

مدل پیاز پژوهش:

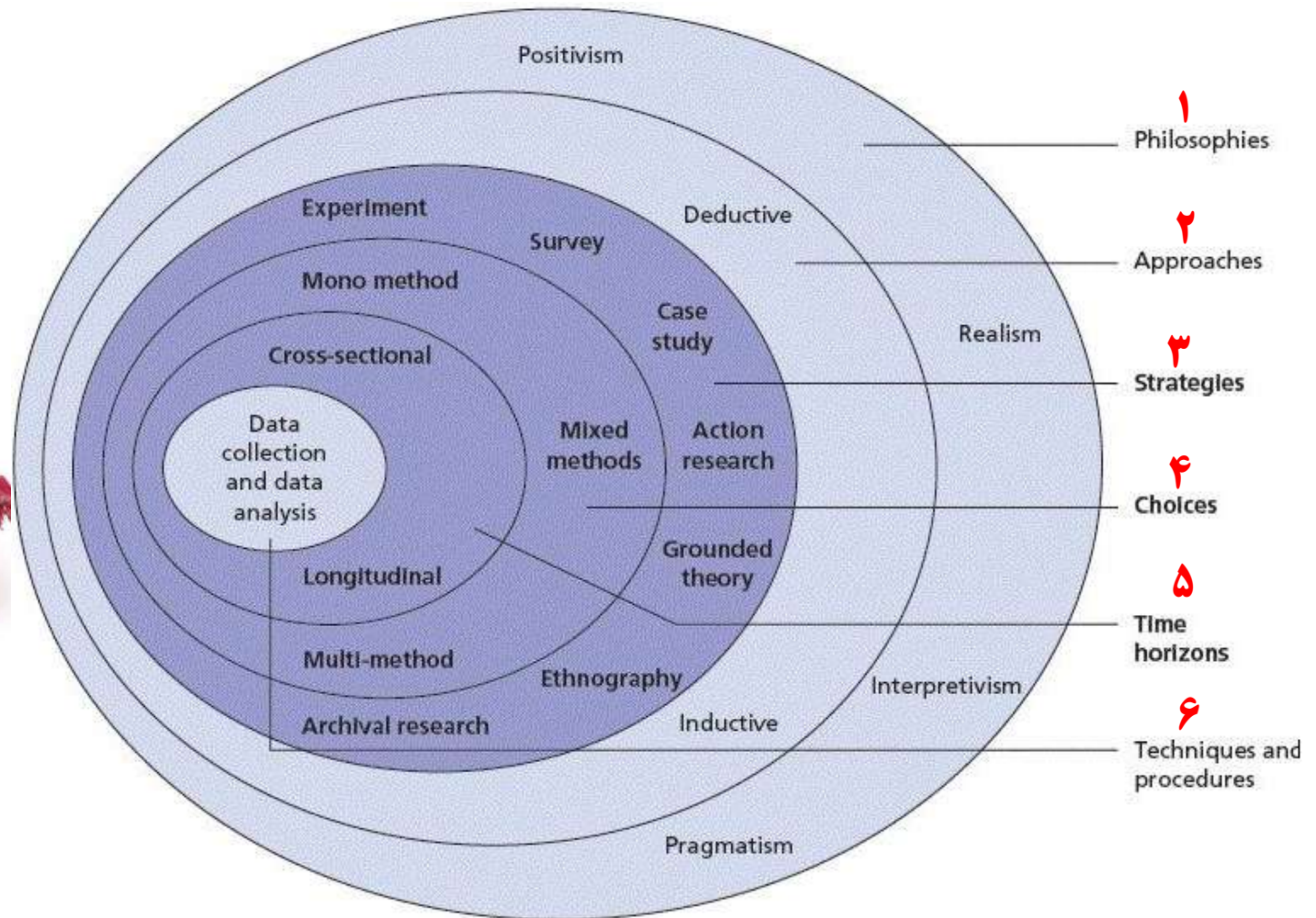
جزوه آموزشی

روش تحقیق در مدیریت

یک پژوهش از لایه‌های مختلفی تشکیل می‌شود که در آن **هر لایه متاثر از لایه بالاتر است**:
(۱) لایه فلسفه‌های پژوهش / (۲) لایه رویکردهای پژوهش / (۳) لایه راهبردهای پژوهش / (۴) لایه انتخاب روشهای پژوهش / (۵) لایه افق زمانی پژوهش / (۶) لایه شیوه‌ها و رویه‌های جمع‌آوری داده‌ها.



The research onion
(Saunders et al., 2009)



(۱) لایه فلسفه های پژوهش

جزوه آموزشی

روش تحقیق در مدیریت

- لایه اول نشان دهنده جهان بینی و نوع نگاه پژوهشگر به جهان است. هر پژوهش به یک شالوده یا بنیاد برای مطالعه نیاز دارد و پژوهشگران باید از جهان بینی هایی که به صورت ضمنی در مطالعه خود استفاده می کنند، آگاه باشند.
- بر اساس این لایه نوع نگاه پژوهشگر اثبات گرا به پدیده یا شیء مورد مطالعه متفاوت از نوع نگاه پژوهشگر واقع گرا، تفسیری و عمل گرا و ... خواهد بود. البته هر پژوهشی ممکن است بر یک یا تعدادی از فلسفه های پژوهشی استوار باشد.
- در حقیقت بنا به این مدل، فلسفه و جهان بینی پژوهشگر، پایه و اساس پژوهش را شکل می دهد، چرا که هر یک از مراحل بعدی پژوهش از انتخاب رویکرد پژوهش تا جمع آوری و تحلیل داده بر اساس جهان بینی و نگرش پژوهشگر صورت می گیرد. از این رو، پژوهشگران می بایست در ابتدای هر کار پژوهشی، مبنای فلسفی کار و نوع نگرش و جهان بینی خود را مشخص سازند.

(۲) لایه رویکردهای پژوهش

جزوه آموزشی

روش تحقیق در مدیریت

- در لایه دوم بسته به نوع جهان بینی فلسفی که پژوهشگر اتخاذ نموده است، می تواند برای مطالعه پدیده مورد نظر از دو رویکرد **قیاسی** یا **استقرایی** استفاده نماید.
- در **رویکرد قیاسی**، فکر از طریق معلومات کلی، مجهولات جزئی را کشف می کند، یعنی از کنار هم گذاشتن واقعیات پذیرفته شده و استنتاج یک نتیجه از آن حاصل می شود (نتیجه گیری از کل به جزء). در این استدلال چنانچه مقدمه ها درست باشند نتیجه ها هم الزاماً درست خواهند بود. این رویکرد، به پژوهشگر کمک می کند تا با استفاده از **نظریه های موجود** پدیده هایی را که به وقوع می پیوندد **پیش بینی** کند.
- در نقطه مقابل، **استدلال استقرایی** یعنی رسیدن ذهن از جزء به کل است. در این رویکرد فکر با استفاده از **معلومات جزئی و برقراری ارتباط بین آنها** حکم کلی را استنتاج می نماید. در این رویکرد، مشاهده ها بر رویدادهای مشخصی در یک طبقه صورت می گیرد و سپس بر اساس مشاهده حوادث یا رویدادها، استنباط در مورد تمام طبقه ها انجام می شود.

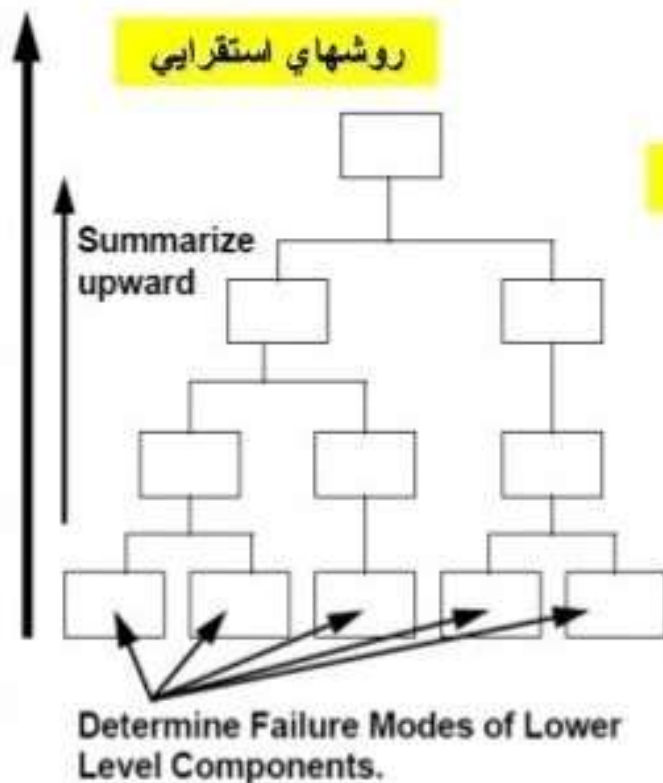
(۲) لایه رویکردهای پژوهش_ ادامه

جزوه آموزشی

روش تحقیق در مدیریت

➤ استدلال قیاسی و استدلال استقرایی

INDUCTIVE PROCEDURES
(Bottom-Up Analysis)



DEDUCTIVE PROCEDURES
(Top-Down Analysis)



➤ مثلاً دسته بندی کارکنان از نظر سطوح انگیزش

۳) لایه راهبردهای پژوهش

جزوه آموزشی

روش تحقیق در مدیریت

- در لایه سوم نیز پژوهشگر بر اساس انتخابی که در هر یک از لایه های بالاتر داشته، می تواند استراتژی های متفاوتی را به کار برد.
- استراتژی یا طرح تجربی، استراتژی پیمایشی، استراتژی مطالعه موردی، استراتژی اقدام پژوهشی، استراتژی نظریه داده بنیاد، استراتژی قوم نگاری و استراتژی مطالعات آرشیوی یا تاریخی.
- البته در اکثر کتاب های روش تحقیق به ویژه در زبان فارسی از این استراتژی ها به عنوان روش یاد شده است، روش پیمایشی، روش قوم نگاری و ... که به نظر می رسد، درست تر آن است که واژه استراتژی به کار رود.

۴) لایه انتخاب روشهای پژوهش

جزوه آموزشی

روش تحقیق در مدیریت

- در لایه چهارم پژوهشگر متناسب با استراتژی پژوهش خود و همچنین از حیث توسل به کمی سازی رفتار پدیده مورد نظر، می تواند هر یک از روش های کمی، کیفی یا ترکیبی را اتخاذ نماید.
- در روش کمی، داده های متناسب با موضوع به صورت کمی و عددی تبدیل می شوند که داده های کمی معمولاً از طریق پرسشنامه گردآوری می شوند. در پرسشنامه ها با استفاده از طیف های مختلف از جمله لیکرت، بوگاردوی، ترستون و... جملات و سوالات محقق تبدیل به اعدادی می شوند که پاسخگویان با انتخاب گزینه مورد نظر در واقع عددی را به محقق ارائه می کنند و محقق از طریق این اعداد به نتیجه گیری می پردازد.
- در روش کیفی، داده ها نه به صورت اعداد بلکه به شکل جملات، نشانه ها و علایم، رنگ ها، حرکات چهره و رفتار افراد و معمولاً به روش هایی مانند مصاحبه و مشاهده داده ها جمع آوری می شوند. این داده ها کمتر قابلیت تبدیل شدن به عدد را دارند، به همین علت به همان شکل که گردآوری شده اند مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرند.
- در روش های ترکیبی نیز بنا به نوع موضوع و پژوهش ممکن است از هر دو روش کیفی و کمی استفاده شود. تقدم و تاخر بکارگیری روش های کمی و کیفی، انواع روشهای ترکیبی را شکل می دهد.

۴) لایه انتخاب روشهای پژوهش - ادامه

جزوه آموزشی

روش تحقیق پیشرفته

➤ مثال: عنوان تحقیق: ارائه چارچوبی به منظور تبیین چالش‌های استقرار مدیریت دانش مشتری در بانک‌های تجاری خصوصی ایران.

➤ منبع: فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران، دوره ۶، شماره ۱، بهار ۱۳۹۳، صفحه ۶۱-۶۶

➤ این تحقیق با به کارگیری روش تحقیق آمیخته، در مرحله کیفی به تدوین چارچوبی به منظور تبیین چالش‌های استقرار مدیریت دانش مشتری پرداخته و در مرحله دوم، مرحله کمی، اعتبار هر یک از چالش‌های شناسایی شده در مرحله اول را مورد بررسی قرار داده است.

➤ نرم افزارهای کمی: SPSS و isrel / نرم افزارهای کیفی: Atlas-Ti و Nvivo Shell

(۵) لایه افق زمانی پژوهش

جزوه آموزشی

روش تحقیق در مدیریت

- لایه پنجم نیز نشان دهنده، مطالعه پدیده مورد نظر در یک مقطع زمانی خاص یا در یک دوره زمانی طولانی تر (چند مقطعی) است.
- اکثر مطالعات اکتشافی، توصیفی و تبیینی که یک پدیده خاص را در یک بازه زمانی خاص مورد مطالعه قرار می دهند از نوع تک مقطعی اند.
- پژوهش هایی که داده های مربوط به یک پدیده را در فواصل زمانی مختلف بررسی می کنند مانند مطالعات روند پژوهی، مطالعه نسلی و مطالعه پانل، از نوع پژوهش های چند مقطعی هستند.
- مثال: استعدادیابی مدیران در کانون های ارزیابی و توسعه مدیران

۶) لایه شیوه ها و رویه های جمع آوری داده ها

جزوه آموزشی

روش تحقیق در مدیریت

➤ در لایه ششم نیز پژوهشگر بسته به اینکه در لایه های بالاتر چه رویکرد، استراتژی، و روشی را به کار گرفته باشد از شیوه های مختلفی برای گردآوری و تجزیه و تحلیل داده های پژوهش استفاده می کند.

➤ مهمترین شیوه های گردآوری داده ها به شرح زیر می باشند. البته در برخی از پژوهش ها ممکن است به طور همزمان از چند شیوه برای گردآوری داده ها استفاده شود.

1. پرسشنامه (مطالعات میدانی)

2. مصاحبه (مطالعات میدانی)

3. فیش برداری (مطالعات کتابخانه ای)

4. مشاهده (آزمایشگاهی و مطالعات میدانی)

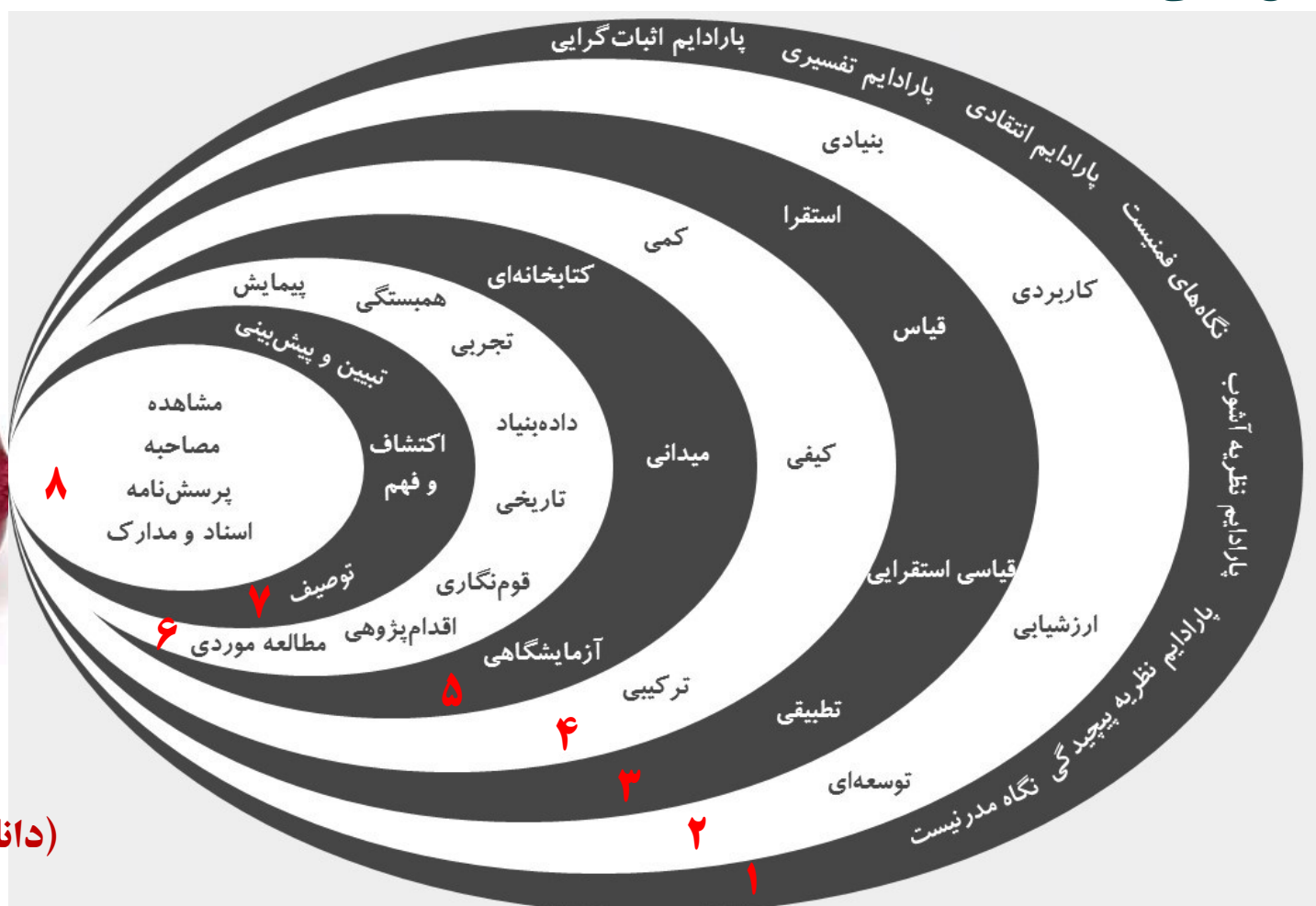
5. بررسی اسنادی

مدل دوم پیاز فرایند پژوهش:

جزوه آموزشی

روش تحقیق در مدیریت

این مدل نیز همانند مدل بالاست با این تفاوت که **سه لایه** (لایه ۲: چهار نوع اصلی پژوهش در حوزه علوم طبیعی و اجتماعی / و لایه ۵: مکان انجام پژوهش / و لایه ۷: اهداف غائی پژوهش) به آن **اضافه شده** و یک لایه افق زمانی **حذف شده** است.



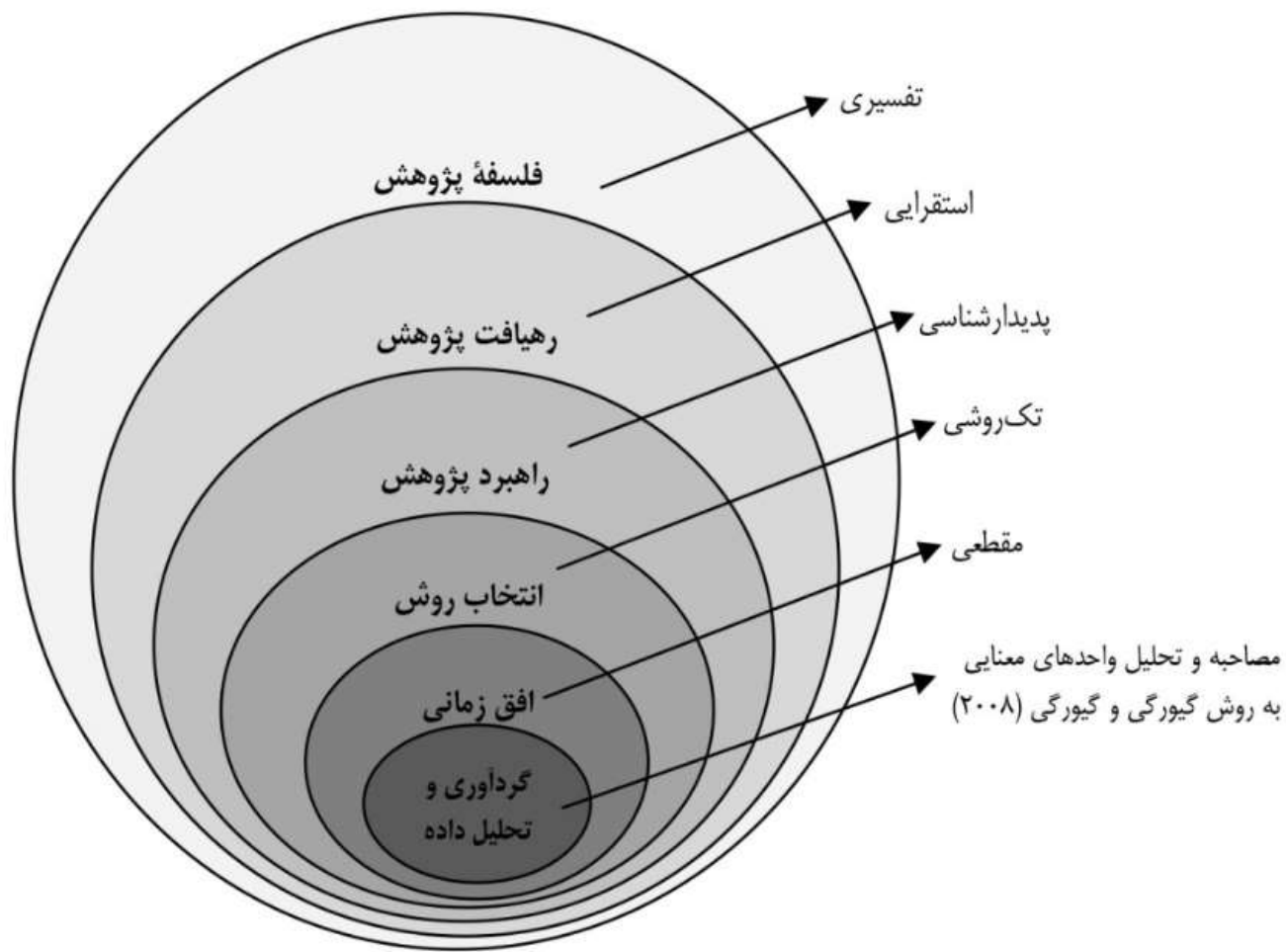
(دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۳)

نمونه یک پیاز پژوهش تکمیل شده:

جزوه آموزشی

روش تحقیق در مدیریت

موضوع تحقیق: پدیدارشناسی تجربه اخراج شدن از کار
(عارف و همکاران، ۱۳۹۴)



شکل ۱. پیاز پژوهش

انواع اصلی پژوهش:

جزوه آموزشی
روش تحقیق پیشرفته

هر تحقیق را بر اساس **هدف یا قصدی** که دنبال می کند می توان به سه دسته زیر تقسیم نمود:

۱- تحقیق های بنیادی (Basic or Fundamental Research)

۲- تحقیق های توسعه ای (Developmental Research)

۳- تحقیق های کاربردی (Applied Research)

انواع اصلی پژوهش_ ادامه:

جزوه آموزشی

روش تحقیق پیشرفته

۱- تحقیق های بنیادی:

- پژوهشی محض می باشد که عمدتاً فاقد نتیجه عملی فوری است. تحقیقات بنیادی در جهت گسترش مرزهای دانش بوده و بدون در نظر گرفتن استفاده عملی خاص انجام می پذیرند.
- هدف تحقیقات بنیادی، تولید دانش جدید و بررسی نظریه تحول تاریخ علم، ارائه و آزمون فرضیه ها، تبیین روابط و پدیده ها و بالاخره نظریه پردازی است.
- مثال: طراحی تئوری جدید هوش سازمانی / ویا اکثر مسائل مطرح شده در حوزه فلسفه و ریاضیات

انواع اصلی پژوهش_ ادامه:

جزوه آموزشی

روش تحقیق پیشرفته

۲- تحقیق های توسعه ای:

- در موقعیتی ویژه و بدون قصد کاربرد کلی یافته‌ها، **فرا تر از موقعیت مورد مطالعه انجام** می‌شوند. بکارگیری روش علمی برای حل مسائل در یک موقعیت مکانی و زمانی خاص است. راه‌حل‌های ارائه شده در این پژوهش صرفاً کاربرد محلی و برای مورد خاص پژوهش دارد.
- هدف تحقیق های توسعه ای تشخیص **مناسب بودن** یک دانش، روش، ارزش و... برای هدفی خاص و یا تهیه و تدوین برنامه ها، طرح ها و پروژه های توسعه دانش است.
- مثال: توسعه کاربردهای سیستم هوش سازمانی برای سازمان

انواع اصلی پژوهش_ ادامه:

جزوه آموزشی

روش تحقیق پیشرفته

۳- تحقیق های کاربردی:

- تحقیقی است که به منظور **حل** مشکل یا مسئله خاص علمی یا اجتماعی انجام می گیرد. تحقیق کاربردی باید **به صورت روشن و مشخص** در کارگاه یا کارخانه یا جامعه مورد استفاده قرار گیرد.
- هدف تحقیقها، **کاربرد عملی دانش** در زندگی فردی و اجتماعی و یا در یک سازمان خاص است.
- مثال: اولویت بندی عوامل موثر بر انگیزش دانشجویان / بررسی تاثیر هوش سازمانی بر بهره وری سازمانی

ساختار بخش روش شناسی تحقیق:

جزوه آموزشی

روش تحقیق پیشرفته

- مشخصه های اصلی تحقیق: تعیین انواع تحقیق در لایه های پیاپی پژوهش
- جامعه آماری و نمونه گیری: تشریح چستی، چرایی و چگونگی جامعه و روش نمونه گیری
- روش گردآوری داده و اطلاعات: تشریح چستی، چرایی و چگونگی روشهای گردآوری داده نظیر کتابخانه ای، میدانی، مصاحبه (لایه مرکزی پیاپی پژوهش)
- ابزارهای اندازه گیری متغیرها: روایی سنجی و پایایی سنجی
- روش تجزیه و تحلیل داده ها: روش تحلیل آماری توصیفی و استنباطی و تحلیلی داده ها و سایر تکنیک های کمی نظیر AHP، تاپسیس، برنامه ریزی خطی، خروجی نرم افزارهای کمی و نرم افزارهای کیفی.

ساختار بخش روش شناسی تحقیق_ ادامه:

جزوه آموزشی

روش تحقیق پیشرفته

□ جامعه آماری و نمونه گیری:

1. تعریف جامعه آماری
2. تعریف نمونه آماری
3. روش های تعیین نمونه آماری: فرمول کوکران و یا جدول مورگان
4. ویژگی های نمونه آماری برای قابلیت تعمیم به جامعه: انتخاب تصادفی / حداقل مورد نیاز (با درصد خطای منطقی) / نرمال بودن جامعه



ساختار بخش روش شناسی تحقیق_ ادامه:

جزوه آموزشی

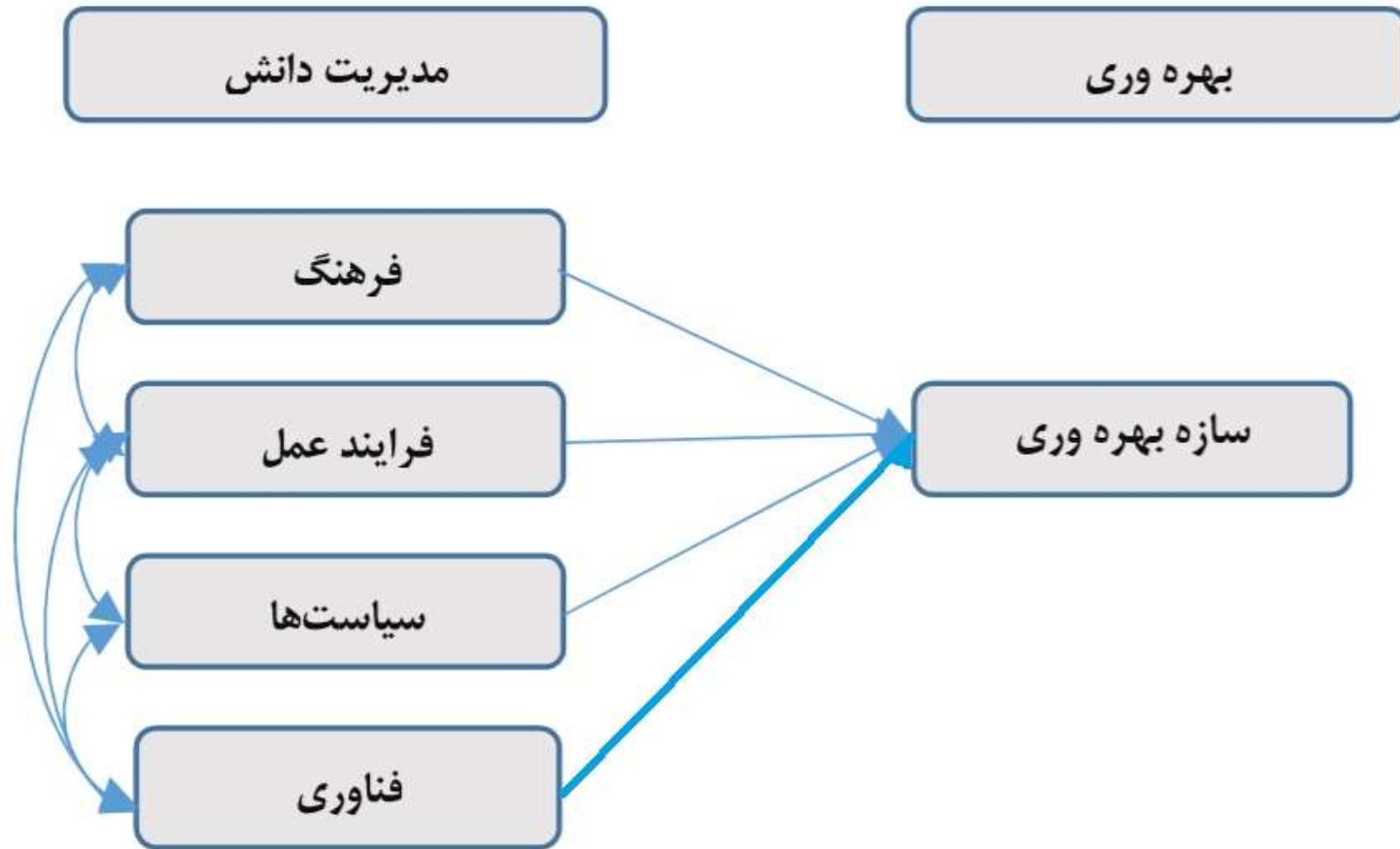
روش تحقیق پیشرفته

□ ابزارهای اندازه گیری متغیرها:

1. متغیرهای تحقیق: متغیر مستقل و متغیر وابسته / متغیر مکنون و آشکار /
2. انواع ابزار اندازه گیری متغیرها (پرسشنامه): استاندارد یا محقق ساخته / ساختاریافته، نیمه ساختاریافته و بدون ساختار
3. روایی سنجی: کاربردی ترین روش = روایی صوری
4. پایایی سنجی: کاربردی ترین روش = آلفای کرونباخ

نمونه مدل مفهومی و روابط متغیرها

جزوه آموزشی
روش تحقیق پیشرفته



شکل شماره (۲): مدل مفهومی پژوهش