna z bazą CEIDG.
- Nie ma możliwości uzyskania informacji zawierających dane umożliwiające przygotowanie operatu losowania.

- Należy zauważyć, że podana liczba osób prowadzących pozarolniczą działalność ma adnotację, że liczba stanowi również osoby współpracujące. W zestawieniu z bazą danych CEIDG mamy do czynienia z podmiotem gospodarczym, w którym ubezpieczone są osoby dodatkowe poza właścicielem. Tym samym mamy niespójność w liczbie osób zarejestrowanych w CEIDG oraz osób ubezpieczonych w ZUS prowadzących pozarolniczą działalność.
- Zgodnie z informacjami ZUS obowiązek opłacania składek emerytalnych i rentowych mają m.in. członkowie rad nadzorczych (czyli spółki prawa handlowego) wynagradzani z tytułu pełnienia tej funkcji. Tym samym ZUS zalicza te osoby jako zatrudnione w danej firmie, a nie są oni prezentowani w statystykach prowadzenia działalności gospodarczej.

4.2. Inne możliwości pozyskania danych statystycznych

Z punktu widzenia badacza, możliwym źródłem pozyskania danych jest również Urząd Skarbowy lub na poziomie regionalnym – instytucja otoczenia biznesu (w województwie opolskim jest to Opolskie Centrum Rozwoju Gospodarki). Problem związany z tymi instytucjami polega na tym, że dysponują one danymi o przedsiębiorcach, ale nie przetwarzają ich do celów statystycznych. Dobrym przykładem i praktyką są Niemcy, którzy opierają się na systemie *Mikrozensus*. Jest to badanie statystyczne, które daje możliwość pozyskania danych statystycznych od wszystkich podmiotów funkcjonujących na rynku niemieckim; poza tym, gromadzi też dane statystyczne gospodarstw domowych. Co ciekawe, wszystkie badania wykonywane są na reprezentatywnej grupie respondentów. Ich głównym celem jest zebranie i prezentacja informacji o sytuacji gospodarczej i społecznej ludności, a także o zatrudnieniu, rynku pracy i edukacji. Służy on także do oceny innych oficjalnych statystyk, takich jak dochód czy konsumpcja. Podobne badania czy też dostęp do danych ma m.in: Austria i Szwajcaria.

Inną politykę udostępniania danych mają kraje skandynawskie. Każdy badacz ma dostęp do wszystkich danych statystycznych po wcześniejszym szkoleniu (z przetwarzania danych). Przeszkolony badacz może przetwarzać dane statystyczne w różnych układach. Wszystkie analizy są wykonywane przez naukowca indywidualnie.

4.2.1. Urząd Skarbowy

Osoby fizyczne nieposiadające obywatelstwa polskiego, czyli cudzoziemcy, mogą podejmować i wykonywać działalność gospodarczą jako przedsiębiorcy

na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej na takich samych zasadach jak obywatele polscy. Oznacza to, że osoby te dokonują rejestracji swojej działalności w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG) prowadzonej przez Ministra Przedsiębiorczości i Technologii, na takich samych zasadach jak obywatele polscy. Dla Urzędu Skarbowego CEIDG jest rejestrem głównym, a dane w nim ujawnione są jawne. Z rejestru korzystają nie tylko wszystkie osoby zainteresowane pozyskaniem informacji o statusie przedsiębiorcy (np. ewentualni kontrahenci), ale także instytucje i organy administracji państwowej, w tym także organy skarbowe. Tym samym, urzędy skarbowe nie prowadzą odrębnej ewidencji, z której wynikałoby, czy dany przedsiębiorca jest osobą krajową, czy osobą zagraniczną.

Należy zauważyć, że odmienne postępowanie, tj. wyróżnianie grupy przedsiębiorców będących osobami zagranicznymi, naruszałoby zasadę równości, wynikającą z ustawy Prawo przedsiębiorców. Zgodnie z zapisem prawnym, podejmowanie, wykonywanie i zakończenie działalności gospodarczej jest wolne dla każdego na równych prawach²¹.

Z punktu widzenia dostępu do danych aktywnych przedsiębiorców, Urząd Skarbowy jest instytucją, która posiada najbardziej aktualne dane o prowadzonej działalności gospodarczej. Warunkiem uzyskania pełnej bazy danych byłoby zestawienie bazy Urzędu Skarbowego z bazą CEIDG identyfikującą cudzoziemców.

4.2.2. Opolskie Centrum Rozwoju Gospodarki

Celem powstania tej jednostki było połączenie w jednym ośrodku wszystkich dotychczasowych rozproszonych działań w regionie, inspirujących i wspierających zmiany strukturalne w dziedzinie gospodarki, rozwoju przedsiębiorczości i innowacji. Opolskie Centrum Rozwoju Gospodarki realizuje zadania związane z polityką rozwoju województwa opolskiego, a tym samym instytucja ta powinna być zainteresowana wszelkimi inicjatywami przedsiębiorczymi w województwie opolskim. Celem pozyskania danych autorzy zwrócili się do OCRG z prośbą o dostęp do danych przedsiębiorców – cudzoziemców, którzy realizują projekty unijne z różnych działań. Wniosek o pozyskanie danych został skierowany do biura prawnego celem ustosunkowania się do złożonego wniosku w ramach pozyskania danych jako dostępu do informacji publicznej. Biuro prawne odmówiło dostępu do danych nie kwalifikujących się jego zdaniem jako dostęp do informacji publicznej²².

²¹ art. 2 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2019 r. poz. 1292 ze zm.).

²² Wybrane argumenty z opinii prawnej:

4.3. Trudności związane z analizą statystyczną danych oraz uzyskaniem operatu losowania

W ramach prowadzonych badań zestawione zostały dostępne bazy danych, które powinny być tożsame i zawierać te same informacje o przedsiębiorcach. W tabeli 4.1. zaprezentowano porównanie danych zebranych z ZUS i CEIDG. Tabela z danymi ZUS pokazuje jaka była liczba pomiotów gospodarczych, prowadzonych przez cudzoziemców, aktywnych w poszczególnych latach. Możliwym do analizy w kontekście porównania jest rok 2018 (baza została wygenerowana przez pracowników ZUS), w którym to aktywnych przedsiębiorców imigrantów opłacających składki ZUS było 17 839. Natomiast z danych CEIDG pozyskanych z Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii wynika, że podmiotów gospodarczych aktywnych w roku 2018 było 21 602 (lata 2015/2016/2017 nie zostały przeanalizowane z powodu niekompletności bazy). Wskazuje to, że różnica w bazie ZUS i Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii wynosi 21,09%. Jeśli dokonamy analizy porównując liczbę złożonych wniosków o wpis do rejestru przedsiębiorców ogółem ze złożonymi wnioskami w danym roku to obserwujemy tendencję rosnącą. W tym wypadku mamy jedynie zgodność co do wzrostu liczby wniosków.

Rozbieżność widoczna jest również w przypadku bazy internetowej CEIDG oraz bazy otrzymanej z Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii. Po wygenerowaniu bazy internetowej <https://datastore.ceidg.gov.pl> CEIDG ogółem zarejestrowanych podmiotów jest 118 166, w tym cudzoziemców 267. Z bazy CEIDG Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii na koniec 2018 roku cudzoziemców prowadzących działalność było 21 602. Różnica w obu zbiorach jest ogromna. Teoretycznie jest to ta sama baza, ale uzyskiwany jest inny zestaw danych podczas generowania jej samodzielnie, a inny jest generowany bezpośrednio przez pracowników ministerstwa.

• Argument dotyczył możliwości wykorzystania danych w publikacji naukowej wykazując interes publiczny. Cyt: Praca naukowa jest powszechnie uznana za należącą do zakresu interesu prywatnego, który jest przeciwstawiany interesowi publicznemu (wyrok Sądu w Gliwicach z 22.01.2004 r.)

• Dane dotyczące wielkości przedsiębiorstwa (mikro, małe, średnie albo duże przedsiębiorstwo) oraz branża, w jakiej działa przedsiębiorstwo, nie stanowią w ocenie opiniującego informacji publicznej, nie mogą zatem zostać udostępnione w trybie u.d.i.p.

Tabela 4.1.

Liczba cudzoziemców, którzy złożyli wnioski o wpis do bazy przedsiębiorców CEIDG w latach 2015–2018

Cudzoziemcy ogółem			
Lata	ZUS (liczba podmiotów)	Baza danych CEIDG – Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii	
		Złożone wnioski narastająco (liczba podmiotów)	Złożone wnioski w danym roku (liczba podmiotów)
2015	14 924,00	17 730,00	4 642,00
2016	16 041,00	22 713,00	4 983,00
2017	17 680,00	28 518,00	5 805,00
2018	17 839,00	35 452,00	6 934,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Zakładu Ubezpieczeń Społecznych i CEIDG baza pozyskana z Ministerstwa Przedsiębiorczości.

Tabela 4.2. prezentuje informacje o aktywnych przedsiębiorstwach działających w roku 2018, pozyskane z bazy danych ZUS i Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii (baza CEIDG) w podziale na województwa. Dane pokazują duże rozbieżności pomiędzy bazą danych ZUS a Ministerstwem Przedsiębiorczości i Technologii (baza CEIDG). Można zauważyć, że w niektórych województwach wartości różnic pomiędzy bazami są większe niż 50%. Opracowana baza danych przez Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii zakładała prezentację aktywnych przedsiębiorców.

Tabela 4.2.

Liczba cudzoziemców prowadzących aktywnie działalność gospodarczą w roku 2018

Województwo	2018		
	ZUS (liczba podmiotów)	CEIDG (liczba podmiotów)	zmiana %
Dolnośląskie	1 725	2098	21,62
Kujawsko-pomorskie	595	537	-9,75
Lubelskie	697	863	23,82
Lubuskie	442	621	40,50
Łódzkie	769	715	-7,02
Małopolskie	1 546	1964	27,04
Mazowieckie	6 039	7021	16,26
Opolskie	294	652	121,77
Podkarpackie	517	516	-0,19
Podlaskie	393	483	22,90

Pomorskie	1 062	1 333	25,52
Śląskie	1 197	1695	41,60
Świętokrzyskie	230	225	-2,17
Warmińsko-mazurskie	288	306	6,25
Wielkopolskie	1 186	1177	-0,76
Zachodniopomorskie	762	1396	83,20

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Zakładu Ubezpieczeń Społecznych i CEIDG baza pozyskana z Ministerstwa Przedsiębiorczości.

Wykorzystując powyższe dane dokonano bardziej szczegółowej analizy poszczególnych województw poszerzając dane o wybrane narodowości: Białoruś, Niemcy, Rosja, Ukraina, Wietnam. W raportach Zakładu Ubezpieczeń Społecznych właśnie te narodowości analizowane są najczęściej.

Tabela 4.3.

Liczba wybranych grup cudzoziemców prowadzących aktywnie działalność gospodarczą w roku 2018

Województwo	2018	
	ZUS (liczba podmiotów)	CEIDG (liczba podmiotów)
Dolnośląskie		
Białoruś	98	137
Niemcy	115	126
Rosja	56	45
Ukraina	548	558
Wietnam	40	23
Razem	1 725	2 098
Kujawsko-pomorskie		
Białoruś	30	28
Niemcy	27	23
Rosja	20	5
Ukraina	79	65
Wietnam	26	32
Razem	595	537
Lubelskie		
Białoruś	98	111
Niemcy	11	14

Rosja	14	13
Ukraina	228	294
Wietnam	4	4
Razem	697	863
Lubuskie		
Białoruś	31	25
Niemcy	58	80
Rosja	10	5
Ukraina	132	103
Wietnam	12	8
Razem	442	621
Łódzkie		
Białoruś	26	24
Niemcy	21	22
Rosja	29	17
Ukraina	119	99
Wietnam	46	32
Razem	769	715
Małopolskie		
Białoruś	56	60
Niemcy	58	63
Rosja	43	26
Ukraina	421	382
Wietnam	89	72
Razem	1 546	1 964
Mazowieckie		
Białoruś	515	582
Niemcy	156	145
Rosja	245	158
Ukraina	1 196	1 183
Wietnam	678	570
Razem	6 039	7 021
Opolskie		
Białoruś	6	6

Niemcy	33	19
Rosja	2	4
Ukraina	107	94
Wietnam	9	9
Razem	294	652
Podkarpackie		
Białoruś	7	4
Niemcy	17	18
Rosja	6	5
Ukraina	240	184
Wietnam	8	8
Razem	517	516
Podlaskie		
Białoruś	189	238
Niemcy	5	5
Rosja	13	17
Ukraina	32	33
Wietnam	2	3
Razem	393	483
Pomorskie		
Białoruś	106	125
Niemcy	59	56
Rosja	75	52
Ukraina	223	234
Wietnam	30	10
Razem	1 062	1 333
Śląskie		
Białoruś	45	35
Niemcy	83	56
Rosja	29	20
Ukraina	218	180
Wietnam	51	25
Razem	1 197	1 695

Świętokrzyskie			
	Białoruś	7	6
	Niemcy	5	7
	Rosja	6	2
	Ukraina	56	44
	Wietnam	5	1
	Razem	230	225
Warmińsko-mazurskie			
	Białoruś	19	26
	Niemcy	16	22
	Rosja	34	20
	Ukraina	49	25
	Wietnam	4	5
	Razem	288	306
Wielkopolskie			
	Białoruś	58	38
	Niemcy	88	84
	Rosja	42	21
	Ukraina	222	154
	Wietnam	26	24
	Razem	1 186	1 177
Zachodniopomorskie			
	Białoruś	29	23
	Niemcy	91	671
	Rosja	23	17
	Ukraina	191	135
	Wietnam	31	23
	Razem	762	1 396

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Zakładu Ubezpieczeń Społecznych i CEIDG baza pozyskana z Ministerstwa Przedsiębiorczości.

Postawiona wcześniej teza o niezgodności danych potwierdza się po przeanalizowaniu danych z tabeli 4.3. Można zaobserwować, że w niektórych przypadkach dane pokrywają się. Należą do nich: lubelskie – Wietnam, opolskie – Białoruś oraz Wietnam, podkarpackie – Wietnam, podlaskie – Niemcy.

Przy tak licznych niezgodnościach danych w powyższej tabeli, o zgodności niektórych danych możemy mówić raczej w kategorii przypadku niż o potwierdzeniu wiarygodności danych.

W oparciu o dokonaną analizę można wyciągnąć następujące wnioski: po pierwsze podstawowym źródłem informacji o podmiotach gospodarczych powinna być baza danych Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej CEIDG. Z informacji zawartych w podrozdziale 4.1. baza danych CEIDG zawiera najpełniejsze dane dotyczące podmiotów gospodarczych. Wadą bazy danych CEIDG jest fakt, że dane pozyskane ze strony internetowej <https://datastore.ceidg.gov.pl>, a bazą pozyskaną w Ministerstwie Przedsiębiorczości i Technologii różnią się od siebie co do liczby zarejestrowanych podmiotów. Kolejny element są rozbieżności co do informacji o narodowościach. Najbardziej pełną bazą danych wydaje się być baza CEIDG pozyskana z Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii.

Po drugie, analizowana baza danych Zakładu Ubezpieczeń Społecznych dostarcza wiedzę, dotyczącą zarejestrowanego podmiotu gospodarczego, ale w kontekście obowiązku opłacania składek zgodnie ustawą z dnia 13 października 1998 r. o systemie ubezpieczeń społecznych. Analiza danych może być myląca w przypadku, kiedy formą prawną jest spółka cywilna, której właścicielami są min. dwie osoby. W tym wypadku mamy jeden podmiot prowadzący działalność, ale min. dwie osoby ubezpieczone. W tym wypadku dostarczona baza danych z ZUS obejmowała formy prawne działalności oraz liczby współników. W związku z tym, teoretycznie baza ta powinna być większa niż baza CEIDG. Dużym utrudnieniem dla realizacji procesu badawczego jest zamawianie zapotrzebowania na odpowiednie zestawienie danych, które jest czasochłonne dla osoby przygotowującej zestawienie. Nie ma możliwości, aby badacz sam ustawił sobie parametry i wygenerował bazę danych według własnych potrzeb.

Wreszcie dużym ułatwieniem dla analizy danych byłaby sprawniejsza obsługa przeszukiwania baz danych (przede wszystkim bazy CEDIG), które są dostępne na stronie internetowej, ale w obecnej formie są mało przyjazne z punktu widzenia użytkownika.

Z punktu widzenia realizacji projektu badawczego, który bazowałby na danych wtórnych pozyskanych ze źródeł publicznych (administracja publiczna) pojawia się problem rzetelności danych oraz możliwości replikacji takich badań w przyszłości. W zasadzie trudno jest jednoznacznie stwierdzić, która z opisanych baz jest poprawna, zawiera obiektywne i aktualne dane, które mogłyby posłużyć do dokonania rzetelnej analizy zjawiska wyłącznie w oparciu o dane zastane.

Część III. Wyniki badań eksploracyjnych wśród przedsiębiorców – imigrantów

Rozdział 5. Wyniki badań jakościowych²³

5.1. Charakterystyka regionu eksploracji

Badania omówione w monografii zrealizowane zostały w przedsiębiorstwach prowadzonych przez imigrantów w województwie opolskim. Opolszczyzna to region określany mianem migracyjnego (Heffner & Solga 2013: 43), który charakteryzuje wieloletnia tradycja wyjazdów (z reguły zagranicznych), niosąca za sobą konsekwencje społeczne, demograficzne, ekonomiczne.

W okresie powojennym odpływ ludności spowodowany był m.in. ucieczkami, wypędzeniami i wysiedleniami ludności śląskiej i przesiedleń ludności polskiej. W latach osiemdziesiątych zaczęła rozwijać się emigracja zarobkowa z województwa opolskiego, która wówczas była możliwa, ponieważ ludność autochtoniczna (śląska) posiadała tzw. PO (Permit Office, potocznie zwany permit). Wiązał się z tym przywilej przyznania wizy do RFN oraz zezwolenia na pracę (Heffner & Solga, 1999).

Okres transformacji politycznej, jaki nastąpił pod koniec lat osiemdziesiątych ubiegłego wieku, przyczynił się do zniesienia barier wyjazdowych, co jeszcze nasiliło wyjazdy zarobkowe z Opolszczyzny zamieszkałych w województwie opolskim autochtonów. O ile poprzednie miały charakter stały (osiedleńczy), o tyle w wyjazdach ludności autochtonicznej w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku zwiększyła się skala migracji czasowych, głównie zarobkowych (Solga, 2002)²⁴. Miały one głównie charakter wahadłowy. Województwo opolskie odznacza się najwyższymi wskaźnikami emigracji: 106 osób na 1000 mieszkańców to osoby przybywające za granicę co najmniej 3 miesiące (Migracje zagraniczne..., 2011). To region, w którym w spisie z 2011 r. największy odsetek osób wskazywał wyłącznie niepolską (głównie

²³ Wyniki badań w poszerzonej formie zostały omówione w pracy: Kubiciel-Lodzińska S., Maj J., Bębenek P. (2018). *Przedsiębiorczość imigrantów przewagą konkurencyjną województwa opolskiego. Raport z badań*, Opole.

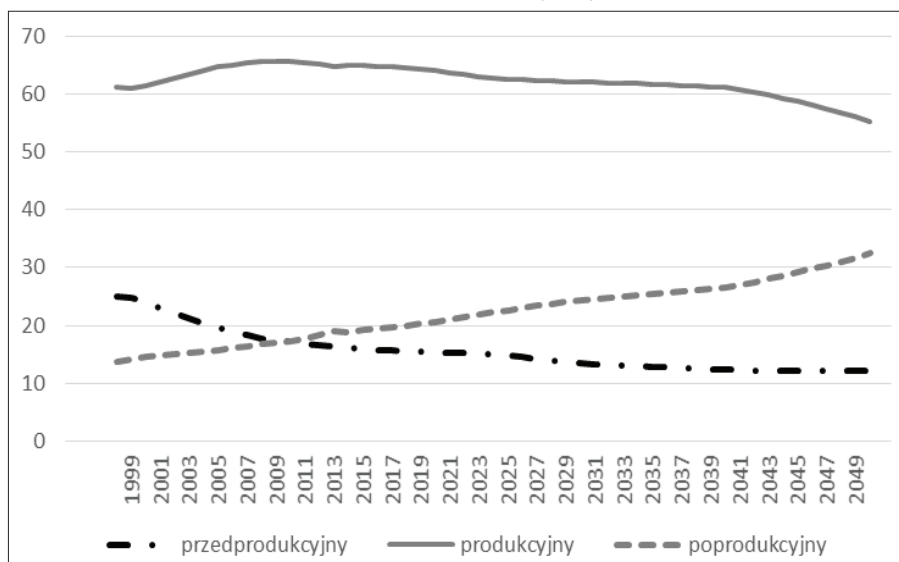
²⁴ Na zmniejszenie napływu wysiedleńców z Polski wpływ miała także polityka Niemiec. Ustawa z 1 stycznia 1993 r. o zakończeniu trwania skutków wojny zakłada, że nie istnieje już w Polsce tzw. ucisk osób niemieckiego pochodzenia. Osoby przybywające do Niemiec po 1993 r. nie mogły już uzyskać statusu wypędzonego i nazywa się ich wyłącznie „późnymi wysiedleńcami”, cyt. za Solga B. (2002). *Migracje polsko-niemieckie i ich konsekwencje społeczno-ekonomiczne na obszarach wiejskich Śląska Opolskiego*, Opole, s. 61.

niemiecką) identyfikację narodowo-etniczną (Struktura narodowo-etniczna..., 2011).

Jednym ze skutków emigracji zarobkowej mieszkańców Opolszczyzny jest pogłębiająca się depopulacja regionu. Z prognoz demograficznych Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) wynika, że w województwie należy spodziewać się najgłębszego spadku ludności w Polsce. Liczba mieszkańców regionu w 2050 r. zmniejszy się o $\frac{1}{4}$ w stosunku do 2013 r. Rzeczywista sytuacja ludnościowa w województwie opolskim wyprzedziła jednak w czasie niekorzystne dla regionu scenariusze demograficzne przedstawione przez GUS. Szacuje się, że faktyczna liczba mieszkańców w 2011 r. wyniosła nieco ponad 870 tys. osób (wynik po korekcie uwzględniającej nierejestrowaną emigrację) (Dybowska & Widera, 2015).

Ubytkowi ludności ogółem towarzyszy zmiana w strukturze populacji – spadek liczby dzieci, wzrost liczby osób wieku poprodukcyjnym, co może przełożyć się na sytuację na rynku pracy (wykres 5.1).

Wykres 5.1. Struktura ludności wg grup produkcyjnych w województwie opolskim w latach 1999–2049 (w %)



Źródło: Prognoza ludności na lata 2014–2050, protokół dostępu: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/prognoza-ludnosci/prognoza-ludnosci-na-lata-2014-2050-opracowana-2014-r-,1,5.html>, [24.10.2014] cyt. za: S. Kubiciel-Lodzińska, I. Mąkolska-Frankowska, Stabilizacja zasobów pracy w województwie opolskim w kontekście wyzwań demograficznych – podejmowane działania, [w:] Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, nr 258, Katowice 2016, s. 123–124.

Prognozuje się systematyczne zmniejszanie liczby ludności w wieku produkcyjnym, przy jednoczesnym zwiększającym się udziale ludności w wieku poprodukcyjnym. W 2013 r. ponad 650 tys. mieszkańców województwa opolskiego to osoby w wieku produkcyjnym (64,7% całej populacji regionu), w przyszłości zasoby te będą mniejsze – w 2020 roku przewiduje się, że grupa ta liczyć będzie 620 tys. osób (64,2% ogółu ludności), w 2035 r. – 560,5 tys. (62,1%), a w 2050 tylko 411,9 tys. (55,3%). Do 2050 roku liczba osób w wieku produkcyjnym skurczy się o prawie 40%, a ich udział w populacji regionu zmniejszy się o 10 p.p. Szacuje się, że do 2030 r. dwie osoby aktywne zawodowo będą musiały opiekować się jedną osobą nieaktywną zawodowo (powyżej 65. roku życia)²⁵, obecnie relacja ta w województwie opolskim wynosi ponad trzy osoby.

Wpływ na depopulację regionu ma nie tylko emigracja zagraniczna i niska dzietność, ale także coraz bardziej zauważalna emigracja wewnętrzna polegająca na wyjazdach, głównie na studia młodych mieszkańców województwa opolskiego do innych województw. Sprzyja temu międzymetropolitalne położenie Opolszczyzny – pomiędzy Wrocławiem a Aglomeracją Śląską (Rokita-Poskart, 2016). Odpływ mieszkańców regionu powoduje także podejmowanie zatrudnienia poza Opolszczyzną w regionach, w których lokują się duże inwestycje zagraniczne przyciągające specjalistów w pewnych branżach (np. inżynierowie, informatycy). Z reguły oferują wyższe zarobki niż przedsiębiorstwa działające w opolskim oraz dają możliwość rozwoju zawodowego wynikającą z międzynarodowego charakteru tych firm. Według opracowania „Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2017” województwo opolskie lokuje się dość nisko w ogólnopolskim rankingu. Regiony ościenne: dolnośląskie i śląskie wypadają znacznie korzystniej²⁶ i to tam działają firmy przyciągające pracowników także z opolskiego.

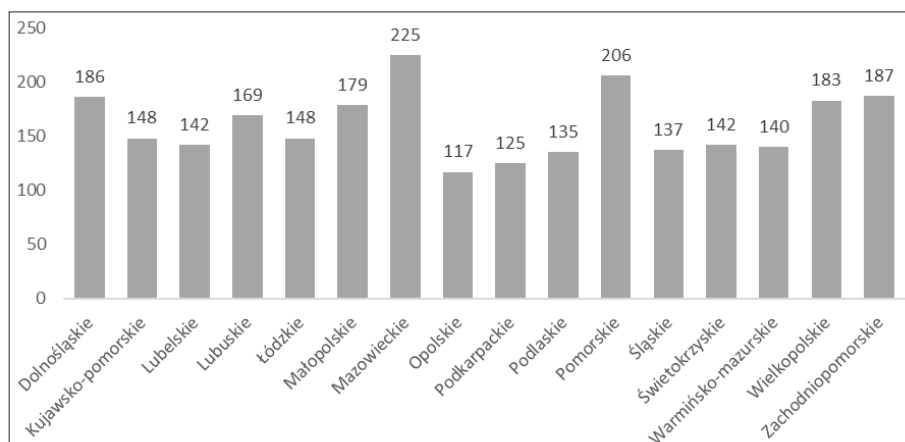
Procesy migracyjne silnie wpływają na rozwój gospodarczy regionu. Konsekwencją spadku liczby ludności w wieku produkcyjnym oraz podejmowaniu przez liczną grupę mieszkańców regionu pracy zagranicą są m.in. przeciętne wskaźniki przedsiębiorczości. W 2018 r. w województwie opolskim zarejestrowano zaledwie 117 nowych firm na 10 tys. ludności w wieku produkcyjnym.

²⁵ Przemiany demograficzne i starzenie się społeczeństwa: konsekwencje dla lokalnych rynków pracy w Polsce. Dokument został opracowany w ramach Programu na rzecz Lokalnego Rozwoju Gospodarczego i Tworzenia Miejsc Pracy realizowanego przez OECD. W Polsce projekt realizowany był we współpracy z Ministerstwem Rozwoju Regionalnego i samorządami terytorialnymi małopolskiego, pomorskiego i łódzkiego, styczeń 2013., s. 16, protokół dostępu: https://www.ewaluacja.gov.pl/media/42322/Zmiany_demograficzne_ECD.pdf [19.02.2020].

²⁶ Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2017, Warszawa 2017, s. 76, <https://www.paih.gov.pl/publikacje/województwa> [19.02.2020].

Dla porównania w województwie Śląskim było to 137 firm, a na Dolnym Śląsku 186 podmiotów. Szczegółowe informacje dotyczące poziomu przedsiębiorczości w regionie zestawiono na wykresie 5.2.

Wykres 5.2. Podmioty gospodarcze nowo zarejestrowane na 10 tys. ludności w wieku produkcyjnym wg województw w 2018 r.



Źródło: Bank Danych Lokalnych.

Ze względu na to, że przedsiębiorczość jest czynnikiem rozwoju regionalnego (Zygmunt J., 2015), a także innowacji (Zygmunt A., 2017), a jednocześnie wskaźniki przedsiębiorczości w województwie opolskim są niewysokie warto dostrzec, że coraz liczniejsza grupa obcokrajowców przebywających w regionie decyduje się na założenie firmy. Otwieranie działalności gospodarczych przez cudzoziemców nie ma wprawdzie charakteru masowego, ale należy zauważyć wzrost aktywności imigrantów w tym zakresie i wspierać ich kooperację (Szewczuk-Stępień, Klemens, 2019). Podnoszą także poziom konkurencji, a to zmusza przedsiębiorców do podejmowania kreatywnych decyzji, poszukiwania nowych rynków (Adamska, 2018). Na koniec 2015 r. w województwie opolskim liczba cudzoziemców zgłoszonych do ubezpieczenia społecznego z tytułu prowadzenia pozarolniczej działalności wyniosła 280 osób. W 2016 r. 282 osoby, w 2017 r. – 300 osób, w 2018 r. – 294 osoby, a w 2019 – 322 osoby.

Największą aktywnością w zakresie prowadzenia firm w regionie cechowali się obywatele Ukrainy i Niemiec. Przy czym większą dynamikę wzrostu liczby ubezpieczonych zauważa się w grupie osób pochodzących z Ukrainy. Można więc sądzić, że to osoby o sporym potencjale w zakresie uruchamiania działalności gospodarczej, a w konsekwencji w zakresie kreowania miejsc pracy (tabela 5.1).

Tabela 5.1

Liczba ubezpieczonych cudzoziemców prowadzących pozarolniczą działalność w woj. opolskim w latach 2015–2018 wg obywatelstwa (wybrane narodowości)

Obywatelstwo	2015	2016	2017	2018	2019
Białoruskie	4	5	4	6	8
Chińskie	–	2	1	1	–
Gruzińskie	2	2	4	3	3
Hinduskie	1	–	–	1	–
Mołdawskie	6	4	4	3	4
Niemieckie	32	36	35	33	29
Rosyjskie	5	5	2	2	5
Rumuńskie	2	3	2	2	–
Ukraińskie	80	91	108	107	124
Wietnamskie	4	5	7	9	10
Włoskie	11	11	9	11	11
Razem	280	282	300	294	322

Źródło: ZUS, Departament Statystyki i Prognoz Aktuariatnych.

5.2. Metodologia badań. Gromadzenie i analiza danych

Na etapie budowania preliminarza projektu dotyczącego przedsiębiorczości imigrantów w województwie opolskim, planowo zastosowanie triangulacji metodologicznej z wykorzystaniem badań zarówno jakościowych jak i ilościowych. Badania jakościowe zrealizowano z wykorzystaniem wywiadów częściowo ustrukturyzowanych. Badanie ilościowe natomiast planowano zrealizować za pomocą ankiety internetowej (CAWI). Jednak ze względu na trudności z pozyskaniem rzetelnego i aktualnego operatu losowania oraz bardzo niskim odsetkiem zwrotów (kwestie przedstawiono dokładniej w rozdziale 3 i 4), zrezygnowano z badania ilościowego. W związku z powyższym niniejszy rozdział ogranicza się do prezentacji wyników badania jakościowego, mającego charakter eksploracyjny. Celem wywiadu było uzyskanie obrazu tego, jak powstają i jak funkcjonują przedsiębiorstwa zakładane przez imigrantów na terenie województwa opolskiego. Celem badania był opis przyjmowanej strategii wejścia na rynek oraz dalszego rozwoju firmy, analiza przyjmowanego modelu biznesowego, jak również motywów wejścia na polski rynek. Dodatkowo za cel postawiono sobie identyfikację barier i trudności na jakie napotykają przedsiębiorcy imigranci. W badaniu postawiono następujące pytania badawcze:

1. Jakie są główne motywy zakładania własnej działalności gospodarczej przez imigrantów w województwie opolskim?

2. Jakie są główne bariery prowadzenia własnej działalności gospodarczej przez imigrantów w województwie opolskim?
3. Jak przedsiębiorcy imigranci w województwie opolskim postrzegają szanse rozwoju swojej firmy?
4. Jaki model biznesowy oraz strategie zarządzania występują w firmach prowadzonych przez imigrantów w województwie opolskim?
5. Jak kształtuje się struktura zatrudnienia ze względu na narodowość pracowników w firmach prowadzonych przez imigrantów w województwie opolskim?
6. Jaka jest struktura klientów ze względu na narodowość w firmach prowadzonych przez imigrantów w województwie opolskim? Czy firmy te operują w ramach enklawy czy są otwarte na inne narodowości?

Podobnie jak w przypadku badania ilościowego, dużym wyzwaniem było zidentyfikowanie do badania respondentów, którzy z jednej strony spełniali kryterium (przedsiębiorca – imigrant), a z drugiej strony byli chętni do partycypacji w badaniu. W celu zidentyfikowania i zrekrutowania respondentów wykorzystano większość metod opisanych w rozdziale 3.5. W celu zidentyfikowania respondentów autorzy wykorzystali własne sieci kontaktów oraz tzw. poszerzone sieci kontaktów (poprzez znajomych, znajomych). Dodatkowo nawiązano kontakt z Konsulatem Republiki Federalnej Niemiec w Opolu, który regularnie organizuje spotkania przedsiębiorców niemieckich oraz niemieckiego pochodzenia działających w regionie (tzw. *Stammtisch*). Autorzy wzięli udział w takim spotkaniu, podczas którego pozyskali kilka kontaktów do badania. Niestety część kontaktów nie spełniała kryterium koniecznego – nie byli imigrantami, a osobami o podwójnym obywatelstwie, urodzonymi na terenie Polski. Drugą instytucją, z którą nawiązano kontakt celem pozyskania respondentów było Opolskie Centrum Rozwoju Gospodarki (OCRG). Ponadto wykorzystano bazę Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG), którą przeanalizowano pod kątem imion i nazwisk, sugerujących, że przedsiębiorca może być cudzoziemcem. Niestety znaczna część kontaktów była nieaktualna i nie było możliwe pozyskanie aktualnych danych kontaktowych i teleadresowych. Starano się również wykorzystać media społecznościowe – Facebook – poprzez zamieszczenie informacji o badaniu (zarówno ilościowym, jak i jakościowym) na grupach takich jak „Ukraińcy w Opolu”. Dodatkowo zastosowano aktywne poszukiwanie respondentów „na ulicy”. Autorzy założyli, iż zastosują metodę kuli śniegowej oraz zróżnicowaną metodę doboru próby (ze względu na narodowość respondenta). Niestety zastosowanie metody kuli śniegowej okazało się dość trudne, ze względu na przepisy dotyczące ochrony danych osobowych oraz niechęć do wskazywania dalszych kontaktów, co pokazują fragmenty wywiadów. Respondent nr

15 poproszony o wskazanie potencjalnych innych osób, które mogłyby zostać objęte badaniem odpowiedział: „Nie mogę podać imienia i nazwiska poprzez RODO”²⁷. Respondent nr 12 powołał się na Kodeks Etyki:

„Znaczący powiem tak, znam wielu takich przedsiębiorców, którzy prowadzą tutaj działalność gospodarczą w Polsce na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej nie będąc Polakami, ale powiem tak, nie mogę wypowiadać się ani nawet mówić nic więcej na ten temat, gdyż po pierwsze dane w tym zakresie są objęte tajemnicą radcy prawnego, do którego przestrzegania jestem zobowiązany Kodeksem Etyki Zawodowej czy Etyki Zawodowej Radcy Prawnego. Po drugie nie wiem czy tego sobie by życzyli, ale znam. Tak jak wcześniej mówiłem, obsługiwałem podmioty zagraniczne i wiem, że też funkcjonują”.

Respondent nr 19 nie chciał podać danych kontaktowych, ponieważ osoby te nie posiadały zarejestrowanej działalności gospodarczej: „Wolę nie podawać tych informacji, niektórzy pracują na czarno”. Respondent nr 14 w pierwszej kolejności zasygnalizował, że wprawdzie musiałby uzyskać zgodę tych osób: „No mogę (...) ale muszę się ich spytać, nie mogę teraz powiedzieć bezpośrednio”, przy późniejszych próbach pozyskania tych informacji, Respondent odmówił ich podania. Cześć respondentów deklarowała, iż nie zna innych cudzoziemców posiadających własną działalność gospodarczą lub jak Respondent nr 15: „Nie, cudzoziemców nie [znam]. Znam Polaków, którzy zatrudniają cudzoziemców”. W efekcie do udziału w badaniu udało się pozyskać 17 respondentów. Charakterystyka respondentów przedstawiona została w tabeli 5.2.

Biorąc pod uwagę, iż w badaniu brali udział pojedynczy reprezentanci niektórych narodowości, analizy dokonano z uwzględnieniem, ale bez podziału na kraj pochodzenia.

Pierwszy kontakt z respondentami następował osobiście lub telefonicznie. Wywiady realizowane były w miejscach wskazanych przez respondentów: w miejscu zamieszkania lub w miejscu pracy respondentów. W dwóch przypadkach, gdy wywiady realizowane były w miejscu pracy, sam wywiad był kilkakrotnie przerwany ze względu na fakt, iż respondent musiał w tym samym czasie wykonywać obowiązki zawodowe. Wywiady realizowane były osobiście przez badaczy oraz przez studentów specjalnie przeszkolonych do realizacji wywiadów. Wywiady miały charakter swobodny. Osoby prowadzące wywiad otrzymały listę zagadnień, które miały zostać poruszone w trakcie rozmowy. Średnio wywiady trwały ok 45 minut. Realizowane były w języku polskim, po-

²⁷ Rozporządzenie Unii Europejskiej, zawierające przepisy odnośnie ochrony danych osób fizycznych, w związku z przetwarzaniem danych osobowych.

Tabela 5.2.
Charakterystyka respondentów

Lp.	Narodowość	Płeć	Poprzednie doświadczenie zawodowe lub wykształcenie zdobyte w kraju pochodzenia	Branża	Wielkość firmy
1.	Włochy	Męczyzna	Praca w branży logistycznej	Transport	Do 9 osób
3.*	Ukraina	Kobieta	Praca w zakładzie produkcyjnym	Kosmetyczna	Samozatrudniona
4.	Niemcy	Męczyzna	Studia prawnicze	Prawo	Samozatrudniony
5.	Niemcy	Męczyzna	Rolnictwo	Hotelarstwo, rolnictwo	Do 9 osób
7.	Ukraina	Kobieta	Informacyjna, studia: finanse. Doświadczenie w pracy jako księgowa i inżynier obróbki materiału	Informacyjna	Do 9 osób
8.	Niemcy	Męczyzna	Branża elektryczna	Elektryczna	Do 49 osób
9.	Ukraina	Męczyzna	Studia architektoniczne	Budowlana	Do 49 osób
10.	Egipt	Męczyzna	Studia z obszaru komunikacji międzykulturowej i sztuki	Gastronomia	Do 9 osób
11.	Libia	Męczyzna	Chemia	Gastronomia	Do 9 osób
12.	Stany Zjednoczone	Męczyzna	Prawo	Prawo	Samozatrudniony
13.	Gruzja	Męczyzna	Studia w zakresie zarządzania	Gastronomia	Do 9 osób
14.	Ukraina	Męczyzna	Studia	Gastronomia i hotelarstwo	Do 9 osób
15.	Turcja	Męczyzna	Gastronomia	Gastronomia	Do 9 osób
16.	Ukraina	Kobieta	Bibliotekarka	Kosmetyczna	Samozatrudniona
17.	Turcja	Męczyzna	Gastronomia	Gastronomia	Samozatrudnienie
18.	Ukraina	Męczyzna	Technikum budowlane, branża budowlana	Budowlana	Do 9 osób
19.	Ukraina	Męczyzna	Branża budowlana	Budowlana	Do 9 osób

* Respondenci nr 2 i 6 zostali wykluczeni z analizy (nie spełniali wymaganego kryterium – imigrant – przedsiębiorca)
Źródło: opracowanie własne.

nieważ wszyscy respondenci wyrazili gotowość do rozmowy w tym języku. Wywiady były nagrywane, a następnie poddane zostały transkrypcji. Kryterium wykorzystanym podczas doboru próby było prowadzenie własnej działalności gospodarczej oraz posiadanie obywatelstwa innego niż polskie.

Analiza wywiadów dokonana została w duchu teorii ugruntowanej (Hensel & Glinka, 2012; Konecki, 2000). Analizy dokonano z wykorzystaniem kodowania otwartego (*open coding*) oraz kodowania osiowego (*axial coding*) (Charmaz, 2006; Strauss & Corbin, 1994; Strauss & Corbin, 1997). W celu zagwarantowania jakości analizy zastosowano procedurę próby audytu (*audit trial*) oraz procedurę współpracy oraz falsyfikacji ważności dowodu (*disconfirming evidence*) (Creswell & Miller, 2000). W pierwszej kolejności dokonano kodowania in-vivo z wykorzystaniem oprogramowania MAXQDA. W oparciu o nie, stworzono mapę umysłu (*mind map*) z wykorzystaniem aplikacji MINDMEISTER, która znajduje się w załączniku do niniejszego opracowania. Mapa stała się podstawą do dalszego kodowania materiału empirycznego. Mapa zawiera również oznaczenie respondentów, w tym oznaczenie (za pomocą ikon) narodowości poszczególnych respondentów.

5.3. Wyniki badania jakościowego

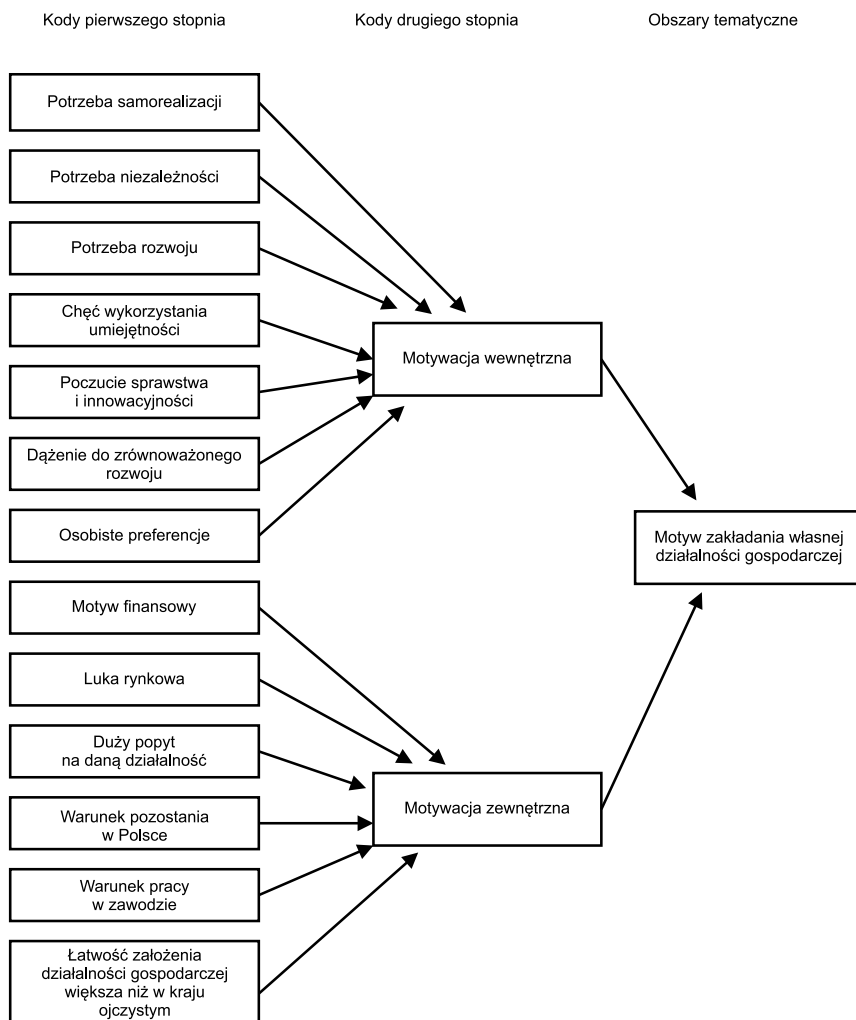
5.3.1. Motywy zakładania własnej działalności gospodarczej

Pierwszą kwestią poruszoną w badaniu była kwestia motywów założenia działalności gospodarczej. Respondenci zostali poproszeni o przypomnienie sobie momentu podjęcia decyzji o założeniu firmy i przedstawieniu swoich ówczesnych pobudek. W ramach tego obszaru wyróżniono kody pierwszego i drugiego stopnia, przedstawione na rysunku nr 5.1.

Analizując motywy zakładania własnej działalności gospodarczej dokonano podziału tych motywów na motywację wewnętrzną i zewnętrzną. Wśród motywów wewnętrznych respondenci wskazywali przede wszystkim na potrzeby wyższego rzędu, czyli dążenie do niezależności, samodzielności, samo-realizacji czy chęci wykorzystania własnych umiejętności.

Jak wskazał Respondent nr 9:

„Bo to wyglądało tak, że pracowałem w różnych zakładach tak w Polsce, no i po prostu, byłem od noszenia a nie..., i to zmusiło mnie by założyć własną działalność i po prostu robić coś samemu, coś stworzyć. No i chciałem być niezależny, bo zazwyczaj musiałem wykonywać coś czego nie chciałem, no na przykład takie różne rzeczy i to mnie zmusiło by założyć swoją firmę i otworzyło mi oczy bym się rozwinął i coś robił samodzielnie”.



Źródło: opracowanie własne.

Rys. 5.1. Motywy zakładania własnej działalności gospodarczej ze względu na źródło motywacji

Respondent nr 8 wskazał natomiast, iż był jedną z pierwszych osób, które zajęły się danym obszarem:

„[jestem] jednym z pierwszych ludzi, którzy zajęli się sygnalizacją czy oświetleniem ledowym i mam dużo patentów w tym temacie, więc myślę że to kierowało [mną] żeby po prostu swoich pomysłów nie oddawać obcym tylko sam”.

Natomiast Respondent nr 5 wskazał z jednej strony na długie doświadczenie w branży a z drugiej na pewne dążenie, które skategoryzowano jako „dążenie do zrównoważonego rozwoju”:

„Co do branży hmm... rolnictwo ponieważ jest to coś co przez całe życie robiłem. Już jako 4-letni chłopiec zabierałem siostrze wózek i chciałem nawozić ziemię na polu. A co do hotelu ... Widząc jak pałac niszczy nie mogłem na to patrzeć. Chciałem dać coś od siebie tej miejscowości. Zorientowałem się jak zdobyć dofinansowanie na jego odbudowę i tak się za to zabrałem”.

Osobiste preferencje obejmują natomiast stwierdzenia respondentów, iż wybrali daną branżę, bo zawsze lubili wykonywać dane czynności.

Drugą grupę motywów stanowiły motywy zewnętrzne. Najczęściej respondenci wskazywali na motyw finansowy, przy czym jak u Respondenta nr 19, wiązał on się częściowo z chęcią pomocy rodzinie w kraju ojczystym:

„Głównym czynnikiem założenia działalności była chęć zarobienia więcej, aby pomóc rodzinie na Ukrainie. U obecnego pracodawcy pracowało mi się dobrze i byłem dobrze traktowany, pensję dostawałem na czas...”.

Ponadto respondenci wskazywali na lukę rynkową lub duży popyt na daną ofertę. Jak wskazał Respondent nr 13:

„W Opolu jesteśmy pierwsi, inni. Na przykład nie ma takiego chleba tutaj, jaki zrobimy w Gruzji. Tam jest taki chleb co... to jest taki naturalny. Tam nic nie ma żadnych dodatkowych na przykład chemii i takie tam, i dlatego dla ludzi to jest zdrowsze”.

Respondent nr 10 wskazał ponadto, iż w oparciu o uwarunkowania rynkowe zmienił swoje plany:

„Na początku chcieliśmy mieć sukienki, ale w Opolu nie za bardzo. By researching the market zdecydowaliśmy o fast food. Dobra lokalizacja na ten biznes”.

Część respondentów wskazywała, iż własna działalność gospodarcza była dla nich warunkiem pracy w zawodzie:

„Wykonując zawód adwokat nie mogłem być zatrudniony. Otwarcie własnej działalności gospodarczej było jedyną możliwością wykonywania wyuczonego zawodu”. (Respondent nr 4).

Niejednokrotnie natomiast respondenci wskazywali, iż kierowała nimi pewna kombinacja motywacji wewnętrznej i zewnętrznej, jak u Respondenta nr 12:

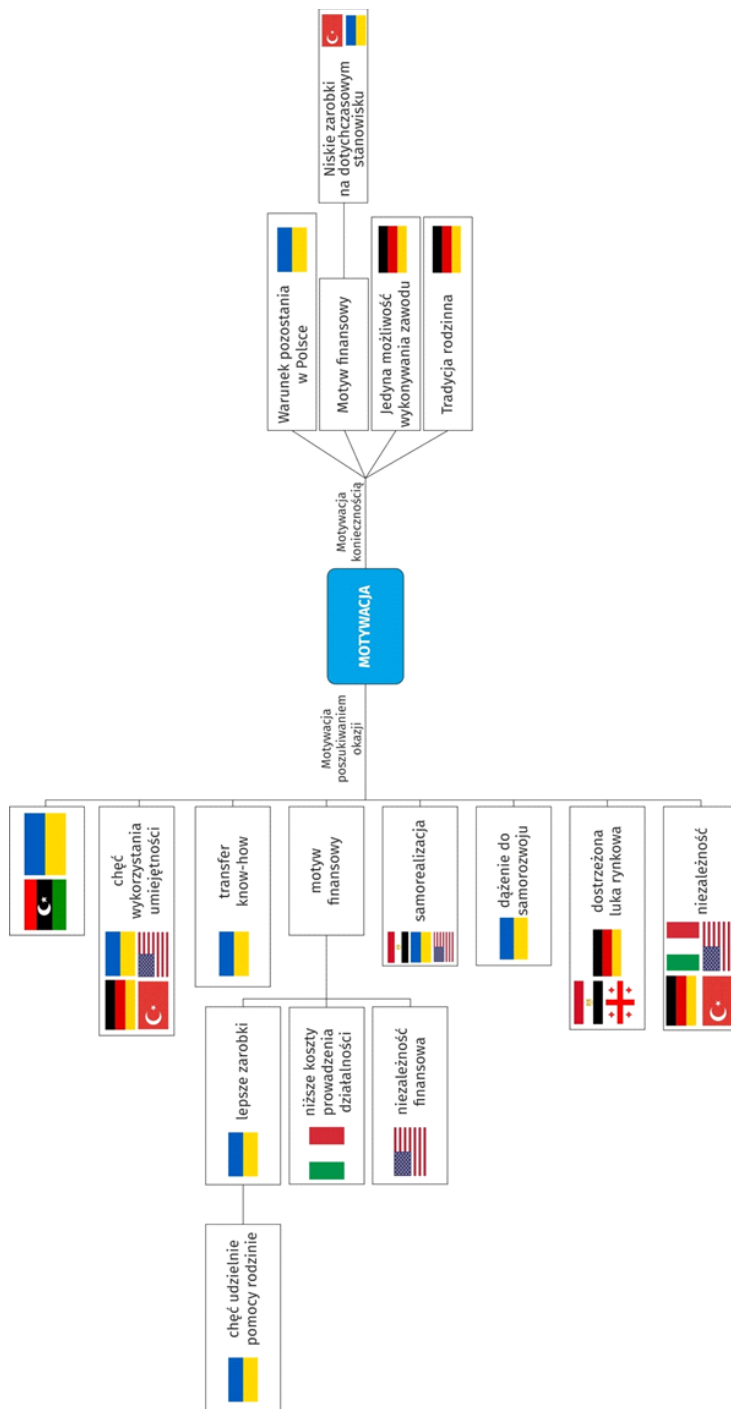
„Zadecydowało tutaj, mogę powiedzieć tak, że przede wszystkim taka potrzeba większej autonomii niż dotychczas. Potrzeba bycia niezależnym, czyli potrzeba usamodzielnienia się, samostanowienia o sobie, żeby nie być tylko jakimś trybikiem w innym mechanizmie, czyli pracownikiem w całym systemie danego przedsiębiorstwa, jakieś instytucji itd. Tylko żeby tutaj móc realizować swoje pomysły, sam dobierać sobie kontrahentów czy klientów tutaj i przede wszystkim nie będę ukrywał, też chodziło o uzyskanie tej pewnej niezależności finansowej, żeby po prostu nie tylko sam zarządzać wszystkim, kształtować kierunki działań, ale też pracować na własny rachunek i żeby właśnie przez to usamodzielnienie się też po prostu osiągać z tego tytułu na własny rachunek jakieś tam określone przychody”.

Analizy motywów zakładania własnej działalności gospodarczej można dokonać również z podziałem na charakter motywacji wyróżniając przedsiębiorczość motywowaną koniecznością (*necessity-driven*) oraz poszukiwaniem okazji (*opportunity driven*). Rozróżnienie to jest szczególnie istotne, gdyż jak pokazały badania, przedsiębiorczość motywowana koniecznością ma mniejsze szanse przetrwania niż przedsiębiorczość motywowana poszukiwaniem okazji (Brzozowski, 2019b). W związku z powyższym dokonano podziału przedsiębiorstw ze względu na charakter motywacji, która kierowała imigrantami przy podjęciu decyzji o założeniu firmy. Zestawienie przedstawia rysunek 5.2.

Jak widać, w przypadku większości firm motyw założenia firmy miał raczej charakter poszukiwania i dostrzeżenia okazji, choć w kilku przypadkach respondenci wskazywali również na konieczność finansową, prawną czy społeczną (tradycja rodzinna). W kilku przypadkach motywowały miały charakter mieszany. Z jednej strony respondenci upatrywali w własnej działalności gospodarczej możliwości realizacji własnych marzeń, wykorzystania posiadanych umiejętności czy osiągnięcia niezależności, z drugiej strony częściowo motywowani byli jednak koniecznością. Znaczny wpływ poszukiwania okazji jako motywu zakładania własnej firmy może jednak sugerować, iż przedsiębiorstwa te będą miały relatywnie większą szansę przeżycia.

5.3.2. Trudności związane z założeniem i prowadzeniem własnej firmy

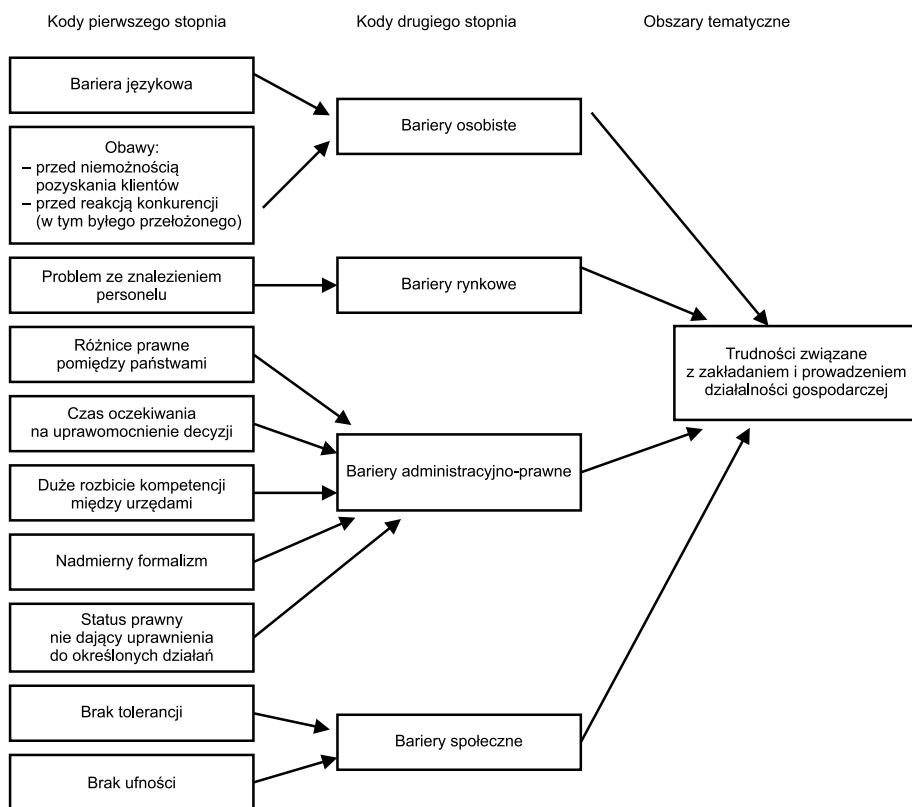
Kolejną kwestią, która pojawiła się właściwie we wszystkich wywiadach były trudności związane z zakładaniem, ale i prowadzeniem działalności gospodarczej w Polsce. Wyjątek stanowi tu trzech respondentów (R3, R11, R15).



Źródło: opracowanie własne.

Rys. 5.2. Powody zakładania własnej działalności gospodarczej ze względu na charakter motywacji

W ramach tego obszaru wyróżniono kody pierwszego i drugiego stopnia, przedstawione na rysunku nr 5.3.



Źródło: opracowanie własne.

Rys. 5.3. Trudności związane z zakładaniem i prowadzeniem działalności gospodarczej

Największą grupę wskazywanych barier zaliczono do grupy barier administracyjno-prawnych. Wskazywano tu na różnice prawne pomiędzy państwami, co skutkowało pewnymi trudnościami adaptacyjnymi imigrantów przedsiębiorców. Podkreślano nadmierne rozbieżności kompetencji pomiędzy urzędami, co określane było wręcz jako niefunkcjonalna administracja, prowadzące jak wskazał Respondent nr 9 do znacznego wydłużenia czasu zakładania firmy. W obecnym systemie prawnym uzyskanie karty pobytu w oparciu o działalność gospodarczą jest bardzo trudne, znacznie łatwiej ten dokument mogą uzyskać pracownicy zatrudnieni na etat:

„najbardziej to było długotrwałe jakby samo założenie tej firmy, bo to szło przez sąd i dużo czasu zajmuje. Żeby ją założyć czekałem 8 miesięcy”. Respondent nr 4 ocenił wprost: „Nadmierny formalizm – wadliwie działająca usługa tzw. jednego okienka. Koniecznym było składanie dodatkowych wniosków, np. do ZUS. Nadmiar obowiązków w zakresie księgowości – konieczność odrębnej rejestracji do VAT UE oraz rejestracji kasy fiskalnej”.

Barierą jest też status prawny imigrantów, jak wskazał Respondent nr 10:

„Tak, żeby otrzymać dotacje potrzebne jest polskie obywatelstwo, a [mam] kartę stałego pobytu i jej nie przyjmują więc odmówili współpracy”.

Ze względu na fakt, iż status prawny jest uzależniony od systemu prawnego w danym państwie (i jest niezależny od samej jednostki), zakwalifikowany został do czynników administracyjno-prawnych a nie osobistych.

Drugą grupą barier są bariery osobiste, wśród których wskazywano przede wszystkim na barierę językową, ale i obawy przed pozyskaniem klientów czy reakcją konkurencji, w tym poprzedniego przełożonego.

Kolejną grupę barier sklasyfikowano jako bariery społeczne. Obejmują one przejawy braku tolerancji społeczeństwa polskiego jak również brak zaufania polskiego klienta. Jak wskazał Respondent nr 18:

„...ciężki był kontakt z Polakami, w sensie jak prowadzisz działalność i jesteś obcokrajowcem no to na początku nie bardzo ufali... nie wiem z różnych powodów. Oczywiście swoje usługi robiliśmy bardzo starannie i później już pojawili się klienci Polacy, bo na początku to nie byli z Polski klienci. Później jak pojawili się klienci z Polski, to byli bardzo zadowoleni”.

Na brak tolerancji społeczeństwa wskazywali respondenci z Niemiec, Turcji czy Egiptu, jak Respondent nr 10:

„Przede wszystkim uważam, że ludzie powinni się zmienić, ich nastawienie jest złe. Widzą skąd jesteśmy i się wywyższają”.

Ostatnie bariery sklasyfikowane zostały jako rynkowe i mieszczą problemy z pozyskaniem pracowników: zarówno ze względu na brak pożądanych kwalifikacji jak i brak motywacji, szczególnie wśród Polaków. Respondent nr 1 wskazał:

„Tu jest problem w znalezieniu wykwalifikowanego pracownika w branży transportowej kierowców, co potrafią jeździć, kierować i nie tylko do przodu, ale cofając pod rampę, manewrować tyłem pojazdem, bo to już się staje problem. Ostatnio miałem takiego pracownika na próbę wjechałem samochodem i miał cofać pod rampę. Nie potrafił, cofał ponad 40 minut, męczył się. Takiego pracownika ciężko jest wypuścić za granicę, więcej szkód narobi i problemów, spowalnia pracę oraz więcej kosztów jest z nim. Ludzi z Polski coraz ciężiej się znajduje przez 500+. Na początku roku miałem pracownika z Polski to mówił, że woli siedzieć w domu niż iść do pracy, ponieważ w pracy się męczy. Z młodzieżą też jest problem nie mają chęci do pracy. Czy pójdę do pracy? Czy dobrze zrobię? Czy coś się stanie? Mnie to nie interesuje. Konsekwencje problemu. Oni mają to gdzieś. Jest to inne podejście. Może to być 10 lat różnicy między mną a tymi co przychodzą do pracy, zupełnie inna mentalność inne podejście. A z Ukraińców na razie jestem zadowolony, trzeba [tylko] dobrze kwalifikacje poznać, sprawdzić”.

Respondentka nr 14 również podkreśliła znaczenie tej bariery:

„Nie tylko na początku, ale i cały czas to personel. Poszukiwanie personelu, poszukiwanie ludzi, którzy chcą pracować, które chcą pracować dobrze i odpowiednio”.

W związku z silnie artykułowanymi trudnościami z zakładaniem i prowadzeniem działalności gospodarczej w Polsce, dopytano respondentów o źródło pomocy w formalnościach. Źródła te podzielono na instytucjonalne i indywidualne. Wśród źródeł instytucjonalnych respondenci wskazywali na radców prawnych i notariuszy, biuro księgowo, Urząd Miasta i uczelnie wyższe. Wśród źródeł sklasyfikowanych jako indywidualne, wskazywano przede wszystkim na znajomych, innych przedsiębiorców, w tym rodziców i poprzedniego pracodawcę, żonę/partnerkę polskiego pochodzenia, Internet, wcześniejszych klientów, pracowników oraz wiedzę własną wynikającą z wykonywanego zawodu (prawnika). Jako ciekawostkę można wskazać wypowiedź Respondenta nr 12:

„...ta pomoc właśnie na gruncie polskiego prawa [obejmuje kwestie tego, jak] założyć w Polsce działalność, jak tutaj. To się nawet zdarzało, że przedsiębiorcy nie przyjeżdżali do mnie do kancelarii czy przychodzili tylko np. ktoś chciał coś rozpocząć w Polsce, z Wielkiej Bryta-

nii ktoś się ze mną kontaktował, a ja mu udzielałem porad prawnych jak coś tu załatwić w Polsce”.

Nieformalne (indywidualne) źródła pozyskiwania informacji przeważają przy tym nad instytucjonalnymi, co może sugerować pewne braki w administracji publicznej w zakresie promowania i pomocy imigrantom chcącym założyć własną firmę w Polsce. Jest to szczególnie alarmujące, iż mimo relatywnie rozbudowanej sieci instytucji otoczenia biznesu na Opolszczyźnie, zdecydowana większość respondentów zadeklarowała, że nie współpracuje i nigdy nie współpracowała z takimi jednostkami. Respondent nr 19 wspominał wręcz o obawie przed współpracą z takimi podmiotami:

„...nie znam żadnych firm, które wspierają takich jak ja w prowadzeniu firmy, robię wszystko sam a pomaga mi kolega, który zna język Polski – nigdy nie słyszałem o firmach, które wspierają takich jak ja... są oczywiście firmy doradcze, ale one biorą za doradztwo duże pieniądze a nic z tego nie ma konkretnego – sam nie korzystałem, koledzy opowiadali o tych firmach i oszustach co naciągają...”

5.3.3. Charakterystyka prowadzonej działalności gospodarczej

W ramach charakterystyki prowadzonej działalności gospodarczej skoncentrowano się na kwestii zatrudnienia, sposobu zarządzania firmą oraz charakterystyki klienta.

W kontekście zatrudnienia, szczególnie interesująca jest kwestia zatrudniania rodziny jak i narodowości zatrudnianych pracowników. Wyniki dają pewien obraz tego, czy przedsiębiorcy ci tworzą miejsca pracy dla swoich rodaków, czy dla wszystkich oraz na ile istotne w przypadku przedsiębiorstw imigranckich są przedsiębiorstwa rodzinne. W kontekście zatrudniania rodziny Respondenci dzielili się w zasadzie na pół: od deklaracji skrajnie odmownych, jak Respondent nr 1, który stwierdził „...z rodziną to najlepiej na zdjęciu” do tych podkreślających, że są firmami rodzinnymi (R8). Ciekawiej przedstawia się natomiast kwestia narodowości zatrudnianych pracowników. Zaledwie w dwóch przypadkach respondenci wskazywali, że narodowość pracowników nie ma znaczenia (R1, R9).

„Każdego pracownika dobieram pod siebie, żeby po prostu pracownik no był fachowcem. Po prostu jak przychodzi do pracy to już wie co on ma robić i nie trzeba nad nim stać i pokazywać. Powiem, że mamy taki projekt i robimy tam na przykład projekt na rok i po prostu

dogadujemy się na samym początku no i działamy, no wiadomo. Są z Ukrainy, Polacy". (Respondent nr 9).

W pozostałych przypadkach²⁸ deklarowano, z mniejszym lub większym naciskiem, że jednak narodowość ma znaczenie. Z jednej strony Respondenci podkreślali chęć i konieczność zatrudniania Polaków, przede wszystkim na stanowiskach związanych z obsługą klienta. Jak wskazał Respondent nr 14:

„...no bo muszą obsługiwać na przykład ludzi i muszą mieć kontakt w języku polskim, a każdy Ukrainiec ma słabą wiedzę języka polskiego lub bardzo mocny akcent, który słycać”.

Z drugiej strony respondenci podkreślali chęć lub wręcz konieczność zatrudniania swoich rodaków. Jak wskazał Respondent nr 15 może to wynikać z mentalności społeczeństwa polskiego:

„mentalność Polaków jest taka: gdy idą powiedzmy do tureckiej restauracji wymagają tureckiej twarzy, gdy idą do chińskiej restauracji wymagają chińskiej twarzy”, lub z wymogu posiadania unikalnej wiedzy: „Mój piekarz, który pracował w Warszawie i ten drugi piekarz, który pracuje to jest z Gruzji, pracował tam w Gruzji też w piekarni. On jest taki profesjonalny i potem mój kolega z Gruzji powiedział, że tu jest taki piekarz i on przyjechał potem tutaj (...) jeżeli na przykład chciałbym zatrudnić Polak ... on nie może tego zrobić. Tylko Gruzina trzeba do tej pracy”. (Respondent nr 13).

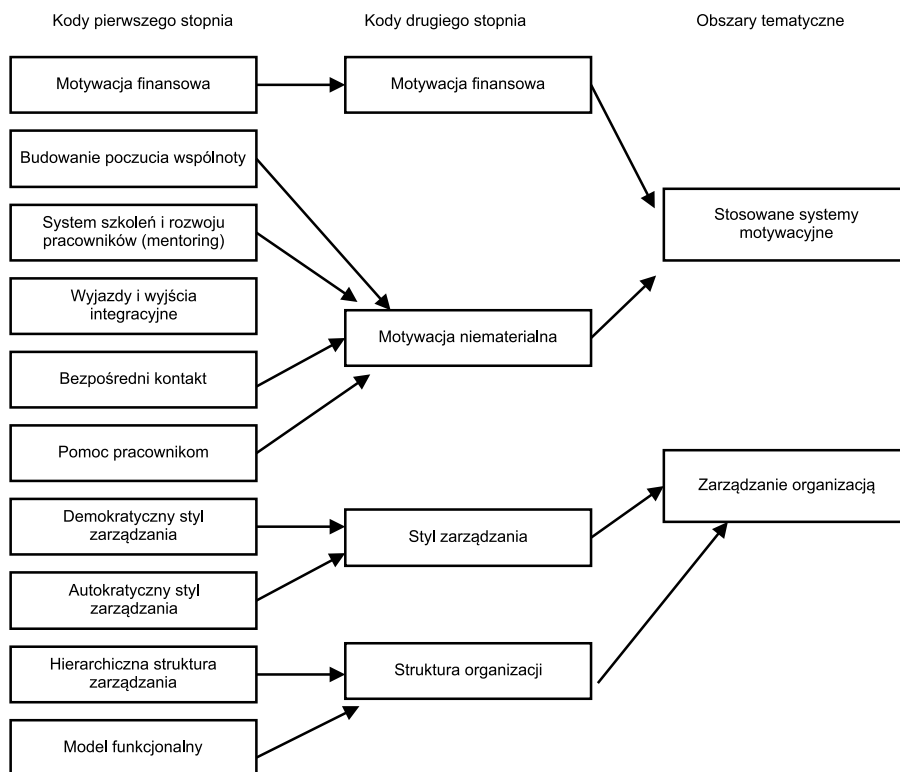
Kwestia narodowości pracowników pojawiła się również w kontekście planów zwiększenia zatrudnienia. Analogicznie respondenci częściowo również wskazywali na konieczność zatrudnienia pracowników polskiego pochodzenia, szczególnie do obsługi klienta lub deklarowali, iż narodowość co prawda nie ma znaczenia, ale wymagali biegłej znajomości języka polskiego, jak Respondent nr 12:

„Powiem tak, jeśli chodzi o narodowość jako działający przedsiębiorca w Polsce i prowadzący tutaj działalność gospodarczą nie mam jakiś uprzedzeń rasowych czy etnicznych, czy wymogów w tym zakresie. To nie musi być konkretna narodowość, ale wymóg jest taki, że ta osoba przede wszystkim powinna się posługiwać językiem polskim to w mowie i piśmie, że tak powiem perfect. Drugim tu językiem, ja-

²⁸ Pomijając osoby samozatrudnione.

kim bym tu widział obligatoryjnie język angielski, który bez tego teraz w zasadzie nawet w mojej branży ciężko funkcjonować. Czyli może to być osoba bez względu na jego przynależność państwową, narodową, jeżeli ona może tylko się ze mną skomunikować to już jest dobrze”.

Kolejną analizowaną kwestią jest sposób zarządzania organizacją. W ramach tego obszaru wyróżniono kody pierwszego i drugiego stopnia, przedstawione na rysunku nr 5.4.



Źródło: opracowanie własne.

Rys. 5.4. Zarządzanie organizacją

W tej części wywiadu Respondenci poproszeni zostali o opisanie sposobu zarządzania firmą, wspierania pracy zespołowej czy sposobów rozwiązywania konfliktów. W kontekście rozwiązywania konfliktów Respondenci deklarowali wspólne rozwiązywanie konfliktów, jak Respondent nr 5:

„Tutaj w hotelu mamy swój taki zgrany Team. Nie ma tak, że ja jestem prezesem i siedzę i nic nie robię. Jeśli już pojawi się jakiś problem to siadamy do niego razem. Rozmawiamy i każdy wyraża swoją

opinię. I tak znajdujemy różne rozwiązania. Wtedy wiem co jest dla moich pracowników dobre, a co nie”.

Inni Respondenci wskazywali, iż problemy i konflikty rozwiązywane są raczej ad hoc (R14, R18) lub samodzielnie przez pracowników (R9).

W kontekście stosowanych metod motywacji, większość respondentów wskazywała na motywację finansową, czasem w połączeniu z instrumentami pozafinansowymi, jak w przypadku Respondenta nr 4:

„...aczkolwiek tutaj teoria czy zarządzanie zasobami ludzkimi mówi o tym że pieniądze nie są na pierwszym miejscu, ale i tak wiemy że gdzieś tam tą najbardziej dopingującą rzeczą są pieniądze. Wprowadziliśmy taki system widełek w wypłatach oraz tak jak ustawa pracy przewiduje, wprowadziliśmy umowę próbną. Później są umowy czasowe i za każdą kolejną umowę jest podwyżka. Później już dla pracowników, którzy są na umowie stałej są premie, są też widełki za np. przepracowany okres czasu. Więc ta motywacja raz pieniędzmi, dwa co roku mamy festyn firmowy lub wycieczkę firmową. W tym roku np. byliśmy w Dreźnie na jarmarku dwa dni z pracownikami”.

Dodatkowo w ramach funkcjonującego systemu zarządzania w organizacji, respondenci wskazywali na strukturę organizacyjną (hierarchiczną i funkcjonalną) oraz stosowany styl zarządzania (demokratyczny i autokratyczny).

Ostatnią kwestią z obszaru zarządzania firmą jest klientów firmy, w tym również ich pochodzenia. Kwestionariusz zawierał prośbę o scharakteryzowanie klientów ze względu na ich narodowość. Dzięki temu pytaniu chciano uzyskać odpowiedź na ile firmy te oferują usługi jedynie w ramach własnej diaspory, a na ile uniwersalny jest oferowany przez nich produkt i/lub usługa. W wyniku analizy pozyskanych informacji respondenci dzielą się generalnie na tych, którzy oferują usługi Polakom, przy czym dla większości z respondentów to Polacy stanowią główną klientelę, zaś jedynie dla Respondenta nr 1 stanowią mniejszość Respondent nr 4 wskazał za międzynarodowy charakter swoich klientów:

„Dominujące grono klientów stanowią polscy przedsiębiorcy, z tym zastrzeżeniem, że ok. 15–25% klientów, to spółki kapitałowe prawa polskiego założone przez spółki niemieckie lub obywateli Niemiec. Nadto ok. 5% to kliencie indywidualni lub przedsiębiorcy z Niemiec, Czech lub Szwajcarii”.

Drugą grupę przedsiębiorców stanowią oferujący usługi swoim rodakom, jak Respondent nr 8.

„Na razie wszystkie produkty jakie masowo są produkowane, wszystkie idą na zachód [do Niemiec]. Nie mamy klientów w Polsce. Gdzieś tam założeniem jest, żeby po pewnym czasie wejść też na rynek polski, ale te produkty uważamy, że są zbyt drogie na nasz rynek. Na razie są to klienci zagraniczni”.

Trzecią grupę respondentów stanowią przedsiębiorcy, dla których głównymi klientami są (lub byli) inni obcokrajowcy. Respondent nr 9 wskazuje, iż jego klienci pochodzą z Białorusi, Rosji i Ukrainy. Respondentka nr 7 stwierdziła:

„Na początku to byli Szwajcarzy, Szwedzi i [klienci] ze Stanów. Teraz też Polacy korzystają z usług”.

Odwołując się to tabeli 1.1. przedstawiającej klasyfikację przedsiębiorstw migrantów ze względu na charakter oferowanych produktów (etniczne i nieetniczne) oraz typ klienta (etniczny i nieetniczny) można wskazać, iż analizowani przedsiębiorcy reprezentują przedsiębiorstwa wysoko zintegrowane, zintegrowane produktowo oraz przedsiębiorstwa cechujące się dużą segmentacją (Curci & Mackoy, 2010, s. 109). Analiza przedsiębiorstw ze względu na klientów pokazuje, że przedsiębiorcy imigranci nie zamykają się na swoje enklawy tylko otwierają się na polskich i międzynarodowych klientów.

5.3.4. Plany zawodowe przedsiębiorców – imigrantów

Ostatnim obszarem tematycznym poruszonym w trakcie wywiadów była kwestia planów zawodowych przedsiębiorców. W ramach deklarowanych planów wyróżniono plany związane z:

- poszerzeniem oferty, w tym zakupem nowych materiałów/sprzętów,
- zwiększeniem zatrudnienia,
- pozyskaniem nowych kontrahentów,
- rozbudową infrastruktury,
- wejściem na nowe rynki.

W ramach poszerzania oferty przedsiębiorcy z branży gastronomicznej wskazywali przede wszystkim na chęć otwierania kolejnych punktów (R15), częściowo różniących się ofertą od tego co posiadają obecnie, jak wskazał Respondent nr 17:

„No za rok może coś innego będzie, nie tylko kebab”.

Respondent nr 13 obok prowadzonej obecnie piekarni gruzińskiej chciałby otworzyć również restaurację gruzińską. Z kolei Respondentka nr 3 wskazała, iż:

„Poza przedłużaniem i stylizacją paznokci planuję poszerzyć swoją działalność o nowe usługi, np. henna czy depilacja”.

Ważną kwestią jest planowane zwiększenie zatrudnienia. W zasadzie jedynie trzech respondentów stwierdziło, że nie ma takich planów w najbliższym czasie, natomiast znaczna część respondentów planuje zatrudnienie kolejnych osób, w tym część ma bardzo konkretne wyobrażenie na temat kompetencji osób, które chciałaby zatrudnić, jak np. Respondent nr 12, który obok wspomnianych powyżej kompetencji językowych poszukuje również osób o specjalistycznych kwalifikacjach:

„Jeżeli chodzi o tą sferę kwalifikacyjną to potrzebowałbym, myślę o planach w zatrudnieniu czy nawiązaniu współpracy z ludźmi, którzy posiadają wykształcenie prawnicze. Tu myślę o jakiś nawet studentach prawa, aplikantach radcowskich, adwokackich czy też już nawet z radcami prawnymi, czy adwokatami. Potrzebowałbym też i oczekiwałbym zatrudnienia człowieka czy nawet dwóch ludzi, którzy by biegłe znali tematykę księgowości, rachunkowości. I jeszcze potrzebowałbym pracownika, który mógłby być takim przygotowaniem kancelaryjno-biurowym, do obsługi takiej technicznej już kancelarii. Trochę w rozumieniu takiej sekretaryjno-komputerowej, sprawy biurowe, jeszcze z takimi kwalifikacjami bym potrzebował”.

W kontekście poszukiwania kontrahentów, respondenci wskazywali raczej na poszukiwanie osób do współpracy niż klasycznych pracowników. Jak ujęła to Respondentka nr 7:

„Czasami jest tak, że pracujemy na umowę zlecenie, w sensie jak na przykład potrzebujemy kogoś do jakiegoś projektu, to po prostu zatrudniamy na umowę zlecenie, na krótki projekt i tyle. Najczęściej poszukuję takich partnerów. Nie powiedziałabym, że to pracownicy, bardziej partnerzy do projektów filmowych, bo to są takie zlecenia, gdzie fizycznie jedna osoba nie ogarnia i do tego właśnie brałam filmowcy, operatory, montażyści i po prostu w takiej kwestii. Wiadomo, że muszą mieć doświadczenie, bo nie da się zacząć projekt z osobą, która jest w tym nieświadoma. Więc jakieś doświadczenie, portfolio musi mieć osoba”.

Kolejnym planowanym obszarem rozwoju jest rozwój infrastruktury. Respondent nr 12 wskazuje na chęć pozyskania nowego biura:

„Przede wszystkim uważam, że powinienem i mam takie plany by lokal, siedziba kancelarii, czyli pozyskać chciałbym lokal większy, bardziej nowoczesny i z wyższym standardem, lokal pod moją działalność, czyli pod siedzibę tego mojego jednoosobowego przedsiębiorstwa jakim jest kancelaria radcy prawnego. I to jest ten mój pierwszy plan. Pozyskać lepszy lokal, lepszą siedzibę”.

Natomiast Respondent nr 8, w kontekście planów krótkofalowych wskazał na wybudowanie kolejnej hali produkcyjnej. Z drugiej strony respondent ten wskazał długofalowe plany dla swojej firmy, które zakładają wejście na nowy rynek dla firmy – rynek polski:

„...tak jak wspomniałem jesteście firmą rodzinną i w założeniu jest to, że syn przejmie tą działalność, tą firmę; I gdzieś to już będzie po jego stronie leżało, ten rynek polski, na rynek polski się otworzyć”.

Ponadto część respondentów podkreślała konieczność stałego rozwoju firmy. Poproszona o opisanie planów rozwoju firmy, Respondentka nr 14 stwierdziła:

„Ciężka praca i tak naprawdę rozwój jest cały czas, rozwój jest codziennie i nie ma czegoś takiego jak rozwój i hamowanie jest cały czas jakieś praca nad udoskonaleniem czegoś i wprowadzenia zmian, żeby polepszyć sytuację”.

Respondent nr 18 podkreślił konieczność stałego rozwoju pokazując drogę jaką przeszła jego firma:

„Myśmy zaczęli tylko z samego zbrojenia. Mieliśmy, mało. Było nas 15 osób, to i tak sporo, ale zajmowaliśmy się tylko zbrojeniem, a później przepracowaliśmy tak przez pół roku no i nie można stać na jednym miejscu no, bo rynek weryfikuje. No i trzeba stale rozwijać się, rozszerzać swoją ofertę. I zaczęliśmy robić ciesielstwo, teraz już minął rok. Teraz już budujemy całe budynki od zera, czyli już tak wysoko. Możemy się pochwalić, kilkoma budowami, które już skończyliśmy. Cały czas nie stoimy w miejscu, na przykład budujemy 7 budów, z czego skończyliśmy 5. Teraz mamy te 2 budowy, ale już mamy kilka nowych projektów i nie tylko w Polsce, ale także zagranicą, także trzeba działać”.

5.4. Ograniczenia oraz implikacje dla dalszych kierunków badań

Omówione w monografii badania miały charakter eksploracyjny, jakościowy. Dlatego przedstawione wyniki nie mogą być traktowane jako reprezenta-

tywne. Ponadto istotnym ograniczeniem badań jest mała próba respondentów oraz ich duże zróżnicowanie m.in. ze względu na pochodzenie, branżę, wielkość firmy, a także długość pobytu.

Niemniej jednak można wskazać kilka wniosków odnoszących się do procesu realizacji badań. Przy realizacji badań dotyczących przedsiębiorczości migrantów istotne jest prowadzenie analiz uwzględniających podział badanych na osoby pochodzące z państw należących do UE oraz z tzw. państw trzecich. Różnice między tymi grupami dostrzeżono w takie badań dotyczących pracowników najemnych (Kubiciel-Lodzińska, 2012). Ponadto, jak pokazują badania warto także uwzględnić perspektywę pochodzenia migranta z krajów UE 15 (kraje „starej” Unii Europejskiej) oraz UE-12 (kraje „nowej” Unii Europejskiej, które stały się częścią wspólnoty po 2004 r.) (Andrejuk, 2017b).

Ustalono także, że przedsiębiorczość migrantów w pewnym uproszczeniu można analizować na kilku płaszczyznach. Pierwsza, to imigranci – przedsiębiorcy, którzy odnieśli sukces. Założyli działalność gospodarczą, która przynosi im znaczne zyski, rozwijają ją poprzez zwiększanie zatrudnienia lub wdrażanie innowacji, zdobywanie nowych rynków zbytu itp. Przybyli do kraju migracji z myślą o założeniu firmy lub z już gotowym pomysłem na biznes.

Druga grupa, to imigranci, którzy pracowali na etatach, ale chcieli spróbować swoich sił tworząc własne przedsiębiorstwo. Nierzadko było to podyktowane chęcią wyjścia z zatrudnienia w zawodach związanych z wtórnym rynkiem pracy, czyli związanych z pracą fizyczną, nieatrakcyjnych, o niskim prestiżu i niskich wynagrodzeniach.

Trzecia grupa, to osoby, które do prowadzenie działalności gospodarczej zostały „zmuszone” przez rynek pracy. Posiadanie własnej firmy było w ich przypadku warunkiem znalezienia zatrudnienia.

Ponadto, w oparciu o doświadczenia empiryczne zgromadzone podczas realizacji badań eksploracyjnych na potrzeby niniejszej monografii można sformułować spostrzeżenie, że małe zaufanie tej specyficznej grupy respondentów uzyskali ankieterzy będący studentami, mimo iż posiadali stosowne zaświadczenia wydane przez Wydział Ekonomii i Zarządzania Politechniki Opolskiej²⁹. Kolejnym wyzwaniem, które pojawia się podczas realizacji badań z cudzoziemcami prowadzącymi działalność gospodarczą, jest bariera językowa. W nawiązaniu do przeprowadzonych badań należy podkreślić, że respondenci znali język polski w stopniu umożliwiającym komunikację, ale posługiwali się prostymi zdaniem, co ograniczało możliwość wychwycenia niuansów, jak również powodowało, że respondenci częściowo unikali dłuższych wypowiedzi i byli niechętni pogłębianiu niektórych zagadnień. Nale-

²⁹ Instytucja, w której zatrudnieni są badacze realizujący badanie.

ży również wspomnieć, iż część respondentów została wykluczona z badania ze względu na posiadanie podwójnego obywatelstwa. Po realizacji wywiadu i analizie pozyskanego materiału badacze doszli do wniosku, że zgodnie z konceptualizacją dwóch respondentów należało zakwalifikować jako migrantów powracających, a nie przedsiębiorców – migrantów.

Zjawisko przedsiębiorczości migrantów na pewno jest tematem wymagającym dalszych, poszerzonych badań, bo w Polsce stanowi temat poznany w niewielkim zakresie. Warto poszukać odpowiedzi na pytania: Jak migranci rozpoznają możliwości tworzenia działalności gospodarczej w kraju przyjmującym (w Polsce)? Jak ich firmy oddziałują na rynek pracy (kogo i na jakich zasadach zatrudniają)? Czy i jak dokonują internacjonalizacji swoich firm? Jaki mają wpływ na gospodarkę na poziomie regionalnym oraz krajowym? Należy pamiętać, że stawie się przedsiębiorcą to proces łączący wiele czynników (Shane, 2003).

Dalsze badania powinny pomóc określić wyzwania związane z rozwojem działalności przedsiębiorstw będących własnością imigrantów w kontekście ich integracji tj.: od zakładania działalności w społeczności imigrantów, w dużej mierze etnocentrycznej, po bycie firmą o ugruntowanej pozycji, która jest zintegrowana ze społecznością kraju przyjmującego. Grupą wymagającą szczególnej uwagi – ze względu na swoją liczebność i aktywność na rynku pracy są imigranci z Ukrainy. Analiza sytuacji imigrantów z kraju postkomunistycznego rozpoczynających działalność gospodarczą w innym kraju postkomunistycznym, w którym imigracja zarobkowa jest dość nowym zjawiskiem może być uzupełnieniem dotychczas prowadzonych badań nad przedsiębiorczością migrantów na świecie.

5.5. Rekomendacje w zakresie wspierania przedsiębiorczości imigrantów

Rozwijanie przedsiębiorczości migrantów jest też wyzwaniem dla samorządów. W województwie opolskim nie było dotychczas działań dedykowanych rozwojowi firm prowadzonych przez imigrantów. Badania pokazały, że cudzoziemcy nie wchodzi w skład instytucji otoczenia biznesu. Wynika to m.in. z obawy przed kontaktem z instytucją administracyjną (zaliczamy do nich min. instytucje otoczenia biznesu), problemy z komunikacją (problemy językowe), brak „celowej” oferty dla cudzoziemców, brak identyfikacji potrzeb przedsiębiorców – cudzoziemców. Istnienie luk instytucjonalnych w obsłudze imigrantów prowadzących działalność gospodarczą to istotne ustalenia, których poprawa może zwiększyć konkurencyjność województwa opolskiego.

Bez wątplenia procesy migracyjne mają ogromny wpływ na rozwój społeczno-ekonomiczny na poziomie kraju, ale także poszczególnych regionów. Obecnie najbardziej dynamicznie rozwija się imigracja zarobkowa, głównie z Ukrainy. Należy także dostrzec coraz liczniejszą grupę młodych obcokrajowców podejmujących naukę na opolskich uczelniach. To ogromny potencjał, który należy wykorzystać wobec zagrożeń takich jak: wyludnianie się województwa, średni poziom rozwoju i wolne tempo wzrostu gospodarczego. Poza tym, coraz liczniejsza obecność cudzoziemców na Opolszczyźnie sprawia, że pojawia się popyt na nowe usługi m.in. związane z tłumaczeniami, pośrednictwem mieszkaniowym dla obcokrajowców, poradami prawnymi dla cudzoziemców. To pokazuje, że imigranci mogą być istotni dla rozwijania przedsiębiorczości w województwie opolskim.

Dlatego rekomenduje się:

1. Wspieranie przedsiębiorczości wśród studentów – cudzoziemców uczących się na opolskich uczelniach poprzez możliwość uczestniczenia w szkoleniach z zakresu zakładania działalności gospodarczej.
2. Opracowanie aktywnych metod nauczania, które przybliżą studentom – cudzoziemcom zasady prowadzenia działalności gospodarczej.
3. Pokazywanie dobrych praktyk – przykładów obcokrajowców prowadzących z sukcesem firmy w regionie.
4. Promowanie działań przedsiębiorczych wśród pracowników najemnych pochodzących z zagranicy poprzez prowadzenie kampanii informacyjnych w zakresie warunków formalnoprawnych związanych z założeniem firmy.
5. Należy wypracować w regionie systemowe podejście do imigracji i imigrantów obejmujące ich obecność nie tylko na rynku pracy, ale także w systemie edukacji, opieki zdrowotnej, zabezpieczeń społecznych.
6. Realizacja przez instytucje otoczenia biznesu działań adresowanych do przedsiębiorców – imigrantów. Promowanie instytucji otoczenia biznesu w środowiskach imigranckich.
7. Wprowadzenie (w miarę możliwości) obsługi imigrantów w instytucjach otoczenia biznesu, urzędach w językach obcych (ukraiński, angielski).
8. Promowanie wielokulturowości województwa opolskiego. Pokazywanie regionu jako miejsca przyjaznego dla przedsiębiorców obcokrajowców.

Obecnie poziom przedsiębiorczości imigrantów na Opolszczyźnie w porównaniu z innymi województwami jest na dość niskim poziomie, co pokazuje, że jest to obszar, który można byłoby wesprzeć. Z doświadczeń krajów o długoletnich tradycjach migracyjnych wynika, że przedsiębiorcy – imigranci mają wkład w zrównoważony wzrost i zatrudnienie. Jest to także obszar wspierany przez Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny (SOC/449). W związku ze zwiększaniem się znaczenia imigracji do województwa opol-

skiego obejmującej pracowników, studentów oraz przedsiębiorców, celowe wydaje się opracowanie polityki (i)migracyjnej na poziomie regionalnym (Solga 2016). Wydaje się być to tym bardziej zasadne, że w województwie opolskim notowany jest ponadprzeciętny odsetek firm zatrudniających obcokrajowców oraz znacznie powyżej średniej ogólnopolskiej jest udział cudzoziemców w zatrudnieniu ogółem. Działania dedykowane imigrantom warto także uwzględnić w nowej strategii rozwoju województwa opolskiego. Wsparcie tej grupy, w tym również w zakresie tworzenia własnych firm może przyczynić się do wzrostu konkurencyjności regionu. Opolszczyzna, która pod względem wskaźników innowacyjności lokuje się na odległych miejscach, być może powinna wykorzystać potencjał jaki stanowią imigranci. Przy czym trzeba mieć świadomość, że jest to proces długotrwały, który może przynieść rezultaty dopiero w drugim lub trzecim pokoleniu migrantów.

Zakończenie

Bez wątplenia procesy migracyjne mają ogromny wpływ na rozwój społeczno-ekonomiczny na poziomie kraju, ale także poszczególnych regionów. Obecnie w Polsce najbardziej dynamicznie rozwija się imigracja zarobkowa, głównie z Ukrainy. Należy także dostrzec coraz liczniejszą grupę młodych obcokrajowców podejmujących naukę na polskich uczelniach. W związku z rosnącą liczbą obcokrajowców zwiększa się także liczba zakładanych przez nich działalności gospodarczych. Według danych Eurostatu, co piąty imigrant spoza UE pracuje w Polsce we własnej firmie. Czy przyciągamy tych najbardziej przedsiębiorczych, czy to rynek pracy, pracodawcy „wymuszają” na obcokrajowcach zakładanie działalności gospodarczej? Warto poszukać odpowiedzi na pytanie czy migranci ci utknęli w pułapce tzw. zablokowanej mobilności (*blocked mobility*) (Collins, 2003a; Waldinger, 1993) spowodowanej m.in. dyskryminacją i brakiem możliwości uzyskania atrakcyjnego zatrudnienia ze względu na swoje pochodzenie? Czy też są to osoby, dla których ich wewnętrzna motywacja, chęć spróbowania swoich sił w biznesie jest główną determinantą zakładania działalności gospodarczych? Uzyskanie wiedzy na te tematy jest bardzo istotne, ponieważ zjawisko rozwoju przedsiębiorczości migrantów jest ważne dla rozwoju społeczno-ekonomicznego kraju przyjmującego z kilku względów. Po pierwsze, poprzez wzrost liczby migrantów w społeczeństwie, kreowany jest popyt na nowe usługi m.in. związane z tłumaczeniami, pośrednictwem mieszkaniowym dla obcokrajowców, poradami prawnymi dla cudzoziemców, a także na produkty i usługi o charakterze etnicznym. Po drugie, założenie działalności gospodarczej jest dla części migrantów, którzy nie mogą wykorzystać swoich kwalifikacji jedynym rozwiązaniem, aby nie wykonywać prac niezgodnych ze swoim wykształceniem lub poniżej własnych kwalifikacji. Po trzecie imigranci, którzy decydują się na założenie własnej firmy to osoby nie obawiające się wyzwań, cechujące się kreatywnością i najczęściej dużą gotowością do integracji i można sądzić, że wiążą swoją przyszłość z krajem przyjmującym.

Imigranci to dla Polski ogromny potencjał, który należy wykorzystać chociażby w obliczu niekorzystnych zmian demograficznych. Zdecydowana większość obcokrajowców przybywających z Ukrainy, którzy stanowią domi-

nującą grupę migrantów to osoby w wieku 30–44 lata³⁰. Jednak przebywają oni w Polsce stosunkowo krótko. Zakładając, że znaczna ich część pozostanie dłużej – skala przedsiębiorczości imigrantów powinna wzrastać, bo zależy ona pozytywnie od wieku (inverted u-shape – kształt odwróconej litery U, a więc najwięcej firm zakłada się w wieku 30–40 lat). Wpływ na poziom przedsiębiorczości ma też długość pobytu w kraju docelowym, ponieważ potrzebne jest zdobycie pewnego doświadczenia zanim założą się biznes.

Ze względu na to, że skala fali imigrantów napływających do naszego kraju jest niespotykana w najnowszej historii Polski, konieczne jest zadbanie o integrację tych osób, a także ustalenie jakie są ich oczekiwania, plany i strategie pobytu. Jednocześnie należy podkreślić, że kluczowym wyzwaniem społecznym stojącym przed Europą jest integracja migrantów ze społeczeństwem przyjmującym oraz ich trwałe włączenie w rynek pracy. Jedną z takich możliwości jest wspieranie przedsiębiorczości migrantów. Warto zacząć postrzegać tę grupę nie tylko jako pracowników najemnych, tanią siłę roboczą do wykonywania pracy nieatrakcyjnej z punktu widzenia rodzimych zasobów pracy (Rath & Kloosterman, 2000), ale jako potencjał, który może długookresowo wesprzeć w rozwoju kraj przyjmujący.

W Polsce przedsiębiorczość migrantów rozwija się i zaczyna być przedmiotem zainteresowania przedstawicieli instytucji oraz badaczy migracji. Ze względu na to, że imigracja zagraniczna jest procesem stosunkowo nowym, bada się głównie pierwsze pokolenie imigrantów – przedsiębiorców. Wyjątkiem są Wietnamczycy, bo w Polsce obecna jest zarówno pierwsza, jak i druga generacja. Migranci z innych krajów to głównie pierwsze pokolenie. Ci, którzy zdecydowali się osiedlić w Polsce przebywają w kraju od relatywnie niedawna, co także jak pokazują chociażby doświadczenia niemieckie, nie sprzyja zakładaniu działalności gospodarczej. Dlatego warto podkreślić ciekawy wniosek płynący z badań przeprowadzonych przez różne ośrodki naukowe, że na prowadzenie działalności gospodarczej w Polsce decydują się osoby o stosunkowo krótkim pobycie (Andrejuk, 2017a; Brzozowski & Pędziwiatr, 2015, Kubiciel-Lodzińska, Maj & Bębenek, 2018). Niewykluczone, że jest to zjawisko mogące być wyróżnikiem Polski. Jednocześnie rodzi wiele wyzwań praktycznych i metodologicznych związanych z realizacją badań wśród cudzoziemców-przedsiębiorców.

Monografia miała kilka celów. Po pierwsze wskazanie, w oparciu o wybraną literaturę dotychczasowych obszarów, tematów badań odnoszących się do obecności migrantów – przedsiębiorców w kraju przyjmującym i wskazanie

³⁰ W oparciu o dane uzyskane z Departamentu Statystyki i Prognoz Aktuarnych Zakładu Ubezpieczeń Społecznych.

luk poznawczych. Wśród luk poznawczych w kontekście literatury polskiej wskazać można m.in. ograniczenie realizacji badań wśród migrantów prowadzących firmy do kilku ośrodków miejskich: aglomeracji warszawskiej, Krakowa, Poznania. Brakuje badań mających ujęcie regionalne. W kontekście literatury światowej widać luki poznawcze odnoszące się do badań przedsiębiorców – migrantów rozwijających swoją działalność w krajach tzw. byłego bloku wschodniego, które przeszły transformację polityczno-gospodarczą i rozwijanie w nich przedsiębiorstw przez migrantów mogą rządzić inne prawidłowości niż w krajach tzw. zachodu.

Po drugie, celem było dokonanie przeglądu stosowanych metod badawczych. Analiza literatury pokazała, że badania przedsiębiorczości migrantów mają najczęściej charakter jakościowych ewentualnie uzupełniane są poprzez analizę ilościową. To również wskazuje na pewne luki badawcze. Znaczna część dotychczas realizowanych badań miała charakter eksploracyjny. Istnieje zatem duże zapotrzebowanie na weryfikację tez postawionych w tych tekstach za pomocą metod ilościowych oraz badań reprezentatywnych. Analiza pokazała również istnienie swoistego chaosu koncepcyjnego i pojęciowego.

Po trzecie, intencją autorów było omówienie trudności związanych z realizacją badań wśród migrantów prowadzących działalność gospodarczą – wynikających z przyczyn formalnych oraz pozaformalnych. Trudności związane z realizacją badań wśród przedsiębiorców – imigrantów można podzielić na dwie grupy: systemowe oraz mające charakter metodologiczny. Wśród barier systemowych, kluczowym problemem, z jakim musi zmierzyć się badacz jest nieporównywalność danych statystycznych odnoszących się do obcokrajowców prowadzących w Polsce działalność gospodarczą. Najbardziej kompleksowymi danymi dysponują CEIDG oraz ZUS, jednak bazy te nie pozwalają na uzyskanie operatu losowania³¹, co uniemożliwia realizację reprezentatywnych badań ilościowych. Część badań realizowanych za granicą prowadzona była w oparciu o dane zastane (np. mikrospisy w Niemczech), którymi w Polsce nie dysponujemy. Zresztą problem z dostępem do kompleksowych danych liczbowych odnoszących się do procesów migracyjnych nie dotyczy jedynie przedsiębiorców migrantów. W Polsce brakuje danych statystycznych, które pokazywałyby pełny i rzetelny obraz zjawiska imigracji z zagranicy (Brunarska, 2014). Wynika to m.in. z faktu, że w kraju dominują migracje tymczasowe, cyrkulacyjne. W przypadku cudzoziemców prowadzących działalność gospodarczą powinno być inaczej. Ich pobyt ma raczej charakter osiedleńczy. Dlatego, zdaniem autorów, swoistym kompromisem w sytuacji, gdy brakuje

³¹ W przypadku CEIDG wynika to z niekompletności danych, natomiast ZUS udostępnia jedynie dane zagregowane.

wiarygodnych baz danych dla stworzenia operatu szacunkowego dla badań ilościowych o charakterze reprezentatywnym jest wykorzystanie metody RDS (*respondent-driven-sampling*) (Heckathorn, 1997) lub webRDS wykorzystującego do rekrutacji i badań internet (Bengtsson et al., 2012). Jest modyfikacją doboru próby metodą kuli śniegowej, głównie stosowaną do badań populacji ukrytych, m.in. migrantów. Migracje są procesem bardzo mocno zależnym od sieci, nowi przybysze powiązani są z osobami, które już przebywają w kraju imigracji i korzystają z ich informacji m.in. na temat możliwości pozyskania zatrudnienia, znalezienie mieszkania, a także wsparcia emocjonalnego (Friberg & Horst, 2014). RDS od kuli śniegowej różni m.in. to, że w przypadku RDS limitowana jest liczba osób, które respondent może polecić do badania (zwykle są to dwie lub trzy osoby). Badanie opiera się o sieci powiązań respondentów (Granovetter, 1976) i wspierane jest przez podwójny system zachęt (z reguły finansowych): za udział w badaniu oraz za polecenie kolejnego respondenta. Można byłoby podjąć próbę jej wykorzystania w ośrodkach miejskich, w których obecne są liczniejsze grupy migrantów – przedsiębiorców. Być może wprowadzenie gratyfikacji za polecenie kolejnego przedsiębiorcy wpłynęłoby pozytywnie na gotowość migrantów do udziału w badaniach. Niektórzy badacze sugerują korzystanie z rejestru REGON (Andrejuk, 2017a), w celu uzyskania danych statystycznych odnoszących się do skali i charakteru zjawiska. W związku z rosnącym napływem cudzoziemców rekomenduje się wdrożenie systemu, który umożliwiłby bardziej precyzyjny monitoring napływu obcokrajowców. Wydaje się, że ze względu na relatywnie niewielką skalę zjawiska, warto zacząć od wdrożenia jednolitego i aktualizowanego systemu pozwalającego uchwycić zmiany w liczbie i strukturze podmiotów gospodarczych prowadzonych przez cudzoziemców.

Wskazane bariery systemowe przekładają się na wyzwania metodologiczne. Utrudniony dostęp do operatu losowania powoduje, iż niezwykle trudna jest realizacja badań indukcyjnych, formułowania hipotez i ich falsyfikacji w oparciu o badania na próbie reprezentatywnej. Ponadto, jak pokazały badania, pojawia się problem nie tylko z losowym doborem próby, ale również z doborem próby metodą kuli śnieżnej. Respondenci nie są chętni do wskazywania innych potencjalnych respondentów, niejednokrotnie powołując się przy tym na przepisy prawne lub kodeksy etyczne. Innym problemem metodologicznym jest odpowiednia klasyfikacja imigrantów, utrudniona ze względu na występujące wśród cudzoziemców podwójne obywatelstwo, jak również fakt, iż np. część osób z obywatelstwem polskim i niemieckim, to osoby, które wyjechały z Polski niejednokrotnie jako bardzo małe dzieci, zdecydowaną większość życia spędziły w Niemczech a teraz powracają do kraju, którego bardzo często nie znają i nie pamiętają. Pojawia się zatem pytanie, czy takie osoby należy trakto-

wać jako imigrantów czy migrantów powracających. Wśród dalszych trudności o charakterze metodologicznym wskazać należy wrażliwość podejmowanej tematyki oraz samej populacji, która wynika z ich szczególnej sytuacji w kraju przyjmującym, ale również często z sytuacji w kraju pochodzenia. Kwestia ta jest szczególnie istotna w kontekście badań nad uchodźcami, które jak wskazano stanowią nowy, nabierający na znaczeniu nurt badawczy. Dlatego dużym wyzwaniem jest zdobycie zaufania przedsiębiorców – migrantów, szczególnie kiedy badacz nie jest członkiem analizowanej społeczności. W przypadku tej grupy szczególnego znaczenia nabiera pojęcie „doświadczenia” posiadanego przez badacza. Może stać się wręcz narzędziem umożliwiającym ich prawidłowy przebieg. To od doświadczenia badacza zależy treść i sposób formułowania pytań oraz ewentualny dobór ankietowanych (jeśli nie realizuje badań osobiście). Kolejnym problemem może być również zastosowanie metodologii nazwisk w polskich warunkach. W przypadku badań nad imigrantami z Ukrainy może się pojawić problem ze wskazaniem tej grupy w oparciu o nazwiska ze względu na podobieństwo imion i nazwisk ukraińskich do np. białoruskich czy rosyjskich.

Migranci nie są społecznością jednorodną z różnych względów: kraj pochodzenia (region pochodzenia), indywidualne doświadczenia, poziom wykształcenia. W oparciu o dotychczasowe doświadczenia w realizacji badań wśród cudzoziemców prowadzących działalność gospodarczą w Polsce można wskazać wnioski teoretyczne: badania warto prowadzić wprowadzając rozróżnienie na przedsiębiorców-obcokrajowców pochodzących z krajów rozwiniętych (najczęściej z Unii Europejskiej) oraz z tzw. krajów trzecich. Przy czym, w tym drugim przypadku istotne jest wprowadzenie podziału na cudzoziemców pochodzących z krajów partnerstwa Wschodniego (tu przeważają Ukraińcy) oraz z pozostałych (w tej grupie dominują osoby pochodzące z Azji – Chiny, Wietnam). Podkreślić należy, że przedsiębiorcy z byłego bloku wschodniego, głównie Ukraińcy zachowują się w nieco odmienny sposób niż pozostałe grupy. Jest to widoczne m.in. w znacznie niższym zaufaniu. W badaniach przedsiębiorczości migrantów istotną kwestią jest ustalenie czy założenie działalności gospodarczej wynika z konieczności (*necessity driven*) czy raczej obcokrajowiec dostrzegł szansę na rozwinięcie biznesu w kraju imigracji (*opportunity driven*). Każda z tych form ma inny wpływ na wzrost gospodarczy w kraju przyjmującym (Brzozowski, Cucculelli & Surdej, 2017). Mniejsze znaczenie dla rozwoju gospodarczego mają firmy, które powstały z konieczności, jednak ich funkcjonowanie nie jest bez znaczenia dla rozwoju społeczno-kulturowego (Mohamoud & Formson-Lorist, 2014).

Coraz liczniejsza obecność cudzoziemców w Polsce rodzi też implikacje dla polityki na poziomie krajowym (rozwiązania systemowe) oraz regional-

nym (zmiany możliwe do wprowadzenia na poziomie poszczególnych województw). Chodzi o działania wzmacniające integrację obcokrajowców w społeczeństwie i na rynku pracy oraz stymulujące inicjatywy przedsiębiorcze w tej grupie. Kraje o wieloletniej tradycji migracyjnej, takie jak Kanada, Australia, Niemcy czy Stany Zjednoczone mają wyodrębnione specjalne instytucje, których celem jest wspieranie przedsiębiorczości migrantów (Collins, 2003b; Kloosterman & Rath, 2003; Kloosterman, 2003; Kontos, 2003). Rozwijanie są też programy wspierające potencjalnych przedsiębiorców – obcokrajowców polegające na mentoringu, pomocy w kojarzeniu osób, które mogłyby ze sobą współpracować, poprawie umiejętności językowych i biznesowych oraz realizowane są inicjatywy pomagające podnosić zdolność kredytową migrantów lub ich firm. Zaleca się, aby były one osadzone w szerszej strategii, polityce, aby tworzyć środowisko przyjazne przedsiębiorcy (Desiderio, 2014).

Szczególnie mocno należy podkreślić rolę regionów we wspieraniu przedsiębiorczości imigrantów. W poszczególnych województwach w Polsce podejmowane są pewne inicjatywy służące integracji i wspieraniu cudzoziemców, w tym osób prowadzących firmy lub chcących to zrobić. Przykłady takich działań można wskazać m.in. w Małopolsce, gdzie realizowany jest projekt „Taskforcome”³². Z kolei przez urzędy wojewódzkie realizowane są projekty z Programu Krajowego Funduszu Azylu, Migracji i Integracji, w ramach których m.in. organizowane są szkolenia dla osób zainteresowanych założeniem działalności gospodarczej. Wsparcie cudzoziemcom prowadzącym lub chcącym założyć firmę powinny udzielać także instytucje otoczenia biznesu. Oferty tych instytucji powinny zawierać pakiety wsparcia obejmujące m.in. pomoc prawną, w szczególności obszar wyłudzeń i oszustw gospodarczych na które narażeni są cudzoziemcy. Konieczna wydaje się być szybka reakcja i prowadzenie działań informacyjnych o zmianach mechanizmów legislacyjnych w Polsce, aby cudzoziemiec miał do nich łatwiejszy dostęp. Ponadto istotne jest przyspieszenie zwrotu podatkowego (VAT). Także kluczowe wydaje się być wprowadzenie pomocy w tłumaczeniu dokumentów, które stanowią istotę prowadzenia działalności. Trudności w ich zrozumieniu ograniczają biznes.

Warto zmienić myślenie społeczeństwa i badaczy o przedsiębiorczości imigrantów i spojrzeć na tę grupę nie tylko z perspektywy usług i produktów o charakterze etnicznym: barów z kebabem, chińskich czy wietnamskich restauracji czy chińskich sklepów. Konieczne wydaje się być rozszerzenie myśle-

³²Projekt „Taskforcome” realizowany jest w pięciu krajach: Austrii, Chorwacji, Polsce oraz w wybranych częściach Niemiec i Włoch. Jego celem jest wspieranie migrantów m.in. w zakresie przedsiębiorczości. Więcej o projekcie: <https://www.interreg-central.eu/Content.Node/TASK-FORCOME.html> [11.10.2019]

nia o przedsiębiorcach – migrantach i wyjście poza „proste” firmy prowadzone przez cudzoziemców. Dostrzeżenie także „elitarnych” imigrantów, którym do tej pory nie poświęcono zbyt dużo uwagi (zwłaszcza dotyczy to badań ilościowych odnoszących się do międzynarodowej przedsiębiorczości imigrantów). Na pewno istotnym wyzwaniem dla badaczy są przedsiębiorstwa transnarodowe, których znaczenie jest istotne nie tylko dla kraju imigracji, ale także przyczyniają się do rozwoju państwa pochodzenia (Portes & Yiu, 2013). Dlatego połączenie dwóch nurtów badawczych: migracji (ekonomia) oraz przedsiębiorczości (zarządzanie) może stworzyć bardzo interesujące pole do analiz o charakterze teoretycznym, ale także utylitarnym.

Bibliografia

- [1] ABUOSI A.A., ABOR P.A. (2015). Migration intentions of nursing students in Ghana: Implications for human resource development in the health sector. *Journal of International Migration and Integration*, 16(3), 593–606.
- [2] ACHIDI NDOFOR H. & PRIEM R.L. (2011). Immigrant entrepreneurs, the ethnic enclave strategy, and venture performance. *Journal of Management*, 37(3), 790–818.
- [3] ADAMSKA M. (2018). Selected market conditions as determinants of entrepreneurship, Conference: Mezinárodní Masarykova konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky, Hradec Králové, The Czech Republic, 1184–1191.
- [4] ADO A., CHRYSOSTOME E. & SU Z. (2016). Examining Adaptation Strategies of Sub-Saharan African Immigrant Entrepreneurs in China: the Case of Guangdong. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 21(4), 25. doi:10.1142/s1084946716500278.
- [5] ALIAGA-ISLA R. & RIALP A. (2012). How do information and experience play a role in the discovery of entrepreneurial opportunities? The case of Latin-American immigrants in Barcelona. *Latin American Business Review*, 13(1), 59–80.
- [6] ALIAGA-ISLA R. & RIALP A. (2013). Systematic review of immigrant entrepreneurship literature: previous findings and ways forward. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(9–10), 819–844. doi:10.1080/08985626.2013.845694.
- [7] ALRAWADIEH Z., KARAYILAN E. & CETIN G. (2019). Understanding the challenges of refugee entrepreneurship in tourism and hospitality. *Service Industries Journal*, 39(9–10), 717–740. doi:10.1080/02642069.2018.1440550.
- [8] AMBROSINI M. (2016). *Irregular migration and invisible welfare*: Springer.
- [9] ANDERSSON P. & WADENSJO E. (2004). Self-employed immigrants in Denmark and Sweden: A way to economic self-reliance? *IZA Discussion Papers*, 1–16.

- [10] ANDOH R.C., BERRONES-FLEMMIG C.N. & DORNBERGER U. (2019). Ghanaian Immigrant Entrepreneurs in Germany: Motivations and Contributions for Development. *Problemy Zarządzania. Management Issues*, 17(1), 130–158. doi:10.7172/1644-9584.81.7.
- [11] ANDREJUK K. (2015). Bycie imigrantką jako zasób i jako bariera. Przewodzenie działalności gospodarczej w Polsce w narracjach imigrantek z krajów byłego ZSRR. *Studia Socjologiczne*, 1(216), 229–258.
- [12] ANDREJUK K. (2016). Co skłania imigrantów do zakładania własnych firm? Analiza procesu samozatrudniania i rozwijania przedsiębiorstw etnicznych na przykładzie społeczności Ukraińców w Polsce. *Studia Migracyjne – Przegląd Polonijny*, 42(3(161)), 223–253.
- [13] ANDREJUK K. (2017a). Przedsiębiorcy ukraińscy w Polsce Struktura i sprawstwo w procesie osiedlenia. Warszawa: IFiS PAN.
- [14] ANDREJUK K. (2017b). Self-employed migrants from EU Member States in Poland: differentiated professional trajectories and explanations of entrepreneurial success. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 43(4), 560–577. doi:10.1080/1369183x.2016.1249050.
- [15] ANDREJUK K. (2018). Entrepreneurial strategies as a response to discrimination: Experience of Ukrainian women in Poland from the intersectional perspective. *Anthropological Notebooks*, 24(3), 25–40.
- [16] ANDREJUK K. & OLEKSIYENKO O. (2018). Experience of migrant self-employment as „economisation of ethnicity”. Indian and Chinese entrepreneurs in Poland. *Studia Migracyjne-Przegląd Polonijny*, 44(3 (169)), 77–96.
- [17] ANDREJUK K. (2019). Ukrainian Immigrants and Entrepreneurship Drain: Towards a Concept of Governance-Induced Migration. *East European Politics and Societies*, 2(206), Vol. 33, Issue 4, 899–916.
- [18] ANWAR M.N. & DANIEL E. (2016). Entrepreneurial marketing in online businesses The case of ethnic minority entrepreneurs in the UK. *Qualitative Market Research*, 19(3), 310–338. doi:10.1108/qmr-04-2015-0029.
- [19] ARRIGHETTI A., BOLZANI D. & LASAGNI A. (2014). Beyond the enclave? Break-outs into mainstream markets and multicultural hybridism in ethnic firms. *Entrepreneurship and Regional Development*, 26(9–10), 753–777. doi:10.1080/08985626.2014.992374.
- [20] AZMAT F., & FUJIMOTO Y. (2016). Family embeddedness and entrepreneurship experience: a study of Indian migrant women entrepreneurs in Australia. *Entrepreneurship and Regional Development*, 28(9–10), 630–656. doi:10.1080/08985626.2016.1208279.

- [21] BABBIE E.R. (2003). *Badania społeczne w praktyce*: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- [22] BALTAR F. & ICART I.B. (2013). Entrepreneurial gain, cultural similarity and transnational entrepreneurship. *Global Networks-a Journal of Transnational Affairs*, 13(2), 20. doi:10.1111/glob.12020.
- [23] BARRETT G., JONES T., MCEVOY D. & MCGOLDRICK C. (2002). The economic embeddedness of immigrant enterprise in Britain. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 8(1/2), 11–31.
- [24] BASSETT-JONES N. (2005). The paradox of diversity management, creativity and innovation. *Creativity and Innovation Management*, 14(2), 169–175. doi:10.1111/j.1467-8691.00337.x.
- [25] BAYCAN-LEVENT T. & KUNDAK S. (2009). Motivation and driving forces of Turkish entrepreneurs in Switzerland. *Innovation-the European Journal of Social Science Research*, 22(3), 283–308. doi:10.1080/13511610903383710.
- [26] BECKERS P. & BLUMBERG B.F. (2013). Immigrant entrepreneurship on the move: a longitudinal analysis of first- and second-generation immigrant entrepreneurship in the Netherlands. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(7–8), 654–691. doi:10.1080/08985626.2013.808270.
- [27] BENGTSSON L., LU X., NGUYEN Q.C., CAMITZ M., LE HOANG N., NGUYEN T.A., THORSON A. (2012). Implementation of web-based respondent-driven sampling among men who have sex with men in Vietnam. *PloS one*, 7(11).
- [28] BIERNACKI P. & WALDORF D. (1981). Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Sociological methods & research*, 10(2), 141–163.
- [29] BIRMAN D. (2006). With Immigrants and Refugees. *The handbook of ethical research with ethnocultural populations and communities*, 155.
- [30] BIZRI R.M. (2017). Refugee-entrepreneurship: a social capital perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*, 29(9–10), 847–868. doi:10.1080/08985626.2017.1364787.
- [31] BLOCH A. (2007). Methodological challenges for national and multi-sited comparative survey research. *Journal of Refugee Studies*, 20(2), 230–247. doi:10.1093/jrs/fem002.
- [32] BLOCH A. & MCKAY S. (2015). Employment, Social Networks and Undocumented Migrants: The Employer Perspective. *Sociology-the Journal of the British Sociological Association*, 49(1), 38–55. doi:10.1177/0038038514532039.

- [33] BLOCH N., MAIN I. & SYDOW K. (2015) Nie dość użyteczni. Zmagania imigrantów na lokalnym rynku pracy. Poznań.
- [34] BLOCH N., RYDZEWSKI R. (2015), Przymus samozatrudnienia. Przedsiębiorczość imigrancka jako strategia adaptacyjna na lokalnym rynku pracy, [w:] Nie dość użyteczni. Zmagania imigrantów na lokalnym rynku pracy, pod red. N. Bloch, I. Main, K. Sydow, Poznań, 53–76.
- [35] BOLZANI D. & BOARI C. (2018). Evaluations of export feasibility by immigrant and non-immigrant entrepreneurs in new technology-based firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 16(2), 176–209. doi:10.1007/s10843-017-0217-0.
- [36] BOOTH A., SUTTON A. & PAPAIOANNOU D. (2016). *Systematic approaches to a successful literature review*: Sage.
- [37] BRUNARSKA Z. (2014). Ukraińscy migranci zarobkowi w Polsce—dlaczego tak trudno ich policzyć? *Studia BAS* (4), Migracje i polityka migracyjna, 155–174.
- [38] BRZOZOWSKA A. (2012). The perception of Polish and Vietnamese business owners by Vietnamese entrepreneurs living in Poland, 10(36), 116–130.
- [39] BRZOZOWSKA A. (2015). *Przedsiębiorczość imigrantów wietnamskich w Polsce. Rozprawa doktorska*, Warszawa.
- [40] BRZOZOWSKA A. & POSTUŁA A. (2014). The cultural determinants of entrepreneurship. An example of the Vietnamese immigrants running their own business in Poland. *Problemy Zarządzania*, 12.
- [41] BRZOZOWSKA A. & MAJCZYK J. (2015). Shared Leadership Among Vietnamese Entrepreneurs In Poland”, *GUT FME Conference Publications*, [w:] Katarzyna Stankiewicz (red.), *Contemporary Issues and Challenges in Human Resource Management*, rozdział 8, 87–95, Politechnika Gdańska.
- [42] BRZOZOWSKI J. (2017). Immigrant Entrepreneurship and Economic Adaptation: A Critical Analysis. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 5(2), 159–176. doi:10.15678/eber.2017.050209.
- [43] BRZOZOWSKI J. (2019a), *Przedsiębiorczość imigrantów w Krakowie – stan obecny i perspektywy rozwoju*. Obserwatorium Wielokulturowości i Migracji: UEK, Kraków.
- [44] BRZOZOWSKI J. (2019b). Entrepreneurship and economic integration of immigrants: A critical review of literature. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 23(6), s. 584–604.
- [45] BRZOZOWSKI J., CUCCULELLI M. & SURDEJ A. (2014). Transnational ties and performance of immigrant entrepreneurs: the role of home-country conditions. *Entrepreneurship & Regional Development*, 26(7–8), 546–573.

- [46] BRZozowski J. & PĘDZIWIATR K. (2014). Analiza procesu integracji imigrantów w Małopolsce. *Imigranci w Małopolsce. Między integracją, asymilacją, separacją, marginalizacją*, 117–240.
- [47] BRZozowski J. & PĘDZIWIATR K. (2015). Pushed to the mainstream market: the case of immigrant entrepreneurs in Lesser Poland. *Cross-Border Migration and Its Implications for the Central European Area*, 178–198.
- [48] BRZozowski J., CUCCULELLI M. & SURDEJ A. (2017). The determinants of transnational entrepreneurship and transnational ties' dynamics among immigrant entrepreneurs in ICT sector in Italy. *International Migration*, 55(3), 105–125. doi:10.1111/imig.12335.
- [49] BRZozowski J. & LASEK A. (2019). The impact of self-employment on the economic integration of immigrants: Evidence from Germany. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 15(2), 11–28.
- [50] CAMAROTA S. (2000). Reconsidering immigrant entrepreneurship—an examination of self-employment among natives and the foreign-born [Electronic Version]. Retrieved on, 18, 2006.
- [51] CAPARRÓS RUIZ A. (2010). Self-employment or paid employment as the first job: Evidence from Spain by nationality. *International Journal of Social Economics*, 37(12), 951–969.
- [52] CARBONELL J.R., HERNANDEZ J.C.P. & GARCIA F.J.L. (2014). Business creation by immigrant entrepreneurs in the valencian community. The influence of education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(2), 409–426. doi:10.1007/s11365-011-0211-2.
- [53] CARUSO R. & De WIT H. (2015). Determinants of mobility of students in Europe: Empirical evidence for the period 1998–2009. *Journal of Studies in International Education*, 19(3), 265–282.
- [54] CASTLES S., MILLER M.J. (2011). *Migracje we współczesnym świecie*: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- [55] CHAGANTI R.S., WATTS A.D., CHAGANTI R. & ZIMMERMAN-TREICHEL M. (2008). Ethnic-immigrants in founding teams: Effects on prospector strategy and performance in new Internet ventures. *Journal of Business Venturing*, 23(1), 113–139. doi:10.1016/j.jbusvent.2006.07.004.
- [56] CHAGANTI R. & GREENE P.G. (2002). Who are ethnic entrepreneurs? A study of entrepreneurs; ethnic involvement and business characteristics. *Journal of Small Business Management*, 40(2), 126–143.
- [57] CHARMAZ K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*: Sage.

- [58] CHEN W.H. (2015). Mediatizing the network model of cultural capital: Network diversity, media use, and cultural knowledge along and across ethnic boundaries. *Social Networks*, 40, 185–196. doi:10.1016/j.socnet.2014.10.003.
- [59] CHEUNG C.W.M., KWONG C., MANZOOR H., RASHID M.U., BHATTARAI C. & KIM Y.A. (2019). The co-creation of social ventures through bricolage, for the displaced, by the displaced. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(5), 1093–1127. doi:10.1108/ijebr-03-2018-0140.
- [60] CHO E., MOON Z.K. & BOUNKHONG T. (2019). A qualitative study on motivators and barriers affecting entrepreneurship among Latinas. *Gender in Management*, 34(4), 326–343. doi:10.1108/gm-07-2018-0096
- [61] CHRYSOSTOME E. (2010). The success factors of necessity immigrant entrepreneurs: In search of a model. *Thunderbird International Business Review*, 52(2), 137–152.
- [62] CIEŚLIK J. (2014). *Przedsiębiorczość, polityka, rozwój*: Wydawnictwo Akademickie Sedno.
- [63] COBB-CLARK D.A. & HILDEBRAND V.A. (2006). The Wealth of Mexican Americans. *Journal of Human Resources*, 41(4), 841–868.
- [64] COHEN E.H. (2004). Components and symbols of ethnic identity: A case study in informal education and identity formation in diaspora. *Applied Psychology*, 53(1), 87–112.
- [65] COLEMAN D.A. (1992). Does Europe need immigrants? Population and work force projections. *International Migration Review*, 26(2), 413–461.
- [66] COLLINS J. (2002). Chinese entrepreneurs: the Chinese diaspora in Australia. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 8(1/2), 113–133.
- [67] COLLINS J. (2003a). Cultural diversity and entrepreneurship: Policy responses to immigrant entrepreneurs in Australia. *Entrepreneurship & Regional Development*, 15(2), 137–149.
- [68] COLLINS J. (2003b). *Australia: Cosmopolitan capitalists down under. Immigrant Entrepreneurs: Venturing Abroad in the Age of Globalization*, New York University Press, New York, and Berg Publishing, Oxford, UK, 61–78.
- [69] COLLINS J. & LOW A. (2010). Asian female immigrant entrepreneurs in small and medium-sized businesses in Australia. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(1), 97–111. doi:10.1080/08985620903220553
- [70] CONSTANT A. & ZIMMERMANN K.F. (2006). The making of entrepreneurs in Germany: Are native men and immigrants alike? *Small business economics*, 26(3), 279–300.

- [71] CRESWELL J.W. & MILLER D.L. (2000). Determining validity in qualitative inquiry. *Theory into Practice*, 39(3), 124–130. doi:10.1207/s15430421tip3903_2.
- [72] CRICK D. & JONES M.V. (2000). Small high-technology firms and international high-technology markets. *Journal of international marketing*, 8(2), 63–85.
- [73] CURCI R. & MACKOY R. (2010). Immigrant business enterprises: A classification framework conceptualization and test. *Thunderbird International Business Review*, 52(2), 107–121.
- [74] CZAJKOWSKA D. & HINC S. (2005). Etyka i dobre obyczaje w wywiadzie naukowym. *Człowiek i Społeczeństwo/Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Wydział Nauk Społecznych*, 24, 237–249.
- [75] CZAKON W. (2016). *Metodyka systematycznego przeglądu literatury*, [w:] W. Czakon (red.), *Podstawy Metodologii Badań w Naukach o Zarządzaniu* (III ed., pp. 119–139): Wydawnictwo Nieoczywiste.
- [76] CZERNEK K. (2014). *Badania jakościowe w naukach ekonomicznych – przydatność i wyzwania. Przykład badania współpracy małych i średnich przedsiębiorstw w regionie turystycznym*. *Qualitative research in economic sciences – usefulness and challenges. The case of the research of small and medium sized enterprises cooperation in a tourist region*, 12(3), 163–184. doi:10.7172/1644-9584.47.9.
- [77] CZERNEK K. (2016). *Wprowadzenie do badań jakościowych w naukach o zarządzaniu*, [w:] W. Czakon (red.), *Podstawy Metodologii Badań w Naukach o Zarządzaniu* (pp. 167–189): Wydawnictwo Nieoczywiste.
- [78] CZERNIEJEWSKA I. (2014). „Migranci aktywni zawodowo” czy „zagraniczni przedsiębiorcy”? *Raport z badań*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa.
- [79] DAI F., WANG K.Y. & TEO S.T.T. (2011). Chinese immigrants in network marketing business in Western host country context. *International Business Review*, 20(6), 659–669. doi:10.1016/j.ibusrev.2011.02.015
- [80] DANA L.P. (1993). An inquiry into culture and entrepreneurship: case studies of business creation among immigrants in Montreal. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 10(4), 16–31.
- [81] DANA L.P. (2007). *Handbook of research on ethnic minority entrepreneurship: A co-evolutionary view on resource management*: Edward Elgar Publishing.
- [82] DAY J.N. (2002). Credit, capital and community: Informal banking in immigrant communities in the United States, 1880–1924. *Financial History Review*, 9(1), 65–78.

- [83] De VAUS D. & de VAUS D. (2013). *Surveys in social research*: Routledge.
- [84] de VRIES H.P., HAMILTON R.T. & VOGES K. (2015). Antecedents of Ethnic Minority Entrepreneurship in New Zealand: An Intergroup Comparison. *Journal of Small Business Management*, 53, 95–114. doi:10.1111/jsbm.12195.
- [85] DESIDERIO M.V. (2014). *Policies to support immigrant entrepreneurship*. Washington, DC: Migration Policy Institute and Transatlantic Council on Migration.
- [86] DHALIWAL S. (2007). Dynamism and enterprise: Asian female entrepreneurs in the United Kingdom. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 5(2), 45–64.
- [87] DRORI I., HONIG B. & WRIGHT M. (2009). Transnational Entrepreneurship: An Emergent Field of Study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(5), 1001–1022. doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00332.x.
- [88] DRUCKER P.F. (1992). *Innowacja i przedsiębiorczość: praktyka z zasady*: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.
- [89] DÜVELL F., TRIANDAFYLIDOU A. & VOLLMER B. (2010). Ethical issues in irregular migration research in Europe. *Population, Space and Place*, 16(3), 227–239.
- [90] DYBOWSKA J. & WIDERA K. (2015). Demograficzne uwarunkowania i skutki depopulacji w województwie opolskim, *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, Nr 223, 106–118.
- [91] EFENDIC N., ANDERSSON F.W. & WENNERBERG K. (2016). Growth in first- and second-generation immigrant firms in Sweden. *International Small Business Journal-Researching Entrepreneurship*, 34(8), 1028–1052. doi:10.1177/0266242615612533.
- [92] ELLIS P. & PECOTICH A. (2001). Social factors influencing export initiation in small and medium-sized enterprises. *Journal of Marketing Research*, 38(1), 119–130. doi:10.1509/jmkr.38.1.119.18825.
- [93] ELO M. (2016). Typology of diaspora entrepreneurship: case studies in Uzbekistan. *Journal of International Entrepreneurship*, 14(1), 121–155.
- [94] EROGLU S. (2018). Trapped in small business? An investigation of three generations of migrants from Turkey to Western Europe. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 44(7), 1214–1232. doi:10.1080/1369183x.2017.1323629.
- [95] ESSERS C. & TEDMANSON D. (2014). Upsetting ‘Others’ in the Netherlands: Narratives of Muslim Turkish Migrant Businesswomen at the Crossroads of Ethnicity, Gender and Religion. *Gender Work and Organization*, 21(4), 353–367. doi:10.1111/gwao.12041.

- [96] ESSERS C., BENSCHOP Y. & DOOREWAARD H. (2010). Female Ethnicity: Understanding Muslim Immigrant Businesswomen in The Netherlands. *Gender Work and Organization*, 17(3), 320–339. doi:10.1111/j.1468-0432.2008.00425.x.
- [97] EVANS M.D.R. (1989). Immigrant Entrepreneurship – Effects of Ethnic Market-Size and Isolated Labor Pool. *American Sociological Review*, 54(6), 950-962. doi:10.2307/2095717.
- [98] FAIRLIE R.W. (2008). Estimating the contribution of immigrant business owners to the US economy: SBA Office of Advocacy.
- [99] FEE L.K. & RAHMAN M.M. (2014). From Workers to Entrepreneurs: Development of Bangladeshi Migrant Businesses in The Republic of Korea. *International Migration*, 52(2), 122–139. doi:10.1111/j.1468-2435.2010.00680.x.
- [100] FIGUEIRA C., CASELLI G. & THEODORAKOPOULOS N. (2016). Migrant entrepreneurs as cosmopolitan change agents A Bourdieuan perspective on capital accumulation. *Society and Business Review*, 11(3), 297–312. doi:10.1108/sbr-10-2015-0064.
- [101] FIHEL A., GÓRNY A. & KACZMARCZYK P. (2008). Rynek pracy a integracja cudzoziemców z Ukrainy i z Wietnamu posiadających zezwolenie na osiedlenie się w Polsce. Między jednością a wielością. Integracja odmiennych grup i kategorii imigrantów w Polsce, Warszawa.
- [102] FLORIDA R. (2002). *The rise of the creative class (Vol. 9): Basic books* New York.
- [103] FRASER S. (2007). Finance for Small and Medium-Sized Enterprises: Comparisons of Ethnic Minority and White Owned Businesses, A Report on the 2005 UK Survey of SME Finances Ethnic Minority Booster Survey (Warwick Business School, Coventry), 34–53.
- [104] FRIBERG J.H. & HORST C. (2014). RDS and the Structure of Migrant Populations. In *Applying respondent driven sampling to migrant populations: Lessons from the field* (pp. 17–26): Springer.
- [105] FRESNOZA-FLOT A. & PECOUD A. (2007). Emergence of entrepreneurship among Filipino migrants in Paris. *Asian and Pacific Migration Journal*, 16(1), 1–8.
- [106] FROSCHAUER K. (2001). East Asian and European entrepreneur immigrants in British Columbia, Canada: Post-migration conduct and pre-migration context. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27(2), 225–240.

- [107] FUJISAWA R. & COLOMBO F. (2009). The long-term care workforce: overview and strategies to adapt supply to a growing demand, OECD Health Working Papers, No. 44, OECD publishing, 1–63, doi.org/10.1787/18152015. Galush W.J. (2006). For More Than Bread: Community and Identity in American Polonia, 1880–1940: Eastern European Monographs.
- [108] GLINKA B. (2018). Znaczenie badań przedsiębiorczości imigrantów dla nauk o zarządzaniu. *Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów*(161), 163–174.
- [109] GLINKA B. & GUDKOVA S. (2011). *Przedsiębiorczość*: Wolters Kluwer.
- [110] GLINKA B. & BRZOZOWSKA A. (2015). Immigrant Entrepreneurs: in Search of Identity. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 3(3), 51–76. doi:10.15678/eber.2015.030304.
- [111] GLOVER C. & SIM L. (2002). Entrepreneur Immigrant Survey: A Mail Survey of Entrepreneur Immigrants in Vancouver, Canada, Post-Terms and Conditions Removal. Strategic Research and Review, CIC, and International Consortium for Venture Expertise, University of Victoria, Ottawa.
- [112] GONZALEZ-GONZALEZ J.M., BRETONES F.D., ZARCO V. & RODRIGUEZ A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain: A confluence of debates in the face of a complex reality. *Womens Studies International Forum*, 34(5), 360–370. doi:10.1016/j.wsif.2011.05.007.
- [113] GORDON I.R., TRAVERS T. & WHITEHEAD C.M. (2007). The impact of recent immigration on the London economy, London School of Economics and Political Science.
- [114] GÓRNY A. & KINDLER M. (2016). The temporary nature of Ukrainian migration: Definitions, determinants and consequences, [w:] *Ukrainian Migration to the European Union* (pp. 91–112): Springer, Cham.
- [115] GRIFFIN-EL E.W., & OLABISI J. (2018). Breaking Boundaries: Exploring the Process of Intersective Market Activity of Immigrant Entrepreneurship in the Context of High Economic Inequality. *Journal of Management Studies*, 55(3), 457–485. doi:10.1111/joms.12327.
- [116] GRANOVETTER M. (1976). Network sampling: Some first steps. *American journal of sociology*, 81(6), 1287–1303.
- [117] GUERCINI S., MILANESI M. & OTTATI G.D. (2017). Paths of evolution for the Chinese migrant entrepreneurship: a multiple case analysis in Italy. *Journal of International Entrepreneurship*, 15(3), 266–294. doi:10.1007/s10843-017-0209-0.

- [118] HARIMA A. (2014). Network dynamics of descending diaspora entrepreneurship: Multiple case studies with Japanese entrepreneurs in emerging economies. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 10(4), 65–92.
- [119] HARIMA A., ELO M. & FREILING J. (2016). Rich-to-poor diaspora ventures: how do they survive. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 28(4), 391–413.
- [120] HART D. (2009). High-tech immigrant entrepreneurship in the us: A preliminary report. Paper presented at the Industry Studies Annual Conference, 1–26.
- [121] HÉBERT R.F. & LINK A.N. (2007). Historical perspectives on the entrepreneur. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 2(4), 261–408.
- [122] HECKATHORN D.D. (1997). Respondent-driven sampling: A new approach to the study of hidden populations. *Social Problems*, 44(2), 174–199. doi:10.1525/sp.1997.44.2.03x0221m.
- [123] HEFFNER K. & SOLGA B. (1999). Praca w RFN i migracje polsko-niemieckie a rozwój regionalny Śląska. *Opolskiego, Opole*.
- [124] HEFFNER K. & SOLGA B. (2016). Migracje zagraniczne jako czynnik sprawczy rozwoju regionów w Polsce, *Studia Migracyjne – Przegląd Polonijny*, z. 3 (161)/2016, 149–164.
- [125] HENSEL P. & GLINKA B. (2012). Teoria ugruntowana. Badania jakościowe. *Podejścia i teorie*, 1, 89–113.
- [126] HERMES K. & LEICHT R. (2010). Scope and Characteristics of Immigrant Entrepreneurship in Europe, Department of Environment and Geography, Macquarie University, NSW 2109, Australia, Institute for Small Business Research, University of Mannheim, 68131 Mannheim, Germany, 1–22.
- [127] HIEBERT D. (2003). Canada: a false consensus. Immigrant entrepreneurs: Venturing abroad in the age of globalization, 39–60.
- [128] HIEBERT D. (2008). Big potential, small reward? Business Class immigration to Canada, *Migrações Journal – Special Issue on Immigrant, Entrepreneurship*, n. 3, Lisbon: ACIDI, 31–47.
- [129] HIMMELFARB H.S., LOAR R.M. & MOTT S.H. (1983). Sampling by Ethnic Surnames – the Case of American-Jews. *Public Opinion Quarterly*, 47(2), 247–260. doi:10.1086/268783.
- [130] HUNT J. & GAUTHIER-LOISELLE M. (2010). How Much Does Immigration Boost Innovation? *American Economic Journal-Macroeconomics*, 2(2), 31–56. doi:10.1257/mac.2.2.31.

- [131] JASIŃSKA-BILICZAK A. (2015). Problem samozatrudnienia – rola i miejsce mikroprzedsiębiorstw w gospodarce regionalnej. *Barometr Regionalny. Analizy i Prognozy*, 13(4), 75–80.
- [132] JENSSEN J.I. & KRISTIANSEN S. (2004). Sub-cultures and entrepreneurship: The value of social capital in Tanzanian business. *The Journal of Entrepreneurship*, 13(1), 1–27.
- [133] JONES T., RAM M. & THEODORAKOPOULOS N. (2010). Transnationalism as a Force for Ethnic Minority Enterprise? The Case of Somalis in Leicester. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34(3), 565–585. doi:10.1111/j.1468-2427.2010.00913.x.
- [134] KAPUR D. (2010). *Diaspora, Development, and Democracy: The Domestic Impact of International Migration from India*. Princeton University Press.
- [135] KARL U. & TORRES S. (2015). *Ageing in contexts of migration*: Routledge.
- [136] KARPACZ J. (2011). Kreatywność przedsiębiorców jako determinanta poszukiwania szans. *Przegląd Organizacji* (1), 8–11.
- [137] KERR W.R. (2008). Ethnic scientific communities and international technology diffusion. *The Review of Economics and Statistics*, 90(3), 518–537.
- [138] KIM D.Y. (2006). Stepping-stone to intergenerational mobility? The springboard, safety net, or mobility trap functions of Korean immigrant entrepreneurship for the second generation. *International Migration Review*, 40(4), 927–962. doi:10.1111/j.1747-7379.2006.00049.x.
- [139] KIM K.C. & HURH W.M. (1985). Ethnic Resources Utilization of Korean Immigrant Entrepreneurs in the Chicago Minority Area. *International Migration Review*, 19(1), 82–111. doi:10.2307/2545657.
- [140] KIRZNER I.M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60–85.
- [141] KLINCEWICZ K., ŻEMIGAŁA M. & MIJAL M. (2012). *Bibliometria w zarządzaniu technologiami i badaniami naukowymi*. Warszawa: MNiSW.
- [142] KLOOSTERMAN R.C. (2003). Creating opportunities. Policies aimed at increasing openings for immigrant entrepreneurs in the Netherlands. *Entrepreneurship and Regional Development*, 15(2), 167–181. doi:10.1080/0898562032000075159.
- [143] KLOOSTERMAN R.C. (2010). Matching opportunities with resources: A framework for analysing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(1), 25–45. doi:10.1080/08985620903220488.

- [144] KLOOSTERMAN R., Van Der LEUN J. & RATH J. (1999), Mixed Embeddedness: (In)formal Economic Activities and Immigrant Businesses in the Netherlands. *International Journal of Urban and Regional Research*, 23: 252–266. doi:10.1111/1468-2427.00194.
- [145] KLOOSTERMAN R. & RATH J. (2003). *Immigrant entrepreneurs: Venturing abroad in the age of globalization*: Oxford/New York: Berg/University of New York Press 18597363439781859736340.
- [146] KONECKI K. (2000). *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*. Warszawa: PWN.
- [147] KONECKI K. (2007). Działanie przedsiębiorcze. Auto-praca nad tożsamością a społeczny proces konstruowania motywacji do działania przedsiębiorczego. W kręgu socjologii interpretatywnej. *Badania jakościowe nad tożsamością*, pod red. J. Leońskiego, U. Kozłowskiej. Szczecin: Uniwersytet Szczeciński–Economicus, 72–115.
- [148] KONING J. & VERVER M. (2013). Historicizing the “ethnic” in ethnic entrepreneurship: The case of the ethnic Chinese in Bangkok. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(5–6), 325–348. doi:10.1080/08985626.2012.729090.
- [149] KONTOS M. (2003). Self-employment policies and migrants’ entrepreneurship in Germany. *Entrepreneurship and Regional Development*, 15(2), 119–135. doi:10.1080/0898562032000075131.
- [150] KOVÁLY K. & ČERMÁKOVÁ D. (2016). The role of social capital in economic life of the Ukrainian entrepreneurs in Czechia. *AUC Geographica*, 51(2), 135–144.
- [151] KRITIKOS A.S. (2014). Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth, *IZA World of Labor*, 1–10.
- [152] KUBICIEL-LODZIŃSKA S., MAJ J., BĘBENEK P. (2018). *Przedsiębiorczość imigrantów przewagą konkurencyjną województwa opolskiego. Raport z badań*, Opole.
- [153] KUBICIEL-LODZIŃSKA S., MAKOLSKA-FRANKOWSKA I. (2016). Stabilizacja zasobów pracy w województwie opolskim w kontekście wyzwań demograficznych – podejmowane działania, [w:] *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, nr 258, Katowice, s. 123–124.
- [154] KUCIŃSKI K. (2010). *Metodologia nauk ekonomicznych: dylematy i wyzwania*: Difin.
- [155] KUSHNIROVICH N. (2015). Economic Integration of Immigrant Entrepreneurs. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 3(3), 9–27. doi:10.15678/eber.2015.030302.

- [156] LASSALLE P. & SCOTT J.M. (2018). Breaking-out? A reconceptualisation of the business development process through diversification: the case of Polish new migrant entrepreneurs in Glasgow. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 44(15), 2524–2543. doi:10.1080/1369183x.2017.1391077.
- [157] LE A.T. (2000). The determinants of immigrant self-employment in Australia. *International Migration Review*, 34(1), 183–214. doi: 10.2307/2676017.
- [158] LEE N. & NATHAN M. (2010). Knowledge workers, cultural diversity and innovation: evidence from London. *International Journal of Knowledge-Based Development*, 1(1–2), 53–78.
- [159] LEICHT R. & WELTER F. (2009). *Selbständig integriert?: Studie zum Gründungsverhalten von Frauen mit Zuwanderungsgeschichte in Nordrhein-Westfalen*, [w:] Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen.
- [160] LEICHT R., Di BELLA J., LANGHAUSER M., LEISS M., PHILIPP R., WERNER L., VOLKERT M., BERWING S., TUR CASTELLÓ J. (2012). *Schöpferische Kraft der Vielfalt: Zugewanderte und ihre Unternehmen*. Mannheim.
- [161] LETA-LEROUX M. (2019). Entrepreneurial Orientation of Academic Spin-Offs: Statistical Correlations. *Problemy Zarządzania*, 17(1 (81) Contemporary Entrepreneurship in Research and Practice: Multiple Dimensions and Contexts for Entrepreneurial Activity, 179–211.
- [162] LEUNG M.W.H. (2003). Beyond Chinese, beyond food: unpacking the regulated Chinese restaurant business in Germany. *Entrepreneurship and Regional Development*, 15(2), 103–118. doi: 10.1080/0898562032000075140.
- [163] LEVER J. & MILBOURNE P. (2014). Migrant workers and migrant entrepreneurs: changing established/outsider relations across society and space? *Space and Polity*, 18(3), 255–268.
- [164] LEVIE J. (2007). Immigration, in-migration, ethnicity and entrepreneurship in the United Kingdom. *Small Business Economics*, 28(2–3), 143–169.
- [165] LEVIE J. & SMALLBONE D. (2009). Immigration, ethnicity and entrepreneurial behavior. *Perspectives on entrepreneurship*, 1, 157–180.
- [166] LI C.G., ISIDOR R., DAU L.A. & KABST R. (2018). The More the Merrier? Immigrant Share and Entrepreneurial Activities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(5), 698–733. doi:10.1111/etap.12277.
- [167] LI P.S. (2001). Immigrants' propensity to self-employment: Evidence from Canada. *International Migration Review*, 35(4), 1106–1128.

- [168] LICHNIAK I. (2009). *Nauka o przedsiębiorstwie*. Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa.
- [169] LIGHT I. & GOLD S. (2000). *Ethnic economies*, Emerald Group Publishing Limited.
- [170] LIN D.M., ZHENG W., LU J.Y., LIU X.H. & WRIGHT M. (2019). Forgotten or not? Home country embeddedness and returnee entrepreneurship. *Journal of World Business*, 54(1), 1–13. doi:10.1016/j.jwb.2018.08.003.
- [171] LISIŃSKI M. (2013). Współczesne problemy rozwoju metodologii nauk o zarządzaniu. *Zarządzanie i Finanse*, 1(4), 163–172.
- [172] LOFLAND J., SNOW D.A., ANDERSON L. & LOFLAND L.H. (2009). *Analiza układów społecznych. Przewodnik metodologiczny po badaniach jakościowych*, Scholar.
- [173] LOFSTROM M. (2014). Immigrants and entrepreneurship. *IZA World of Labor*, 1–10.
- [174] MASÁROVÁ T. & HANČOVSKÁ E. (2016). Entrepreneurship as a Part of Economic Integration of Migrants. *Economics, Management Law: Problems of Establishing and Transformation*, 8.
- [175] MATUSIAK K.B. (2006). *Rozwój systemów wsparcia przedsiębiorczości: przesłanki, polityka i instytucje*: Łódź.
- [176] MAWSON S. & KASEM L. (2019). Exploring the entrepreneurial intentions of Syrian refugees in the UK. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(5), 1128–1146. doi:10.1108/ijeb-02-2018-0103.
- [177] MAYER S.D., HARIMA A. & FREILING J. (2015). Network Benefits for Ghanaian Diaspora and Returnee Entrepreneurs. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 3(3), 95–121. doi:10.15678/eber.2015.030306.
- [178] MAZUR Z. & ORŁOWSKA A. (2018). Jak zaplanować i przeprowadzić systematyczny przegląd literatury. *Polskie Forum Psychologiczne*, 25(2), 235–251.
- [179] MAZZUCATO V. & SCHANS D. (2011). Transnational Families and the Well-Being of Children: Conceptual and Methodological Challenges. *Journal of Marriage and Family*, 73(4), 704–712. doi:10.1111/j.1741-3737.2011.00840.x.
- [180] MCKAY S. & SNYDER P. (2008). Methodological challenges in researching the working experiences of refugees and recent migrants. In *Refugees Recent Migrants and Employment: Challenging Barriers and Exploring Pathways* (pp. 35–52).

- [181] McLAUGHLIN R.H. & ALFARO-VELCAMP T. (2015). The vulnerability of immigrants in research: Enhancing protocol development and ethics review. *Journal of Academic Ethics*, 13(1), 27–43.
- [182] McQUAID J., SMITH-DOERR L. & MONTI Jr, D.J. (2010). Expanding entrepreneurship: female and foreign-born founders of New England biotechnology firms. *American Behavioral Scientist*, 53(7), 1045–1063.
- [183] MEISTER A.D. & MAUER R. (2019). Understanding refugee entrepreneurship incubation – an embeddedness perspective. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(5), 1065–1092. doi:10.1108/ijebr-02-2018-0108.
- [184] MIERA F. (2008). Transnational strategies of Polish migrant entrepreneurs in trade and small business in Berlin. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 34(5), 753–770. doi:10.1080/13691830802106010.
- [185] MILUTINOVIC S. (2017). Chinese transnational entrepreneurs in Budapest and Belgrade: seeking markets, carrying globalization, [w:] *Transnational Ties* (pp. 91–106): Routledge.
- [186] MIN P.G. & BOZORGMEHR M. (2000). Immigrant entrepreneurship and business patterns: A comparison of Koreans and Iranians in Los Angeles. *International migration review*, 34(3), 707–738.
- [187] MINGHUAN L. (2010). *‘We Need Two Worlds’: Chinese Immigrant Associations in a Western Society*: Amsterdam University Press.
- [188] MISKIMEN T., MARIN H. & ESCOBAR J. (2003). Psychopharmacological research ethics: special issues affecting US ethnic minorities. *Psychopharmacology*, 171(1), 98–104.
- [189] MOHAMOUD A. & FORMSON-LORIST C. (2014). Diaspora and Migrant Entrepreneurs as Social and Economic Investors in Homeland Development. *Migration and Development Civil Society Network (MADE)*.
- [190] MOMO A.M. & UKPERE W.I. (2011). The economic and logistic benefits of online business registration for Congolese immigrants in Cape Town. *African Journal of Business Management*, 5(14), 5994–6004.
- [191] MOON Z.K., FARMER F.L., MILLER W.P. & ABREO C. (2014). Identification and Attenuation of Barriers to Entrepreneurship Targeting New Destination Latino Migrants. *Economic Development Quarterly*, 28(1), 61–72. doi:10.1177/0891242413513495.
- [192] MORA M.T. & DAVILA A. (2005). Ethnic group size, linguistic isolation, and immigrant entrepreneurship in the USA. *Entrepreneurship and Regional Development*, 17(5), 389–404. doi:10.1080/08985620500275612.
- [193] MULLINGS B. (2011). Diaspora strategies, skilled migrants and human capital enhancement in Jamaica. *Global Networks-a Journal of Transnational Affairs*, 11(1), 24–42. doi:10.1111/j.1471-0374.2010.00305.x.

- [194] MUNKEJORD M.C. (2017a). Becoming Spatially Embedded: Findings from a Study on Rural Immigrant Entrepreneurship in Norway. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 5(1), 111–130. doi:10.15678/eber.2017.050107.
- [195] MUNKEJORD M.C. (2017b). Immigrant entrepreneurship contextualised: Becoming a female migrant entrepreneur in rural Norway. *Journal of Enterprising Communities-People and Places of Global Economy*, 11(2), 258–276. doi:10.1108/jec-05-2015-0029.
- [196] MÜNZ R., STRAUBHAAR T., VADEAN F.P. & VADEAN N. (2007). What are the migrants' contributions to employment and growth? A European approach. *Migration Research Group*, 1–36.
- [197] NAWOJCZYK M. (2009). *Przedsiębiorczość: o trudnościach w aplikacji teorii*: Zakład Wydawniczy NOMOS.
- [198] NEL P. & ABDULLAH M. (2015). An exploratory study of Immigrant entrepreneurs in Malaysia regarding their business success and prospects in the small retail business sector, *Asia Pacific Journal of Business and Management*, Volume 6(1/2), 18–31.
- [199] NESTOROWICZ J. (2013). Do Networks Do the Works? Towards Recognising (and Solving) a Migration-Entrepreneurship Conundrum. *Central and Eastern European Migration Review*, Vol. 2, No. 2, 5–19.
- [200] NEVILLE F., ORSER B., RIDING A. & JUNG O. (2014). Do young firms owned by recent immigrants outperform other young firms? *Journal of Business Venturing*, 29(1), 55–71. doi:10.1016/j.jbusvent.2012.10.005.
- [201] NIEBUHR A. (2006). Migration and innovation: Does cultural diversity matter for regional R&D activity, (IAB Discussion Paper: Beiträge zum wissenschaftlichen Dialog aus dem Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, 14/2006). Nürnberg: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit (IAB). de:0168-ssoar-317959.
- [202] NIEDBALSKI J. (2016). Dylematy etyczne i problemy metodologiczne warsztatu badacza – rozważania na przykładzie badań prowadzonych w środowisku osób z niepełnosprawnością intelektualną oraz niepełnosprawnością fizyczną. *Studia Humanistyczne AGH (od 2012)*, 15(4), 35–51.
- [203] NIJKAMP P., SAHIN M. & BAYCAN-LEVENT T. (2010). Migrant Entrepreneurship and New Urban Economic Opportunities: Identification of Critical Success Factors by Means of Qualitative Pattern Recognition Analysis. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 101(4), 371–391. doi:10.1111/j.1467-9663.2009.00546.x.

- [204] NUSSBAUM M.C. (2009). *Hiding from humanity: Disgust, shame, and the law*: Princeton University Press.
- [205] NYÍRI P. (2003). Chinese Migration to Eastern Europe. *International Migration*, 41(3), 239–265.
- [206] Organizacje uczące się. Model dla administracji publicznej. (2012). Red. K. Olejniczak. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.
- [207] ORŁOWSKA A., MAZUR Z. & ŁAGUNA M. (2017). Systematyczny przegląd literatury: Na czym polega i czym różni się od innych przeglądów? *Ogrody Nauk i Sztuk* (7), 350–363.
- [208] PASIKOWSKI S. (2015). Granice teoretycznego nasycenia. *Rocznik Lubuski*, 41(1), 33–40.
- [209] PATEL P.C. & CONKLIN B. (2009). The Balancing Act: The Role of Transnational Habitus and Social Networks in Balancing Transnational Entrepreneurial Activities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(5), 1045–1078. doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00334.x.
- [210] PÉCOUD A. (2003). Self-employment and immigrants' incorporation: the case of Turks in Germany. *Immigrants & Minorities*, 22(2–3), 247–261.
- [211] PEDRINI M., BRAMANTI V. & CANNATELLI B. (2016). The impact of national culture and social capital on corporate social responsibility attitude among immigrants entrepreneurs. *Journal of Management & Governance*, 20(4), 759–787. doi:10.1007/s10997-015-9327-z.
- [212] PISANI M.J., GUZMAN J.M., RICHARDSON C., SEPULVEDA C. & LAULIE L. (2017). “Small business enterprises and Latino entrepreneurship: An enclave or mainstream activity in South Texas?”. *Journal of International Entrepreneurship*, 15(3), 295–323. doi:10.1007/s10843-017-0203-6.
- [213] PITTAWAY E., BARTOLOMEI L. & HUGMAN R. (2010). ‘Stop stealing our stories’: The ethics of research with vulnerable groups. *Journal of Human Rights Practice*, 2(2), 229–251.
- [214] PORTES A. (1981). 13 Modes of Structural Incorporation and Present Theories of Labor Immigration. *International Migration Review*, 15(1_suppl), 279–297.
- [215] PORTES A., HALLER W.J. & GUARNIZO L.E. (2002). Transnational entrepreneurs: An alternative form of immigrant economic adaptation. *American Sociological Review*, 67(2), 278–298. doi:10.2307/3088896.
- [216] PORTES A. & YIU J. (2013). Entrepreneurship, transnationalism, and development. *Migration Studies*, 1(1), 75–95.
- [217] PRATT M.G. (2009). For the Lack of a Boilerplate: Tips on Writing Up (and Reviewing) Qualitative Research. *Academy of Management Journal*, 52(5), 856–862. doi:10.5465/amj.2009.44632557.

- [218] PRUTHI S. (2014). Social ties and venture creation by returnee entrepreneurs. *International Business Review*, 23(6), 1139–1152. doi:10.1016/j.ibusrev.2014.03.012.
- [219] PRUTHI S., BASU A. & WRIGHT M. (2018). Ethnic ties, motivations, and home country entry strategy of transnational entrepreneurs. *Journal of International Entrepreneurship*, 16(2), 210–243. doi:10.1007/s10843-017-0223-2.
- [220] QUAN R., FANG M.Y., ZHANG M. & SUN H. (2019). A dynamic dual model: The determinants of transnational migrant entrepreneurs' embeddedness in the UK. *Journal of Entrepreneurship Management and Innovation*, 15(2), 29–55. doi:10.7341/20191522.
- [221] RAFIQ M. (1992). Ethnicity and enterprise: A comparison of Muslim and non-Muslim owned Asian businesses in Britain. *New Community*, 19(1), 43–60.
- [222] RAHMAN M.M. (2018a). Beyond labour migration: The making of migrant enterprises in Saudi Arabia. *International Sociology*, 33(1), 86–106. doi:10.1177/0268580917745770.
- [223] RAHMAN M.M. (2018b). Development of Bangladeshi immigrant entrepreneurship in Canada. *Asian and Pacific Migration Journal*, 27(4), 404–430. doi:10.1177/0117196818810096.
- [224] RAHMAN M.Z., ULLAH F. & THOMPSON P. (2018). Challenges and issues facing ethnic minority small business owners: The Scottish experience. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 19(3), 177–193. doi:10.1177/1465750317753932.
- [225] RAIJMAN R. & TIENDA M. (2000). Immigrants' pathways to business ownership: A comparative ethnic perspective. *International Migration Review*, 34(3), 682–706. doi:10.2307/2675941.
- [226] RAIJMAN R. & TIENDA M. (2003). Ethnic foundations of economic transactions: Mexican and Korean immigrant entrepreneurs in Chicago. *Ethnic and Racial Studies*, 26:5, 783–801, DOI: 10.1080/0141987032000109032.
- [227] RAM M. (1997). Ethnic minority enterprise: an overview and research agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 3(3), 149–156.
- [228] RAM M. & SMALLBONE D. (2003). Policies to support ethnic minority enterprise: the English experience. *Entrepreneurship and Regional Development*, 15(2), 151–166. doi:10.1080/0898562032000075177.
- [229] RATH J. & KLOOSTERMAN R. (2000). Outsiders' business: A critical review of research on immigrant entrepreneurship. *International Migration Review*, 34(3), 657–681. doi:10.2307/2675940.

- [230] REN N. & LIU H. (2015). Traversing between transnationalism and integration: Dual embeddedness of new Chinese immigrant entrepreneurs in Singapore. *Asian and Pacific Migration Journal*, 24(3), 298–326. doi:10.1177/0117196815594719.
- [231] RIDDLE L., HRIVNAK G.A. & NIELSEN T.M. (2010). Transnational diaspora entrepreneurship in emerging markets: Bridging institutional divides. *Journal of International Management*, 16(4), 398–411.
- [232] RIVA E. & LUCCHINI M. (2015). The Effect of the Country of Birth of the Owner on Business Survival. Evidence from Milan Metropolitan Area, Italy. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 41(11), 1794–1814. doi:10.1080/1369183x.2015.1015971.
- [233] RODGERS P., VERSHININA N., WILLIAMS C.C. & THEODORA-KOPOULOS N. (2019). Leveraging symbolic capital: the use of blat networks across transnational spaces. *Global Networks-a Journal of Transnational Affairs*, 19(1), 119–136. doi:10.1111/glob.12188.
- [234] ROKITA-POSKART D. (2016). Educational migration and the labour market. *Czech Journal of Social Sciences Business and Economics*, 5(1), 6–18.
- [235] ROSENWAIKE I. (1994). Surname Analysis as a Means of Estimating Minority Elderly – An Application Using Asian Surnames. *Research on Aging*, 16(2), 212–227. doi:10.1177/0164027594162005.
- [236] RUEDA-ARMENGOT C. & PERIS-ORTIZ M. (2012). The emigrant entrepreneur: a theoretical framework and empirical approximation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(1), 99–118. doi:10.1007/s11365-010-0164-x.
- [237] SALAMANCA E. & ALCARAZ J. (2019). The rise of Mexican entrepreneurial migration to the United States: A mixed-embeddedness approach. *Thunderbird International Business Review*, 61(2), 197–215. doi:10.1002/tie.22014.
- [238] SANDBERG S., IMMONEN R. & KOK S. (2019). Refugee entrepreneurship: taking a social network view on immigrants with refugee backgrounds starting transnational businesses in Sweden. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 36(1–2), 216–241.
- [239] SASSEN S. (1988). *The mobility of capital and labor*. Cambridge University, Cambridge.
- [240] SAXENIAN A. (2002). Silicon valley's new immigrant high-growth entrepreneurs. *Economic Development Quarterly*, 16(1), 20–31. doi: 10.1177/0891242402016001003.

- [241] SAXENIAN A. (2007). *The new argonauts: Regional advantage in a global economy*: Harvard University Press.
- [242] SCHUMPETER J.A., GRZYWICKA J. & GÓRSKI J. (1960). *Teoria rozwoju gospodarczego*: Państwowe Wydaw. Naukowe.
- [243] SELMER J., MCNULTY Y., LAURING J. & VANCE C. (2018). Who is an expat-preneur? Toward a better understanding of a key talent sector supporting international entrepreneurship. *Journal of International Entrepreneurship*, 16(2), 134–149. doi:10.1007/s10843-017-0216-1.
- [244] SEŁK M. (2015). Dobór próby przy pomocy metody kuli śnieżkowej (snowball sampling). *Praktyki badawcze*, Warszawa.
- [245] SHAMOO A.E. & RESNIK D.B. (2009). *Responsible conduct of research*: Oxford University Press.
- [246] SHANE S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, 11(4), 448–469. doi:10.1287/orsc.11.4.448.14602.
- [247] SHANE S.A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*: Edward Elgar Publishing.
- [248] SHINNAR R.S. & YOUNG C.A. (2008). Hispanic immigrant entrepreneurs in the Las Vegas metropolitan area: Motivations for entry into and outcomes of self-employment. *Journal of Small Business Management*, 46(2), 242–262. doi:10.1111/j.1540-627X.2008.00242.x.
- [249] SHINNAR R.S. & NAYIR D.Z. (2019). Immigrant Entrepreneurship in an Emerging Economy: The Case of Turkey. *Journal of Small Business Management*, 57(2), 559–575. doi:10.1111/jsbm.12408.
- [250] SHNEIKAT B. & ALRAWADIEH Z. (2019). Unraveling refugee entrepreneurship and its role in integration: empirical evidence from the hospitality industry. *Service Industries Journal*, 39(9–10), 741–761. doi: 10.1080/02642069.2019.1571046.
- [251] SINGER S., AMORÓS J.E. & MOSKA D. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2014 global report*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, London.
- [252] SMART A. & HSU J.-Y. (2004). The Chinese diaspora, foreign investment and economic development in China. *The Review of International Affairs*, 3(4), 544–566.
- [253] SOLGA B. (2002). Migracje polsko-niemieckie i ich konsekwencje społeczno-ekonomiczne na obszarach wiejskich Śląska Opolskiego, Opole.
- [254] SOLGA B. (2016). Polityka migracyjna Polski i jej regionalny wymiar, *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, nr 290.

- [255] SOLGA B. & KUBICIEL-LODZINSKA S. (2017). Poland: immigration instead of emigration. Transformation of the mobility model. *Vision 2020: Sustainable Economic Development, Innovation Management, and Global Growth*, Vols I-Ix, 2017, 797–810.
- [256] SOMMER E. & GAMPER M. (2018). Transnational entrepreneurial activities: A qualitative network study of self-employed migrants from the former Soviet Union in Germany. *Social Networks*, 53, 136–147. doi:10.1016/j.socnet.2017.04.007.
- [257] SOYDAS Y. & ALETI T. (2015). Immigrant and second-generation Turkish entrepreneurs in Melbourne Australia A qualitative investigation of entrepreneurial motivations. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 21(2), 154–174. doi:10.1108/ijebr-11-2013-0185.
- [258] STEVENSON H. (1990). H. et Jarillo JM, A paradigm of entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 11, 17–27.
- [259] STOYANOV S., WOODWARD R. & STOYANOVA V. (2018). The Embedding of Transnational Entrepreneurs in Diaspora Networks: Leveraging the Assets of Foreignness. *Management International Review*, 58(2), 281–312. doi:10.1007/s11575-017-0336-9.
- [260] STRAUSS A. (1987). *Qualitative analysis for social scientists*: Cambridge University Press.
- [261] STRAUSS A. & CORBIN J. (1994). Grounded theory methodology. *Handbook of qualitative research*, 17, 273–285.
- [262] STRAUSS A. & CORBIN J.M. (1997). *Grounded theory in practice*: Sage.
- [263] SYRETT S. & KELES J.Y. (2019). Diasporas, agency and enterprise in settlement and homeland contexts: Politicised entrepreneurship in the Kurdish diaspora. *Political Geography*, 73, 60–69. doi:10.1016/j.polgeo.2019.05.008.
- [264] SZANCIŁO T. (2005). Przedsiębiorca w prawie polskim. *Przegląd prawa handlowego*, nr 3, 4–12.
- [265] SZARUCKI M., BRZOZOWSKI J. & STANKEVICIENE J. (2016). Determinants of self-employment among Polish and Romanian immigrants in Germany. *Journal of Business Economics and Management*, 17(4), 598–612. doi:10.3846/16111699.2016.1202313.
- [266] SZEWCZUK-STĘPIEŃ M., KLEMENS B. (2019), Essence and role of co-operation in regional development. RIS3 case study, *Quality – Access to Success 20(S1)*: 463–468.

- [267] SCHILLER N.G., BASCH L. & BLANC C.S. (1995). From immigrant to transmigrant – theorizing transnational migration. *Anthropological Quarterly*, 68(1), 48–63. doi:10.2307/3317464.
- [268] TAJEDDIN M., EMAMI A. & RASTGAR A.A. (2018). Social Networks of Immigrant Entrepreneurs in Media Industry: The Case of Iranian Immigrants in Canada. *Competitiveness in Emerging Markets: Market Dynamics in the Age of Disruptive Technologies*, 123–144. doi:10.1007/978-3-319-71722-7_8.
- [269] TEIXEIRA C., LO L. & TRUELOVE M. (2007). Immigrant entrepreneurship, institutional discrimination, and implications for public policy: a case study in Toronto. *Environment and Planning C-Government and Policy*, 25(2), 176–193. doi:10.1068/c18r.
- [270] TERJESEN S. & ELAM A. (2009). Transnational Entrepreneurs' Venture Internationalization Strategies: A Practice Theory Approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(5), 1093–1120. doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00336.x.
- [271] TIMMONS J.A. (1999). *New Venture Creation: Entrepreneurship in the 21st centuries*. Homewood, IL.
- [272] TONGA D. (2014). A Qualitative Study on the Prospective Social Studies Teachers' Role-Model Preferences. *Online Submission*, 6(1), 94–101.
- [273] TUNG R.L., CHUNG H.F., WONG L. & PRIMECZ H. (2011). Chinese migrant entrepreneurs in Budapest: changing entrepreneurial effects and forms. *Journal of Asia Business Studies*, Vol. 5 No. 1, 61–76. doi: 10.1108/155878911111100804.
- [274] UHEREK Z. & BERANSKÁ V. (2015). Pavlivka iodine spring water: transnational entrepreneurship in post-transition contexts. w: *Rethinking Ethnography in Central Europe* (pp. 75–88): Springer.
- [275] VALE M. & CARVALHO L. (2013). Knowledge Networks and Processes of Anchoring in Portuguese Biotechnology. *Regional Studies*, 47(7), 1018–1033. doi:10.1080/00343404.2011.644237.
- [276] Van DELFT H., GORTER C. & NIJKAMP P. (2000). In search of ethnic entrepreneurship opportunities in the city: a comparative policy study. *Environment and Planning C-Government and Policy*, 18(4), 429–451. doi:10.1068/c9873.
- [277] VANDOR P. & FRANKE N. (2016). See Paris and ... found a business? The impact of cross-cultural experience on opportunity recognition capabilities. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 388–407. doi:10.1016/j.jbusvent.2016.03.003.

- [278] VERSHININA N., RODGERS P., McADAM M. & CLINTON E. (2019). Transnational migrant entrepreneurship, gender and family business. *Global Networks*, 19(2), 238–260. doi:10.1111/glob.12225
- [279] VERTOVEC S. (2010). Conceiving and researching transnationalism. *Selected Studies in International Migration and Immigrant Incorporation*, 91–109.
- [280] VILLARES-VARELA M. (2017). “Not helping out”: classed strategies of the (non) contribution of children in immigrant family businesses. *Ethnic and Racial Studies*, 40(10), 1758–1775. doi:10.1080/01419870.2016.1206591.
- [281] VILLARES-VARELA M., RAM M. & JONES T. (2018). Bricolage as Survival, Growth and Transformation: The Role of Patch-Working in the Social Agency of Migrant Entrepreneurs. *Work Employment and Society*, 32(5), 942–962. doi:10.1177/0950017018768203.
- [282] VINOGRADOV E. (2011). Ethical aspects of research on ethnic/immigrant entrepreneurship. *Entrepreneurship Research Journal*, 1(3), 1–25.
- [283] VINOGRADOV E. & JORGENSEN E.J.B. (2017). Differences in international opportunity identification between native and immigrant entrepreneurs. *Journal of International Entrepreneurship*, 15(2), 207–228. doi:10.1007/s10843-016-0197-5.
- [284] VINOGRADOV E. & KOLVEREID L. (2010). Home country national intelligence and self-employment rates among immigrants in Norway. *Intelligence*, 38(1), 151–159.
- [285] VOLERY T. (2007). Ethnic entrepreneurship: a theoretical framework. *Handbook of research on ethnic minority entrepreneurship*, Leo-Paul Dana, 1, 30–4.
- [286] WACH K. (2015). Przedsiębiorczość seniorów jako komponent przedsiębiorczości inkluzywnej: wstępna synteza. *Horyzonty Wychowania*, 14(32), 99–112.
- [287] WADHWA V., SAXENIAN A., FREEMAN R.B. & SALKEVER A. (2009). Losing the world’s best and brightest: America’s new immigrant entrepreneurs, part V. Part V (March 19, 2009).
- [288] WADHWA V., SAXENIAN A., RISSING B. & GEREFFI G. (2007). America’s new immigrant entrepreneurs. Kauffman Foundation report.
- [289] WALDINGER R. (1993). The ethnic enclave debate revisited. *International Journal of Urban and Regional Research*, 17(3), 444–452.
- [290] WALDINGER R.D., ALDRICH H. & WARD R. (1990). *Ethnic entrepreneurs: Immigrant business in industrial societies (Vol. 1)*: Sage Publications, Inc.

- [291] WALSH K. & O'SHEA E. (2010). The role of migrant care workers in ageing societies: report on research findings in the United Kingdom, Ireland, Canada and the United States, International Organization for Migration (IOM).
- [292] WALTON-ROBERTS M. & HIEBERT D. (1997). Immigration, entrepreneurship, and the family: Indo-Canadian enterprise in the construction industry of Greater Vancouver. *Canadian Journal of Regional Science*, 20(1), 119–140.
- [293] WANG Y.R. & WARN J. (2019). Break-out strategies of Chinese immigrant entrepreneurs in Australia. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 25(2), 217–242. doi:10.1108/ijebr-03-2017-0108.
- [294] WAUTERS B. & LAMBRECHT J. (2006). Refugee entrepreneurship in Belgium: Potential and practice. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(4), 509–525.
- [295] WEI H. (2013). An empirical study on the determinants of international student mobility: a global perspective. *Higher Education*, 66(1), 105–122.
- [296] WILLIAMS A.M. & BALÁŽ V. (2005). Winning, then losing, the battle with globalization: Vietnamese petty traders in Slovakia. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29(3), 533–549.
- [297] WILLIAMS N. (2018). Mobilising diaspora to promote homeland investment: The progress of policy in post-conflict economies. *Environment and Planning C-Politics and Space*, 36(7), 1256–1279. doi:10.1177/2399654417752684.
- [298] WILPERT C. (2003). Germany: from workers to entrepreneurs. *Immigrant Entrepreneur, Venturing Abroad in the Age of Globalisation*, Berg, Oxford, 233–260.
- [299] WOLFF E.N. (2000). Recent trends in wealth ownership, 1983–1998. *Jerome Levy Economics Institute Working Paper* (300).
- [300] WŚCIUBIAK Ł. (2014). Przedsiębiorczość jako odpowiedź na narastającą turbulencję otoczenia współczesnych przedsiębiorstw. *Przedsiębiorczość-Edukacja*, 10, 47–58.
- [301] XAVIER S.R., KELLEY D., KEW J., HERRINGTON M. & VORDE-RWÜLBECKE A. (2013). Global entrepreneurship monitor 2012 global report. *GEM Consortia*, 1–13.
- [302] YANG C., COLARELLI S.M., HAN K. & PAGE R. (2011). Start-up and hiring practices of immigrant entrepreneurs: An empirical study from an evolutionary psychological perspective. *International Business Review*, 20(6), 636–645. doi:10.1016/j.ibusrev.2011.02.016.

- [303] ZBIEROWSKI P., BRZOZOWSKA A. & GOJNY-ZBIEROWSKA M. (2019). Well-Being of Immigrant Entrepreneurs in Their Entrepreneurial Life. *Problemy Zarządzania*, 17(1), 212–238.
- [304] ZHANG Z. & CHUN D. (2018). Becoming entrepreneurs: how immigrants developed entrepreneurial identities. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(5), 947–970. doi:10.1108/ijebr-07-2016-0214.
- [305] ZHOU M. & LIU H. (2014). Transnational entrepreneurship and immigrant integration: New Chinese immigrants in Singapore and the United States. In *Immigration and work* (pp. 169–201): Emerald Group Publishing Limited.
- [306] ZHOU M. & LIU H. (2015). Transnational Entrepreneurship and Immigrant Integration: New Chinese Immigrants in Singapore and the United States. In J. A. Vallejo (Ed.), *Immigration and Work* (Vol. 27, pp. 169–201). Bingley: Emerald Group Publishing Ltd.
- [307] ZIMMERMANN K.F. (2007). The economics of migrant ethnicity. *Journal of Population Economics*, 20(3), 487–494.
- [308] ZOLIN R., CHANG A., YANG X.H. & HO E.Y.H. (2016). Social Capital or Ethnic Enclave Location? A Multilevel Explanation of Immigrant Business Growth. *Thunderbird International Business Review*, 58(5), 453–463. doi:10.1002/tie.21754.
- [309] ZUBAIR M. & BRZOZOWSKI J. (2018). Entrepreneurs from recent migrant communities and their business sustainability. *Sociologica*, 12(2), 57–72.
- [310] ZYGMUNT J. (2015), *Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju regionalnego na przykładzie województwa opolskiego*, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, nr 393, 184192.
- [311] ZYGMUNT A. (2017), *Enhancing Polish firms' innovation activities in comparison to the other Moderate Innovators countries*, *Institute of Economic Research Working Papers*, no. 150, 1–11.

Źródła internetowe

1. Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2017, Warszawa 2017, s. 76, <https://www.paih.gov.pl/publikacje/wojewodztwa> [19.02.2020].
2. Centre for Entrepreneurs – CfE (2014), *Migrant Entrepreneurs: Building our Businesses creating our Jobs*, Report by Centre for Entrepreneurs and DueDil, London. <https://centforentrepreneurs.org/cfe-research/creating-our-jobs/> [20.02.2020].

3. Eurostat (2019), Migrant integration – self-employed persons; <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/DDN-20190607-1> [30.04.2020].
4. Migracje zagraniczne ludności. Stan i struktura demograficzno-społeczna. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011, Warszawa 2013, <https://stat.gov.pl/spisy-powszechnie/nsp-2011/nsp-2011-wyniki/migracje-zagraniczne-ludnosci-nsp-2011,13,1.html> [24.02.2020].
5. MRPiPS <http://psz.praca.gov.pl/rynek-pracy/statystyki-i-analizy/zatrudnianie-cudzoziemcow-w-polsce> [28.10.2019].
6. The Missing Entrepreneurs 2019. Policies for Inclusive Entrepreneurship, OECD/UE <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/3ed84801-en/index.html?itemId=/content/publication/3ed84801-en> [30.04.2020].
7. Struktura narodowo-etniczna, językowa i wyznaniowa ludności Polski. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011, Warszawa 2015, <https://stat.gov.pl/spisy-powszechnie/nsp-2011/nsp-2011-wyniki/struktura-narodowo-etniczna-jezykowa-i-wyznaniowa-ludnosci-polski-nsp-2011,22,1.html> [15.04.2020].
8. Komisja Europejska (2017). Kryzys migracyjny. Dostęp: <https://op.europa.eu/webpub/com/factsheets/migration-crisis/pl/> [10.09.2019].
9. OECD/European Union (2019), The Missing Entrepreneurs 2019: Policies for Inclusive Entrepreneurship, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/3ed84801-en> [14.04.2020].
10. OECD/European Union (2017), The Missing Entrepreneurs 2017: Policies for Inclusive Entrepreneurship, OECD Publishing, Paris. https://www.oecd-ilibrary.org/employment/the-missing-entrepreneurs-2017_9789264283602-en [16.03.2020].
11. OECD (2019), Glossary of statistical terms, <https://stats.oecd.org/glossary/> [12.11.2019].
12. OECD (2010), Open for Business: Migrant Entrepreneurship in OECD Countries, OECD Publishing https://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/open-for-business_9789264095830-en [16.03.2020].

Akty prawne

Kodeks Cywilny art. 55(1) Dz.U. 1964 nr 16, poz. 93.

Rozporządzenie Ministra Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 7 grudnia 2017 r. w sprawie wydawania zezwolenia na pracę cudzoziemca oraz wpisu oświadczenia o powierzeniu wykonywania pracy cudzoziemcowi do ewidencji oświadczeń (Dz.U. z 2017 r. poz. 2345).

- Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, Dz.U. z 2010, nr 220, poz. 1447, ze zm.
- Ustawa w zakresie swojej regulacji wdraża dyrektywę 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotyczącą usług na rynku wewnętrznym (Dz. Urz. UE L 376 z 27.12.2006, str. 36).
- Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej i Punkcie Informacji dla Przedsiębiorcy.
- Ustawa z dnia 13 października 1998 r. o systemie ubezpieczeń społecznych, Dz.U. z 2017 r. poz. 1778 z późn. zm.
- Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców Dz.U. 2018 poz. 646.

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ IMIGRANTÓW W POLSCE. PODEJŚCIA I WYZWANIA W PROWADZENIU BADAŃ

Streszczenie

Celem książki pt. „Przedsiębiorczość imigrantów w Polsce. Podejścia i wyzwania w prowadzeniu badań” jest przegląd najważniejszych zagadnień badawczych, problemów metodologicznych w zakresie realizacji badań nad przedsiębiorczością migrantów, próba dostosowania istniejących ram metodycznych i koncepcyjnych do polskiej specyfiki oraz uporządkowanie terminologii z zakresu przedsiębiorczości migrantów.

Mając świadomość interdyscyplinarności zagadnienia, jakim jest przedsiębiorczość migrantów monografię napisano z perspektywy głównie dwóch dyscyplin: ekonomii i finansów oraz nauk o zarządzaniu i jakości. W książce omówiono trudności z realizacją badań wśród migrantów prowadzących działalność gospodarczą – wynikających z przyczyn formalnych oraz pozaformalnych. Te pierwsze wynikają przede wszystkim z nieprecyzyjnych statystyk odnoszących się do przedsiębiorców – imigrantów, braku możliwości uzyskania danych osobowych respondenta, co uniemożliwia realizację reprezentatywnych badań ilościowych. W drugim przypadku konieczne jest zmierzenie się z ogromną nieufnością respondentów, która w wielu przypadkach utrudnia realizację badań jakościowych i wpływa na zakres danych uzyskiwanych podczas prowadzenia wywiadów pogłębionych.

Analizy oparto o doświadczenia Autorów zdobyte podczas realizacji terenowych badań jakościowych wśród imigrantów prowadzących działalność gospodarczą w województwie opolskim, których wyniki przedstawiono w niniejszej książce. Dotychczasowe badania realizowane były głównie w dużych miastach i ich okolicach, m.in. w Warszawie i Krakowie. Wyjątkowość zrealizowanego badania wynika z tego, że dotyczyło obszaru peryferyjnego i objęło cały region. Monografia stanowi więc, w pewnym zakresie, uzupełnienie dotychczasowej wiedzy w zakresie badań nad przedsiębiorczością migrantów w ujęciu regionalnym.

Niniejsza książka adresowana jest do badaczy, nauczycieli akademickich i studentów, jak również dla przedstawicieli instytucji samorządowych i rządowych. Przedstawiciele nauki odnajdą w niej podsumowanie najnowszych trendów badawczych, wskazówki dotyczące planowania i realizacji badań wśród przedsiębiorców migrantów. Praktycy i decydenci odnajdą w niej rekomendacje dla polityki, głównie na poziomie regionalnym, w tym m.in. konieczność większego zaangażowania instytucji otoczenia biznesu w zakresie działań przeznaczonych dla imigrantów prowadzących działalność gospodarczą.

**IMMIGRANT ENTREPRENEURSHIP IN POLAND.
APPROACHES AND CHALLENGES IN CONDUCTING RESEARCH**

Abstract

The aim of the book “Immigrant Entrepreneurship in Poland. Approaches and Challenges in Conducting Research” is an overview of the most important research issues, methodological problems in the field of research on migrant entrepreneurship, an attempt to adapt the existing methodological and conceptual framework to the Polish specificity and to organise the terminology of migrant entrepreneurship.

Being aware of the interdisciplinarity of the issue of migrant entrepreneurship, the monograph was written mainly from the perspective of two disciplines: economics and finance and management and quality sciences. The book discusses the difficulties in the implementation of the research among the migrants running a business – resulting from formal and non-formal reasons. The former result mainly from imprecise statistics relating to immigrant entrepreneurs, the lack of possibility to obtain the personal data of the respondent, which makes it impossible to carry out representative quantitative research. In the latter case, it is necessary to face the huge mistrust of respondents, which in many cases hinders the implementation of qualitative research and affects the scope of data obtained during the in-depth interviews.

The analyses are based on the authors’ experience gained during the implementation of qualitative field research among immigrants running their businesses in the Opole Voivodeship the results of which are presented in this book. So far, similar research has been carried out mainly in large cities and their surroundings, including Warsaw and Krakow. The uniqueness of the conducted research results from the fact that it concerned a peripheral area and covered the entire region. Therefore, to some extent, the monograph complements the existing knowledge in the field of research on entrepreneurship of migrants in the regional perspective.

This book is addressed to researchers, academic teachers and students, as well as representatives of local and government institutions. The representatives of science will find a summary of the latest research trends, guidelines for planning and implementation of research among migrant entrepreneurs. Practitioners and decision-makers will find in it policy recommendations, mainly at the regional level, including the need for greater involvement of business environment institutions in the activities aimed at migrants running a business.

Załącznik

Mapa umysłu (*mind map*) stworzona
z wykorzystaniem aplikacji MINDMEISTER

