

تحقیق سازمانی

راهنمایی برای دانشجویان و پژوهشگران

پل برورتون

لینه میلوارد

ترجمه

دکتر سید محمد اعرابی و هاشم آقازاده



دفتر پژوهشهای فرهنگی



دفتر پژوهشهای فرهنگی

دفتر مرکزی: تهران، خیابان کریم خان زند، خیابان ایرانشهر شمالی، نبش کوچه یگانه، شماره ۲۱۵
 کد پستی: ۱۵۸۴۷۳۶۹۱۳
 تلفن: ۸۸۳۱۵۲۳۷ ، ۸۸۸۱۱۵۶۱ ، ۸۸۳-۲۴۸۲ ، ۸۸۸۲۱۳۶۴
 دورنگار: ۸۸۳-۲۴۸۵
 تلفن واحد بازاریابی: ۸۸۳۱۵۲۴۰
 پست الکترونیکی: crb@iranculturestudies.com
 فروش الکترونیکی: www.iranculturestudies.com

- تلفن‌های پخش مرکزی: ۸۸۸۴۹۴۶۲ ، ۰۹۱۲-۲۱۷۷۶۴۷ ، مراکز اصلی پخش و فروش:
- فروشگاه مرکزی: تهران، خیابان کریم خان زند، خیابان ایرانشهر شمالی، نبش کوچه یگانه
 تلفن: ۸۸۸۴۹۴۶۱
- تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین، نبش خیابان شهید وحید نظری، شماره ۳۸
 تلفن: ۶۶۴۱۷۵۳۲ ، دورنگار: ۶۶۹۵۰۱۴۶
- سراچه گفتگو، خانه هنرمندان ایران: تهران، خیابان ایرانشهر شمالی، باغ هنر؛ تلفن: ۸۸۳۱۳۲۶۹
 دورنگار: ۸۸۳۱۳۰۸۹

• تحقیق سازمانی راهنمایی برای دانشجویان و پژوهشگران
 • پل برورتون و لینه میلوارد • ترجمه دکتر سیدمحمد اعرابی و هاشم آقازاده

* Organizational Research Methods

* Paul Brewerton and Lynne Millward * 2001

Translated into Persian by S.M. A'arabi (Ph.D.) and Hasham Aghazadeh

• طراح جلد: امین نصر

• حروفچین و صفحه‌آرا: زهرا محمدی • نمونه‌خوان: سارا روغنی
 • لیتوگرافی: هُماگرافیک • چاپ: نیل • شمارگان: ۳۰۰۰ نسخه • چاپ اول ۱۳۸۵
 همه حقوق محفوظ است. هرگونه تقلید و استفاده از این اثر به هر شکل بدون اجازه کتبی دفتر پژوهشهای فرهنگی ممنوع است.

ISBN: 964-379-082-7

شابک: ۹۶۴-۳۷۹-۰۸۲-۷

Brewerton, Paul

بروئرتن، پل

تحقیق سازمانی: راهنمایی برای دانشجویان و پژوهشگران / پل برورتون، لینه میلوارد؛
 ترجمه محمد اعرابی، هاشم آقازاده. - تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۸۵.
 ۳۱۲ ص: (نمودار، - (فرهنگ و پژوهش؛ ۱۷)

ISBN: 964-379-082-7

فهرست‌ریسی براساس اطلاعات فیها.

۱. جسامه‌شناسی سازمانی - تحقیق. ۲. سازمان - تحقیق - روش‌شناسی. ۳. رفتار سازمانی - تحقیق. الف. میلوارد، لین، Millward, Lynne. ب. اعرابی، محمد، ۱۳۳۰ -
 مترجم. ج. آقازاده، هاشم، مترجم. د. عنوان.

۳۰۲/۳۵۰۷

HM ۷۸۶ / ۲۴

۱۳۸۵

م ۸۴ - ۳۵۲۹۵

کتابخانه ملی ایران

فهرست مطالب

پیشگفتار

فصل ۱. مقدمه

۱۳

۱۵

۱۵

۱۷

۱۹

۲۲

۱-۱. تحقیق در سازمان: افشای افسانه‌ها

۲-۱. اهداف کتاب

۳-۱. نقش محقق

۴-۱. منابع برای مطالعهٔ بیش‌تر

فصل ۲. کاربرد علوم اجتماعی در دنیای واقعی

۲۳

۲۳

۲۴

۲۷

۲۸

۲۹

۱-۲. معرفی مدل دانشمند - متخصص

۲-۲. پاسخ به پرسش از دیدگاه علمی

۳-۲. رویکرد متخصص

۴-۲. دانشمند - متخصص: کاربرد علم در یک محیط عملی

۵-۲. آیا علم می‌تواند کیفی باشد؟

۳۲	۶-۲. مدل «تحقیق عملی»
۳۵	۷-۲. منابع برای مطالعهٔ بیش‌تر
۳۷	فصل ۳. شروع فرایند تحقیق
۳۷	۱-۳. برخی هراس‌ها و نگرانی‌های متداول دربارهٔ تحقیق
۴۲	۲-۳. تعیین یک چارچوب تحقیق و گرفتن یک استاد راهنما برای خود
۴۷	۳-۳. برنامه‌ریزی پروژه
۵۲	۴-۳. یک گام به جلو... پیشنهاد پروژه
۵۸	۵-۳. اینترنت به عنوان یک منبع تحقیق
۶۷	۶-۳. مرور ادبیات
۷۵	۷-۳. عملیاتی کردن سؤالات تحقیق
۷۹	فصل ۴. چگونگی دستیابی به یک سازمان و استفاده از آن
۷۹	۱-۴. مقدمه
۸۰	۲-۴. دسترسی «بی‌زحمت و بدون هزینه»
۸۵	۳-۴. دسترسی به سازمان با «هزینه ورود»
۸۷	۴-۴. «اداره کردن» سازمان در طول فرایند تحقیق
۹۱	فصل ۵. طرح پروژه
۹۱	۱-۵. مقدمه
۹۳	۲-۵. مطالعهٔ موردی یا طرح «کنونی»
۹۸	۳-۵. طرح همبستگی
۱۰۰	۴-۵. طرح آزمایشی

۱۰۳	۵-۵. انتخاب یک طرح تحقیق
۱۰۵	۶-۵. ملاحظات اخلاقی در تحقیق سازمانی
۱۱۱	۷-۵. منابع برای مطالعهٔ بیش‌تر
۱۱۳	فصل ۶. روش‌های جمع‌آوری داده
۱۱۳	۱-۶. ادامه فرایند تحقیق
۱۱۵	۲-۶. معیار انتخاب یک روش
۱۱۶	۳-۶. مصاحبه‌ها
۱۲۵	۴-۶. تکنیک‌های مورد استفاده در مصاحبه
۱۳۴	۵-۶. روش گروه‌کانون
۱۴۵	۶-۶. تحقیق روان‌سنجی
۱۵۸	۷-۶. مشاهده
۱۶۲	۸-۶. طراحی پرسش‌نامه و تحقیق
۱۷۸	۹-۶. روش‌های یادداشت‌برداری
۱۸۵	فصل ۷. ملاحظات نمونه‌برداری
۱۸۵	۱-۷. مقدمه و تعاریف
۱۸۸	۲-۷. نمونه‌گیری احتمالی
۱۹۰	۳-۷. نمونه‌گیری غیراحتمالی
۱۹۲	۴-۷. محدودیت‌های رویکرد نمونه‌گیری در تجزیه و تحلیل
۱۹۴	۵-۷. نتیجه‌گیری
۱۹۵	۶-۷. منابع برای مطالعهٔ بیش‌تر

فصل ۸. ارزیابی عملکرد در سازمان

- ۱-۸. عملکرد، اثربخشی و بهره‌وری
- ۲-۸. مسئله معیار
- ۳-۸. عملکرد فردی
- ۴-۸. عملکرد گروهی
- ۵-۸. عملکرد سازمانی
- ۶-۸. نتیجه‌گیری
- ۷-۸. منابع برای مطالعه بیشتر

فصل ۹. تجزیه و تحلیل داده‌ها

- ۱-۹. مقدمه
- ۲-۹. تحلیل آماری داده‌ها: یافتن یک آزمون
- ۳-۹. تحلیل آماری داده‌ها: آزمون‌ها
- ۴-۹. تحلیل محتوا
- ۵-۹. تحلیل اسکالوگرام چندبعدی
- ۶-۹. فراتحلیل
- ۷-۹. مدل‌سازی معادله ساختاری

فصل ۱۰. گزارش یافته‌های تحقیق

- ۱-۱۰. مقدمه
- ۲-۱۰. گزارش به یک مخاطب دانشگاهی
- ۳-۱۰. نوشتن برای انتشارات دانشگاهی
- ۴-۱۰. گزارش به مخاطب

- ۵-۱۰. منابع برای مطالعهٔ بیش تر ۲۸۴
 ۶-۱۰. ارائهٔ یافته‌های تحقیق ۲۸۴

- فصل ۱۱. سخن آخر ۲۹۹
 واژه‌نامه ۳۰۱

فهرست نمودارها

- ۱-۱. فرایند تحقیق: یک مدل اجرایی ۱۸
 ۱-۳. شروع فرایند تحقیق ۴۲
 ۲-۳. طرح پروژه پیشنهادی ۴۹
 ۳-۳. طرح پروژه به صورت یک نمودار گانت ۵۱
 ۱-۴. جریان فرایند تحقیق ۱۱۴
 ۲-۴. مثالی از الگوی Q-sort ۱۳۲
 ۳-۴. مثالی از مقیاس پاسخ ۷ گزینه‌ای از «کاملاً موافق» تا «کاملاً مخالف» ۱۶۷
 ۴-۴. مثالی از مقیاس نگرشی تفاوت معنایی ۱۶۸
 ۵-۴. مقیاس رتبه‌بندی «صورت‌ها»ی کانین (۱۹۵۵) ۱۶۸
 ۱-۹. طرح MSA برای آژانس‌های تبلیغاتی ۲۵۲
 ۲-۹. طرح MSA برای افسران پلیس ۲۵۲
 ۳-۹. مدل ساختاری / سنجشی پیشنهادشده برای پیش‌بینی قصد کارگران ساختمانی به ترک شرکت ۲۶۳

فهرست جداول

- ۱-۴. کاربرد ابزارهای روان‌سنجی در تحقیق سازمانی ۱۴۶

- ۱۵۱ ۲-۶. تخمین‌های ماکین و همکاران (۱۹۹۶) دربارهٔ مطلوبیت نسبی
ضرایب اعتباری مرتبط با معیار
- ۱۹۳ ۱-۷. شرکت‌کنندگان با توجه به شرایط و بر طبق اندازه اثر و آزمون
آماري انتخاب می‌شوند تا این‌که قدرت آماری کافی حاصل شود
- ۱۹۹ ۱-۸. معیار عملکرد / پیامد رایج در سطوح مختلف تجزیه و تحلیل
- ۲۰۵ ۲-۸. نمونه‌ای از مقیاس رتبه‌بندی گرافیکی برای ارزیابی اثربخشی
آموزش
- ۲۳۷ ۱-۹. تحلیل داده‌های دو متغیره: کاربردها، محدودیت‌ها و تفسیر
- ۲۳۸ ۲-۹. تحلیل داده‌های چند متغیره: کاربردها، محدودیت‌ها و تفسیر
- ۲۶۵ ۳-۹. آماره‌های جایگزین نیکویی برازش و طیف ارزشی قابل قبول آنها
- ۲۹۴ ۱-۱۰. تجزیه و تحلیل عملکرد ارائه خود

فهرست گزیده‌ها

- ۴۶ ۱-۳. چارچوب کمک و تمرکز بر فرایند نظارت
- ۵۳ ۲-۳. نوشتن به عنوان بخش اصلی فرایند تحقیق
- ۵۶ ۳-۳. تنظیم پیشنهاد پروژه برای یک مخاطب سازمانی
- ۶۸ ۴-۳. جست‌وجوی ادبیات موضوع
- ۷۱ ۵-۳. منابع
- ۱۲۰ ۱-۶. چگونه یک مصاحبه تحقیقاتی را نباید انجام داد

فهرست مطالعات موردی

- ۳۸ ۱. زمانی که فقدان اعتماد به نفس می‌تواند شما را با مشکل مواجه
سازد

۲. پیشنهاد تحقیق برای یک شرکت توسعه نرم افزار ۸۲
۳. استفاده از تکنیک شبکه گزارشگری در یک نمونه پرستاری ۱۲۵
۴. هویت‌های تیمی (جیکوبز، ۱۹۸۸) ۱۲۹
۵. مطالعه فرهنگ سازمانی با گروه‌های کانون ۱۳۶
۶. توسعه مقیاس فرهنگ سازمانی ۱۵۳
۷. نمودارهای ارتباطی: کاربرد روش‌های یادداشت‌برداری ۱۸۰
۸. مشکلات نمونه‌گیری در یک بررسی سازمانی ۱۸۶
۹. بررسی قرارداد روان‌شناختی با استفاده از MSA ۲۵۰
۱۰. مثالی از یک خلاصه اجرایی ارائه شده به یک شرکت مرکز تلفن ۲۸۰

پیشگفتار

موانع یک تحقیق کاربردی مناسب (برای مثال، انتخاب یک سؤال تحقیق مناسب، کسب اطمینان از دسترسی به سازمان، و انتخاب آزمون‌های آماری)، روش‌های تحقیق قابل دسترس (کیفی و کمی، برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها) و چارچوبی برای ساختاردهی به فرایند تحقیق (چه چیزی را چه زمانی انجام دادن) از حوزه‌های اصلی مورد توجه محققان سازمانی است. تمرکز کتاب بر ملاحظه عمیق این مباحث به ویژه برای طراحی، اجرا (چگونگی هدایت علمی تحقیق سازمانی برنامه‌ریزی شده) و ارائه تحقیق کامل سازمانی می‌باشد.

در سرتاسر کتاب تلاش شده است که رویکردها و تکنیک‌های تحقیق دانشگاهی با مطالعات کاربران به صورتی مرتبط شود تا هم‌افزایی بالقوه در ترکیب و به کارگیری هر دو شیوه عمل نشان داده شود. نمونه‌هایی از مطالعات موردی و گزیده‌هایی از دنیای واقعی بیان شده تا ابزاری عملی برای محققان فراهم شود. به دلیل این که برای هر موضوع در وهله اول بر کاربرد و در قدم بعدی به تئوری توجه شده است، پیشنهادهایی برای مطالعات بیش‌تر در هر فصل ارائه شده است.

براساس تجربیات بر موضوعاتی که همواره برای دانشجویان و متخصصان تحقیق سازمانی مسئله‌ساز بوده تأکید بیش‌تری شده است. تلاش شده است فرایند شناسایی سؤال

اصلی تحقیق سازمان‌دهی شده تا مطمئن شویم که اهداف تحقیق مشخص، قابل اندازه‌گیری، قابل دسترس، واقعی و دارای چارچوب زمانی باشند. یک فصل کامل به مسائل و مشکلات چگونگی دستیابی به سازمان و مدیریت ارتباطات با کارفرما در طول یک پروژه تحقیقی اختصاص داده شده است. قسمت اصلی کتاب بر روش‌های مختلف جمع‌آوری داده اشاره دارد که برای محققان سازمانی قابل دسترس هستند. توجه ویژه‌ای برای انتخاب آزمون‌های آماری مناسب برای تجزیه و تحلیل داده‌های کمی اعمال شده است. روش‌های کلاسیک جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده مانند مصاحبه، گروه‌های کانونی و پرسش‌نامه معرفی شده است. برخی از تکنیک‌های نوظهور مانند معادلات ساختاری، تجزیه و تحلیل مقیاسی چندبعدی و مقیاس روان‌سنجی ارائه شده است. در پایان در زمینه فرایند «نوشتن» و ارائه یافته‌های تحقیق به مخاطبان دانشگاهی (اساتید راهنما و مشاور، اساتید داور داخلی و خارجی و کمیته‌های دانشگاهی) و نیز به مسئولان سازمانی (ذی‌نفعان پروژه در سطوح مختلف سازمانی)، برخی راهنمایی‌هایی ارائه شده است. این کتاب با اعتقاد به ارزش‌آفرینی تحقیق سازمانی نگاشته شده است. فقط از طریق رفتار، محرک‌ها، نگرش‌ها، ارزش‌ها و اعتقادات در کارهای سازمانی است که می‌توانیم به درک کاملی از افراد دست یابیم.

دانش سازمانی می‌تواند ما را به کارکنان، تیم‌ها، بخش‌ها و سازمان‌های کارا تر و اثربخش‌تر رهنمون شود. از طرف دیگر یافته‌های ما دارای توانی بالقوه برای توسعه و غنی‌سازی کیفیت زندگی کاری افراد است. امیدوارم این کتاب بتواند هم زمان یاریگر محققان جدید و محققان با تجربه در انجام تحقیقات سازمانی درجه یک بوده و در دستیابی به اهدافشان کمک شایانی بنماید.

دکتر سید محمد اعرابی

عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده مدیریت