Metode og videnskabsteori i erhvervsøkonomi

En guide til erhvervsøkonomi i SRP og andre flerfaglige sammenspil

*Erhvervsøkonomi kan nu sammen med et studieretningsfag på a-niveau indgå som fag i elevernes SRP. Denne tekst giver en indføring i de metodiske og videnskabsteorietiske overvejelser, som kendetegner netop faget erhvervsøkonomi. Omend denne artikel primært henvender sig til skrivning i SRP-sammenhænge, så kan den med fordel også anvendes i andre flerfaglige sammenspil – eksempelvis SSO og SOP. Ydermere findes der i slutningen af artiklen en kort guide til at skrive økonomisk og et udpluk af øvelser til eleverne.*

Indholdsfortegnelse

[Den videnskabelige basismodel 1](#_Toc64044571)

[Den videnskabelig basismodel i praksis 3](#_Toc64044572)

[Del 1. Spørgsmålet 3](#_Toc64044573)

[Potentielle problemstillinger 3](#_Toc64044574)

[Eksempler med samfundsfag 4](#_Toc64044575)

[Del 2. Hvordan gå til det? 5](#_Toc64044576)

[Teori 5](#_Toc64044577)

[Empiriske metoder 7](#_Toc64044578)

[Casemetoden 8](#_Toc64044579)

[Videnskabsteoretiske problemstillinger i erhvervsøkonomi 9](#_Toc64044580)

[Del 3. Hvorfor gøre det sådan? 11](#_Toc64044581)

[Del 4. Hvad kan gå galt? 12](#_Toc64044582)

[Validitet og reliabilitet 12](#_Toc64044583)

[Ideer til videre læsning 13](#_Toc64044584)

[EØ som skriftligt fag i SRP 14](#_Toc64044585)

[At skrive økonomisk 14](#_Toc64044586)

[At spørge økonomisk 14](#_Toc64044587)

[Træningsøvelser til elever 16](#_Toc64044588)

[Formuleringsøvelse – Anvendelse af fagbegreber og sproglig præcision 16](#_Toc64044589)

[Metodeøvelse - Udvælgelse af relevante modeller 17](#_Toc64044590)

[Skriveøvelse - virksomhedspræsentation 17](#_Toc64044591)

Den videnskabelige basismodel

Denne artikel handler om metode og videnskabsteori i erhvervsøkonomi. Formålet med artiklen er at belyse nogle af de metodiske og videnskabsteoretiske aspekter, der ligger til grund for de teorier, metoder og modeller, der anvendes i faget, og som typisk ville kunne danne grundlag for en flerfaglig opgave som eksempelvis SRP hvor erhvervsøkonomi indgår.

Erhvervsøkonomi adskiller sig fra andre fag ved at have fokus på virksomhederne. Det er virksomhederne, der er i centrum og deres samspil med omverdenen, som udgør fagets kerne. Viden om de teorier og metoder, der anvendes i erhvervsøkonomi har stor betydning, når eleverne skal skrive SRP, hvor erhvervsøkonomi indgår som det ene fag.

I bekendtgørelsen for SRP hedder det således:

* ”Eleverne skal kunne gøre sig metodiske og basale videnskabsteoretiske overvejelser i forbindelse med behandling af en kompleks faglig problemstilling”
* ”I fremlæggelsen og den efterfølgende samtale skal der indgå metodiske og basale videnskabsteoretiske overvejelser, som er relevante i forbindelse med projektets gennemførelse.”[[1]](#footnote-2)

Til at hjælpe eleverne med disse overvejelser anvendes den videnskabelige basismodel, da den danner grundlag for vejledningsprocessen på rigtig mange skoler rundt om i landet.[[2]](#footnote-3) Den videnskabelige basismodel kan anvendes før, under og efter en undersøgelse til at give et samlet overblik over sammenhængen mellem undersøgelsens formål, de anvendte metoder, og samt undersøgelsens styrker og svagheder. Derudover refereres til de 8 begrebspar, som forfatterne bag bogen *Vidensmønstre* fremfører som særligt velegnede til diskussioner af videnskabsteoretiske problemstillinger.[[3]](#footnote-4)

|  |
| --- |
| **Videnskabsteoretiske paradigmer: Positivisme, hermeneutik og socialkonstruktivisme**  Positivisme og hermeneutik er grundlæggende to forskellige erkendelsesteorier, dvs. opfattelser af, hvad viden er og kan være, samt hvordan den opnås.  *Positivisme* betyder kort fortalt, det, som positivt kan erfares. Kun det, som kan iagttages og efterprøves via videnskabelige undersøgelser – altså måles og vejes - kan kategoriseres som viden. Bag positivismen ligger en opfattelse af, at verden og virkeligheden eksisterer derude, og at vi kan gå ud og måle på den og få sand og sikker viden tilbage, og jo større grad af generaliserbarhed, desto mere sikker og sand anses denne viden for at være. Det er denne opfattelse af viden, der ligger til grund for kvantitative metoder; statistiske undersøgelser, meningsmålinger etc. Det er også den opfattelse af viden og videnskab, som kommer til udtryk i Løvens hule, når Jan Lehrmann kalder Online Marketing for en absolut videnskab: *”Det kanondejlige ved online markedsføring. Det er jo, at det er en absolut videnskab. Vi ved præcis, at når vi hælder en marketingkrone ind i den her ende, så kommer der det her ud i den anden ende, og så har vi tjent det her. Det er ikke længere en gættekonkurrence.”* Løven Hule – Velkommen til virkeligheden (4). DRTV. 09.09.2020 (29.20)  *Hermeneutik* er også en erkendelsesteori, som desværre ofte fejlagtig reduceres til fortolkningslære. Det er imidlertid langt fra hele sandheden om hermeneutik. Hermeneutikken udspringer af historismen og er præget af en del romantisk arvegods. Udover en cyklisk tidsopfattelse spiller evnen til fordybelse og forholdet mellem del og helhed en central rolle i forsøget på at opnå viden. Gennem indgående læsning og fortolkning af den enkelte tekst og dens enkelte dele og ikke mindst den kontekst, teksten er opstået i og indgår i, er det muligt at opnå en forståelse af helheden og forfatterens intention med teksten. Viden er med andre ord resultatet af en erkendelsesproces, hvor del og helhed, tekst og kontekst konstant spiller sammen, den såkaldte hermeneutiske spiral.  Hermeneutikken og positivismen er på mange måder modsætninger. Alligevel er de enige om, at der findes en verden uafhængigt af forskeren derude, og at det er muligt at opnå objektiv, sand og sikker viden om den. Det gælder også den sociale og bevidsthedsmæssige virkelighed. Det er denne opfattelse, som socialkonstruktivismen gør op med.  *Socialkonstruktivismen* tager udgangspunkt i, at den sociale virkelighed skabes og opretholdes i sociale praksisser gennem de ord, vi bruger til at forstå den sociale virkelighed og skabe mening med den. Det gælder også forskeren, som er medskaber af den virkelighed, de undersøger. Hvad vi forstår ved viden og sandhed, er noget der skabes og kun giver mening i bestemte sociale praksisser som fx samfundsvidenskab. Socialkonstruktivismen hviler således på en erkendelsesteoretisk relativisme. Fokus i metoder, som hviler på en socialkonstruktivisme, er typisk på, hvordan mennesker skaber mening med deres virkelighed, og ikke mindst hvordan magtrelationer fx omkring køn og identitet skabes og opretholdes gennem sproget i sociale praksisser. Næsten alle kvalitative metoder til kommunikationsanalyse og organisationsanalyse hviler på et socialkonstruktivistisk grundlag. |

Hermed er det kort beskrevet hvad viden er, og nu følger næste del, hvor det uddybes, hvordan yderligere viden skabes.

Den videnskabelig basismodel i praksis

Den videnskabelige basismodel er udarbejdet af Esben Nedenskov Petersen og er en slags “projektkøreplan”[[4]](#footnote-5). Modellen indfanger grundtræk ved det videnskabelige arbejde og er derfor yderst relevant til at styre arbejdsprocessen, når eleverne skal i gang med deres eget projekt.

Den videnskabelige basismodel består af fire elementer:

1. Hvilket spørgsmål?
2. Hvordan gå til det?
3. Hvorfor gøre det sådan?
4. Hvad kan gå galt?

Del 1. Spørgsmålet

En virksomhed har en mission og vision, som hjælper virksomhedens ledelse, medarbejdere og ejere med at vise vejen. En studerende har sin problemformulering og sine problemstillinger, som hele tiden hjælper med at styre sætninger og afsnit i opgaven. Disse er formuleret som spørgsmål. Hvis det man har tænkt sig at skrive ikke bidrager til besvarelse af eksempelvis problemstillingen, så skal det ikke med i opgaven. Derfor er det særligt vigtigt, at disse spørgsmål er præcise, klare og mulige at besvare inden for opgavens rammer.

Når der arbejdes med at opstille en problemformulering, er det relevant at stille følgende spørgsmål:

* Hvorfor er dit spørgsmål relevant at undersøge?
* Hvilket problem vil du løse for virksomheden?
* Hvad kan erhvervsøkonomi bidrage med?
* Hvilke overlap er der mellem erhvervsøkonomi og det andet fag?
* Er spørgsmålet realistisk ift. omfanget af opgaven, tid og materialer?

Der kan efterfølgende laves et mindmap over relevante teorier og begreber fra erhvervsøkonomi og skitseres en disposition over, hvor teorierne skal indgå i opgavens hovedafsnit.

Potentielle problemstillinger

Følgende eksempler på problemstillinger kunne være relevante at undersøge i erhvervsøkonomi i samarbejde med et andet fag:

* Hvordan kan virksomhedens forretningsmodel bidrage til at øge virksomhedens afsætningsmuligheder? (Naturvidenskab. Eks. Novo Nordisk, Carlsberg, osv.)
* Hvilken betydning har Corona krisen for virksomhedens vækstmuligheder? (Samfundsfag, Biologi).
* Hvilken betydning har brugen af influencers for virksomhedens markedsføring? (sprogfag)
* Hvordan kan virksomheden forbedre medarbejdernes motivation ved at ændre på sin interne kommunikation? (sprogfag)
* Hvordan kan indførelsen af LEAN i virksomheden forbedre virksomhedens indtjeningsevne? (Matematik)
* Hvorfor er det lykkes for virksomheden at starte op under Corona krisen? (Alle fag, men afhængigt af den valgte virksomhed)

Eksempler med samfundsfag

* Hvilken betydning har EU for danske virksomheders konkurrenceevne med udgangspunkt i en bestemt virksomhed?
  + Her kan eksempelvis ses på brexit, priskonkurrenceevne, EU’s indre marked, Porters Diamant, m.m.
* Hvilken betydning har globaliseringen for virksomhedens afsætningsmuligheder?
  + Her kan eksempelvis ses på handelsaftaler, udenrigsøkonomiske mål, brexit, handelsteori, kommunikationsteknologi, segmentering og målgrupper.
* Hvilken betydning har multinationale selskaber i international politik?
  + Her kan eksempelvis ses på Twitter og udelukkelsen af Donald Trump eller en virksomheds niveau af magt qua virksomhedens størrelse og betydning for arbejdspladser, infrastruktur, vækst osv. i et bestemt land.

Del 2. Hvordan gå til det?

Anden del af den videnskabelige basismodel beskæftiger sig med, hvordan man får besvaret sit spørgsmål.

Erhvervsøkonomi tilhører det samfundsvidenskabelige fakultet og benytter sig derfor af de samfundsvidenskabelige metoder. Disse metoder omhandler samspillet mellem virksomheder og mennesker. Når eleven har formuleret sit spørgsmål, skal eleven overveje, hvilke metoder der kan anvendes til at besvare spørgsmålet. Her er det imidlertid meget vigtigt at eleven forstår, at metode eller metodologi ikke blot omfatter de konkrete metoder til at indhente viden, men alle forhold, der er relevante i forhold til at opstille en undersøgelse og frembringe viden, der lever op til videnskabelige kriterier.[[5]](#footnote-6)

Metode handler også om:

1. de teorier og begreber, som vi bruger til at beskrive og forklare den empiri og data, vi indsamler og bearbejder.
2. den opfattelse af virkeligheden og de normer for videnskab og viden, der ligger til grund for de teorier og konkrete metoder, vi anvender (videnskabsteori).
3. At kunne kvalitetsvurdere sine data og analyseresultater mht. gyldighed (validitet) og pålidelighed (reliabilitet). Gennemgås senere i afsnit 4.

Teori

Når de fleste tænker på en teori tænker de formentligt noget meget abstrakt fx. Einsteins relativitetsteori, der kan bruges til at forklare komplicerede sammenhænge og lovmæssigheder i universet og forudse fremtidige begivenheder. Sagen er blot at meget få teorier – uden for naturvidenskaben - har den karakter. En langt mere brugbar definition på en teori indenfor samfundsvidenskaberne og især erhvervsøkonomi er, at teorier er udtryk for nogens mere end eller mindre empirisk velfunderede og systematisk sammenhængende tanker om, hvordan ting og forhold i verden hænger sammen på et givent felt. [[6]](#footnote-7)

Teorier er som en slags briller, der farver vores syn på virkeligheden, og som hjælper os til at begribe, beskrive, forstå og forklare et bestemt udsnit af den.

Men hvorfor teori? Hvorfor er det vigtigt at være bevidst om brugen af teorier i en SRP? Først og fremmest fordi de ord og begreberne (fagtermerne), som vi bruger til at beskrive og forstå virkeligheden i vores fag, er farvet af de teorier, de baserer sig på.

Vi bruger teorier på en række måder i erhvervsøkonomi – og meget ofte på samme tid.

1. *Begrebsafklaring*. Teorier giver os et sprog til at indfange og tale om virkeligheden. Begreberne er videnskabens elementære byggesten. De virker til at bestemme og afgrænse, hvad vi taler om. Jo mere præcist, vi kan definere et begreb, jo lettere forståelig og entydig bliver også den virkelighed, som begrebet har til hensigt at beskrive. Det gør sig i høj grad også gældende i en SRP En grundig begrebsafklaring gør ingen god opgave, men det første skridt på vejen dertil.
2. Teorier som *fortolkningsramme*. En teori kan fungere som en samlet fortolknings-ramme i en opgave, der både guider udvælgelsen af relevante kilder/empiri og fortolkningen heraf. Et eksempel herpå kunne være at anvende Bourdieus teori om symbolsk kapital og felter i en opgave, der undersøger, hvorfor der ikke er flere kvinder i toppen af danske virksomheder.
3. Teorier som *struktur/tilgang*. Teorier kan anvendes også til at strukturere eller disponere en opgave om et bestemt emne. Et eksempel herpå er, når Porters 5 forces teori anvendes til at strukturere en analyse af konkurrenceforholdene i en branche.
4. *Kategorisering og systematisering af data/empiri.* Teorier kan bidrage til at skabe orden og systematik i store datamængder. I det tilfælde bruges begreberne i en teori som kasser, empirien kan puttes ned i, og derved bidrage til at skabe et overblik over empirien og skabe et grundlag for en efterfølgende analyse.
5. Teori som *idealtyper*. Vi bruger også teorier som idealtyper. Burns & Stalkers teori om organiske og mekanistiske organisationer eller Mintzbergs 5 organisationsstrukturer er eksempler på teorier, der anvendes som idealtyper. Her fungerer teorierne som idealer eller rettesnore som de konkrete eksempler holdes op imod, og som de i større eller mindre grad minder om.
6. Teori som *forklaring*. En af den mest udbredte måder, vi bruger teorier på er som forklaring på et konkret tilfælde/sag. Eksempel kunne være at en virksomhed har oplevet succes/fiasko. Teorien herefter bruges til at forklare, hvorfor det er gået som det er, og måske også til at komme med alternative forklaringer herpå.
7. Teori som vejen til *løsning*. I modsætning til samfundsfag, hvor hovedparten af teorierne er såkaldt deskriptive eller beskrivende, er mange teorier i erhvervsøkonomi anvendelsesorienteret. Teorierne kan anvise bestemte løsninger på konkrete problemstillinger en virksomhed står overfor fx omkring strategi og ledelse fx Blue Ocean Strategy og Situationel ledelse.

Som ovenstående viser, anvendes teorier på mange forskellige måder i erhvervsøkonomi og en uomgængelig del af den måde, vi frembringer viden i faget. Derfor er det også vigtigt at forholde sig til de teorier og begreber, der anvendes i en opgave – ikke mindst fordi det empiriske grundlag for mange af teorierne ofte er ganske sparsomt. I flerfaglige sammenspil med erhvervsøkonomi kan eleverne vælge at tage udgangspunkt i kernestof fra læreplanen, men det er også muligt, at eleverne bevæger sig udenfor kernestoffet.

**Eksempler på begreber og teorier uden for kernestoffet som evt. kan anvendes i en SRP-opgave med erhvervsøkonomi:**

Force Field analysis, Gantt Chart

Tilbagebetalingsbetalingsmetoden (payback period)

Kapitalværdimetoden/nutidsværdimetoden (NPV)

Forsyningskæden, fx make or buy decision

Den tredobbelte bundlinje

Produktionsformer

Lean management og kvalitetskontrol (Kaizen, Kanban, Andon, cradle-to-cradle)

Empiriske metoder

Elever, der skal i gang med en undersøgelse, har grundlæggende to måder at skaffe konkret empiri på. De kan indsamle den selv (primære data) eller de kan arbejde med empiri indsamlet af andre (sekundære data).

1. Primære data kaldes også for field research.
2. Sekundære data kaldes også for desk research.

1. *Primære data (field research)* opdeles groft mellem de kvantitative og de kvalitative metoder, men der findes også komparative metoder samt casemetoden.

Forskel på kvalitativ og kvantitativ metode

De kvalitative metoder forsøger at forstå adfærd, erfaringer, holdninger og adfærd om et givent problem eller fænomen gennem respondenternes egen forståelse. I erhvervsøkonomi kunne det fx være at undersøge medarbejdernes holdning til ledelsesstilen i en virksomhed eller kundernes købsoplevelser. De informationer man får fra den kvalitative metode kan ikke umiddelbart tælles sammen, og derfor betegnes de indsamlede data også ofte som bløde data. De kvalitative metoder baserer sig ofte på små stikprøver, og der kan derfor ikke siges noget generelt. I flerfaglige sammenspil med erhvervsøkonomi kan eleverne fx anvende følgende kvalitative metoder:

* Interviews fx semi-strukturet interview
* Fokusgruppe interview
* Observationer fx ved at følge en virksomhedsejer for en dag

Den kvantitative metode forsøger at indsamle større mængder af data til at danne et repræsentativt overblik over generelle forhold. I erhvervsøkonomi kunne det fx være at undersøge, hvordan forbrugernes købsadfærd har ændret sig under covid-19 (spørgeskemaundersøgelse). Den kvantitative metode bygger ofte på et stort antal respondenter, og indeholder tal, som kan bearbejdes statistisk, og derfor er det også muligt ud fra metoden at sige noget generelt om et problem. De data, som indsamles ved den kvantitative metode betegnes også som hårde data.

I flerfaglige sammenspil med erhvervsøkonomi kan eleverne fx anvende følgende kvantitative metoder:

* Udleveret spørgeskema
* Internetspørgeskema

2. *Desk research eller sekundære kilder* er data, der allerede er indsamlet til andet formål. Desk research kan klassificeres som interne eller eksterne kilder. De interne kilder kan fx være virksomhedens årsrapport, mens de eksterne kilder fx kan være statistikker fra fx Danmarks Statistik om forbrugernes adfærd, markeds- og brancheundersøgelser etc.

|  |
| --- |
| Boks: Følgende liste kan evt. hjælpe eleverne med at finde de rigtige sekundære kilder:   * [Proff.dk](https://proff.dk/) & [CVR.virk](https://datacvr.virk.dk/data/) (informationer om virksomheden regnskab) * [Danmarks Statistik](https://www.dst.dk/da/) * [Surveybanken](https://www.surveybanken.aau.dk/) Euromonitor (markedsundersøgelser) * [Dansk Erhverv](https://www.danskindustri.dk/brancher-og-foreninger/find-medlemsforeninger/) (brancheanalyser) * [Dansk Industri](https://www.danskindustri.dk/brancher-og-foreninger/find-medlemsforeninger/) (brancheanalyser) * [Erhvervsstyrelsen](https://erhvervsstyrelsen.dk/) * [Retail Institute, Scandinavia](https://retailinstitute.dk/). * Virksomhedernes hjemmesider * [Lederweb](https://www.lederweb.dk/) (Artikler om ledelse og organisation) * [Google Trends](https://trends.google.com/trends/?geo=US) * [Statista](https://www.statista.com/) |

Uanset om eleven vælger field eller desk research, er det vigtigt, at eleven har en konkret plan for, hvordan det empiriske materiale skal indsamles. Hvis eleven har svært ved at udforme sit undersøgelsesdesign og udvælge de rigtige metoder, er det relevant at overveje, om eleven skal omformulere spørgsmålet eller finde et helt nyt spørgsmål.

Eleven skal overveje om fokus skal være på at kunne generalisere ud fra undersøgelsen, eller om eleven ønsker at undersøge et enkeltstående case. I erhvervsøkonomi arbejder vi ofte ud fra et enkeltstående casestudie, da fx SRP-formuleringen ofte vil tage udgangspunkt i en konkret virksomhed.

Casemetoden

Casestudier eller case-metoden er en af de mest udbredte i faget erhvervsøkonomi – og en vigtig del af fagets identitet. Case stammer egentligt fra *casus*, som betyder ét tilfælde eller en begivenhed. I sociologien bruges casestudier ofte til at undersøge en person eller gruppers oplevelser af sociale relationer og processer. På samme måde er casestudier en frugtbar metode i erhvervsøkonomi til at undersøge, hvordan og hvorfor bl.a. virksomheder eller bestemte grupper i en virksomhed handler, og hvordan de opfatter og skaber mening med bestemte fænomener/emner/problemstillinger i en bestemt sammenhæng. Det gælder fx organisationsforandringer, ledelsesproblematikker, implementering af beslutninger fx omkring strategi, fusioner etc.

Casestudier er en kvalitativ metode med en klar hermeneutisk dimension, hvor der lægges vægt på at forstå og forklare det studerede fænomen ud fra dets kontekst. Formålet er således skabe sig en helhedsforståelse, eller hvad antropologen Clifford Gertz kalder ”en tyk beskrivelse”. Denne helhedsforståelse eller tykke beskrivelse opnås gennem indgående studier af fortolkninger af et varieret og omfattende kildemateriale til den virksomhed eller den enhed i virksomheden, som undersøges. Empirien i casestudier består oftest af; observationer, interviews, læsning af referater, notater, årsberetninger, avisartikler, etc.

Den amerikanske forsker Robert Yin skelner mellem 4 typer af casestudier ud fra 2 parametre; enkelt casestudier og multiple casestudier, samt hvorvidt der undersøges én eller flere enheder i den enkelte case.

I casestudie undersøges en problemstilling i en konkret kontekst. Derfor er det også vanskeligt på forhånd at afgrænse det fænomen, der skal analyseres, fra omgivelserne. I modsætning til kvantitative metoder, der opererer med mange observationer og få variable, og hvor påvirkninger fra omgivelserne reduceres til statistisk analyse af nogle få baggrundsvariable fx køn og alder, baserer et casestudie sig på mange variable og få observationsenheder. Det betyder også, at forskeren ikke har kontrol over omgivelsernes indflydelse.

Hvordan udvælges og afgrænses et casestudie så i praksis?

Først og fremmest er det oplagt at udvælgelsen af casen skal være styret af problemformuleringen. Hvis formålet med opgaven er at teste eller falsificere en teori, er det er oplagt at lede efter cases steder, hvor teorien, der undersøges, må forventes ikke at gælde. Som Bent Flyvbjerg konstaterer, handler det om at finde den ”ene sorte svane” blandt ”alle” de hvide svaner. Her er dog tale om et grænsetilfælde. Generelt gælder, at eleven begrunder sit valg af case og sit undersøgelsesdesign: Hvorfor kan fænomenet, der undersøges, forventes at kunne iagttages i netop den valgte case? Hvilke informationskilder er de mest relevante til at belyse fænomenet? Hvilke metoder vil eleven anvende og hvorfor? I forhold til at afgrænse en case er en løsning, at eleven nøje beskriver casens problemfelt og den sociale kontekst, som fænomenet indgår i.[[1]](https://euc-word-edit.officeapps.live.com/we/wordeditorframe.aspx?ui=da%2DDK&rs=da%2DDK&wopisrc=https%3A%2F%2Fegegym-my.sharepoint.com%2Fpersonal%2Fegeph_egegym_dk%2F_vti_bin%2Fwopi.ashx%2Ffiles%2Fbec53eb77ffc4c6b8d7000cdbf46c570&wdenableroaming=1&mscc=0&wdodb=1&hid=CE7DA69F-8024-2000-A559-F4F85707D1AE&wdorigin=Other&jsapi=1&jsapiver=v1&newsession=1&corrid=b6feada2-81f1-4a46-8712-57018e7875cb&usid=b6feada2-81f1-4a46-8712-57018e7875cb&sftc=1&instantedit=1&wopicomplete=1&wdredirectionreason=Unified_SingleFlush&rct=Medium&ctp=LeastProtected#_ftn1)

Casestudier kritiseres ofte for, at det ikke er muligt at generalisere på grundlag kontekstafhængig viden. Dette er dog en uholdbar kritik af flere grunde. For det første er de enkelte cases ikke udvalgt efter de samme principper med henblik på at repræsentere en population, som tilfældet er i kvantitative analyser. For det andet er det muligt at foretage, hvad Robert Yin betegner en *analytisk generalisation*. Således vil den kontekstafhængige viden, der opnås gennem casestudiet bidrage til at udvikle den vidensmasse, der findes på området i forvejen, og derved også underbygge og revidere teoriernes og begrebernes empiriske fundament. Burns & Stalkers teori om organiske og mekanistiske organisationer oprindeligt hviler således på et begrænset antal casestudier, men er sidenhen blevet suppleret, underbygget og nuanceret af et utal af andre casestudier. Endelig er det også muligt at generalisere ud fra ét enkelt tilfælde, hvis der er tale om en såkaldt *kritisk case*, og eleven kan at begrunde, at hvis noget *ikke* gælder i det pågældende tilfælde, så gælder det *ikke* i nogen tilfælde.

|  |
| --- |
| Videnskabsteoretiske problemstillinger i erhvervsøkonomi  Erhvervsøkonomi er et samfundsvidenskabeligt fag, der ligesom de øvrige sociale videnskaber benytter sig af teorier og metoder, der henter inspiration fra både humaniora og naturvidenskab. Som vi argumenterer for i artiklen, udgør videnskabsteoretiske overvejelser en vigtig del af fagets metode i bred forstand (metodologi). En række af de 8 begrebspar repræsenterer således centrale videnskabsteoretiske problemer, som eleven, der skriver SRP i erhvervsøkonomi, mere eller mindre er tvunget til at forholde sig til. Her kommer nogle af de mest relevante.    *Teoretisk - praktisk*  Erhvervsøkonomi er både et teoretisk og et praktisk fag. Teorier i erhvervsøkonomi er ofte udviklet til at finde løsninger på praktiske problemer eller gøre det lettere for ledelsen af virksomheder at træffe beslutninger. I den forstand er erhvervsøkonomi et eksempel på anvendt videnskab.    *Faktuel - normativ*  Ovenstående betyder imidlertid også at teorier ikke blot er *deskriptive* eller faktuelle dvs. beskriver den virkelighed, som empirien giver mulighed for. De er *normative* dvs. de foreskriver et ”bør”, at der findes én bedste beslutning eller måde at handle på i den konkrete situation. Et godt eksempel herpå er Porters 3 konkurrenceteorier. Porter foreskriver, at der kun findes én rigtig konkurrencestrategi i den pågældende situation. Enten vælger man en omkostningsdominans- eller en differentieringsstrategi. Der findes ikke noget midt i mellem. Det samme gør sig gældende i forhold til mange ledelsesteorier.    *Kvantitativ – kvalitativ*  Erhvervsøkonomi er ligesom de øvrige samfundsvidenskabelige fag indbegrebet af distinktionen mellem kvantitative og kvalitative metoder. Hvilke metoder, der skal vælges afhænger af problemformuleringen. Hvis ønsket er at afdække et fænomens udbredelse i samfundet eller undersøge eventuelle sammenhænge mellem ganske få variable, er kvantitative metoder klart at foretrække. Hvis ønsket omvendt er at afdække et fænomen og de betydninger de tillægges i forskellige sociale sammenhænge og processer, er kvalitative metoder mere velegnede. Det ene betyder dog ikke udelukke det andet. Det er således fuldt ud muligt at kombinere både kvantitative og kvalitative metoder i fx et casestudie. Ofte anvendes kvalitative metoder også som pilotprojekter, der kan bruges til at indkredse det analytiske fokus og relevante begreber, for større kvantitative undersøgelser.    *Nomotetisk-ideografisk*  Formålet med kvantitative analysemetoder er typisk at afdække mulige årsags-virkningssammenhænge, generalisere og opstille lovmæssigheder på grundlag af et stort antal observationer. I dette tilfælde arbejdes *nomotetisk*. Omvendt er kvalitative metoder som fx casestudie som udgangspunkt altid *ideografiske*, idet disse insisterer på at studere et fænomen i deres konkrete og særegne kontekst.    *Kausale-intentionelle forklaringer*  Som det fremgår ovenfor, er målet i kvantitative analyser typisk at afdække kausale sammenhænge og dermed også opstille *kausale* forklaringer. Omvendt er målet i kvalitative studier ofte at opnå en *forståelse* af, hvorfor nogle mennesker handler, som de gør. Denne type forklaringer betegnes *intentionelle* forklaringer. Det er oplagt at begge typer forklaringer forekommer i erhvervsøkonomi. Bemærk at kvalitative metoder også kan bruges til at opstille kausale forklaringer. Omvendt kan kvantitative metoder ikke bruges til at opstille intentionelle forklaringer. Endeligt afviser socialkonstruktivister af teoretiske grunde, at det er muligt at opnå en forståelse af personers følelser og intentioner.    *Induktiv- deduktiv*  Spørgsmålet om induktiv eller deduktiv viden og dermed, hvad vi accepterer som begrundelse og viden, er en afgørende videnskabsteoretisk problemstilling. Denne diskussion præger i særlig grad de samfundsvidenskabelige fag.  Induktiv viden er baseret på slutninger fra observationer til generel viden. Der generaliseres altså her ud fra et større eller mindre antal observationer. Den østrigske videnskabsteoretiker Karl Popper afviste imidlertid denne slags slutninger som usikre og uvidenskabelige. Argumentet var, at der manglede en logisk nødvendighed i den induktive slutning. Derfor gjorde han deduktion til grundlaget i *den hypotetisk-deduktive-metode* og kriteriet på videnskabelig viden.  Ved deduktion sluttes fra en generel teori til det enkelte tilfælde. Som vi så i afsnittet omkring casemetoden, er problematikken omkring induktive slutninger særdeles aktuel i forbindelse med casestudier. Som udgangspunkt er casestudier induktive. Det udelukker dog ikke, at casestudier kan indgå i et deduktiv undersøgelsesdesign. Hvis eleven som udgangspunkt for et casestudie opstiller en hypotese baseret på en teori og på grundlag heraf udleder et scenarie, hvorunder teorien kan siges at være falsificeret, og derefter tester sin hypotese på casestudiet, så er der faktisk tale om deduktiv viden. Ulempen ved en sådan tilgang til casestudiet, er imidlertid at meget af den kontekstafhængige viden og ukendte årsagssammenhænge og forståelser, som en *eksplorativ* induktiv tilgang kan tilvejebringe, risikerer at gå tabt. Hvorvidt der lægges op til en induktiv eller deduktiv tilgang i en SRP er i høj grad styret af problemformuleringen og dermed også den måde, vi, som lærere, formulerer en opgave på. |

Del 3. Hvorfor gøre det sådan?

Metoderne i erhvervsøkonomi har forskellige styrker og svagheder. I denne del af modellen skal eleven overveje hvilke metoder eleven vil anvende, og hvorfor netop disse metoder passer til -opgavens fokus fremfor andre metoder. Eleven skal altså overveje, hvilket anvendelsesområde metoderne har. I erhvervsøkonomi vil eleven typisk skulle overveje, hvad de kvalitative og kvantitative metoder kan bidrage med. Den kvalitative metode er eksempelvis god til at komme i dybden og skabe en forståelse, mens den kvantitative metode er god til at sige noget om bredden og altså omfanget. Det giver god mening at interviewe en kunde om købsoplevelsen i dagligvarebutikken, men ikke om butikkens samlede omsætning. Det kan være en god ide at anvende både kvalitative og kvantitative metoder, men opgavens plads- og tidsmæssige begrænsninger gør dette til en udfordring, der skal overvejes.

Esben Nedenskov Petersens nævner, at eleverne skal overveje følgende punkter i denne del af den videnskabelige basismodel:

* Hvad er din metodes anvendelsesområde?
* Ligger dit spørgsmål inden for metodens anvendelsesområde?
* Kan det være en fordel, at metoderne supplerer hinanden?
* Hvilke typer viden har du brug for?
  + Fortolkning af meningssammenhæng (hermeneutiske metoder)
  + Beskrivelser af kendsgerninger (kvalitative og kvantitative data)
  + Forklaringer på kendsgerninger (fx årsagssammenhænge, strukturer)
  + Vurdering (fx af et etisk eller hypotetisk forhold)

Del 4. Hvad kan gå galt?

Den sidste del af den videnskabelige basismodel beskæftiger sig med de potentielle faldgruber i forbindelse med undersøgelsen. Hvilke svagheder eller begrænsninger er der ved elevens undersøgelse? Om eleven tager udgangspunkt i den kvalitative eller kvantitative metode, om der er arbejdet komparativt, arbejdet med en enkeltstående case eller ud fra multipel cases vil der altid være nogle begrænsninger ved undersøgelsen, som kan være relevante at fremhæve ift. undersøgelsens konklusioner. Et eksempel kunne være en elev, der i fx biologi og erhvervsøkonomi har valgt at undersøge, hvordan en virksomhed kan ændre ledelsesstilen og motivationsfaktorerne for at minimere stress blandt virksomhedens medarbejdere. For at besvare dette har eleven valgt at lave flere interviews med tilfældig udvalgte medarbejdere og et interview med virksomhedens CEO. Selvom de forskellige interviews har en berettigelse, så kan der alligevel være nogle metodiske begrænsninger. Eksempler på overvejelser: Har eleven valgt de rigtige respondenter ift. at spørgsmålets fokus, hvordan har eleven udformet interviewguiden, hvad kunne et spørgeskema have bidraget med, osv.?

Validitet og reliabilitet

Til at vurdere styrken af undersøgelsen findes begreberne validitet og reliabilitet. Derfor er det vigtigt at eleven inddrager overvejelser om undersøgelsens validitet og reliabilitet.

*Validiteten* handler om, hvorvidt man faktisk undersøger, det, som man ønsker at undersøge. Hvorvidt det faktisk er årsagsvariablen X, som fører til udfaldsvariablen Y. Det kunne eksempelvis være en markedsføringskampagne (X), som undersøges ift. Hvorvidt den fører til højere omsætning (Y).

*Reliabiliteten* kalder også for pålideligheden. Reliabiliteten handler om, hvorvidt en gentagelse af undersøgelsen vil komme frem til samme resultat.

Validiteten og reliabiliteten i undersøgelsen vil afhænge af, om der er arbejdet kvalitativt eller kvantitativt samt hvilket spørgsmål, der er stillet.

Metodens reliabilitet afhænger også af, hvor repræsentativ respondenterne i undersøgelsen er ift. hele populationen. Derfor er det vigtigt, at overveje, hvordan respondenter skal udvælges.

Er der valgt at arbejde kvalitativt er reliabiliteten ofte ikke så god, da man i SRP-sammenhænge ofte kun har interviewet en eller to respondenter. Det vil sige, at metoden ikke er god til generalisere, men derimod kan være god til at forstå og forklare problematikker, som den enkelte virksomhed står overfor.

Eleverne kan stille følgende spørgsmål til deres undersøgelse:

* Hvilke svagheder og/eller begrænsninger er der ved undersøgelsesdesignet?
* Hvilken betydning har undersøgelsesdesignets svagheder og muligheder for konklusionerne?
* Hvis du skulle gennemføre undersøgelsen igen, hvordan vil du så ændre på undersøgelsesdesignet?

I erhvervsøkonomi kan du blandt andet møde følgende fejlkilder:

* Udvælgelse af respondenter
* At flere respondenter har undladt at svare på et eller flere spørgsmål i dit spørgeskema
* At respondenterne ikke forstår spørgsmålene i fx spørgeskemaet
* Interviewfejl

Ideer til videre læsning

Brænder, M., m.fl. (2019): *Gode spørgsmål, rigtige svar - Grundbog i samfundsfaglig metode (2.udg.), Gyldendal.*

Dahler-Larsen, P. (2002): *At fremstille kvalitative data*, Odense Universitetsforlag.

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2015): *Interview. Det kvalitative forskningsinterview som håndværk (3. udg.),* Hans Reitzels Forlag.

Nielsen, J. m.fl. (2021): *MetodeNU*, Systime

Nielsen Peter (2020): *Produktion af viden – en praktisk guide til samfundsvidenskabelig metode*, Nyt Teknisk Forlag

Malhotra, Naresh K. og David F. Birks (2003): *Market research. An Applied approach.* Prentice Hall.

Petersen, V. m.fl. (2021): *Metodebogen*, Forlaget Columbus

Rangvid, M. m.fl.: (2021) *Vidensmønstre – Basal videnskabsteori i STX* (Systime: Århus 2021).

Voxted, Søren (red.) (2018): *Valg, der skaber viden – om samfundsvidenskabelige metoder*, Hans Reitzels Forlag

EØ som skriftligt fag i SRP

At skrive økonomisk

Skriftlighed er ikke ukendt for erhvervsøkonomi selv om faget ikke har en skriftlig eksamen og er nyt i SRP-sammenhæng. Skriftlighed er for eksempel i spil hvis eleverne skriver en forretningsplan til Business Innovation Games eller forfatter fagartikler til deres eget erhvervsnyt magasin. Det er dog sjældent at erhvervsøkonomi har formaliseret skriftlighedstræning. Denne vejledning giver en intro til at skrive økonomisk herunder hensigtsmæssige undersøgelsesspørgsmål, samt et par eksempel øvelser der kan anvendes til elevtræning.

At erhvervsøkonomi har et fagsprog, overrasker ikke engang eleverne, men der er forskel på kendskab og anvendelse lige såvel som der er forskel på talt og skrevet sprog. Første dag vil en nysgerrig elev kommenterer at ”Novo kommer til at tjene vildt mange penge på deres nye insulin pille”, hvor vedkommende forhåbentlig senere i faget vil kunne udtrykke sig mere præcist. Den præcision især i skriftsprog er betinget af træning. I det skrevne genovervejes brugen af fagbegreber og der ændres i rækkefølgen af sætninger og afsnit for at gøre det lettere for læseren. Det er gennem reflekteret sprog og gennemarbejdet struktur at eleven har mulighed for at flytte sig fra det talte til det skrevne. Det er gennem fagsproget at eleven kan forstå og anvende relevante modeller. Fx, så kan det for en elev uden kendskab til substituerende produkter og forhandlingsstyrke være svært at bringe Porters Five Forces i spil til at analysere konkurrencesituationen i en branche.

At spørge økonomisk

De gode svar og besvarelser kræver gode spørgsmål og problemstillinger. Nedenstående er eksempler på opgaveformuleringer og i hvordan de kan lægge op til at blive udfoldet. Brug dem til diskussion med eleverne problemstillinger og hvilke muligheder forskellige formuleringer giver. Se også vejledningen til virksomhedsøkonomi fra side 10[[7]](#footnote-8), der giver yderligere input til spørgeformer.

**Beskriv** hvor stor er Carlsbergs omsætning i 2019?

* Giver kun et tal uden kontekst af virksomhedens eller branchens udvikling. En alternativ formulering kan være ”Forklar hvilke faktorer, som har påvirket Carlsberg omsætning de seneste 5 år", så lægges der op til valg af en teori eller model, som kan bruges til at besvare spørgsmålet.

**Redegør** for de enkelte virksomhedstyper.

* Bringer ikke noget nyt i sig selv, men kan have en potentiel kobling til erhvervsmiljøet for iværksættere herunder landesammenligninger med inddragelse af data fra verdensbanken[[8]](#footnote-9) eller World Economic Forum[[9]](#footnote-10).

**Beregn** indekstal for virksomhedens omsætning for perioden 2010-2019.

* Kan bruges til at beskrive virksomheden, men har begrænset relevans uden kobling til branchen og konkurrenters tilsvarende udvikling i omsætning.

**Forklar**, hvordan en stigning i overskudsgraden påvirker afkastningsgraden.

* Giver mulighed for at beskrive hvordan en stigning i overskudsgraden alt andet lige påvirker afkastningsgraden positivt, fordi virksomheden derved opnår en forbedret indtjening på de solgte varer. Det er en standard definition, men lægger op til at eleven kan gå i dybden med en virksomhedens forretningsområder, deres bidrag til virksomheden og vækstpotentiale, hvilket giver eleven mulighed for at koble til strategi.

**Analyser** konkurrencesituationen i telebranchen

* Kan åbne op for brug af f.eks. Porters 5 & 6 Forces og konkurrenceformer med mulighed for kobling til prisstrategier og komplementære produkter når streamingtjenester sælges sammen med data.

**Karakteriser** virksomhedens værditilbud.

* Har risiko for at blive sniksnak, hvor man som lærer kan styre en faglig samtale i en givtig retning, men som skriftlig besvarelse har risiko for at blive for diffus. Eleven kan med fordel strukturere en besvarelse ud fra Business Model Canvas, hvor det kan tydeliggøres hvilke værditilbud der er, til hvem de tilbydes, hvordan de leveres osv.

**Sammenlign** virksomhedens energiforbrug i 2019 med energiforbruget i 2018.

* Skal selvfølgelig være mere end de to tal, der kommer frem, hvilket eksempelvis kan være et fokus på CSR, branding eller ændringer i lovgivning, hvilket kobler til en omverdens analyse.

**Diskuter** fordele og ulemper ved at outsource produktionen for virksomhed X fra land Y til land Z.

* Hvis en elev ønsker at skrive om det emne, så skal vedkommende vælge en relevant model som f.eks. ”Offshoring/Outsourcing Matrice”, kvalificeres ved beskrivelse af virksomheden og de to lande, der er i spil. En formulering kan være ”outsourcing af produktionen vil på den ene side potentielt medføre lavere variable enhedsomkostninger, hvilket er positivt. På den anden side vil virksomheden miste den direkte kontrol med kvaliteten, hvilket kan være en ulempe. Se også SMV-guiden[[10]](#footnote-11) og hver i øvrigt opmærksom på hvorvidt der er et fagligt samspil med det andet fag i SRP-sammenhæng.

**Vurder** virksomhedens fremtidsudsigter.

* Er en meget åben formulering, som giver eleven mulighed for selv at vælge relevante modeller. I en SRP-vejledning kan man med fordel spørge ind til refleksioner i forbindelse med elevens valg af model eller teori, samt dens styrker og svagheder. Metodiske overvejelser og et simpelt benspænd, som hvilken anden model kunne anvendes og hvorfor valgte du den fra?

Træningsøvelser til elever

Formuleringsøvelse – Anvendelse af fagbegreber og sproglig præcision

Samlet tidsforbrug ca. 15-30 minutter.

Eleverne opdeles i grupper på ca. 5-6. Alternativt kan øvelsen laves som en vandrende samtale i et åbent område hvor eleverne går rundt og spørger hinanden.

Med udgangspunkt i almenkendte virksomheder, der er givet på små lapper papir, så skal eleven finde på formuleringer om virksomheden, som så fortælles til en anden elev, der skal forsøge at forbedre den og fortælle den videre til en tredje elev. Formuleringer vil ikke være perfekte og der bør være plads til at gøre antagelser om fakta. Fokus er på at træne eleverne i at udfolde deres argumenter. Se de forskellige udgaver af 3 formuleringer herunder.

**Eksempel 1**

1. Carlsberg er en af verdens største producenter af øl, og de har en stor markedsandel.
2. Carlsberg er en af verdens største producenter af både konsum- og specialøl, **hvilket** kan ses af deres store markedsandele på verdensmarkedet.
3. Carlsberg er en af verdens største producenter af både konsum- og specialøl, **hvilket** kan ses af deres store markedsandele på verdensmarkedet. Salg af specialøl er vigtig for Carlsberg, da overskudsgraden kan antages at være større end for konsum øl.

**Eksempel 2**

1. Der er stor konkurrence på markedet og det giver problemer for Carlsberg.
2. Konkurrencen på markedet for specialøl er blevet intensiveret **som følge af** nye store konkurrenter, specielt i Danmark.
3. Konkurrencen på markedet for specialøl er blevet intensiveret **som følge af** nye store konkurrenter, specielt i Danmark. Det koblet med at danskere i liter drikker mindre øl end tidligere har betydning for konkurrenceintensiteten.

**Eksempel 3**

1. Carlsberg bør bruge nogen af vækststrategierne fra Ansoffs vækstmatrix.
2. Carlsberg bør finde nye måder at skabe vækst på for stadig at bibeholde sin ledende position. Der findes forskellige måder at skabe vækst på i en virksomhed, såsom ved markedspenetrering, markedsudvikling, produktudvikling og diversifikation
3. Carlsberg bør finde nye måder at skabe vækst på for stadig at bibeholde sin ledende position. Der findes forskellige måder at skabe vækst på i en virksomhed, såsom ved markedspenetrering, markedsudvikling, produktudvikling og diversifikation. Produktudvikling vil være relevant for det danske marked for specialøl herunder deres Jacobsen serie. Derimod vil markedspenetrering være mere passende på vækstmarkeder, hvilket Rusland og Kina kan antages at være.

Som opsamling, så kan man på i fællesskab med eleverne identificerer de formuleringer og vendinger, der kan bruges i andre sammenhænge, såsom:

* Der er flere årsager til, at… (virksomhed X har oplevet vækst i marked Y)
* Udviklingen i indekstal for omsætningen og overskudsgraden forklarer, hvorfor…
* I større grad draget fordel af…(skattefradrag for grønne investeringer) i mindre grad…
* Hovedårsagen til…
* Af forrige afsnit blev det beskrevet hvordan virksomhed X…
* I dette afsnit foretages en analyse af… hvilket følges op af en diskussion af strategiske vækstmuligheder i det efterfølgende afsnit.

Metodeøvelse - Udvælgelse af relevante modeller

Læreren kan med fordel have udvalgt aktuelle artikler inden øvelsen. Samlet tidsforbrug ca. 45 minutter plus tid til hvis eleverne selv skal finde artikler.

1. Gå sammen i par.
2. Find en artikel om en dansk virksomhed skrevet i de sidste to år.
3. Lav en liste over modeller eller teorier fra erhvervsøkonomi, som artiklen har relation til
4. Gå sammen med en anden gruppe.
5. I jeres nye grupper forklarer i nu på skift, hvorfor i har en model eller en teori på jeres liste.

Skriveøvelse - virksomhedspræsentation

Fokus i denne øvelse er på at træne eleven i at strukturere den skriftlige besvarelse og opnå øget bevidsthed om brugen af fagbegreber.

Samlet tidsforbrug ca. 120 minutter. Kan eventuelt tildeles som skriftlig aflevering/lektie til det efterfølgende modul.

Introduktion:

Du skal lave en skriftlig præsentation af en selvvalgt virksomhed.

(begræns det f.eks. med ”dansk”, ”antal ansatte”, ”geografi”)

Mulige benspænd til øvelsen:

* Du skal i din besvarelse indtage rollen som journalist, der skriver en artikel til en af følgende,
  + En investeringsforening
  + Et lokalt erhvervsblad
  + Børsen tema om Gazelle virksomheder
* Søg at bruge så mange relevante fagbegreber som muligt
  + Marker alle fagbegreberne med fed skrift
* Du skal indsætte to tabeller eller grafer og skrive tilhørende tekst, så at de indgår i artiklen
  + De må ikke være kopieret, men skal være dine egne fra Excel eller lignende, hvor du har behandlet selv fundet data
* Du skal skrive ca. 5.000 tegn inkl. mellemrum
* Du skal lave en kildeliste med mindst 5 kilder
* Du skal også løbende lave fodnoter, så det fremgår, hvor dine oplysninger stammer fra

Arbejdsform:

Artiklen kan skrives individuelt eller i par og afleveres ved modulet afslutning.

Man kan med fordel bruge printede udgaver af artiklerne i det efterfølgende modul, hvor eleverne læser 2-3 af de andre gruppers artikler. Hvis det gøres, så stryg evt. benspændet med at markere fagbegreber når artiklerne skrives, så at læseren kan søge og finde dem som en del af læsningen.

1. [Læreplan og vejledning | emu danmarks læringsportal](https://emu.dk/stx/studieretningsprojektet/laereplan-og-vejledning). [↑](#footnote-ref-2)
2. Modellen er udarbejdet af lektor på SDU Esben Nedenskov Petersen. Her efter (Rangvid, 2021)

   Link: https://vidensmoenstre.systime.dk/?id=p248 [↑](#footnote-ref-3)
3. Se (Rangvid, 2021) [↑](#footnote-ref-4)
4. *Samtale mellem Esben Nedenskov Petersen, lektor, SDU og Jens Ditlev Hansen, rektor, College 360, januar 2018. Link:* <https://emu.dk/hhx/studieomraadet/metoder/den-videnskabelige-basismodel> [↑](#footnote-ref-5)
5. Søren Vortex: ”Introduktion til metode”, i (red.) Søren Vortex: Valg, der skaber viden – om samfundsvidenskabelige metoder, 9. oplag (Hans Reitzels Forlag: København 2006), s. 9. [↑](#footnote-ref-6)
6. Her følger vi Kim Buch-Madsen: ”Hvad er teori, hvor kommer den fra og hvordan anvender du den [↑](#footnote-ref-7)
7. <https://www.uvm.dk/-/media/filer/uvm/udd/gym/pdf20/aug/200810-virksomhedsoekonomi-a-hhx-vejledning-juni-2020.pdf> [↑](#footnote-ref-8)
8. <https://www.doingbusiness.org/en/rankings> [↑](#footnote-ref-9)
9. <https://reports.weforum.org/global-risks-report-2020/survey-results/global-risks-of-highest-concern-for-doing-business-2020/> [↑](#footnote-ref-10)
10. <https://smvguiden.dk/virksomhedsdrift/fordele-og-ulemper-ved-outsourcing-et-overblik-over-loesningerne-til-dit-firma/> & <https://smvguiden.dk/virksomhedsdrift/hvorfor-outsourcing-5-forretningsprocesser-du-boer-overveje-at-outsource/> [↑](#footnote-ref-11)