

بسمه تعالی

مهارت‌های تحقیق برای مطالعات مدیریت

نویسنده: آلن برکلی توماس

مترجمان: دکتر غلامرضا جندقی

استاد دانشگاه تهران

حمیده غریبی یامچی

سحر نیک مرام

شناسنامه کتاب

عنوان کتاب :	مهارت‌های تحقیق برای مطالعات مدیریت
عنوان به انگلیسی :	Research Skills In Management
نام نویسنده اصلی :	آلن.برکلی.توماس
نام مترجمین :	دکتر غلامرضا جندقی، حمیده غریبی یامچی، سحر نیکمرام
نام ناشر :	نشر شار
شابک :	978-600-91657-2-8
وضعیت فهرست نویسی :	بر اساس اطلاعات فیبا
رده بندی کنگره :	۱۳۹۱ م ۷۴۴ ت ۴/۴ HD۳۰
رده بندی دیویی :	۶۵۸/۰۰۷
شماره کتابشناسی ملی :	۱۹۹۷۸۲۴
سال انتشار :	چاپ اول شهریور ماه ۱۳۹۱
تیراژ :	۱۰۰۰ نسخه
قیمت :	۱۰۰۰۰۰ ریال

انتشارات شار (ناشر محصولات و خدمات آموزشی، پژوهشی)



آدرس : تهران، خ انقلاب، خ دانشگاه، خ شهدای ژاندارمری، پ ۵۸ (ساختمان ایران‌ان)، واحد ۱۰

تلفن انتشارات : ۴-۶۶۴۸۴۲۹۳ فکس : ۶۶۴۰۵۲۰۸

آدرس سایت اینترنتی انتشارات : <http://www.shar.ir/?Publications>

آدرس پست الکترونیکی : Info@shar.ir



انتشارات شار

تمام حقوق این اثر برای انتشارات شار محفوظ است

۱۸	مهارت‌های تحقیق و چگونگی کسب آنها	۱
۱۹	برخی مفروضات اساسی	
۲۵	مهارت‌های محقق	
۲۹	ساختار کتاب	
۳۰	نهایتاً، چرا تحقیق می‌کنیم؟	
۳۱	نکات کلیدی	
۳۲	مطالعات کلیدی	
۳۲	مطالعات دیگر	
۳۳	تحقیق چیست؟	۲
۳۳	وظایف اساسی محقق: توصیف و تبیین	
۳۸	انواع تحقیق	
۴۱	۰ استراتژی‌ها، روش‌ها و طرح‌ها	
۴۸	فرایند تحقیق	
۵۵	ارزیابی تحقیق: پنج سوال کلیدی	
۵۸	نکات کلیدی	
۵۸	مطالعات کلیدی	
۵۸	مطالعات دیگر	
۵۹	راه‌های دانستن	۳
۶۰	شما چگونه می‌دانید؟	

۶۵	شناخت شناسی علم	
۷۰	گرایش‌ات شناخت شناسانه	
۸۰	گرایش‌ات شناخت شناسانه در تحقیق مدیریت	
۸۱	حفظ فلسفه در جایگاه خود	
۸۳	نکات کلیدی	
۸۴	مطالعات کلیدی	
۸۵	مطالعات دیگر	
۸۶	زمینه های مسئله	۴
۸۷	زمینه تحقیق مدیریت	
۹۸	قلمروها و طوایف دانشگاهی	
۱۰۴	آیا تحقیق مدیریت متمایز است؟	
۱۰۵	مدیریت زمینه پیچیده مسئله	
۱۰۶	نکات کلیدی	
۱۰۷	مطالعات کلیدی	
۱۰۷	مطالعات دیگر	
۱۰۸	شناسایی مسئله	۵
۱۰۸	ورود به زمینه مسئله	
۱۰۹	منابع مسائل	
۱۱۱	مرور ادبیات	
۱۱۸	انتخاب یک مسئله	

۱۲۱	چه چیزی به تحقیق ارزنده کمک می کند؟	
۱۲۸	آماده کردن یک طرح تحقیق	
۱۳۱	نکات کلیدی	
۱۳۲	مطالعات کلیدی	
۱۳۲	مطالعات دیگر	
۱۳۳	اخلاق تحقیق	۶
۱۳۴	اخلاق در تحقیق	
۱۳۶	مدیریت مسائل اخلاقی	
۱۴۶	یک مطالعه موردی در اخلاق تحقیق: تحقیق میگرام درباره اطاعت و قدرت	
۱۵۱	نکات کلیدی	
۱۵۲	مطالعات کلیدی	
۱۵۲	مطالعات دیگر	
۱۵۳	استراتژی های تحقیق: آزمایش و پیمایش	۷
۱۵۳	انتخاب واحدها برای مطالعه	
۱۵۹	طرح های تجربی (آزمایش)	
۱۶۷	پیمایش	
۱۸۰	نکات کلیدی	
۱۸۱	مطالعات کلیدی	
۱۸۱	مطالعات دیگر	
۱۸۲	استراتژی های تحقیق: مطالعه موردی، قوم نگاری و اقدام پژوهی	۸

۱۸۲	مطالعه موردی	
۱۹۰	قوم نگاری	
۲۰۲	اقدام پژوهی	
۲۱۰	نکات کلیدی	
۲۱۱	مطالعات کلیدی	
۲۱۲	مطالعات دیگر	
۲۱۴	ساخت داده به وسیله پرسیدن سوالات	۹
۲۱۴	داده های حاصل از سوال: سوالات درست، پاسخ های نادرست؟	
۲۱۶	تئوری های پرسیدن سوال	
۲۱۹	تئوری کشف خطا و شکست آن	
۲۲۱	طراحی پرسشنامه	
۲۲۶	سروکارداشتن با طرح سوال	
۲۳۰	مصاحبه تحقیق	
۲۴۰	نکات کلیدی	
۲۴۱	مطالعات کلیدی	
۲۴۱	مطالعات دیگر	
۲۴۳	ساخت داده به وسیله مشاهدات	۱۰
۲۴۳	مشاهده چیست؟	
۲۴۵	چرا مشاهده؟	
۲۴۷	آیا آنچه دریافت می کنید همانی است که می بینید؟	

۲۵۹	روشهای مشاهده	
۲۵۷	نقش های مشاهده گر	
۲۶۰	سبک های مشاهده	
۲۶۳	نکات کلیدی	
۲۶۴	مطالعات کلیدی	
۲۶۴	مطالعات دیگر	
۲۶۵	ساخت داده با استفاده از اسناد و مدارک	۱۱
۲۶۵	نقش اسناد و مدارک در تحقیقات مدیریت	
۲۶۹	منابع مستند	
۲۸۱	مصنوعات غیر اسنادی	
۲۸۵	نکات کلیدی	
۲۸۶	مطالعات کلیدی	
۲۸۶	مطالعات دیگر	
۲۸۷	تجزیه و تحلیل و تفسیر داده	۱۲
۲۸۷	فرایند های اساسی: توصیف و تبیین	
۲۸۹	تفسیر داده های کمی	
۲۹۰	خلاصه سازی کمی	
۲۹۳	روابط کمی: ایجاد الگوها	
۲۹۹	استنباط آماری	
۳۰۱	تعیین معنی داری	

۳۰۳	تفسیر داده های کیفی
۳۰۴	خلاصه سازی کیفی
۳۱۱	روابط کیفی: ایجاد نقشه ها و گفتن داستان ها
۳۱۷	نکات کلیدی
۳۱۷	نرم افزارهایی برای تجزیه تحلیل های کمی و کیفی
۳۱۹	مطالعات کلیدی
۳۱۹	مطالعات دیگر
۳۲۱	نوشتن و انتشار
۳۲۱	زمانی برای نوشتن
۳۲۶	هنرهای نوشتن پژوهش گرانه
۳۳۲	انتشار و تزیینات
۳۳۷	نکات کلیدی
۳۳۸	مطالعات کلیدی
۳۳۸	مطالعات دیگر
۳۳۹	کتاب شناسی

شماره	فهرست تصاویر	صفحه
۱,۲	فرایندهای اساسی تحقیق	۳۷
۲,۲	عناصر فرایند تحقیق	۴۹
۳,۲	مراحل یک پروژه تحقیق	۵۰
۴,۲	تأثیرات در فرایند تحقیق	۵۳
۱,۳	گونه شناسی از دانش	۶۹
۲,۳	شبکه متغیر فرضی	۷۲
۱,۴	نقشه ای از زمینه تحقیق مدیریت	۱۰۲
۱,۵	سازماندهی ادبیات تحقیق توسط قیف ارتباط	۱۱۷
۱,۶	زمینه اجتماعی تحقیق اجتماعی	۱۳۵
۱,۸	چرخه اقدام پژوهی کلاسیک	۲۰۵
۱,۹	برقراری ارتباط به وسیله پرسیدن	۲۱۸
۲,۹	فرایند مصاحبه ساختاریافته	۲۳۷
۱,۱۰	ناحیه های دسترسی سازمانی	۲۵۲
۱,۱۲	نقشه های پراکندگی نمونه، روابط بین دو متغیر X و Y را نشان می دهد	۲۹۶
۲,۱۲	نمونه ای از همبستگی جمعی	۲۹۶

۱,۲	طرح منسجم از ارتباط بین رشته ها، استراتژی های تحقیق و روش های تحقیق	۴۵
۱,۳	مثبت گرایی و ساخت گرایی: تقسیم بزرگ در تحقیق اجتماعی	۷۷
۱,۴	سبک های جایگزین تولید دانش در تحقیق مدیریت	۹۶
۲,۴	استراتژی های تحقیق توافق شده در چهار زمینه از تحقیق مدیریت	۹۷
۱,۷	روش های اجرای یک پیمایش: قوت ها و ضعف ها	۱۶۸
۲,۷	یک مانریس داده نمونه: پیمایش کارمندان	۱۷۵
۱,۱۰	سبک های تحقیق مشاهده ای	۲۶۰
۱,۱۲	مثال توزیع فراوانی	۲۹۱
۲,۱۲	مثال جدول بندی متقاطع	۲۹۴

شماره	فهرست کادر ها	صفحه
۱,۱	ارزش مهارت های تحقیق	۱۹
۲,۱	مهارت تحقیق	۲۲
۳,۱	کسب مهارت های تحقیق: بیش از یادگیری قوانین	۲۳
۴,۱	دیدگاه یک دانشجوی کارشناسی ارشد MBA از تحقیق دکتری	۲۴
۵,۱	محققان اثر بخش نیاز دارند چه چیزی بدانند و قادر به انجام چه چیزی باشند؟	۲۶
۶,۱	تحقیق می تواند مخاطره آمیز باشد	۲۸
۷,۱	مهارت های محقق کامل حرفه ای	۳۰
۱,۲	رویکرد چند گانه در تحقیق مدیریت: مطالعات هائورن	۴۷
۱,۳	به هذیان فلسفی خوش آمدید	۶۰
۲,۳	یک طرح هستی شناسی: زنجیره وجود	۶۳
۳,۳	اثبات گرایی چیست؟	۷۱
۴,۳	ساخت گرایی چیست؟	۷۴
۴,۳	پارادکس های شناخت شناسانه تحقیقات مدیریت	۸۱
۶,۳	آیا شما می توانید از عهده فلسفی بودن برآید؟	۸۲
۱,۴	ساخت اجتماعی مرزها	۸۸
۲,۴	تحقیق مدیریت چیست؟	۸۹
۳,۴	تم های کلیدی برای تحقیق مدیریت: نقطه نظر هیث تامین مالی	۹۰
۴,۴	زمینه های تحقیق مربوط به مدیران	۹۱
۵,۴	محتوای مطالعات مدیریت	۹۲

۹۸	به انجمن ملحق شوید	۶,۴
۱۰۹	اشتباه کردن غیز معمول است	۱,۵
۱۱۰	پس فکر می کنید که مشکل را درک کرده اید!	۲,۵
۱۱۳	ادبیات تا چه حد وسیع باشد؟ نمونه نتایج جستجوی کلمات کلیدی	۳,۵
۱۱۶	چهار نوع خواندن	۴,۵
۱۲۲	عناصر گیرایی	۵,۵
۱۲۶	ماهیت گزاره های گیرا	۶,۵
۱۲۹	یک نمونه مشخصات برای طرح تحقیق	۷,۵
۱۳۸	زبان غیر مشترک محقق و شهروند	۱,۶
۱۴۰	کد اخلاقی محققان مدیریت	۲,۶
۱۴۲	کد اخلاقی جامعه شناسان	۳,۶
۱۴۵	کد اخلاقی روان شناسان	۴,۶
۱۵۴	نمونه احتمالی چیست؟	۱,۷
۱۵۸	آیا ایمنی در اعداد وجود دارد؟	۲,۷
۱۶۴	آزمایش بدون شواهد آشکار تایید	۳,۷
۱۶۶	آزمایشات نمونه در مطالعات مدیریت	۴,۷
۱۷۳	مراحل اداره یک پیمایش	۵,۷
۱۷۶	احتیاط: پیمایش در حال پیشرفت	۶,۷
۱۷۸	پیمایش های نمونه در مطالعات مدیریت	۷,۷
۱۸۳	مطالعه موردی چیست؟	۱,۸

۱۸۴	مطالعه موردی توصیفی چیست؟	۲,۸
۱۸۷	تعمیم تا چه اندازه مهم است؟	۳,۸
۱۹۰	مطالعات موردی نمونه در تحقیقات مدیریت	۴,۸
۱۹۱	قوم نگاری چیست؟	۵,۸
۱۹۲	قوم نگاری سازمانی چیست؟	۶,۸
۱۹۴	مثال های از مطالعات قوم نگارانه در تحقیق مدیریت	۷,۸
۱۹۸	راهتان را در قوم نگاری بیابید	۸,۸
۱۹۹	قوم نگاری ها چه کاری انجام می دهند؟	۹,۸
۲۰۳	اقدام پژوهی چیست؟	۱۰,۸
۲۰۹	مثال های مطالعات اقدام پژوهی در مدیریت	۱۱,۸
۲۲۵	چند مثال در مورد اصطلاحات غلط درک شده در سوالات	۱,۹
۲۲۷	قواعدی برای ساخت سوالات پیمایش	۲,۹
۲۳۱	مصاحبه کنندگان پیمایش چه کاری انجام می دهند؟	۳,۹
۲۳۳	مصاحبه های کاوشی: نتیجه نهایی اصرار	۴,۹
۲۳۹	نگرش مصاحبه کننده	۵,۹
۲۴۴	مشاهده_نه به آسانی نگاه کردن	۱,۱۰
۲۴۷	آنچه می گوئیم و آنچه انجام می دهیم	۲,۱۰
۲۴۹	مشاهده انبوه	۳,۱۰
۲۵۹	مستقر شدن به عنوان یک مشاهده گر مشارکتی	۴,۱۰
۲۶۸	پایگاه های داده الکترونیکی و اداره کنندگان بازرگانی نمونه	۱,۱۱

۲۶۹	تجزیه و تحلیل ثانویه چیست؟	۲,۱۱
۲۷۴	مثال هایی از مطالعات مدیریتی مبتنی بر سند	۳,۱۱
۲۷۷	خانه دائمی برای مطالعات زودگذر	۴,۱۱
۲۷۹	منابع مستند را جدی بگیرید	۵,۱۱
۲۸۲	استاد را درست تنظیم کنید	۶,۱۱
۲۸۴	گاریبولوژی علم زیاله	۷,۱۱
۲۸۹	آیا فقط یک راه برای تفسیر داده های شما وجود دارد؟	۱,۱۲
۲۹۰	سنجش چیست؟	۲,۱۲
۳۰۲	آزمون های معنی داری آماری چقدر مهمند؟	۳,۱۲
۳۰۴	قدرت کامپیوتر را تجسم کنید	۴,۱۲
۳۱۳	شما می دانید چه چیزی را نمایش می دهید	۵,۱۲
۳۱۵	اهمیت نقشه ها در تاریخ	۶,۱۲
۳۲۵	رساله ها را ملاحظه کنید: آیا رساله باید سنگین باشد تا پراستندار شود؟	۱,۱۳
۳۲۷	سبک های نوشتن دانشگاهی: روان عامیانه؟	۲,۱۳
۳۲۹	با داده هایتان همراه شوید	۳,۱۳
۳۳۳	نحوه عمل سیستم انتشار مجله دانشگاهی	۴,۱۳
۳۳۴	راهنمایی هایی برای مقاله نویسان	۵,۱۳

شماره	فهرست فعالیتها	صفحه
۱,۱	مهارت‌های محقق اثربخش	۲۵
۱,۲	آشنا کردن خودتان با محصول نهایی (مشخص کردن محصول نهایی برای خودتان)	۳۱
۲,۱	کشف استراتژیهای تحقیق زمینه موضوع خودتان	۴۶
۲,۲	شروع فهرست واژگان تحقیق	۵۸
۳,۱	هواپیما در جنگل	۸۳
۴,۱	شما چه چیزی را مطالعات مدیریت به حساب می آورید؟	۹۳
۴,۲	شما تحقیق مدیریت را چگونه می بینید؟	۱۰۶
۵,۱	بیان مسئله مورد علاقه خود	۱۲۷
۵,۲	آیا مساله تحقیق شما واضح و آشکار است؟	۱۳۰
۵,۳	ایجاد کننده مساله یا مسئله مورد علاقه	۱۳۱
۶,۱	گرفتن تصمیمات اخلاقی	۱۳۴
۶,۲	علم اخلاق و UDOS	۱۳۶
۶,۳	ارزیابی اخلاقی	۱۵۱
۷,۱	تعیین تجربه خودتان	۱۶۷
۷,۲	هدایت کردن بررسی خودتان	۱۷۹
۸,۱	تجزیه و تحلیل یک مطالعه موردی	۱۸۹
۸,۲	طراحی مطالعه قوم نگاری	۲۰۲
۹,۱	آیا یک کلمه یک معنی دارد؟	۲۲۶
۹,۲	تست کردن سوالات برای کفایت و مناسبیت	۲۲۹

در چند دهه اخیر، رشد فزاینده علاقه به مطالعه منظم مدیریت اگر نه در میان مدیران حرفه ای، اما در میان دانش پژوهان وجود داشته است. در نتیجه چنین رشدی، بسیاری از حوزه های مغفول تحقیق، به حوزه هایی جذاب برای شمار زیادی از دانشجویان فارغ التحصیل تبدیل شده است. در همین زمان، میزان فنون و روش های تحقیقی که در دسترس دانشجویان مدیریت بوده است، به طور قابل ملاحظه ای گسترش یافته اند. این گسترده گی، علاوه بر فراهم ساختن انتخابهای بیشتر درباره نوع مطالعاتی که می توان به عهده گرفت و چگونگی انجام آنها، نیاز بیشتری به آموزش و یادگیری را در تحقیقات مدیریت ایجاد کرده است. به جای آشنایی با سنن ثابت تحقیق، دانشجویان امروزی مدیریت احتمالاً با مجموعه گنجینه تری از فنون، دیدگاه ها و علایق روش شناختی مواجه می شوند که اگر چه گستره ای از نظرات متفاوت درباره میزان مناسب بودن آنها برای مطالعات مدیریت وجود دارد، اما به هر حال تبیین شده اند.

این تنوع، بازتاب سه گرایش وسیع است. اول، تکثرگرایی روش شناسانه و شناخت شناسانه ای که از سال های ۱۹۷۰ در علوم اجتماعی ایجاد شد، به انبساط ادامه داده است. انحصار روش شناختی بر تصورات مثبت از روش علمی ای تمرکز دارد که به وسیله دامنه ای از جایگزین ها شامل پدیده شناسی، واقع گرایی و فوق ساختار گرایی از میان سایر موارد به چالش کشیده شده است. به طور مشابه، با توسعه سریع استراتژیها و روشهای تحقیق کیفی، دامنه روشهای کمی، آزمایشات و بررسیها کاهش یافته است. اگر چه گاهی اوقات تحقیقات مدیریت برای پیوستن به پیشرفتهای گسترده تر کند بوده است، اما این پیشرفت ها از جهات مهمی مطالعات مدیریت را متأثر کرده اند.

دوم، اگرچه پاره ای تلاش ها برای شناسایی حوزه مدیریت به عنوان حوزه ای مجزا در تحقیق وجود داشته، با این حال این رشته همچنان متنوع باقی مانده است.

واژه "تحقیقات مدیریت" بر بعضی اشتراکات در محتوا و یا روش دلالت دارد، اما این موضوع گمراه کننده است. کسانی که در دانشکده های مدیریت و مدارس بازرگانی به تدریس و تحقیق مشغولند، جمعیتی نامتجانس هستند که هم اکنون نیز، به تاسی از رسوم و چشم اندازهای مشترک تحقیق تعلق اندکی دارند. دانش پژوهانی که با مفاهیم اثبات گرایانه و کمی تحقیق آشنایی دارند می توانند در کنار کسانی دیده شوند که طریقه های رویکردهای ساختاری و کیفی هستند (عموماً در دانشکده ها یا مدارس یکسان و اغلب درون اصول مدیریتی یکسان). البته تمام این موارد، تنوع موضوعاتی را که اکنون در برنامه های آموزشی مدارس بازرگانی شکل می گیرد، نشان می دهد.

سوم، ضرورت توجه به رویکردهای انتقادی در مطالعه مدیریت، گره جدیدی به مباحث قدیمی می افزاید: آیا تحقیقات مدیریت باید برای کسب اهداف برخی گروههای خاص (مانند سهامداران، زنان، کارگران یا هر گروه دیگری) درگیر شود و یا (همانند برخی رشته های دیگر که ادعا می کنند هدفشان تولید دانش بخاطر خود دانش است)، هدفش تولید دانش به خاطر خود دانش باشد؟ در اینجا به عنوان مسئله روش شناختی هر چند محدودتر، نشان اندکی از اتفاق نظر وجود دارد.

از نقطه نظر مدرّس، این موقعیت می تواند به عنوان مسئله ای گیج کننده به نظر برسد. در جایی مانند انگلستان که تأکید بیشتری بر تلقین سیستماتیک مهارت‌های تحقیق از طریق کار راه، وجود دارد تا تأکید بر فرایندهای ناکارای مشاخره آمیز و تصادفی در ارتباط با دوره های کارآموزی تحقیق سنتی، مدرسان مدیریت احتمالاً با گروه های متفاوتی از دانشجویانی مواجه می شوند که پیش زمینه رشته ای متنوعی دارند و اغلب علاقه به تحقیق در حوزه ای غیر از حوزه خودشان نشان می دهند. در یک دنیای ایده آل، شاید یک دانشمند همه چیزدان قادر باشد این نیازهای متنوع را عمیقاً درک کند. من مطمئناً ادعا نمی کنم که خود آن فرد هستم. سازماندهی و تدریس دوره های روش تحقیق برای دانشجویان مدیریت، می تواند چالشی مهم را مطرح کند.

رویکردی که من در زمان تدریس روشهای تحقیق از آن استفاده کردم و در این کتاب نیز ارائه شده، بر موضوعاتی تمرکز می کند که از علائق عمومی نشأت گرفته است. فرض من این است که همه محققین مدیریت، بدون توجه به زمینه یا موضوع تحقیق، نیاز دارند تا در آغاز مطالعات خود درک وسیعی از مسائل بنیادینی که هر کس برای تحقیق در دنیای اجتماعی با آن مواجه می شود، کسب کنند. برای دانشجویان روش تحقیق این موارد شامل حدی از آشنایی با مباحث فلسفی و همچنین زمینه اجتماعی تحقیق است که انجام می دهند. به علاوه، این دانشجویان نیازمند دانشی جامع از استراتژیها و فنون تحقیق مورد استفاده رایجی هستند که ممکن است متوالیاً و در طول پروژه اصلی خود تصمیم به استفاده از آنها بگیرند.

آنها بی شک نیازمند نفوذ عمیقی در استراتژیها و روشهای تحقیق خواهند بود که نهایتاً اتخاذ می کنند، اما این نیازی است که بعدها و با گذشت زمان به وجود می آید و به حمایتهای ریزه ناظر و سرپرست احتیاج خواهد داشت.

تا چند وقت پیش، جدید الوروها به حوزه تحقیق مدیریت به طور گسترده ای مجبور بودند با کتابهای تحقیقی که برای دانشجویان حوزه های قدیمی تر و جاافتاده تری از رشته های علوم اجتماعی مانند، روانشناسی، جامعه شناسی، آموزش، و مانند آن نوشته شده بود، تحقیق خود را انجام دهند نه با کتابهایی که برای خود محققین مدیریت نوشته شده بود. گرچه بعضی از این متون عالی هستند ولی تعداد کمی از آنها حالت کلاسیک به دست آورده اند، آنها در اصل برای محققین مدیریت نوشته نشده اند.

این سوال که آیا روش تحقیق مدیریت دارای هیچ روش مجزایی هست که قادر باشد رفتارهای جداگانه آنها را با مسائل تحت حل توجیه کند، یک سوال حل نشده است. اما حتی اگر این واقعیت باشد که روش تحقیق مدیریت روش منحصر به فردی ندارد و متدولوژی خود را با دیگر علوم اجتماعی به اشتراک می گذارد، کاربرد این روشها در مدیریت، تمایلات خود را به این حوزه دیکته می کند و به همین سبب مجموعه منسجمی از کارهای منتشر شده متعلق به خود را بوجود آورده است. بنابراین، در این کتاب مثال های روشن گر زیادی از تحقیقات مدیریت استخراج شده و به طور گسترده و نه منحصرأ، دانشجویان مدیریتی را که فقط می توانند از ارائه تجربیات حاصل از علوم اجتماعی گسترده تر سود ببرند، به سوی آنچه آنها به عنوان محققین مدیریت متعلق به آند، سوق می دهد.

برای تدوین این کتاب از تجربیات خود در تدریس روشهای تحقیق اجتماعی برای اعضای دوره دکتری در مدرسه بازرگانی منچستر الهام گرفته ام. بسیاری از دانشجویان قبلی متعاقباً به عنوان محققین خوب مدیریت تربیت شده اند و بعضی نیز کرسی هایی را در دانشگاههای مختلف دنیا گرفته اند. من مطمئناً چیزهای زیادی از کار کردن با این افراد مستعد آموخته ام و سعی کرده ام که به این کتاب چیزهایی هم از سبک و هم از ذات تدریسی که آنها به خلق آن به صورت این صفحات کمک کردند، تزریق کنم. اگر چه آنها به این کتاب نیاز ندارند، ولی کتاب در حقیقت متعلق به آنهاست.

بخش زیادی از متن کتاب در شرایطی چالش برانگیز نوشته شده است و من تمایل دارم از این افراد برای حمایتهاشان قدردانی کنم: پاملا پورت، کوین گاستون، پاولا هاید، علی نصرالله، هیدر اسپرو، پتر سوان و بیش از همه ماری گورمن. همچنین از کمک های کدی کری و کارمندان کتابخانه و سرویس اطلاعاتی در مدرسه بازرگانی منچستر تشکر می کنم. برای ویرایش کتاب از فرانسیس بوینتر و از ریچارد کروکیس و کارن گودوین در رودتلدج. برای اداره هموار انتشار کتاب و به سبب لذت بردن از کار با آنها تشکر و قدردانی می کنم.

دکتر آلن توماس

مدرسه بازرگانی منچستر

فصل ۱

مهارت‌های تحقیق و چگونگی کسب آنها

دو نوع محقق وجود دارد: آنهایی که مساله دارند و آنهایی که می خواهند مساله داشته باشند.

گاهی اوقات محققین به عنوان افرادی نسبتاً خاص و شاید حتی عجیب تصور می شوند. تصویر محقق به عنوان دانشمند یا عالمی دیوانه^۱ و یا نابغه ای «لهم» هنوز تا حدی باور در میان مردم است. در عین حال مبتکر پر تلاش، توماس ادیسون^۲، کسی است که وقتی از او خواسته شد تا درباره چگونگی موفقیتش توضیح دهد، پاسخ داد: نبوغ یک درصد الهام و نود و نه درصد پشتکار می باشد. تحقیق به طور گسترده ای فعالیت حل مساله است و در حالی که الهام مطمئناً برای پیشرفت مورد نیاز است اما، به ندرت کافی است. محققین موفق، کسانی هستند که از دانش و مهارتی بهره می برند که آنها را برای غلبه بر مسائل ذاتی موجود در طی فرایند تحقیق، توانا می سازد. شاید به نظر برسد که پیشرفت آنها به طور خالصانه ای بوسیله جرقه ذهن و حس ششم ممکن می شود، اما واقعیت این است که آنها در فرایند پیچیده حل مساله متخصص هستند.

این کتاب بر آن است تا برای کسانی که آماده اند تا عهده دار پروژه های تحقیق در مدیریت شوند، راهنمای مهارت‌های حل مساله باشد. اگر چه این مطالب اساساً برای دانشجویان روش تحقیق در دوره های کارشناسی ارشد و یا دکتری، نوشته شده است اما، محتمل است که دانشجویان دوره های کارشناسی نیز مباحث زیادی از آنچه در این کتاب ارائه شده را برای خود ارزشمند بیابند. نظریه ها و ایده های اساسی که پایه های تحقیق را می سازند، برای هر سطح یا دوره ای که این پروژه متقبل شود، مشترک است. به همین نحو، مدیرانی که برای اهداف حرفه ای در بررسی های مربوط به روش تحقیق درگیر می شوند، یا کسانی که به استفاده از محصولات تحقیق مدیریت نیازمندند، ممکن است این کتاب را منبع مفیدی از بینش براساس آنچه در پشت پرده اطلاعات اکادمیک جریان دارد، بیابند. همچنین، این کتاب ممکن است راهنمایی هایی در جهت انجام موثرتر انواع تحقیقات برای ایشان فراهم کند.

¹ Mad scientist

² Thomas Edison