

روش تحقیق

در مدیریت و بازاریابی

محسن حاج ناظمیان

علی ایرانمنش

فریناز کافی

سرساhe	:	حاج کاظمیان، محسن، ۱۳۴۹ -
عنوان و نام بدیدآور	:	روش تحقیق در مدیریت و بازاریابی / محسن حاج کاظمیان، علی ایرانمنش، فریناز کافی.
مشخصات نشر	:	نوبت جدید: چشم انداز قطب، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	:	۲۵۶ ص.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۵۰۹۰۹۹-۸
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	کتابنامه: ص. ۲۵۷ - ۲۵۸.
موضوع	:	مدیریت -- تحقیق -- روش شناسی
م. ع.	:	Management -- Research -- Methodology
موضوع	:	بازاریابی -- تحقیق -- روش شناسی
موضوع	:	Marketing research -- Methodology
شناسه افزوده	:	ایرانمنش، علی، ۱۳۶۳ -
شناسه افزوده	:	کتاب، نیاز، ۱۳۶۵ -
شناسه افزوده	:	مؤلف: آموزش علمی کاربردی گروه انتخاب
رده بندی کنگره	:	۳۹۵/۱۰۰۰/ج۱
رده بندی دیویی	:	۵۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۴۶۰۱۸۵۷

روش تحقیق در مدیریت و بازاریابی



نویسندگان: محسن حاج کاظمیان - علی ایرانمنش - فریناز کافی

ناشر: انتشارات چشم انداز قطب

تیراژ: ۲۰۰۰

نوبت چاپ: اول

تاریخ چاپ: ۱۳۹۵

چاپ: ویونا

قطع: وزیری

تعداد صفحات: ۲۵۶

قیمت: ۲۰۰۰۰۰ ریال

شابک:

۹۷۸	۶۰۰	۸۵۰۹	۹۹	۸
-----	-----	------	----	---

آدرس: نوبت جدید، خیابان رازی، رازی ۳

تلفن: ۹۱۵۳۳۳۸۵۱۶ --- ۹۳۱۱۴۲۱۲۷

بشر در هر دوره تاریخی به آگاهی از روش و ابزار کسب معلومات و به عبارتی روشهای تحقیق نیاز داشته و دارد. این روش و ابزار نیز به تناسب توسعه و تکامل معلومات بشری در حال تکامل و توسعه بوده است، به نحوی که روش های امروز کامل تر و کارآمد تر از روشهای گذشته است و طبیعا روشهای آینده کامل تر از روش های امروز خواهد بود.

به طوری که گفته شد، به دست آوردن معلومات داشتن ابزار روش و آگاهی لازم است بنابراین محققان، اسنادان، دانشمندان و اسامای هر کس می خواهد بداند و مجهولی را کشف نماید و بر دامنه معلومات بشر بیفزاید، روشهای تحقیق آگاهی یافته، فنون کشف واقعیتهای و شناخت حقایق را فرا گیرد.

خوشبختانه به دنبال تحولات علمی که در کشور ما به خصوص در سالهای اخیر به وجود آمده، آثار زیادی در قالب تالیف و ترجمه به چاپ رسید، که هر یک به سهم خود توانسته دانش و معرفت افراد علاقه مند، به ویژه دانش آموختگان دانشگاهی را در زمینه روشهای تحقیق علمی افزایش دهد، به نحوی که هر کدام نقش موثری در غنی شدن ادبیات روش تحقیق علمی و ارتقای فرهنگ تفکر علمی در جامعه ما داشته اند که شایسته است از تلاش همه آنها تشکر به عمل آید. زود آمدن بزرگ برای دانشجویان و جوانان و جامعه ما که در آغاز مرحله خیز علمی و فناورانه قرار گرفته با روش های تحقیق علمی، انجام داده اند. بی شک در آینده نیز شاهد غنی تر شدن ادبیات روش تحقیق علمی در کشورمان خواهیم بود و مقامات و دستگاههای ذی ربط باید تلاش همه جانبه ای را برای آن انجام دهد، زیرا

تحول و خیز علمی بدون آشنایی با روشها و آداب تحقیق

بدون برخورداری از ابزار مورد نیاز و کارآمد مقدور نیست.

اندیشه آغازین تدوین نگارش کتابی با عنوان روش تحقیق در علوم انسانی نتیجه چندین سال سابقه حضور در بین دانشجویان و ارتباط نزدیک با آنها بوده است. متأسفانه در بین دانشجویان و در مقاطع تحصیلی مختلف این نکته به چشم می خورد که اکثریت آنان با شیوه ی نگارش پایان نامه و شیوه انجام یک تحقیق علمی آشنایی کافی ندارند. به همین جهت نگارندگان با بازاندیشی و بازسازی نحوه تدریس و بازآفرینی فرآیند یاددهی یادگیری در درس روش تحقیق، تدوین یک متن به هم پیوسته و روز آما را ضروری دانسته و به تالیف کتاب حاضر پرداختند.

این کتاب شامل ۱۰ فصل است. فصل اول به بیان مبانی و روش های تحقیق پرداخته شده است. فصل دوم مقدمات پژوهش مطرح شده است. فصل سوم به بیان فرآیند تحقیق پرداخته است. فصل چهارم تنظیم مسأله را توضیح داده است. فصل پنجم انواع طرح تحقیق را بیان نموده است. فصل ششم درباره روش های گردآوری داده ها بحث شده است. فصل هفتم به بیان جامعه آماری، نمونه و آزمودنی پرداخته شده است. فصل هشتم اندازه گیری متغیرها مورد بحث و بررسی قرار گرفته شده است. فصل نهم گزارش پژوهش توضیح داده شده است و سرانجام در فصل دهم مقاله چیست مطرح شده است.

هر چند سعی شده است که در چاپ کتاب نارسایی ها و خطاهای احتمالی به حداقل کاهش یابد. اما ممکن است برخی اشتباهات چاپی یا جز آن رخ داده باشد. امید است خوانندگان عزیز در صورت مشاهده چنین مواردی را به این ایمیل iranmanesh.business@gmail.com ارسال نمایند، تا در چاپ بعدی مورد توجه قرار گیرد.

فهرست مطالب

۱۱	فصل اول. پژوهش: مبانی، روش ها
۱۹	رده بندی:
۲۰	سر فصل:
۲۰	۲-۳) اخلاق پژوهش
۲۰	شک علمی:
۲۱	امانتداری:
۲۱	واقع بینی:
۲۱	شجاعت:
۲۱	اصالت:
۲۲	انضباط ذهنی:
۲۳	فصل دوم. مقدمات پژوهش
۲۴	تحقیق چیست؟
۲۵	تحقیق در بازرگانی و مدیریت
۲۶	انواع تحقیق
۲۷	تحقیق کاربردی
۲۸	تحقیق بنیادی یا پایه ای
۲۹	ویژگی های تحقیق علمی
۳۰	۱- هدفمندی
۳۰	۲- صحت و استحکام

- ۳- آزمون پذیری ۳۱
- ۴- تکرار پذیری ۳۲
- ۵- دقت و اعتماد ۳۲
- ۶- عینیت ۳۴
- ۷- تعمیم پذیری ۳۵
- ۸- محدود گرایی (صرفه جویی) ۳۶
- فصل سوم: فرایند تحقیق ۳۷
۱. تنظیم مسأله ۳۸
۲. تعیین طرح تحقیق ۳۸
۳. تعیین روش گردآوری اطلاعات ۳۹
۴. طراحی فرم های گردآوری اطلاعات ۴۰
۵. نمونه گیری ۴۰
۶. گردآوری اطلاعات ۴۱
۷. پردازش داده ها ۴۲
۸. تجزیه و تحلیل و تفسیر اطلاعات ۴۲
۹. تهیه گزارش تحقیق ۴۲
- خطاهای احتمالی در تحقیقات ۴۳
- پرسش هایی برای کاهش خطای کل ۴۶
- فصل چهارم: تنظیم مسأله ۴۹
- تصمیم گیرنده و محیط اطرافش ۵۲
- مسیرهای عملیاتی جانشین ۵۳
- اهداف تصمیم گیرنده ۵۴

۵۵	پیامدهای میرهای عملیاتی جانشین
۵۶	تبدیل مسائل و مشکلات تصمیم گیری به مسائل تحقیقاتی
۵۸	طرح تحقیق
۶۴	فصل پنجم: انواع طرح تحقیق
۶۵	۱. تحقیقات اکتشافی
۶۸	۲. تحقیقات توصیفی
۷۵	۳. تحقیقات علی یا آزمایشی
۷۶	انواع طرحهای آزمایشی (علی)
۷۹	آزمایش های میدانی و آزمایش نامه
۸۰	فرضیه و ماهیت وابستگی طرح های تحقیق
۸۲	فصل ششم: روش های گردآوری داده ها
۸۳	روش ها، محل ها و منابع گردآوری اطلاعات و منابع اطلاعاتی
۸۵	مصاحبه
۸۵	مصاحبه ی آزاد
۸۸	مصاحبه ی هدایت شده
۸۹	بازنگری مصاحبه های آزاد و هدایت شده
۹۰	ایجاد باور و صمیمیت و برانگیختن افراد به پاسخگویی
۹۱	فنون پرسش سؤال
۹۴	مصاحبه ی حضوری و تلفنی
۹۴	مصاحبه حضوری
۹۵	مصاحبه ی تلفنی
۹۶	سایر عوامل سوگیری در مصاحبه

- ۹۶.....بازنگری مصاحبه
- ۹۷.....پرسشنامه
- ۹۷.....پرسشنامه حضوری
- ۹۸.....رهنمودهایی برای طراحی پرسشنامه
- ۹۹.....الف - اصول نگارش
- ۱۰۰.....۱- محتوا و - ف هر پرسش
- ۱۰۰.....۲- زبان و واژه پردازی پرسشنامه
- ۱۰۱.....۳- نوع و شکل ظاهری پرسش ها
- ۱۰۶.....تقدم و تأخر پرسش ها
- ۱۰۷.....داده های طبقه بندی یا اطلاعات شخصی
- ۱۰۹.....اصول اندازه گیری
- ۱۰۹.....ظاهر کلی پرسشنامه
- ۱۱۰.....درخواستنامه ی تکمیل پرسشنامه
- ۱۱۲.....سازماندهی پرسش ها ، درج دستورالعمل ها و راهنماها و تنظیم پرسشنامه
- ۱۱۲.....اطلاعات مربوط به درآمد و سایر مسائل شخصی
- ۱۱۳.....پرسش های باز در انتهای پرسشنامه
- ۱۱۵.....بازنگری طراحی پرسشنامه
- ۱۱۵.....طراحی و اجرای پرسشنامه ی الکترونیک
- ۱۱۷.....سایر روش های گردآوری اطلاعات
- ۱۱۷.....مشاهده
- ۱۱۷.....مشاهده ی بدون مشارکت (غیرفعال)
- ۱۱۸.....مشاهده ی توأم با مشارکت (فعال)

- ۱۱۸..... مشاهده‌ی هدایت شده و اتفاقی
- ۱۱۹..... سوگیری‌های مطالعات مشاهده‌ای
- ۱۲۰..... روش‌های برون فکشی
- ۱۲۱..... برخی منابع اطلاعاتی ویژه
- ۱۲۱..... گروه‌های کار
- ۱۲۲..... گروه‌های ایستا و
- ۱۲۳..... منابع غیرمستقیم
- ۱۲۴..... روش‌های چندگانه‌ی گزینش آوری اطلاعات
- ۱۲۵..... برتری‌ها و کاستی‌های روش‌های بردآوری داده‌ها و محل کاربرد هر یک
- ۱۲۷..... فصل هفتم: جامعه آماری، نمونه و آزمون
- ۱۲۸..... جامعه آماری
- ۱۲۸..... عضو جامعه آماری
- ۱۲۸..... چهارچوب جامعه آماری:
- ۱۳۰..... گروه نمونه
- ۱۳۰..... آزمودنی (عضو)
- ۱۳۱..... نمودار
- ۱۳۱..... نمونه برداری
- ۱۳۱..... نمودار
- ۱۳۱..... دلایل نمونه برداری
- ۱۳۲..... معرف بودن گروه نمونه
- ۱۳۳..... نرمال بودن توزیع گروه نمونه
- ۱۳۳..... نمونه برداری احتمالی

- ۱- نمونه برداری تصادفی ساده یا نامحدود ۱۳۴
- ۲- نمونه برداری احتمالی پیچیده یا محدود ۱۳۵
- الف- طرح نمونه برداری نظامدار (سیستماتیک): ۱۳۵
- مروری بر طرحهای نمونه برداری احتمالی ۱۴۳
- نمونه برداری بیراحتالی ۱۴۴
- الف - نمونه برداری در دسترس ۱۴۴
- ب- نمونه برداری همدار ۱۴۵
- ۲- نمونه برداری سهمیه آماری ۱۴۶
- مرور بر طرح های نمونه برداری غیراحتمالی ۱۴۷
- مسائل دقت و اطمینان در تعیین حجم نمونه ۱۴۸
- دقت ۱۴۹
- اطمینان (درستی) ۱۵۰
- اهمیت طرح نمونه برداری و حجم نمونه ۱۵۱
- کارآمدی نمونه گیری ۱۵۳
- مروری بر تصمیم گیری های حجم نمونه ۱۵۳
- دلایل نمونهبرداری ۱۵۴
- مشکلات نمونهبرداری ۱۵۶
- فصل هشتم: اندازه گیری متغیرها ۱۵۸
- متغیرها را چگونه اندازه می گیرند؟ ۱۵۹
- تعریف عملیاتی ۱۶۰
- عناصر بعد اول ۱۶۲
- عناصر بعد دوم ۱۶۴

۱۶۴	عناصر بعد سوم
۱۶۵	عناصر بعد چهارم
۱۶۵	عناصر بعد پنجم
۱۶۸	چه تعریفی عملیاتی نیست
۱۷۱	بازنگری تعریف عملیاتی
۱۷۲	مقیاسهای اندازه گیری
۱۷۲	انواع مقیاس ها
۱۷۳	مقیاس اسمی
۱۷۴	مقیاس ترتیبی
۱۷۵	مقیاس فاصله ای
۱۷۷	مقیاس نسبتی
۱۷۸	مقیاس لیکرت
۱۷۹	مقیاس اختلافی معناشناختی
۱۸۰	روایی
۱۸۱	روایی محتوا
۱۸۱	روایی وابسته به معیار
۱۸۲	روایی سازه
۱۸۳	اعتبار
۱۸۳	پایایی ابزار
۱۸۳	ضرب بار آزمایی
۱۸۴	اعتبار آزمون های موازی
۱۸۴	سازگاری (هم آهنگی) درونی ابزار

۱۸۵	اعتبار سازگاری اجزاء
۱۸۵	اعتبار دو نیمه ی آزمون
۱۸۵	اعتبار ارزیابی ارزیابان
۱۸۶	برآزش ابزار اندازه گیری
۱۸۸	اندازه گیری و بازاریابی
۱۸۹	فرایند اندازه گیری
۱۸۹	تعریف اندازه گیری
۱۹۰	ویژگی های سیستم اعداد
۱۹۲	انواع مقیاس ها
۱۹۲	مقیاس اسمی
۱۹۳	مقیاس ترتیبی
۱۹۵	مقیاس فاصله های
۱۹۷	مقیاس کسری
۱۹۸	مفاهیم اعتبار و پایایی (روایی)
۲۰۰	تعریف اعتبار و پایایی
۲۰۲	تخمین اعتبار و پایایی
۲۰۶	اشتباهات میدانی که در عملیات میدانی رخ میدهند
۲۰۶	۱. اشتباهات مربوط انتخابات نمونه
۲۰۸	۲. اشتباهات مربوط به پاسخ ندادن
۲۰۸	۳. اشتباهات مربوط به مصاحبه
۲۱۶	فصل نهم. گزارش پژوهش
۲۱۷	گزارش کتبی

۲۱۷	هدف گزارش کتبی
۲۱۸	مثال: یک گزارش بسیار ساده
۲۲۰	مثال: گزارشی که دیدگاهی را ارائه می کند
۲۲۱	مثال: گزارش جامع شامل راه حل های مختلف (در پی بررسی کامل یک وضعیت)
۲۲۳	گزارش کتبی و مخاطبان آن
۲۲۴	مبانی گزارش کتبی
۲۲۶	جزئیات گزارش کتبی
۲۲۶	بخش های اصلی گزارش
۲۲۶	الف - عنوان گزارش پژوهش
۲۲۷	ب - فهرست محتوا
۲۲۷	پ - چکیده
۲۲۸	چکیده ی نمونه
۲۲۹	ت - مقدمه ی پژوهش (فصل کلیات)
۲۳۲	فصل دهم: مقاله چیست ؟
۲۳۳	(۱) مقاله در زبان و ادب فارسی
۲۳۴	(۲) مقاله ، رسانه ی دانشگاهی
۲۳۵	(۳) انواع مقاله
۲۳۶	مقاله ی گردآوری (تألیفی)
۲۳۷	مقاله ی دانشنامه ای
۲۳۸	ویژگی های مقاله ی دانشنامه ای
۲۳۹	مقاله ی امضادار و بی امضا
۲۳۹	انواع دانشنامه ها

الف) دانشنامه ی عمومی :	۲۴۰
ب) دانشنامه های تخصصی :	۲۴۰
گزارش پژوهشی تجربی	۲۴۰
مقاله ی مروری	۲۴۱
مقاله ی نظر	۲۴۲
مجله ی علمی - پژوهشی	۲۴۳
۱) مجله ی علمی - پژوهشی چیست ؟	۲۴۳
۲) جایگاه سردبیر مجله	۲۴۶
۳) شکل نهایی مقاله	۲۴۸
منابع	۲۴۹