

اشهد ان لا اله الا الله



روش تحقیق در مدیریت

مدرس: ناهید خوشنویس

دانشگاه آزاد اسلامی (واحد تهران غرب)

{سال تحصیلی بهار 1403}

تحقیق :

تحقیق یعنی بررسی، کنجکاوی، واری، حقیقت یابی، رسیدگی کردن، جستجو کردن، بازجویی.

شناخت

هر زمانی که انسان نسبت به موضوعی اطلاعاتش کم باشد، نیاز به شناخت پیدا می کند، و در مورد آن موضوع آگاهی پیدا می کند و شروع به کسب اطلاعات می نماید که آن را شناخت می گویند.

انواع شناخت :

1) مبتنی بر حجیت :

برای به دست آوردن شناخت از یک کارشناس کمک گرفته می شود. این شناخت، شناخت کاملی نیست.

2) مبتنی بر رمز و راز :

غیرعلمی است، مثل کف بینی.

3) مبتنی بر عقل گرایی و منطق :

چون فقط بر اساس منطق بوده و آزمایش و مقایسه ندارد، پس روش درستی نیست.

4) مبتنی بر علم :

براساس مشاهده و تجربه و تحقیق و مقایسه و آزمایش به شناخت می رسیم که بهترین روش است.

تعریف علم Science :

مجموعه ای از اطلاعات و دانستیهای بشر است که از طریق روش علمی و تجربه ی مستقیم (آزمایش) بدست آمده است.

- دانستن

- آگاهی

- یک سلسله اطلاعات نظام دار

هدفهای علم :

1) توصیف پدیده :

محقق هرآنچه که می بیند را ثبت و توصیف میکند.

مثلاً : توصیف پدیده وزش باد بر روی برگها و اینکه باد چگونه بوجود می آید.

2) کشف نظم و بیان رابطه بین پدیده ها :

محقق پس از توصیف پدیده ها سعی در کشف روابط بین پدیده ها و اندازه گیری آنها می نماید و

سپس به رابطه بین آنها می پردازد.

مثلاً : تاثیر باد بر روی دیگر عوامل جوی و اینکه چه اتفاقی در حین وزش باد می افتد.

3) صورت بندی نظریه ها :

محقق سعی می کند تا روابط کشف شده بین پدیده ها را صورت بندی نماید و آنرا تعمیم دهد و در

نهایت به قانون و نظریه تبدیل سازد . جمع بندی کلیه اتفاقات در اثر وزش باد.

1- جبری :

در آن هیچ موضوعی ناگهانی و تصادفی رخ نداده است و هرچیزی یک علتی دارد مثال وقتی برگ می افتد بی علت نیست یا حرکت توپ یا بسیاری بی دلیل نیست و علتی داشت و دارد تصادفی نیست.

2- کلی :

قابلیت تعمیم پذیری دارد. یعنی نتیجه ی موضوعی را بتوان به جامعه های شبیه به آن جامعه مورد تحقیق تعمیم داد.

3- پیروی از اصل امساک پذیری :

یعنی وقتی تحقیق می کنیم از چند متغیر محدود استفاده کنیم. زیرا می خواهیم به بهترین نحوه کار کنیم. هرچه گسترده تر شود کار سخت تر می شود. (هر چه متغیرها محدود تر، تحقیق عمیق تر و کامل تر و محقق در زمان مورد نظر بهتر تحقیق می کند). مثلاً: تحقیق بر روی علل طلاق ، می توان از میان هزاران علت طلاق بر روی 3 یا 4 علت تحقیق کنیم.

4- تغییر و تحول پذیری :

علوم انسانی ثابت نیست. امکان دارد هر روز کامل تر شود. مثلاً عوامل کاهش ازدواج در سال 90 این چنین است و شاید در سال های بعد تغییر کند. بر اساس مرور زمان امکان دارد تغییر کند و جابه جا شود.

5- آزمایش پذیری : علوم انسانی مانند علوم طبیعی قابلیت آزمایش را دارد.

6- تخصصی : برای مطالعه و تحقیق علوم انسانی ابزار و وسایل تخصصی وجود دارد.

مراحل تحقیق :

- 1- انتخاب موضوع
- 2- تهیه طرح تحقیق
- 3- تدوین فرضیه
- 4- گردآوری اطلاعات
- 5- تجزیه و تحلیل اطلاعات
- 6- نتیجه گیری

1- انتخاب موضوع :

هر سوالی که در ذهن ما پیش آید می تواند موضوع مورد نظر باشد. (مثلاً استرس).
پایه و اساس هر تحقیق موضوع آن است .

ویژگیهای و ملاک های تدوین موضوع :

- 1) روشن - واضح - مشخص - دقیق
- 2) در موضوع، وجود دو متغیر مستقل و وابسته الزامی است.
- 3) رابطه بین دو متغیر
- 4) آزمون پذیر
- 5) فارغ از ارزشهای اخلاقی باشد یعنی هیچ گروهی را زیر سؤال نبرد (نه خوبی گروهی را بگوید نه بدی)
- 6) ارزشمند و مهم باشد.
- 7) مورد توجه و علاقه محقق باشد تا جایی که حتی تمام زندگی و گاه سلامتی خود را وقف آن می کند.

2- تهیه طرح تحقیق :

مسیر تحقیق از ابتدا تا انتها را مشخص می کنیم.

انتخاب مباحثی چون ؛

ابزار گرد آوری اطلاعات

مشخص کردن جامعه آماری

مشخص کردن نمونه آماری

روش نمونه گیری

آزمون آماری و ..

3- تدوین فرضیه :

جواب موقتی یا همان حدس و گمانی که در مقابل سوال مطرح شده در فکرمان مبتنی بر دانش و تجربه در

مورد حل آن مسئله می زنیم مثلا : آیا ترس باعث استرس در کودکان می شود.

4- گرد آوری اطلاعات : در مورد حدس و گمان و سوالهایمان (موضوع) اطلاعات کسب می کنیم .

(جمع آوری اطلاعات در مورد استرس)

5- تجزیه و تحلیل اطلاعات : اطلاعات بدست آمده را تجزیه و تحلیل می کنیم. اطلاعات که در مورد

استرس بدست آمده را تجزیه و تحلیل کنیم.

6- نتیجه گیری : و در نهایت از تجزیه و تحلیل اطلاعاتمان نتیجه گیری می کنیم . (نتیجه گیری در

مورد استرس).

فصل اول : کلیات تحقیق

- 1- موضوع
- 2- بیان مساله
- 3- اهمیت پژوهش
- 4- کلید واژه
- 5- اهداف
- 6- فرضیه ها
- 7- تعریف عملیاتی

فصل دوم : مبانی نظری و پیشینه تحقیق

فصل سوم : روش تحقیق (روش شناسی)

- 1- روش تحقیق
- 2- جامعه و نمونه آماری
- 3- ابزار گردآوری اطلاعات
- 4- روش نمونه گیری

تعریف مفاهیم :

به مجموعه واژه ها، کلمات و عباراتی که موضوعی را شرح یا انتقال می دهد مفاهیم می گویند.

مفاهیم بر دو نوع است ، تجربی و نظری :

تجربی : هر چیزی که قابل رویت ، لمس کردن ، و ... باشد و به زمان و مکان خاصی تعلق دارد .مانند میز ، کتاب ، کامپیوتر....

نظری : هر چیزی که قابل مشاهده و قابل لمس کردن نیست و به زمان و مکان خاصی هم تعلق ندارد . مانند شادی ، غم ، اضطراب.

متغیر:**تعریف متغیر تحقیق**

متغیر مسئله ای می باشد که مقدار و اندازه آن در حال تغییر است و می تواند ارزش های عددی متنوعی را قبول کند بدین معنا که دارای پراکندگی می باشد. پس هر چیزی که در پیرامون ما موجود است یک نوع متغیر تحقیق محسوب می شود. به صورتی که محقق می تواند خصوصیات آن را ببیند، مدیریت و حتی در آن دخالت کند. متغیر می تواند از یک شخص به شخص دیگر یا از یک مشاهده به سایر مشاهده های دیگر مقدار های متعددی را بپذیرد و اعداد و ارزش هایی را برای آن ها ایجاد کند. به طور نمونه X یک نوع نماد متغیر محسوب می شود بدین معنا که می توان مقدار عدد های متنوعی را در کنار آن قرار داد. علاوه بر این متغیر X توانایی دربرگرفتن مقادارها، مثل نمره یک امتحان هوش را دارد این نوع مقدار ها در زمان های متعدد برای یک چیز یا یک فرد می تواند تفاوت داشته باشد.

انواع و اقسام متغیر تحقیق

متغیر تحقیق را می توان طبق معیارهای متعدد آنها به طبقه بندی کردن پرداخت. گاهی اوقات در این طبقه بندی ها به خاطر نبود امکان جداسازی دقیق انواع متغیرها از یکدیگر به همپوشانی پرداخته می شود. انواع و اقسام متغیر ها شامل موارد زیر می شود:

۱. متغیر مستقل

متغیر مستقل یک نوع از خصوصیات پیرامون فیزیکی یا اجتماعی محسوب می شود که پس از انتخاب شدن یا دستکاری شدن آن از طریق محقق مقدارهایی را قبول می کند تا بتوان بر روی سایر متغیرهای دیگر تاثیر آن را مشاهده کرد. به عقیده بعضی از پژوهشگران ویرایش **متغیر مستقل و وابسته** خصوصیات تحقیق هایی می باشد که دارای هدف مشخص ارتباط علت و معلول بین متغیرها می باشد.

نظر بعضی از محققان این می باشد که متغیر تحقیق در رابطه با مسائل غیر فیزیکی بدون معنا هستند. با ایجاد تغییر در یک متغیر مستقل، تغییرهایی در متغیر وابسته ایجاد می شود. پس در آزمایش های مختلف تجربی متغیر مستقل همان محرکی محسوب می شود که دلیل فرضیات برای همان متغیر وابسته می باشد و می تواند علت و معلول احتمالی به حساب آید. به طور نمونه هنگامی که X و بعد از آن Y میان مقدمه X و نتیجه آن Y می شود به نوعی رابطه شرطی ایجاد کرده است.

۲. متغیر وابسته

متغیر وابسته متغیری محسوب می شود که هدف محقق توصیف یا پیش بینی تغییرپذیری در آن می باشد که باید مورد بررسی و ارزیابی قرار بگیرد. می توان از طریق کشف، بررسی و ارزیابی کلیه عوامل تاثیرگذار جواب ها یا راهکارهایی را برای مسئله پیدا کرد. اکثر محققان به مقدار و نحوه اندازه گیری این متغیرها علاقه مند

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

می باشد. متغیرهای وابسته از طریق وارد کردن، از بین بردن یا عوض کردن کمیت و کیفیت متغیرهای مستقل آشکار خواهند شد به صورتی که یا کامل از بین می رود یا عوض می شوند.

۳ متغیر مداخله گر

متغیر مداخله گر برای نشان دادن عملکردهای ذهنی که به شکل مستقیم قابل مشاهده نمی باشد. X و Y از طریق متغیر سوم مثل Z (تعدیل گر) عوض خواهد شد. در بررسی و ارزیابی نهایی می تواند متغیر Z را به عنوان یک متغیر تعدیل گر منصوب کرد.

نقش اصلی متغیر تعدیل گر در رابطه با تحقیق مانند نقش کاتالیزور در شیمی می باشد که بدون استفاده از دخالت مستقیم مشخص می کند که واکنش های شیمیایی به چه صورت انجام می شود. به عبارتی دیگر متغیر تحقیق سومی وجود دارد که دارای تاثیر گذاری قوی در میان متغیر مستقل و وابسته می باشد و ارتباطات مورد نظر اولیه میان متغیرهای مستقل و وابسته را عوض می کند. هر چیزی که در ذهن موجود می باشد و نمی توان آن را مشاهده کرد یا احساس کرد از متغیر مداخله گر صورت می گیرد.

محققان بر این متغیر برای آگاه سازی از موثر بودن متغیر مستقل بر متغیر وابسته تمرکز دارند. موثر بودن متغیرهای مداخله گر را می توان از طریق واکنش های پدیده ها مدیریت کرد بنابراین از این گونه موثر بودن به علت آنکه در اعتبار درونی و بیرونی تحقیق تاثیر می گذارد باید در تجزیه و تحلیل نهایی تحقیق از آن استفاده شود.

4. متغیرهای گسسته :

به متغیر تحقیق می گویند که فقط در یک محدوده معین شده مقدار بخصوصی داشته باشند. این نوع متغیر، اسمی و ترتیبی می باشد مثل جنسیت میان زن و مرد.

5. متغیرهای پیوسته

متغیرهای پیوسته به متغیرهای گفته می‌شود که توانایی داشتن هر مقداری را دارند و در سطح فاصله ای قابل اندازه گیری هستند مثل سن یا وزن و غیره.

6. متغیرهای کمی

متغیر کمی جزو متغیرهای می باشند که از لحاظ مقدار با یکدیگر دارای فرق هستند.

7. متغیرهای کیفی

متغیرهای کیفی جزوه متغیرهای محسوب می شوند که دارای انواع و اقسام متعددی می باشند، مثل: مفید بودن، دارای جذابیت و..

منابع مساله تحقیق :**1- خلا موجود در دانش :**

هر انسانی نسبت به بعضی مباحث جهان هستی آگاهی دارد و به بعضی موضوعات آگاهی ندارد و یا اطلاعاتش کم است. این کمبود اطلاعات وی خلا موجود در دانش وی محسوب شده و می تواند مساله ای در ذهن بشر ایجاد کند.

2- تفاوت بین تحقیقات گذشته :

مطالعه دو الی سه تحقیق با موضوع یکسان و مقایسه نتایج آنها باهم، امکان دارد به تفاوت هایی در نتایج آن پی برده ، که می تواند تفاوت حاصله در ذهن محقق مساله ایجاد کند.

3- واقعیات تبیین نشده :

کل پدیده های جهان هستی به صورت واقعیت مطرح بوده ولی هنوز برای پاره ای از آن واقعیت ها دانشی کسب نشده است .مانند: بیماری هایی وجود دارند و واقعیت دارند ولی هنوز دانشی جهت مداوای آن تبیین نشده است . کسب دانش در این زمینه می تواند برای محقق مساله و موضوع باشد

ارزیابی مسئله تحقیق :**• ملاحظات اجتماعی :**

آیا با حل مسئله به علم افزوده میشود؟

آیا تحقیق تکراری است؟

آیا باعث توسعه تحقیقات دیگری میشود؟

• ملاحظات شخصی :

آیا محقق علاقه مند به تحقیق است؟

آیا توانایی حل مسئله را دارد ؟

آیا وسایل و امکانات لازم را دارد ؟

آیا زمان کافی را دارد ؟

بررسی پیشینه تحقیق :

تحقیقات و مطالعاتی که در گذشته در مورد تحقیقی که ما میخواهیم انجام دهیم ، شناسایی و مطالعه شود .

ضرورت و اهداف بررسی پیشینه تحقیق :

- 1- محدود کردن مسئله.
- 2- پرهیز از بکار بردن روشهای بی نتیجه.
- 3- ارائه بینش به محقق نسبت به روشها از جمله ((روشهای اجرا - انواع وسایل اندازه گیری)).
- 4- توجه به متغیرهای مهم و موثر برمسئله تحقیق.
- 5- تدوین فرضیه های تحقیق .
- 6- انتخاب روشهای آماری مناسب.
- 7- آشنایی با روشهای تحقیق مورد استفاده در تحقیقات گذشته 8- انتخاب طرح نمونه گیری مناسب.
- 8- تبیین دقیق و روشن بیان مسئله.
- 9- پیدا کردن روشهای جدید ، بدین معنا که محقق بتواند علاوه بر اطلاع از کارهای انجام شده ، مسائل نادیده گرفته شده را بیابد.

مراحل اجرای پیشینه تحقیق :

- مشخص کردن و فهرست کردن واژه ها ، کلمات کلیدی مرتبط با موضوع مثلا: ازدواج ، اعتیاد و
- شناسایی منابع مرتبط با تحقیق (تمام تحقیقاتی که پیرامون موضوع ما باشد بیرون می کشیم) .
- مطالعه نقادانه منابع و استخراج اطلاعات مرتبط (استفاده از نقاط قوت و عدم استفاده از نقاط ضعف- قبل از انجام تحقیقات ، تحقیقاتی که قبلا روی موضوع ما انجام شده بررسی می کنیم که اشتباهات آنها را تکرار نکنیم) .

• تهیه گزارش تحقیق :

1- به روش تقویمی : بنابر تاریخ تهیه گزارش انجام می شود .

2- روش موضوعی : مانند الویت به مسئله یا موضوع تحقیق ما.

روش فرضیه نویسی :

همیشه ابتدا مستقل سپس وابسته می آید.

به نظر می رسد بین تحصیلات والدین و موفقیت دانش آموزان رابطه معنا دار وجود دارد.

به نظر می رسد بین تغییرات جوی و میزان بارندگی رابطه معنا دار وجود دارد

به نظر می رسد بین اشتغال بانوان و قدرت تحکیم خانواده رابطه معنا دار وجود دارد.

موضوع : تأثیر برنامه های ماهواره ای بر روابط خانواده

مستقل وابسته

به نظر می رسد بین برنامه های ماهواره ای و تربیت فرزندان رابطه معنا داری وجود دارد.

به نظر می رسد بین برنامه های ماهواره ای و تحکیم خانواده رابطه معنا داری وجود دارد.

به نظر می رسد بین برنامه های ماهواره ای و فرهنگ زدایی رابطه معنا داری وجود دارد.

فرضیه ها دو دسته اند :

1- فرضیه جهت دار

2- فرضیه بی جهت

مثال: به نظر می رسد بین افزایش حقوق کارکنان و بالا رفتن انگیزه آنها رابطه معنادار وجود دارد، به نظر

می رسد بین بالا رفتن تورم و کاهش سطح توانایی مردم رابطه معنادار وجود دارد.

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

در این مثال ها جهت تاثیر متغیر مستقل بر وابسته مشخص شده است. یعنی با مسائلی چون (کاهش و افزایش و بالا رفتن و پایین آمدن) سرو کار داریم. ولی اگر این جهت دهی ها در متغیر مستقل و وابسته وجود نداشته باشد فرضیه بدون جهت می شود .

به نظر می رسد بین حقوق کارکنان و انگیزه کارکنان رابطه معنا داری وجود دارد.

به نظر میرسد بین تورم و سطح توانایی مردم رابطه معنا داری وجود دارد.

در کل فرضیه ها بیشتر به صورت بدون جهت طراحی می شود تا هیچ نوع جهت دهی و سوگیری از سوی محقق وجود نداشته باشد . جانبدارانه عمل ننماید.

ملاک های تدوین فرضیه :

1- رابطه بین دو متغیر وجود داشته باشد.

2- قابل آزمایش باشد.

3- فارغ از ارزش های اخلاقی باشد، یعنی اجازه نداریم روی هیچ کسی عیب گذاری کنیم. هیچ صفتی به

کسی تعلق دهیم ، هیچ گونه قضاوتی در آن نباشد.

4- روشن و دقیق باشد.

منابع فرضیه :

1- کشف و شهود ناگهانی مثل : اینکه یکدفعه به ذهن می رسد.

2- بر اساس نظریه ها مثل : نظریه داخل کتاب.

3- بر اساس تجربیات فرد باشد.

4- بر اساس مطالعات پیشین و گذشته.

انواع روش تحقیق :

الف : بر اساس هدف :



1- بنیادی :

محقق فقط هدفش بالا بردن سطح اطلاعاتش باشد.

2- کاربردی :

جنبه اجرایی دارد مثل اعتیاد و طلاق، در زمانی می باشد که در جامعه مشکلی پیش می آید واز محقق های این حوزه دعوت بکار می شوند از آنها کمک می گیرند و و تلاش می کنند تا با یکسری تحقیقات این مشکل را حل نمایند.

اکتشافی

توصیفی

تاریخی

موردی

پیمایشی

آزمایشی

علمی و مقایسه ای

انواع روش تحقیق بر اساس روش :

- مطالعه اکتشافی :

قبل از هر تحقیقی که محقق می خواهد انجام می دهد یک نمونه خیلی کوچک را انتخاب کند نواقصش را رفع

کند بعد در اندازه بزرگ انجام دهد مثل : مدل

روش بعلت صرفه جویی در وقت و هزینه قبل از همه تحقیق ها نمونه کوچکی از تحقیق را انجام داده و به

نکات قوت و ضعف آنها پی می بریم pre-test

- توصیفی :

فقط موضوع را توضیح و شرح می دهیم مثلا : مهاجرت چیست و انواع آن چیست ؟

- تاریخی :

هر چیز که مربوط به زمان گذشته باشدو به زمان حال مربوط نیست مثل : تاریخ هخامنشی ، اسلام.

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

به سه هدف ما تحقیق تاریخی انجام می‌دهیم :

1- مطالعه تاریخ ملل (که در مللهای مختلف چه اتفاهای رخ داده).

2- مقایسه وقایع گذشته : (دو حادثه اتفاق افتاده را باهم مقایسه کنیم مثل : مقایسه انقلاب مشروطه با انقلاب اسلامی)

3- علت یابی وقایع : بررسی علت‌های حادثه است.

ویژگی های تحقیق تاریخی :

منابع دست اول : هر انسان و موجودی که در آن حادثه حضور فیزیکی دارد. به عنوان مثال افرادی که در حادثه زلزله بم حضور داشته و شاهد عینی بوده‌اند.

منابع دست دوم : نقل قولها در مورد حادثه را دست دوم می‌گویند. مثلاً حادثه زلزله بم را از کسی بشنویم که او هم از شخص دیگری که در زمان زلزله حضور داشته شنیده باشد.

• تحقیق موردی :

تحقیق بر روی یک موضوع بسیار محدود به صورت کامل و همه جانبه.

مثلاً : در مورد یک شخصی چون بو علی سینا. از ابتدای تولد تا مرگ ایشان هر آنچه به ایشان مربوط می شود مانند تاریخ و محل تولد - تعداد افراد خانواده - شغل پدر - تحصیلات وی - آثار و... بررسی میشود. نکته مثبت این تحقیق این است که به دلیل اینکه تحقیق کاملی در مورد موضوع انجام شده می توان علت وقایع و حوادثی یا مسائلی مهمی که برای ایشان رخ داده علت یابی نموده و نکته منفی نیز این است چون بسیار ریز و جزئی مطالعه شده است نتایج این تحقیق را نمی توان به سایرین تعمیم داد.

• تحقیق پیمایشی یا زمینه یابی :

یعنی نظر مردم را نسبت به یک موضوع ریشه یابی می کند محقق بررسی می کند که مردم چه می دانند و چه فکر می کنند .

مثلاً در مورد پزشک خانواده یا یارانه چه می دانند و چه فکر می کنند محقق بررسی می کند مردم جامعه اش چه فکر می کنند و نظرشان و میزان علاقه مندیشان در مورد موضوعش چیست.

واحد تجزیه تحلیل مقیاس یا واحدی است که محقق برای تحقیق خود انتخاب کرده واحدش فرد است یا خانواده یا جامعه ایران. یک اثر تاریخی است یا کل آثار یک دوره

مثلاً: تورم در کل جهان، تورم در جهان سوم، تورم در ایران، تورم در تهران.

این معیاری است که ما می خواهیم بررسی کنیم گاهی فقط کل جهان است گاهی اوقات ایران و گاهی شهر است. واحد تجزیه و تحلیل آن مقیاسی است که ما روی آن کار می کنیم.

طرح های اساسی زمینه یابی دو مورد می باشد :

1- مقطعی : یک دور زمانی.

2- طولی : چند دوره زمانی بررسی می شود.

- اگر در زمان خاصی بررسی کنیم مقطعی می شود مثل انتخابات 92 (مقطعی)

- ولی در مطالعه طولی چند دوره انتخابات بررسی شده و سپس نتایج هر دوره را با هم مقایسه می کنیم.

تحقیق آزمایشی :

خیلی دقیق است زیرا که انسانها را یکی یکی مورد آزمایش قرار میدهیم و بهترین و دقیق ترین نوع تحقیق است .

شامل دو گروه است :

1- گروه آزمایش : متغیر مستقل بر روی آن پیدا می شود.

2- گروه کنترل : که این در کلیه جنبه ها شبیه گروه آزمایش هستند با این تفاوت که متغیر مستقل بر روی آنها اجرا نمیشود.

ویژگیهای تحقیق آزمایشی :

- کنترل : برای این کار می توان از گروه دومی در آزمایش به نام گروه کنترل استفاده نمود که این گروه در کلیه جنبه ها شبیه گروه آزمایش هستند با این تفاوت که متغیر مستقل برای گروه کنترل اجرا نمی شود.
- تکرار آزمایش : باید شرایط آزمایش (زمان ، مکان و آزمایش شوندگان) یکی باشد و هر دو یا سه ماه یکبار انجام شود.
- انتخاب تصادفی : از میان گروهی که خواهان شرکت در آزمایش باشند ، انتخاب تصادفی می کنیم و نیمی از آنها را جهت آزمایش و نیمی دیگر را جهت کنترل قرار میدهیم .

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

گروه آزمایش، دارو را که متغیر مستقل هستند و گروه کنترل که دارو مصرف نمیکنند. بعد دو گروه را بررسی کرده و مقایسه میکنند اگر دارو در گروه آزمایش تاثیر کرده باشد و اشتهای آنها را کاهش داده باشد متغیر مستقل اثر کرده است .

و این آزمایش را با همین شرایط و با همین اشخاص در دوره های مختلف (دو یا سه ماه دیگر) مجددا انجام میدهیم تا به نتایج یکسان برسند و تحقیق ما دارای پایایی (تکرار پذیری) است

در تحقیق آزمایشی دو نوع اعتبار داریم :

1- اعتبار درونی :

که به درون تحقیق برمی گردد. یعنی هدف بررسی تاثیر متغیر مستقل بر وابسته می باشد. هرچه متغیر مستقل بر روی متغیر وابسته تاثیر بیشتری بگذارد و تاثیر متغیر مزاحم کمتر باشد، اعتبار آزمایش بیشتر و با ارزشتر است و بر عکس. هرچه تاثیر مستقل بر وابسته کمتر و تاثیر مزاحم بیشتر باشد اعتبار درونی کمتر میشود

2- اعتبار بیرونی :

هر چه نتیجه تحقیق مان را به گروه ها و جامعه دیگری گسترش (تعمیم) دهیم اعتبار بیرونی آزمایش ما ارزش پیدا می کند و بر عکس.

اعتبار درونی :

هر آنچه بر روی متغیر وابسته بجز متغیر مستقل تاثیر بگذارد متغیر مزاحم نامیده میشود. غرض از اعتبار درونی این است که آیا متغیر مستقل در متغیر وابسته اثر می گذارد؟

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

- آیا تغییری که در متغیر وابسته بوجود آمده منحصرأ بر اثر متغیر یا متغیرهای مستقل بوده یا

متغیرهای مزاحم و کنترل نشده در آن دخالت داشته‌اند؟

انواع متغیر مزاحم :

• رویدادهای همزمان :

همزمان با متغیر مستقل متغیر دیگری بر وابسته اثر گذارد. مثلاً اگر هدف تحقیق شناخت میزان تأثیر روش تدریس خاصی در کلاس باشد و اتفاقاً تلویزیون نیز در مورد آن روش تدریس برنامه داشته باشد، نمی‌توان بدرستی ارزیابی کرد که آیا تغییرات ایجاد شده در (شاگردان) ناشی از روش تدریس معلم است یا برنامه تلویزیونی و یا هر دو.

• اجرای پیش آزمایش :

معمولاً محقق قبل از اجرای اصلی، اقدام به اجرای پیش آزمایشی آنها می‌کند تا نقایص کار مشخص شود و نسبت به اصلاح آن اقدام کند. محقق باید مرحلهٔ پیش‌آزمون را در مورد هر دو گروه کنترل و آزمایشی اجرا کند، ولی اجرای اصلی آزمون را فقط در مورد گروه آزمایشی انجام دهد.

• رشد و بلوغ آزمودنی :

در بعضی از تحقیقات که بیش از اندازهٔ مورد انتظار طول می‌کشند، احتمال بروز تغییرات جسمانی و فکری در آزمودنی‌ها وجود دارد که در رفتار آنها تأثیر خواهد داشت.

• **افت آزمودنی :**

تضمینی وجود ندارد که آزمودنی‌ها و افرادی که در گروه‌های آزمایش و کنترل سازمان داده می‌شوند، تا پایان تحقیق حضور داشته باشند.

• **تفاوت‌های فردی :**

بزرگترین متغیرهای مزاحم تفاوت‌های فردی است زیرا سلیقه و علاقه آدم‌ها باهم فرق دارد مثلا: اشتیاق آقایان و خانم‌ها باهم متفاوت است.

• **کنش متقابل :**

اگر دو یا سه نوع متغیر مزاحم بر روی متغیر وابسته تاثیر بگذارد کنش متقابل است مثلا: در بررسی تاثیر داروی ایکس بر روی کاهش اشتها (متغیر وابسته) هنگام آزمایش بیماری خود شخص - آقا یا خانم بودن - رشد و بلوغ و... میتواند در متغیر وابسته (کاهش اشتها) تاثیر گذارد.

روش‌های کنترل متغیر مزاحم :

1- روش همسان سازی :

گروه آزمایش و کنترل را شبیه هم کنیم که به 2 روش: الف - دقیق: تمام مشخصات از سن، جنس، تحصیلات و... در هر دو گروه آزمایش و کنترل یکی است. و یکی یکی با هم مقایسه میشوند. ب- فراوانی: که میانگینی از مشخصات گروه آزمایش و کنترل را در نظر میگیریم. مثلا در هر دو گروه (آزمایش و کنترل) بیست درصد آقا و هشتاد درصد خانم باشد.

2- روش تصادفی :

همه افراد جامعه شانس برابر در انتخاب شدن را دارند و 2) باز هم تصادفی در گروه کنترل و آزمایش قرار می گیرند.

عوامل موثر بر اعتبار بیرونی :

• محیط طبیعی :

شخص آزمایش شوند در محیط زندگیش و بطور طبیعی مورد آزمایش قرار میگیرد و احساس نمیکند که اصلا آزمایشی رویش انجام میگیرد و کاملا طبیعی برخورد کرده و همین باعث میشود آزمایش دچار سوگیری نشود و می توان این آزمایش را به کل جامعه مورد نظر تعمیم داد.

• معرف بودن نمونه :

از بین یک جامعه آماری یک نمونه را به عنوان نماینده آن جامعه انتخاب میکنیم که دارای تمام ویژه گیهای آن جامعه باشد و آزمایش را روی آن نمونه انجام میدهیم. (مثلا: از تمام افراد یک خانواده: پسر آن خانواده را بعنوان معرف آن خانواده انتخاب می کنیم).

تحقیق علمی - مقایسه ای :

پس رویدادی قبلا اتفاق افتاده است، متغیر مستقل از قبل اتفاق افتاده است.

مثلا تحقیق در مورد جوانانی که قبلا معتاد شده اند. و از نظر اخلاقی و انسانی نباید جهت انجام آزمایش اول گروهی را معتاد کرده بعد روی آنها آزمایش را انجام دهیم.

1- بیان مسئله : موضوع که مشخص شد آن را شرح می دهیم.

2- انتخاب گروه معین : که دارای ویژگی یا مشکل مورد نظر تحقیق ما هستند. (معتاد هستند)

3- گروه مقایسه ای :

شبهه گروه معین یا انتخابی ما هستند و تمام شرایط گروه معین را دارند ولی مشکل اصلی و مورد نظر را (اعتیاد) را ندارند . مثلا : بررسی عوامل اعتیاد بر روی جوانان 18-20 سال (بررسی جوانان گروه سنی 18 - 20 سال که معتاد هستند با گروهی در همین سن که معتاد نیستند.

4- جمع آوری اطلاعات :

در خصوص موضوع مان اطلاعات جمع می کنیم.

5- تجزیه و تحلیل اطلاعات

6- نتیجه گیری ازاطلاعات بدست آمده پیرامون موضوع مورد نظرمان. **جامعه آماری** : به مجموعه افراد ،

اشیاء ، حوادث و موجوداتی که ما می خواهیم روی آن تحقیق کنیم و دارای حداقل یک ویژگی مشترک هستند.



هدف از هر پژوهش علمی، بدست آوردن نتایج قابل اعتماد و تعمیم آن نتایج به جامعه آماری است. هر تحقیقی نیازمند این است که یک نمونه برای آزمایش یا جمع آوری داده ها داشته باشد. برای بدست آوردن نمونه تحقیق باید از روش های نمونه گیری استفاده کرد، اما نمی توان همیشه نمونه گیری را به صورت یکسان و با روش های یکسانی بدست آورد، چرا که دسترسی به منابع برای هر تحقیقی می تواند متفاوت باشد. در علم روش تحقیق، روش های زیادی برای نمونه گیری از جامعه آماری وجود دارد، دو روش اصلی بدست آوردن داده وجود دارد

1) سرشماری (Census)

در این روش محقق از تمامی اعضا در یک جامعه آماری استفاده می کند، تا اطلاعات تحقیق خود را بدست آورد. مانند سرشماری نفوس و مسکن که هر چند سال یکبار در کل ایران اجرا می شود.

2) نمونه گیری (Sampling)

در این روش پژوهشگر جهت به دست آوردن اطلاعات تحقیق، از بخش مشخصی از جامعه آماری این اطلاعات را بدست می آورد، نه همه جامعه. در واقع نمونه انتخاب شده توسط پژوهشگر، نماینده کل اعضای جامعه آمای هستند.

نمونه چیست ؟



در روش تحقیق، نمونه (Sample) به آن دسته از اعضا در یک جامعه آماری گفته می شود که انتخاب شده اند تا در تحقیق شرکت کنند.

مزایای استفاده از نمونه گیری نسبت به سرشماری

در کل باید گفت استفاده از روش نمونه گیری در زمانی که جامعه آماری بزرگی داریم می تواند به مراتب نسبت به سرشماری نتایج معتبرتری را ارائه دهد و احتمال بروز خطا در آن کمتر خواهد بود. اما اگر در یک تحقیق حجم جامعه آماری به قدری کوچک باشد، که پژوهشگر با مشکلات جدی

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

برای تحقیق خود روبه رو نشود، می توان گفت سرشماری در مقایسه با نمونه گیری روش بهتری خواهد بود. برای بررسی و مقایسه دو روش نمونه گیری و سرشماری ابتدا باید به معایب سرشماری پردازیم.

معایب سرشماری

1. محدودیت مالی مانع انجام سرشماری های بزرگ می شود
2. محدودیت زمانی باعث می شود محقق در سرشماری زمان طولانی را صرف کند و این موضوع ممکن است باعث شود تحقیق خود را به انتها نرساند
3. محدودیت محقق برای به کارگیری نیروهای تحقیق مثل نیروهای پرسشگر و (چون تعداد اعضای جامعه آماری ممکن است زیاد باشد، محقق باید تعدادی نیرو برای تحقیق خود به کار بگیرد که هر چه تعداد اعضا جامعه بیشتر باشد، باید تعداد بیشتری نیرو نیز استخدام کند)
4. ممکن است تمامی افراد جامعه آماری تحقیق در دسترس نباشند (خصوصا زمانی که هدف تحقیق ممکن است برای برخی از افراد حس تهدید ایجاد کند، مثلا تحقیق در مورد افرادی که تغییر جنسیت داده اند)
5. مشکلاتی که در امکانات سنجش ممکن است رخ دهد، مثل کمبود ابزارهای تحقیق (مثلا اگر قرار باشد روی اعضا آزمایشی صورت گیرد و واکسنی تزریق شود، تعداد واکسن ها ممکن است محدود باشد)

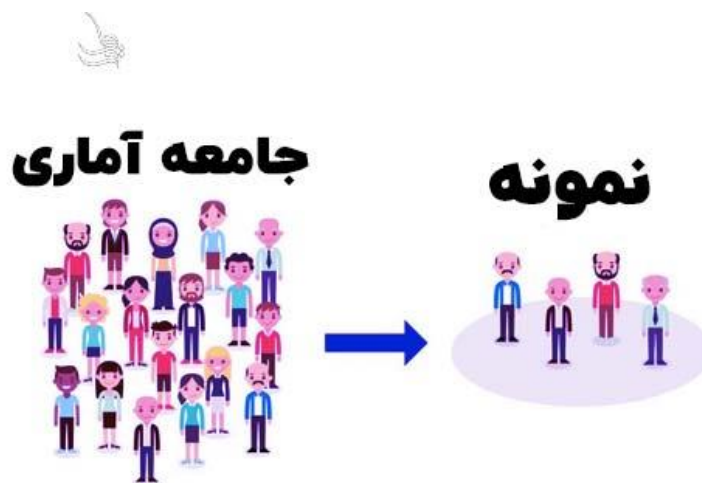
مزایای نمونه گیری

1. زمانی که محقق بر روی تعداد کمتری از اعضا، پژوهش خود را اجرا می کند، سریع تر به نتایج و اطلاعات از جامعه آماری دست پیدا می کند
2. از آن جا که تعداد افراد تحقیق کمتر است، هزینه های اجرای تحقیق نیز کمتر خواهد بود
3. در پژوهش هایی که محقق به همه اعضای جامعه آماری دسترسی ندارد، نمونه گیری کمک خواهد کرد تا تحقیق به خوبی پیش برود

ویژگی های یک نمونه گیری علمی

یک نمونه گیری علمی زمانی درست خواهد بود و نتایج معتبری را از آن می توان کسب نمود که این ویژگی ها را داشته باشد:

1. نمونه انتخاب شده، باید معرف و نماینده جامعه آماری باشد تا بتواند قابلیت تعمیم نتایج به جامعه آماری را ممکن نماید
2. حجم نمونه (تعداد افرادی که به عنوان نمونه انتخاب می شوند) باید به اندازه کافی باشد، تا بتوان به نتایج اکتفا نمود



جمعیت هدف یا Target Population به تمامی اعضای که عضو یک گروه هستند و ویژگی مشترکی باعث می شود آنان یک گروه شوند و پژوهشگر قصد تحقیق بر روی آن ها را دارد، جامعه آماری گفته می شود. در اصل جمعیتی که پژوهشگر در پایان تحقیق قصد دارد، نتایج تحقیق را به آن تعمیم دهد، جامعه آماری می گویند که از نظر حجم ممکن است:

- بسیار بزرگ باشد (مثلا کل مردم ساکن در یک شهر)
- یا محدود باشد (مثلا کل دانش آموزان یک مدرسه)

چارچوب نمونه گیری چیست؟

در علم روش تحقیق، چارچوب نمونه گیری (Sampling Framework) به لیستی از جامعه آماری گفته می شود، که قرار است از آن ها نمونه گیری صورت گیرد. در بهترین حالت چارچوب نمونه گیری باید شامل کلیه اعضای جامعه آماری باشد.

انواع نمونه گیری در تحقیقات علمی

نمونه گیری می تواند از جنبه های مختلف به دسته های مختلفی تقسیم شود. یکی از رایج ترین و مهم ترین دسته بندی های نمونه گیری بر حسب نوع نمونه گیری است. به طور کلی ما دو دسته اصلی نمونه گیری داریم که شامل این دو مورد است:

1. نمونه گیری تصادفی (Random Sampling)

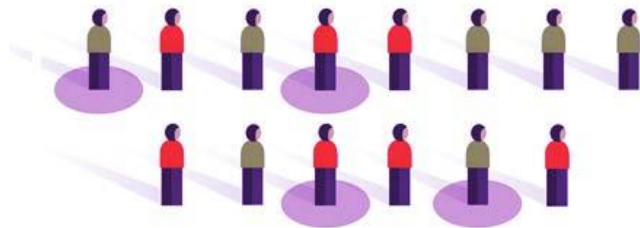
2. نمونه گیری غیر تصادفی (Nonrandom Sampling)

نمونه گیری تصادفی چیست ؟



همه اعضا شانس برابری

دارند تا انتخاب شوند!



{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

این روش از نمونه گیری بر پایه احتمال می باشد. این روش نمونه گیری بهترین روش نمونه گیری در تحقیقات علمی می باشد و نتایجی که از این روش حاصل می شود، قابل اعتماد خواهد بود و می توان آن را به جامعه آماری نیز تعمیم داد. در اصل این روش به همه اعضای جامعه آماری شانس برابری را می دهد، تا در پژوهش شرکت کنند. یک مثال از نمونه گیری تصادفی، قرعه کشی های مرسوم در شبکه های تلویزیونی است. مثلا تصور کنید که اسم همه افراد شرکت کننده در یک توپ قرار داد و مجری با گردونه ای در حال چرخاندن آن ها است. مجری متوقف می شود و به صورت شانسی توپی را بیرون می آورد. در داخل آن اسم یک نفر به عنوان برنده نوشته شده است. در چنین روشی کسی اعتراض نمی کند که چرا اسم من نبود؟ چرا که همه اعضا شانس برابری داشته اند تا انتخاب شوند.

نمونه گیری تصادفی به عنوان یک مفروضه آزمون های آماری

تصادفی بودن روش نمونه گیری، یکی از مهم ترین مفروضه های استفاده از بسیاری از آزمون های آماری پارامتریک است. در صورتی که تحقیق شما از روش تصادفی استفاده نکند، شما باید قید استفاده از بسیاری از روش ها را بزنید و به سراغ جایگزین های ناپارامتریک این روش ها بروید. توصیه بسیاری از آماردانان و پژوهشگران این است که، تا حد امکان از روش های تصادفی برای نمونه گیری استفاده شود. این روش از نمونه گیری، بیشتر در مطالعات کمی استفاده می شود.

نمونه‌گیری غیر تصادفی چیست؟

همیشه برای پژوهشگر این امکان وجود ندارد که به صورت تصادفی نمونه‌گیری نماید، چرا که ممکن است همه اعضای جامعه فعلا در دسترس محقق نباشد. از این رو، از روش‌های غیر تصادفی برای پیش برد تحقیق استفاده می‌شود. در روش نمونه‌گیری غیر تصادفی، دیگر امکان تعمیم نتایج تحقیق که از نمونه بدست آمده است، به کل جامعه آماری وجود ندارد. ممکن است در ذهن شما این سوال ایجاد شود که اگر در تحقیقی امکان تعمیم وجود نداشته باشد، اصلا دیگر آن تحقیق فایده‌ای هم خواهد داشت؟ جواب این سوال بله است، چرا که قرار نیست همه تحقیقات قابل تعمیم باشند، بلکه بسیاری از تحقیقات با هدف بدست آوردن اطلاعات بیشتر از موضوعی خاص یا بدست آوردن داده‌های اولیه صورت می‌پذیرد.

کاربرد نمونه‌گیری غیر تصادفی

1. زمان اجرای کمتر: زمان و فرصت شما محدود است
2. هزینه‌های پایین اجرا: از طرفی زمانی که هزینه‌های تحقیق بالا است، مثلا شما بازاریاب هستید و نمی‌توانید از همه مردم یک شهر نمونه‌گیری کنید
3. محدودیت دسترسی: محدودیت‌هایی برای نمونه‌گیری از جامعه آماری دارید، مثلا افرادی که نمی‌توانید به راحتی با آنان ارتباط بگیرید و داده جمع‌آوری کنید. این موضوع خصوصا در تحقیقاتی که در مورد موضوعات خاص (مثلا افرادی که تغییر جنسیت داده‌اند) صورت می‌گیرد صدق می‌کند

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

4. به عنوان پیش آزمون: هنگامی که پژوهشگر می خواهد قبل از پژوهش اصلی خود همه روند

های تحقیق را تست کند (خصوصاً زمانی که می خواهد ابزار های سنجش را یک بار تست کند)، از مطالعات پیش آزمون (Pretest) جهت این کار استفاده می کند. در چنین مطالعاتی است که عموماً پژوهشگر از نمونه گیری غیر تصادفی استفاده می کند. چرا که بسیار سریع تر به اطلاعات اولیه درست می یابد و می تواند بررسی کند که آیا ابزار مناسبی را انتخاب کرده یا نه؟ بعد از بررسی نتایج پیش آزمون و رفع مشکلات پیش آمده احتمالی، پژوهشگر پژوهش را با نمونه گیری تصادفی دوباره تکرار می کند، تا نتایج آن را به جامعه آماری تعمیم دهد.

روش نمونه گیری چند مرحله ای

یکی از روش هایی که از چندین نوع نمونه گیری به صورت همزمان استفاده می کند، نمونه گیری چند مرحله ای است، که ممکن است هم به صورت تصادفی باشد، هم غیر تصادفی و هم ترکیب این دو.

انواع روش های نمونه گیری تصادفی

1. نمونه گیری تصادفی ساده
2. نمونه گیری سیستماتیک
3. نمونه گیری طبقه ای
4. نمونه گیری خوشه بندی

نمونه گیری تصادفی ساده



در روش نمونه گیری تصادفی ساده (Simple Random Sampling)، هر یک از اعضای جامعه آماری شانس یکسانی برای وارد شدن در نمونه تحقیق، دارا هستند. در اصل در این روش چارچوب نمونه گیری تحقیق همه اعضای جامعه را دربر می گیرد. این روش با این که بسیار پر کاربرد است، مشکلاتی را نیز به همراه دارد. از جمله مشکلات این روش نمونه گیری در مقایسه با روش های دیگر، این است که طولانی تر است و تایم بیشتری را می برد.

مثال برای روش نمونه گیری تصادفی ساده

مثلا شما می خواهید در یک شرکت از پرسنل واحدهای مختلف نمونه گیری کنید. شما در ابتدا باید بدانید که این شرکت چه تعداد نیرو دارد. مثلا شما در یافتید که 500 کارمند در این مجموعه مشغول به کار هستند. در گام بعدی از روش های تعیین حجم نمونه استفاده می کنید و مثلا در می یابید که با در نظر گرفتن خطای 5 درصد، شما باید 217 نفر را در نمونه خود جای بدهید. در گام بعدی شما باید تک تک پرسنل را (هر 500 نفر) شماره گذاری کنید. سپس با استفاده از یکی از

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

روش های انتخاب نمونه به صورت تصادفی، اعداد تصادفی بین 1 تا 500 انتخاب کنید. در پایان شما باید 217 عدد در بازه 1 الی 500 انتخاب کنید.

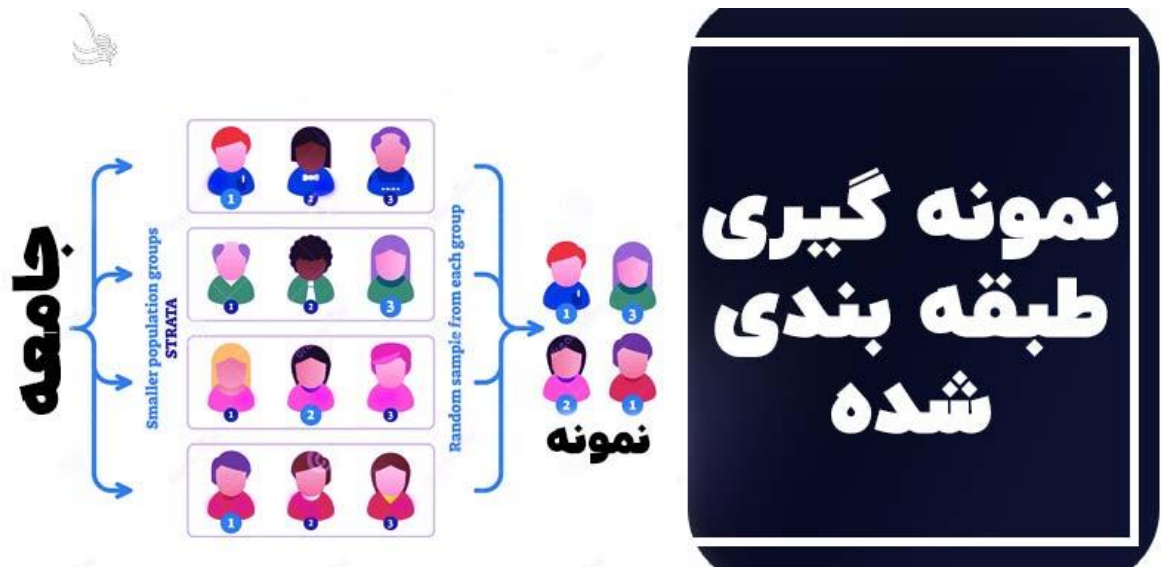
نمونه گیری سیستماتیک

روش نمونه گیری منظم (Systematic Sampling) هم یکی از روش های نمونه گیری تصادفی است، که در آن ابتدا اعضای جامعه آماری به صورت کامل مشخص می شود و شماره گذاری می گردد. در گام بعدی باید بر اساس یک فرمول یکسان که وضع می کنیم، اعضای نمونه را انتخاب کنیم. در این روش نسبت به روش نمونه گیری تصادفی ساده با سرعت بالاتری می توانیم نمونه گیری کنیم. البته در این روش امکان دارد توزیع نمونه ما دارای چولگی و اریبی باشد.

مثال برای روش نمونه گیری تصادفی منظم

مثلا شما می خواهید در همان شرکت از 500 پرسنل واحدهای مختلف نمونه گیری کنید. شما در ابتدا باید حجم نمونه خود را تعیین کنید، که به عدد 217 رسیدیم. در گام بعدی شما باید تمامی پرسنل را (هر 500 نفر) شماره گذاری کنید. سپس با استفاده از یک فرمول خاص شروع به نمونه گیری می کنید. مثلا از 1 تا 10 را به صورت تصادفی انتخاب می کنید که می شود 4. در گام بعدی 10 تا 10 می روید بالا. مثلا گزینه های بعدی می شود 14، 24، 34، 44 و.... در پایان شما باید 217 نفر را در بازه 1 الی 500 نفر گزینش کنید.

نمونه گیری طبقه بندی شده



فرض کنید که شما می خواهید از همان شرکت 500 نفری نمونه گیری کنید. 217 نفر را انتخاب می کنید، اما یک مشکل اساسی وجود دارد. این که شما در این شرکت بخش ها و واحدهای کاری مختلفی دارید. مثلا واحد فروش، واحد تولید، واحد انبار، واحد تبلیغات و شما اعضای نمونه خودتان را باید از بین این واحدها انتخاب کنید، ولی زمانی که چنین موردی را در نظر بگیرید، ممکن است از واحد تولید فقط 5 نفر انتخاب شود، ولی از واحد فروش 100 نفر به صورت شانسی انتخاب شود. در چنین موقعیتی تحقیق شما دچار خطا در نمونه گیری شده و دیگر نمی توانید به راحتی نتایج را به جامعه آماری خود تعمیم دهید. چرا که نتایج در اصل متعلق است به اعضای یک یا دو واحد خاص و ممکن است شرایط کاری در آن واحدها با شرایط کاری دیگر واحدها متفاوت باشد. در چنین شرایطی باید از روش نمونه گیری طبقه بندی شده (Stratified Sampling) استفاده کرد. در این روش اعضای جامعه آماری به چندین طبقه (گروه) تقسیم می شوند و سپس از هر کدام از این گروه ها نمونه گیری می شود. در این روش احتمال این که عضوی در طبقه های

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

مختلف انتخاب شود متفاوت است، اما احتمال انتخاب اعضا در یک گروه یا طبقه (STRATA) با

یکدیگر مساوی می باشد. اما یک سوال باقی می ماند و آن این است که، اگر یک طبقه (مثلا واحد

فروش) بزرگ تر از دیگر گروه ها باشد، آیا باز هم باید به صورت یکسان نسبت به دیگر طبقه ها، از

آن طبقه نمونه گیری کرد؟ جواب منفی است. در این روش، تعداد نمونه در هر طبقه بر اساس حجم

جامعه آماری در آن طبقه می باشد.

مثال برای روش نمونه گیری طبقه ای

بار دیگر قصد داریم از شرکتی با 500 نفر پرسنل نمونه گیری نماییم. در این روش، ابتدا بعد از این

که حجم جامعه آماری مشخص شد و حجم نمونه را نیز مشخص کردیم (217 نفر)، اکنون باید

مشخص کنیم که این شرکت از چند واحد تقسیم شده است. ما در این تحقیق قصد داریم، بر اساس

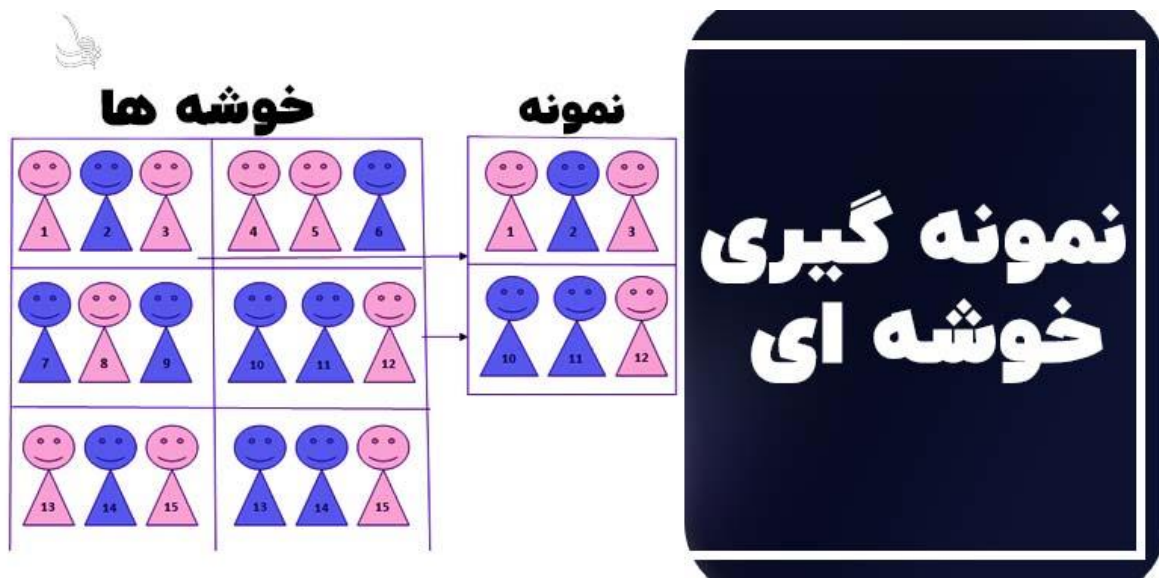
واحدهای کاری اعضا را تقسیم بندی کنیم، ولی می توانیم بر اساس معیارهای دیگری هم این عمل

را انجام دهیم. مثلا می توانیم بر اساس جنسیت، کل اعضا را به مردان و زنان تقسیم بندی کنیم و یا

بر اساس سن و یا سابقه کاری یا سطح درآمد و این کار را انجام دهیم. در گام بعدی از هر یک از

طبقه های مشخص شده بر اساس این که چند درصد از حجم جامعه را تشکیل می دهند، به صورت

تصادفی ساده یا منظم نمونه گیری می کنیم.



نمونه گیری خوشه بندی (Cluster sampling) ، همانند نمونه گیری طبقه بندی شده است و شامل تقسیم جمعیت جامعه آماری به زیر گروه‌هایی می باشد. اما این تقسیم بندی به صورت طبیعی موجود است، مثلا جوانان 18 ساله. در این روش ما در شرایطی هستیم که جامعه آماری همگنی داریم، ولی فهرست افراد جامعه در دسترس نمی باشد. مزیت نمونه گیری خوشه ای، کاربرد آن در زمانی که با جامعه آماری بزرگ قرار است کار کنیم، مشخص می شود. این روش بیشتر توسط جامعه شناسان و پژوهشگران علوم اجتماعی استفاده می شود، که به راحتی می توانند افراد جامعه را در خوشه هایی تقسیم بندی کنند. در این روش، جامعه آماری به چند خوشه تقسیم می شود و به صورت تصادفی یک یا چند خوشه را برای مطالعه انتخاب می کنیم.

مثال برای روش نمونه گیری خوشه ای

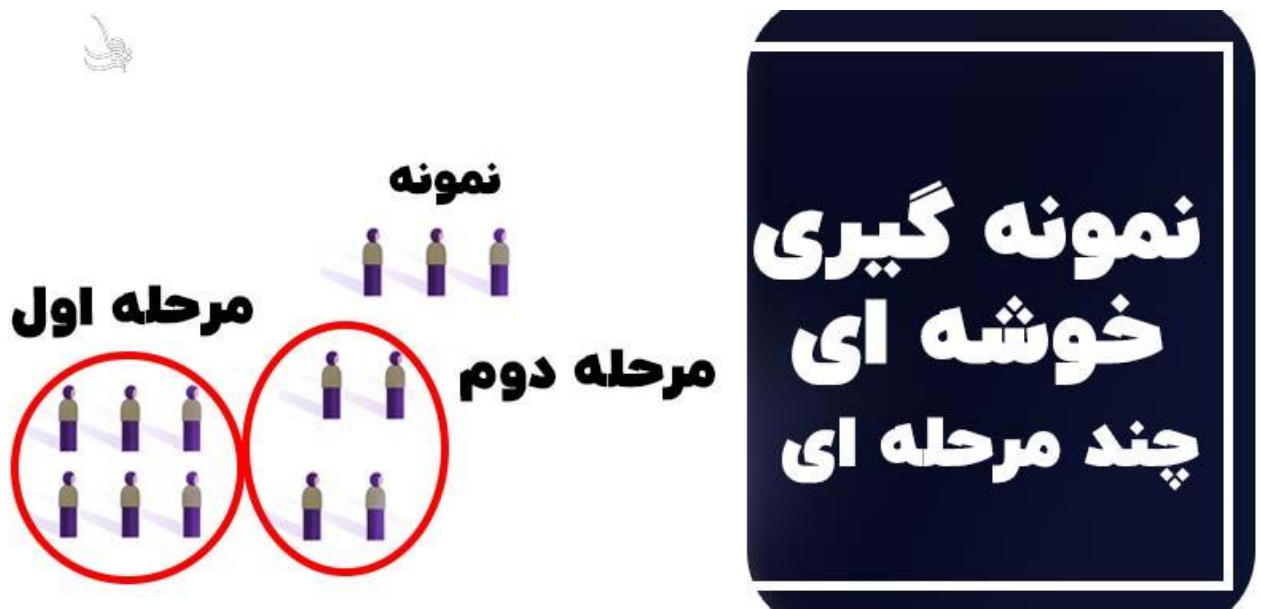
مثلا قرار است بر روی یک شهرک تحقیق کنیم. شهرک به بلوک هایی تقسیم شده است. باید از بین این بلوک های مختلف به صورت تصادفی افراد نمونه انتخاب شوند.

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

تفاوت نمونه گیری خوشه ای با نمونه گیری طبقه ای

در نمونه گیری طبقه ای، افراد جامعه تحقیق در یک طبقه، با هم فرق زیادی ندارند و تقریباً مشابه یکدیگر هستند، ولی در بین طبقه ها با یکدیگر تفاوت زیادی هست. مثلاً بین واحدهای مختلف تفاوت زیادی وجود دارد و کاملاً با هم فرق دارند. در روش نمونه گیری خوشه ای، میزان تفاوت بین خوشه ها بسیار کم هست، ولی افراد درون خوشه ها ممکن است با یکدیگر کاملاً متفاوت باشند.

نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای



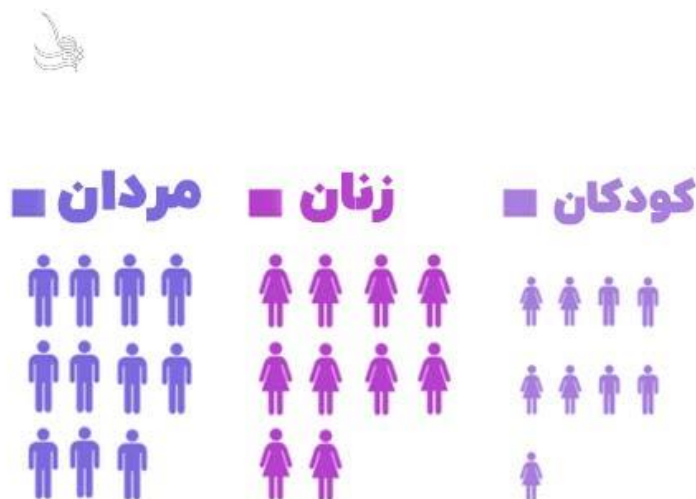
استفاده از نمونه گیری چند مرحله ای (Multi-Stage Sampling) در روش خوشه ای نیز متداول است. مثلاً شما می خواهید بر روی افراد یک شهر تحقیق نمایید. این شهر را به 4 بخش یا خوشه تقسیم می کنیم، که شامل خوشه شمالی و جنوبی و شرقی و غربی می شود. سپس می دانیم هر بخش به چندین بلوک شهری تقسیم می شود و در مرحله بعدی هر بلوک به چندین محله تقسیم می شود.

انواع نمونه گیری غیر احتمالی

در این بخش به انواع روش های نمونه گیری غیر تصادفی می پردازیم. به طور کلی این روش ها شامل این موارد هستند:

1. نمونه گیری سهمیه ای
2. نمونه گیری دردسترس
3. نمونه گیری هدفمند
4. نمونه گیری گلوله برفی
5. نمونه گیری داوطلبانه
6. نمونه گیری نظریه مدار

نمونه گیری سهمیه ای



{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

در این روش نمونه گیری (Quota Sampling)، بر اساس درصدهای از پیش تعیین شده، نمونه

گیری می کنیم. در اصل ما می دانیم که در جامعه خودمان، چند درصد افراد عضو کدام گروه ها

هستند. مثلاً می دانیم که 30 درصد افراد نوجوان و 40 درصد آنان جوان هستند و بر اساس همین

سهم نمونه گیری می کنیم.

تفاوت روش نمونه گیری سهمیه ای با نمونه گیری طبقه ای

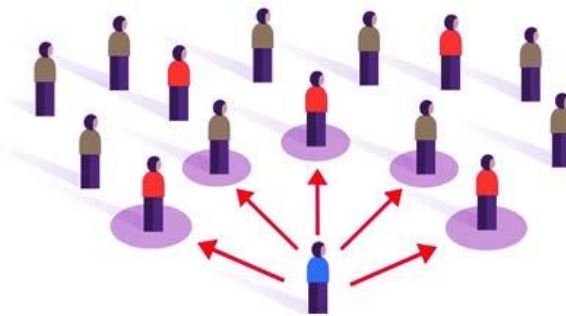
تفاوت اصلی در تصادفی بودن و نبودن نمونه ها است. در روش نمونه گیری طبقه ای، انتخاب نمونه

ها در هر طبقه به روش کاملاً تصادفی صورت می گیرد، ولی در روش نمونه گیری سهمیه ای، انتخاب

نمونه ها در هر گروه بر اساس این است که در دسترس باشند.



محقق به دنبال در دسترس ترین
اعضا جامعه آماری می باشد



نمونه گیری
در دسترس

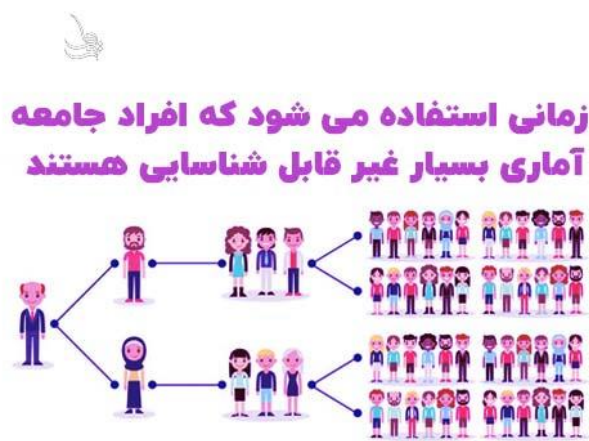
نمونه گیری در دسترس

زمانی که زمان کم و هزینه کمی داریم، از این روش (Convenience Sampling) زیاد استفاده می شود. مثلاً می خواهیم در مورد خرید یک محصول شرکت تحقیق کنیم. به یک فروشگاه می رویم و از افرادی که مشتری هستند، داده جمع آوری می کنیم و آنان را وارد تحقیق می کنیم. در اصل محقق به دنبال در دسترس ترین اعضا جامعه آماری می باشد. از این روش در دانشگاه ها زیاد استفاده می شود. مثلاً دانشجویی که از همکلاسی های خود می خواهد، یک پرسشنامه ای را پر کنند.

نمونه گیری هدفمند

در این روش (Purposive Sampling)، برای نمونه خود شرط می گذاریم. مثلاً آن هایی که از یک کالا خاص استفاده می کنند، وارد نمونه می شوند. این روش نمونه گیری بیشتر در پژوهش های کیفی استفاده می شود.

نمونه گیری گلوله برفی



{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

این روش نمونه گیری (Snowball Sampling) زمانی استفاده می شود که، افراد جامعه آماری بسیار غیر قابل شناسایی هستند و دسترسی به آنان محدود است. مثلاً شما می خواهید در مورد افراد تغییر جنسیتی تحقیق کنید. این افراد به دلایل اجتماعی بسیار گوشه گیر هستند و ممکن است حاضر به شرکت در تحقیق شما نشوند. شما در ابتدا باید یکی از این افراد را پیدا کنید و داده هایی را جمع آوری کنید. سپس از او بخواهید شخص دیگری را به شما معرفی کند، چرا که این افراد عموماً، افرادی را مشابه خود می شناسند و با آنان در ارتباط اند. از طرفی ممکن است برای شما معرفی نامه ای بنویسند و یا پیامی دهند که باعث اعتماد اشخاص دیگر به شما شود و این گونه است که می توانید به تعداد بیشتر از افراد نمونه دست پیدا کنید، مثل یک تکه برف که از بالا رها می شود و در پایین به یک توده بزرگ برف تبدیل می شود.

نمونه گیری داوطلبانه

این روش نمونه گیری (Volunteer or Self-selection Sampling) به گونه ای است که، افراد نمونه به صورت داوطلبانه وارد تحقیق می شوند. مثلاً صدا و سیما یک نظرسنجی طرح می کند و اطلاع می دهد مردم در نظر سنجی شرکت کنند. امروزه مشاهده می کنید، دانشجویان برای تحقیقات خود پیامی را که حاوی لینک یک پرسشنامه آنلاین می باشد، در شبکه های اجتماعی مختلف نشر می دهند و از افراد درخواست می کنند در تحقیق آنان وارد شوند.

نمونه گیری نظریه مدار

در این روش پژوهشگر نظریه ای را مطرح می کند و سپس بر اساس نظریه خود سعی می کند در دنیای بیرونی شواهدی را پیدا کند.

نکته پایانی در مورد نمونه گیری

در پایان باید اشاره کرد در صورت انتخاب هر یک از روش های بالا باید علت انتخاب آن را ذکر کنید و در عین حال محدودیت های روش نمونه گیری خود را در پژوهش مطرح کنید.

خلاصه روش های نمونه گیری

نمونه گیری چیست؟ در تحقیقات پیمایشی، نمونه گیری فرآیند استفاده از زیر مجموعه ای از یک جامعه برای نمایش کل جامعه است. فرض کنید می خواهید در مورد همه افراد ساکن تهران تحقیق کنید. پرسیدن از هر فردی تقریباً غیرممکن خواهد بود. حتی اگر همه بگویند «بله»، انجام یک نظرسنجی در بخش های مختلف شهر تهران و سپس جمع آوری و پردازش همه نتایج، زمان طولانی و بسیار پرهزینه خواهد داشت. نمونه گیری اجازه می دهد تا تحقیقات در مقیاس بزرگ با هزینه و چارچوب زمانی واقعی تر انجام شود، زیرا از تعداد کمتری از افراد در جمعیت با ویژگی های نماینده برای کل استفاده می شود. با این حال، هنگامی که تصمیم به نمونه برداری می کنید، وظیفه جدیدی را بر عهده می گیرید. شما باید تصمیم بگیرید که چه کسی بخشی از لیست نمونه شماست و چگونه افرادی را انتخاب کنید که بهترین نماینده کل جمعیت باشند. نحوه انجام این کار همان چیزی است که تمرین نمونه گیری در مورد آن است

اندازه گیری در آمار (measurement in statistics)

داده های بدست آمده از منابع مختلف می تواند کیفی یا کمی باشد. داده های کیفی به داده هایی گفته می شود که ماهیت توصیفی و طولانی داشته باشند. در حالی که داده های کمی ماهیت عددی دارند. این داده های کمی را می توان از طریق آمار تجزیه و تحلیل کرد. اما چگونه داده ها را در آمار اندازه گیری می کنید؟ ما مفهومی به نام "متغیر" داریم که چیزی جز یک ویژگی یا مشخصه ای نیست که در کل جمعیت تغییر می کند. مثال: هنگامی که شما در حال جمع آوری داده ها از دانش آموزان یک مدرسه هستید، متغیرهای آن جامعه می تواند نام، سن، آدرس، مخاطب و باشد. فرض کنید نمرات آزمون آن ها را نیز جمع آوری کنید، می توانید رتبه دانش آموزان مدرسه را محاسبه کنید و هر کدام را به یک برنامه مرتبط اختصاص دهید. به طور مشابه، "سطح اندازه گیری" در آمار به روشی اطلاق می شود که با آن یک متغیر خاص اندازه گیری می شود.

سطح سنجش متغیرها

در ادامه می خواهیم انواع سطح سنجش متغیرها را در پایان نامه ها و پژوهش های علمی را آموزش دهیم. شما برای پژوهش خود باید متغیرهایی را انتخاب کنید و سپس برای آن ها سطوح سنجشی را مشخص کنید و آن را در پژوهش خود تعیین نمایید و گزارش هم دهید. از طرفی در هنگام تحلیل داده ها در نرم افزارهای آماری باید سطح سنجش متغیرها را مشخص نمایید.

انواع سطح سنجش متغیرها

به صورت کلی 4 نوع سطح سنجش برای تحلیل داریم:

1. مقیاس های اسمی
2. مقیاس های ترتیبی
3. مقیاس های فاصله ای
4. مقیاس های نسبی

مقیاس اسمی (Nominal) چیست؟

یکی از سطح سنجش متغیرها، مقیاس اسمی است که اولین سطح اندازه گیری است. به عنوان متغیرهای نامگذاری شده شناسایی می شود. در مقیاس اسمی، به متغیرها یک نام یا برچسب توصیفی داده می شود تا مقدار آن ها را نشان دهد. نکته مهم در اینجا این است که متغیرها بر اساس اهمیت یا مقدارشان در گزینه ها مرتب نمی شوند. محاسبات این متغیرها بر اساس درک محقق از موضوع است. هیچ محاسبه آماری بر روی داده های اسمی امکان پذیر نیست زیرا هیچ مقدار عددی به متغیرها متصل نیست. ممکن است مواردی را مشاهده کنید که برچسب های متغیرها اعداد هستند، اما این به معنای چیزی بیشتر از برچسب هایی برای طبقه بندی یا دوشاخه نیست. نتایج حاصل از محاسبات روی این اعداد هیچ اهمیت کمی نخواهد داشت.

مثال برای مقیاس اسمی

کدام کشور را بیشتر دوست دارید؟

1. ایران

2. چین

3. آمریکا

4. ایتالیا

همان طور که می بینید، اعداد در مقابل متغیرها نشان دهنده برچسب آن ها هستند نه مقدار عددی آنها. از آنجایی که گزینه ها هیچ اولویت یا ارزش بالاتری نسبت به یکدیگر ندارند، تفاوتی نمی کند که پاسخ دهنده کدام یک را انتخاب می کند تا زمانی که فقط نشان می دهد کدام غذا را بیشتر دوست دارد. در بین معیارهای آماری، مقیاس اسمی به مقیاس تحقیقات بنیادی معروف است.

تجزیه و تحلیل متغیرهای مقیاس اسمی

داده های اسمی را می توان از طریق سؤالات باز جمع آوری کرد، مانند پرسیدن سؤالات باز از پاسخ دهندگان و اجازه دادن به آنها برای توصیف پاسخ هایشان به طور خلاصه و نشان دادن یک متغیر به عنوان پاسخ. راه دیگر استفاده از سؤالات چند گزینه ای است، مانند نمونه ای که در مثال بالا در آن پاسخ دهندگان گزینه مورد نظر خود را انتخاب می کنند. داده های اسمی برای به دست

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

آوردن یک یا چند گزینه به عنوان ترجیح داده شده ترین گزینه در میان پاسخ دهندگان تجزیه و تحلیل می شود.

مقیاس ترتیبی (Ordinal) چیست؟

سطح دوم از سطح سنجش متغیرها و اندازه گیری متغیرها مقیاس ترتیبی است. مقیاس ترتیبی زمانی استفاده می شود که از متغیرها برای اندازه گیری میزان یا حد چیزی استفاده شود. از این مقیاس ها در سوالاتی استفاده می شود که هیچ پیش زمینه ریاضی ندارند. برخی از مثال ها می تواند اندازه گیری رضایت، شادی، درد و غیره باشد. همان طور که از نام آن پیداست، مقیاس ترتیبی بر اساس ترتیب متغیرها است. متغیرها به ترتیب خاصی از کم به زیاد (از هر احساس خاصی) ارائه می شوند و پاسخ دهندگان گزینه ای را که ترجیح می دهند انتخاب می کنند.

نمونه ای از مقیاس ترتیبی

چقدر از خدمات مشتریان ما راضی هستید؟

1. خوشحال

2. خیلی خوشحال

3. متوسط

4. ناراضی

5. خیلی ناراضی

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

همان طور که می بینید، متغیر در این جا "رضایت مشتری" است و مقیاس ترتیبی برای دستکاری آن متغیر به محدوده ای که از زیاد به پایین و با مقدار کاهش می یابد، پیش می رود. ترفندی که اکثر محققان در اینجا از آن استفاده می کنند این است که عمداً جنبه مثبت محدوده را در اولویت قرار دهند تا تا حدودی بر پاسخ ها تأثیر بگذارند.

تجزیه و تحلیل متغیرهای ترتیبی

از آنجایی که داده های ترتیبی از یک سلسله مراتب و متغیرهای مبتنی بر ارزش پیروی می کنند، این امکان برای محققان وجود دارد که داده ها را در قالب نمودارها و نمودارها قرار دهند. این ارقام به ترسیم بصری پاسخ ها و ترجیحات کمک می کند.

مقیاس فاصله (Interval) چیست؟

سومین سطح اندازه گیری آماری ما یک مقیاس فاصله ای است. مقیاس فاصله ای یک مقیاس عددی است که ترتیب و تفاوت متغیرها مشخص است. همانطور که از نام آن پیداست، برای اندازه گیری فواصل بین متغیرها استفاده می شود و این متغیرها قابل محاسبه، ثابت و آشنا هستند. درست مانند مقیاس ترتیبی، مقیاس فاصله ای نقطه شروع یا صفر واقعی ندارد. می توانید آن را نسخه توسعه یافته مقیاس ترتیبی با قابلیت افزوده برای اندازه گیری تفاوت بین متغیرها بنامید.

نمونه ای از مقیاس فاصله

درآمد سالانه شما چقدر است؟

- زیر 300000
- 3,00,000
- 5,00,000
- بالای 1000000

در این مثال، تفاوت بین متغیر کاملاً مشخص است و نقطه شروع نیز صفر نیست. با مقادیر متغیر ثابت، پاسخ دهندگان می توانند گزینه درآمد مربوطه خود را انتخاب کنند.

تجزیه و تحلیل متغیرهای فاصله ای

داده‌های بازه‌ای در کنار روش‌های تحلیل داده‌های اسمی و ترتیبی، روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌های خاص خود مانند آمار توصیفی، تحلیل رگرسیون همبستگی را دارد. آن‌ها به شما کمک می‌کنند میانگین، میانه و حالت را محاسبه کنید و داده‌ها را به گونه‌ای که منطقی باشد خلاصه کنید.

مقیاس نسبتی یا نسبی (Ratio Scales) چیست؟

سطح چهارم از سطح سنجش متغیرها و اندازه‌گیری آماری به شما امکان می‌دهد تفاوت متغیر، ترتیب متغیرها را بدانید و همچنین با صفر واقعی شروع کنید. مقیاس نسبت فرض می‌کند که تفاوت ثابتی بین متغیرها وجود دارد و آنها در یک ترتیب خاص هستند و با مقدار صفر شروع می‌شوند. مقیاس نسبت به محققان اجازه می‌دهد تا با یافتن میانگین، میانه و حالت برای یک گرایش

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

مرکزی، روی داده ها کار کنند. با توجه به صفر واقعی، مقیاس نسبت نمی تواند صفر باشد. بنابراین زمانی که محقق مایل به استفاده از مقیاس نسبت است، باید به ویژگی های متغیر و داشتن تمام نیازهای آن توجه کند.

نمونه ای از مقیاس نسبی

- میزان وزن خود را بنویسید:
- میزان دمای محیط را بنویسید:

تجزیه و تحلیل متغیرهای نسبی

مقیاس نسبت و داده های نسبت تحت داده های کمی قرار می گیرند، به همین دلیل است که تمام تکنیک های تحلیل کمی مانند SWOT، TURF، جدول بندی متقابل یا داده های نسبت کار می کنند. استفاده از این روش ها برای تجزیه و تحلیل داده ها می تواند به شما در نتیجه گیری پیش بینی کننده در مورد سازمان و محصولات تان کمک کند.

ابزار گردآوری اطلاعات تحقیق عبارتند از:

- 1- پرسشنامه
- 2- مصاحبه
- 3- مشاهده یا تحقیق میدان
- 4- کتابخانه ای

ابزار گردآوری اطلاعات :

به منظور ارزش علمی بخشیدن به یک کار پژوهشی همانند پایان نامه یا رساله، پژوهشگر باید علاوه بر استفاده از منابع مختلف برای به دست آوردن اطلاعات مرتبط با موضوع تحقیق خود، به تحقیق و بررسی موضوع نیز بپردازد. برای این کار ابزارهای مختلفی وجود دارد که محقق بسته به موضوع و هدف پژوهش باید از یکی از آنها استفاده کند. متداول ترین روش های گردآوری اطلاعات شامل: پرسشنامه، مصاحبه، مشاهده، مطالعه کتابخانه ای و مطالعه اسناد و مدارک می باشد که به تعریف و نحوه ی استفاده از هر یک از این روش ها خواهیم پرداخت.

روش های گردآوری اطلاعات**پرسشنامه**

رایج ترین و پرکاربردترین روش برای گردآوری اطلاعات، تنظیم پرسشنامه است. پرسشنامه مجموعه ای از سوالات است که پاسخ به آن ها، داده های مورد نیاز پژوهشگر را تشکیل می دهد. پرسشنامه اغلب در تحقیقات پیمایشی که نظرسنجی در آن نقش مهمی دارد استفاده می شود.

در تحقیق تجربی و شبه تجربی یا پس رویدادی معمولاً از این روش استفاده نمی شود مگر اینکه بعنوان یک روش مکمل برای تکمیل برخی از اطلاعات به آن نیاز باشد.

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

علاوه بر این، پرسشنامه ابزار نظرسنجی برای سنجش متغیرهای قضاوتی است، مثلاً در مواردی که

بخواهیم سلايق افراد، علايق و گرايشات، تمايل، خواسته ها و ارجحيت هاي آن ها را بسنجيم از

این ابزار استفاده می کنیم.

بنابراین متغیرهای کمی یا کیفی که قابل قضاوت کردن نیستند از این طریق نمی توانند سنجیده

شوند.

اصول کلی تهیه پرسشنامه

- سوالات پرسشنامه بر اساس اهداف یا سوالات تحقیق تنظیم شود.
- سوالات پرسشنامه جذاب و قابل فهم برای همه باشد تا پاسخ دهنده بتواند اطلاعات دقیق و واضح تری در پاسخ به سوالات پرسشنامه بدهد.
- پرسشنامه باید تا جایی که ممکن است کوتاه باشد و فقط سوالاتی در آن مطرح شود که پاسخ آن مورد نیاز پژوهش فعلی است.
- دستورالعمل تکمیل پرسشنامه نیز باید همراه با پرسشنامه باشد، این دستورالعمل پاسخ دهنده را راهنمایی می کند چگونه به سوالات پاسخ دهد.

اجزاء اصلی پرسشنامه

پرسشنامه باید شامل اجزاء زیر باشد:

نامه همراه

نامه همراه (مقدمه) بیان کننده هدف از گردآوری داده ها به وسیله پرسشنامه می باشد. نامه همراه

ضرورت همکاری پاسخ دهنده و اهمیت داده های مورد نیاز را نیز بیان می کند.

پژوهشگر به وسیله این نامه تلاش می کند تا پاسخ دهنده را نسبت به همکاری در

تکمیل پرسشنامه ترغیب کند. به همین دلیل باید بر روی ارزشمند بودن داده های حاصل از این

پرسشنامه که با مشارکت پاسخ دهندگان بدست می آید تاکید شود.

همچنین تاکید بر این نکته که داده ها و اطلاعات حاصل از این پرسشنامه محرمانه بوده و بجز

استفاده آماری به هیچ منظور دیگری مورد استفاده قرار نخواهد گرفت ضروری است.

دستورالعمل

در این قسمت، پژوهشگر پاسخ دهنده را با چگونگی پاسخ دادن به سوالات آشنا می کند. مثلا باید

به پاسخ دهنده توضیح داده شود هر نوع سوال این پرسشنامه باید چگونه پاسخ داده شود (مثلا

تشریحی، بله یا خیر و...)

سوالات دموگرافیک

در ساختار پرسشنامه باید به ویژگی های پاسخ دهنده که می تواند به تنهایی بررسی شود نیز اشاره شود. اطلاعاتی نظیر جنسیت، سطح تحصیلات، رشته تحصیلی، سن و موارد اینچنینی که اطلاعات کلی درباره پاسخ دهندگان در اختیار شما قرار می دهند.

سوالات اصلی پرسشنامه

برای تعیین پاسخ دهی بهتر به سوالات پرسشنامه ابتدا باید متغیرهای پژوهش را مشخص کنید. بعد از مشخص کردن متغیرها، پژوهشگر بهتر می تواند سوالاتی مطرح کند که با کمک آن ها به اندازه گیری متغیرها پرداخته و نسبت به آن ها تصمیم گیری کند. به طور کلی سوالات پرسشنامه به دو صورت ارائه می شوند:

سوالات بسته - پاسخ

این نوع سوالات شامل مجموعه ای از گزینه ها می شود که پاسخ دهنده باید از میان آن ها یکی را انتخاب کند.

این نوع سوالات برای پاسخ دهنده کاملاً مفهوم است و به سهولت به آن پاسخ می دهد. همچنین، استخراج اطلاعات و تحلیل این نوع سوال و پاسخ آن ها نیز ساده تر است.

سوالات باز - پاسخ

این نوع پرسشنامه شامل سوالاتی می شود که پاسخ دهنده می تواند به اختیار خود و با نظر خود به آن پاسخ دهد.

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

این پاسخ ها می توانند چند کلمه یا چند جمله باشند. معمولا از این نوع سوالات

برای بررسی و مطالعه عقاید در یک زمینه خاص استفاده می شود. تحلیل داده هایی که از این

سوالات به دست می آید بسیار دشوار است و نیاز به یک سیستم کدگذاری ویژه دارد.

نکات ضروری در تدوین سوالات پرسشنامه

- از سوالات نامفهوم و مبهم پرهیز کنید.
- از سوالاتی که پاسخ دهنده را به پاسخی خاص هدایت خواهد کرد اجتناب کنید.
- سوالات را پیچیده نپرسید، سوال باید ساده و کاملا مفهومی باشد.
- از سوالات دو وجهی که شامل دو سوال در یک پرسش می شود اجتناب کنید.
- در صورت امکان از ارائه سوالات منفی خودداری کنید.
- سوالاتی که پاسخ آن ها در دسترس پاسخ دهنده نیست نپرسید.
- از سوالاتی که احساسات پاسخ دهنده را تحریک کند یا در وی ایجاد مقاومت کند نیز پرهیز کنید.
- در ترتیب سوالات بهتر است از سوالات ساده شروع کنید و سوالات پیچیده تر را به سوالات پایانی موکول کنید.
- سوالاتی که ممکن است پاسخ دهنده نسبت به پاسخ آنها علاقه نشان ندهد یا اکراه داشته باشد را در آخر پرسشنامه مطرح کنید.

روش های تهیه پرسشنامه

پرسشنامه را می توانید به طرق مختلفی تهیه کنید:

- پرسشنامه استاندارد در صورت وجود.
- تهیه پرسشنامه بر اساس سوابق تحقیق. یعنی شما ابتدا تحقیقات نظری و کاربردی مرتبط با موضوع خود را بررسی کرده و متغیرها و معیارهای اندازه گیری آنها را استخراج می کنید و سوالات خود را بر پایه آنها مطرح می کنید.
- تحقیق در یک فرآیند دو مرحله ای انجام می شود: در مرحله اول، هدف مشخص کردن معیارها و عوامل اساسی و مرحله دوم طراحی و توزیع پرسشنامه بر اساس این عوامل مشخص شده می باشد.

انواع پرسشنامه

پرسشنامه ها بر اساس معیارهای مختلفی تقسیم بندی می شوند.

بر مبنای نحوه توزیع

پرسشنامه حضوری: این نوع پرسشنامه توسط خود محقق و به صورت حضوری در اختیار پاسخ

دهنده قرار داده می شود.

پرسشنامه پستی: در این روش، پرسشنامه از طریق آدرس پستی برای پاسخ دهنده ارسال شده و

پس از تکمیل نیز به آدرس محقق ارسال می شود. امروزه ارسال پرسشنامه و پاسخ آنها از طریق

ایمیل نیز به نوعی پرسشنامه پستی محسوب می شود.

{ناهید خوشنویس} {به نام حق} {روش تحقیق در مدیریت بهار 1403}

پرسشنامه الکترونیکی: در این روش اغلب نرم افزاری طراحی می شود و از طریق اینترنت و با در

اختیار داشتن شناسه کاربری و رمز عبور، پاسخ دهنده می تواند پرسشنامه را تکمیل کند.

بر اساس نحوه طرح سوالات (در بخش مربوط به سوالات به طور مفصل درباره آن توضیح داده شد)

پرسشنامه با وجود اینکه یک روش متداول برای گردآوری اطلاعات است اما برای تمامی پژوهش ها

کاربرد ندارد. بنابراین بسیار مهم است که بدانید برای پژوهش مورد نظرتان باید از کدام روش

استفاده کنید و چطور به نتایج ارزشمندتر و قابل اعتمادتری برسید.

مصاحبه

مصاحبه نوعی نظرسنجی است که نظرات پاسخ دهنده بصورت شفاهی گردآوری می شود. مصاحبه

نیز همانند پرسشنامه معمولاً در موارد کیفی قضاوتی کاربرد دارد ولی در مواردی که اصطلاحاً به آن

مصاحبه عمیق یا تخصصی می گویند، می توان از نظرات تخصصی صاحب نظران استفاده کرد.

انواع مصاحبه

مصاحبه سه نوع دارد:

مصاحبه باز (آزاد)

در این نوع مصاحبه، سوالات کلی مطرح می شود و پاسخ دهنده نیز هر آنچه به نظرش می رسد را

بیان می کند که غالباً مطالب متنوع و حتی گاهی نامرتب بدست می آید که تحلیل آن بسیار دشوار

است.

در این نوع مصاحبه، سئوالات طوری مطرح می شوند که پاسخ را به سمت هدف مورد نظر هدایت کنند. در واقع پس از اینکه پاسخ دهنده پاسخ هر سوال را داد سوال دیگری مطرح می شود که پاسخ آن بتواند نتیجه نهایی مصاحبه را به سمت مطلب خاصی سوق دهد.

مصاحبه بسته (محدود)

در این نوع مصاحبه، سئوالات با پاسخ های محدود و به اصطلاح کلیشه ای معین مطرح می شود.

مشاهده

این روش در تحقیقات تجربی و شبه تجربی، که در آن نمی شود از روش پرسشنامه استفاده کرد، کاربرد دارد.

در واقع با این روش، محقق می تواند رفتار جامعه یا نمونه مورد بررسی خود را در ارتباط با یک متغیر خاص مشاهده و بررسی کند.

مثلا می توان به میزان مشارکت کارکنان در تصمیم گیری یک شرکت اشاره کرد. در این صورت محقق در جلسات تصمیم گیری آن ها شرکت نموده و با توجه به نحوه ابراز نظر افراد، جمع بندی افراد و تصمیماتی که در این جلسه گرفته می شود میزان مشارکت آن ها را مشخص می کند. چرا که این مسئله چیزی نیست که بتوان با ارائه پرسشنامه یا تعیین مصاحبه به اطلاعات مستندی دست یافت .

انواع مشاهده

مشاهده نیز دو نوع دارد. مشاهده انفعالی و مشاهده فعال.

حالت انفعالی

بدون دخل و تصرف محقق، رفتار طبیعی افراد مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

حالت فعال

در این نوع مشاهده برخلاف نوع دیگر، محقق حضور دارد و به صورت حضوری به مشاهده رفتار و متغیرهای مورد نظر خود پرداخته و آن‌ها را تحلیل می‌کند.

مطالعه کتابخانه‌ای

روش گردآوری اطلاعات از طریق مطالعه مقالات، کتاب‌ها و مراجعه به کتابخانه روشی است که همه با آن آشنا هستند.

در تحقیق نظری یا برخی از تحقیقات بنیادی یا برخی از رشته‌ها مثل ادبیات، از روش مطالعه کتابخانه‌ای استفاده می‌شود.

هرچند در کل مراجعه به کتابخانه و مطالعه مقالات در همه پژوهش‌های علمی بخشی از تحقیق (بررسی متون در پایان‌نامه) انجام می‌گیرد.

مطالعه اسناد و مدارک

در مواردی که اسناد و مدارک مربوط به عملکرد گذشته یک جامعه یا نمونه مورد بررسی مورد مطالعه قرار می‌گیرد از این روش برای گردآوری اطلاعات استفاده می‌کنند. این اطلاعات می‌تواند شامل صورت‌های مالی شرکت‌ها؛ گزارش‌های فیزیکی عملکرد فروش یا تولید و موارد دیگر شود. در تحقیقات پس‌رویدادی معمولاً از این روش برای گردآوری داده‌ها استفاده می‌شود.

{ موفق باشید }

{ بهار 1401 }