**روش های تحقیق مدیریت کسب‌وکار**

**نویسنده**

**ونسا راتن**

**مترجمین**

**معصومه حسین زاده شهری**

**دانشیار دانشگاه الزهرا**

**فاطمه علیزاده**

**فهرست**

[1. پیشرفت های روش تحقیق مدیریت کسب‌وکار 15](#_Toc188100993)

[مقدمه 15](#_Toc188100994)

[اهداف یادگیری 15](#_Toc188100995)

[تحقیق چیست؟ 15](#_Toc188100996)

[دسترسی به داده ها 17](#_Toc188100997)

[روش تحقیق آمیخته/ترکیبی 18](#_Toc188100998)

[طرح تحقیق 19](#_Toc188100999)

[نوآوری در روش های تحقیق 21](#_Toc188101000)

[پروژه های تحقیقاتی بزرگ مقیاس 23](#_Toc188101001)

[پیوست های روش شناختی 24](#_Toc188101002)

[توسعه نظریه 25](#_Toc188101003)

[اعتبار یافته های علمی 28](#_Toc188101004)

[راهنماها 29](#_Toc188101005)

[توسعه تخصص 30](#_Toc188101006)

[ارائه شفاهی 30](#_Toc188101007)

[چک لیست 30](#_Toc188101008)

[نتیجه گیری 30](#_Toc188101009)

[سوالات مروری 30](#_Toc188101010)

[فعالیت های پیشنهادی 31](#_Toc188101011)

[تمرین وب 31](#_Toc188101012)

[سوالات چند گزینه ای 31](#_Toc188101013)

[منابع 33](#_Toc188101014)

[برای مطالعه بیشتر 34](#_Toc188101015)

[۲. سطوح تحلیل در تحقیقات مدیریت کسب‌وکار 35](#_Toc188101016)

[مقدمه 35](#_Toc188101017)

[اهداف یادگیری 35](#_Toc188101018)

[استفاده از سطوح مختلف تحلیل 35](#_Toc188101019)

[خودآگاهی 36](#_Toc188101020)

[تحلیل مضمون (تم) 38](#_Toc188101021)

[نگارش پروپوزال تحقیق 39](#_Toc188101022)

[انواع رویکردهای تحقیق 39](#_Toc188101023)

[تحقیق اکتشافی 40](#_Toc188101024)

[تحقیق توصیفی 40](#_Toc188101025)

[تحقیق نظری 41](#_Toc188101026)

[تحقیق تجربی 42](#_Toc188101027)

[تحقیق شبیه سازی 42](#_Toc188101028)

[تحقیق تحلیلی 42](#_Toc188101029)

[پژوهش خلاق 43](#_Toc188101030)

[تحقیق مبتنی بر نظریه 43](#_Toc188101031)

[رویکرد مشارکت محور 44](#_Toc188101032)

[شناخت پویایی قدرت و موقعیت اجتماعی 45](#_Toc188101033)

[انتخاب مکان برای تحقیق میدانی 46](#_Toc188101034)

[روش حافظه ران 46](#_Toc188101035)

[راهنما ها 48](#_Toc188101036)

[توسعه تخصص 48](#_Toc188101037)

[ارائه شفاهی 48](#_Toc188101038)

[چک لیست 48](#_Toc188101039)

[نتیجه گیری 48](#_Toc188101040)

[سوالات مروری 49](#_Toc188101041)

[فعالیت های پیشنهادی 49](#_Toc188101042)

[سوال بحث 49](#_Toc188101043)

[تمرین وب 49](#_Toc188101044)

[سوالات چند گزینه ای 49](#_Toc188101045)

[منابع 51](#_Toc188101046)

[برای مطالعه بیشتر 51](#_Toc188101047)

[۳. طراحی مطالعات تحقیقاتی مؤثر در مدیریت کسب و کار 53](#_Toc188101048)

[مقدمه 53](#_Toc188101049)

[یافتن اطلاعات 54](#_Toc188101050)

[توسعه مقالات مفهومی 55](#_Toc188101051)

[بهره وری در نویسندگی دانشگاهی 57](#_Toc188101052)

[منابع و مراجع 59](#_Toc188101053)

[داوری تخصصی 60](#_Toc188101054)

[فرایند نگارش 61](#_Toc188101055)

[راهنماها 62](#_Toc188101056)

[توسعه تخصص 62](#_Toc188101057)

[کیفیت نتایج تحقیق 63](#_Toc188101058)

[ارائه شفاهی 64](#_Toc188101059)

[انواع مختلف عنوان تحقیق 64](#_Toc188101060)

[ساختار یک مقاله **تحقیقاتی** 66](#_Toc188101061)

[چک لیست 67](#_Toc188101062)

[نتیجه گیری 67](#_Toc188101063)

[سوالات مروری 68](#_Toc188101064)

[فعالیت پیشنهادی 68](#_Toc188101065)

[تمرین وب 68](#_Toc188101066)

[سوالات چند گزینه ای 68](#_Toc188101067)

[منابع 70](#_Toc188101068)

[برای مطالعه بیشتر 70](#_Toc188101069)

[۴. روش های تحقیق کیفی مدیریت کسب و کار 71](#_Toc188101070)

[مقدمه 71](#_Toc188101071)

[اهداف یادگیری 71](#_Toc188101072)

[داده های کیفی 71](#_Toc188101073)

[دلایل انجام تحقیق کیفی 73](#_Toc188101074)

[فلسفه تحقیق کیفی 75](#_Toc188101075)

[تحلیل داده های کیفی 77](#_Toc188101076)

[جمع آوری داده های کیفی 79](#_Toc188101077)

[مطالعات موردی 80](#_Toc188101078)

[قوم نگاری 84](#_Toc188101079)

[رویکرد مشارکت محور 85](#_Toc188101080)

[نتنوگرافی (شبکه نگاری) 87](#_Toc188101081)

[راهنماها 88](#_Toc188101082)

[ارائه شفاهی 89](#_Toc188101083)

[چک لیست 89](#_Toc188101084)

[نتیجه گیری 89](#_Toc188101085)

[سوالات مروری 89](#_Toc188101086)

[فعالیت پیشنهادی 89](#_Toc188101087)

[تمرین وب 89](#_Toc188101088)

[سوالات چند گزینه ای 90](#_Toc188101089)

[منابع 91](#_Toc188101090)

[برای مطالعه بیشتر 92](#_Toc188101091)

[۵. هدایت مصاحبه ها و گروه های متمرکز 93](#_Toc188101092)

[مقدمه 93](#_Toc188101093)

[اهداف یادگیری 93](#_Toc188101094)

[تکنیک های مصاحبه 93](#_Toc188101095)

[کسب اطلاعات زمینه ای 95](#_Toc188101096)

[سوالات باز 98](#_Toc188101097)

[مصاحبه از طریق تاریخ شفاهی 99](#_Toc188101098)

[مصاحبه های گروهی 100](#_Toc188101099)

[مصاحبه های تلفنی 102](#_Toc188101100)

[مصاحبه های ایمیلی 103](#_Toc188101101)

[مصاحبه های همراه 104](#_Toc188101102)

[**گروه های کانونی** 105](#_Toc188101103)

[راهنماها 107](#_Toc188101104)

[ارائه شفاهی 107](#_Toc188101105)

[چک لیست 108](#_Toc188101106)

[نتیجه گیری 108](#_Toc188101107)

[سوالات مروری 108](#_Toc188101108)

[تمرین وب 108](#_Toc188101109)

[سوالات چند گزینه ای 108](#_Toc188101110)

[منابع 110](#_Toc188101111)

[برای مطالعه بیشتر 110](#_Toc188101112)

[۶ . تجزیه و تحلیل داده های کیفی 111](#_Toc188101113)

[مقدمه 111](#_Toc188101114)

[اهداف یادگیری 111](#_Toc188101115)

[نقش تحقیقات کیفی 111](#_Toc188101116)

[تجزیه و تحلیل داده ها 114](#_Toc188101117)

[کدگذاری داده ها 116](#_Toc188101118)

[روش شناسی جویا 117](#_Toc188101119)

[تحلیل محتوای دستی 118](#_Toc188101120)

[تحلیل شنفت اجتماعی 119](#_Toc188101121)

[استفاده از طراحی در تحقیق 120](#_Toc188101122)

[استفاده از عکس در تحقیق 121](#_Toc188101123)

[راهنماها 121](#_Toc188101124)

[ارائه شفاهی 121](#_Toc188101125)

[چک لیست 122](#_Toc188101126)

[نتیجه گیری 122](#_Toc188101127)

[سوالات مروری 122](#_Toc188101128)

[فعالیت پیشنهادی 122](#_Toc188101129)

[تمرین وب 122](#_Toc188101130)

[سوالات چند گزینه ای 122](#_Toc188101131)

[منابع 124](#_Toc188101132)

[برای مطالعه بیشتر 124](#_Toc188101133)

[**7. روش های تحقیق کمی در مدیریت کسب وکار** 126](#_Toc188101134)

[مقدمه 126](#_Toc188101135)

[اهداف یادگیری 126](#_Toc188101136)

[نظرسنجی‌ها و طراحی پرسشنامه 126](#_Toc188101137)

[تجزیه و تحلیل 128](#_Toc188101138)

[آزمایش‌ها 129](#_Toc188101139)

[سوگیری در مطالعات تحقیقاتی 130](#_Toc188101140)

[تحلیل شبکه‌های اجتماعی 131](#_Toc188101141)

[مدل‌سازی معادلات ساختاری 134](#_Toc188101142)

[نقشه شناختی 135](#_Toc188101143)

[تجزیه و تحلیل مقایسه ای کیفی مجموعه ای فازی 136](#_Toc188101144)

[راهنماها 137](#_Toc188101145)

[توسعه تخصص 138](#_Toc188101146)

[ارائه شفاهی 138](#_Toc188101147)

[چک‌لیست 138](#_Toc188101148)

[نتیجه‌گیری 138](#_Toc188101149)

[سوالات مروری 138](#_Toc188101150)

[فعالیت‌های پیشنهادی 139](#_Toc188101151)

[تمرین وب 139](#_Toc188101152)

[سوالات چندگزینه‌ای 139](#_Toc188101153)

[منابع 140](#_Toc188101154)

[برای مطالعه بیشتر 141](#_Toc188101155)

[**8. بیبلیومتریک و مرور ادبیات در مدیریت کسب و کار** 142](#_Toc188101156)

[مقدمه 142](#_Toc188101157)

[اهداف یادگیری 142](#_Toc188101158)

[**مرور سیستماتیک ادبیات** 142](#_Toc188101159)

[چگونه یک مرور ادبیات انجام دهیم 145](#_Toc188101160)

[مرورهای انتقادی ادبیات 149](#_Toc188101161)

[فراتحلیل یا متاآنالیز 150](#_Toc188101162)

[بیبلیومتریک یا کتاب‌سنجی 151](#_Toc188101163)

[ارائه شفاهی 152](#_Toc188101164)

[راهنماها 152](#_Toc188101165)

[توسعه تخصص 152](#_Toc188101166)

[سوالات چند گزینه‌ای 152](#_Toc188101167)

[منابع 154](#_Toc188101168)

[برای مطالعه بیشتر 155](#_Toc188101169)

[9. اهداف توسعه پایدار ملل متحد و مشارکت پژوهشی 156](#_Toc188101170)

[مقدمه 156](#_Toc188101171)

[اهداف یادگیری 156](#_Toc188101172)

[اهداف توسعه پایدار 156](#_Toc188101173)

[بدون فقر 157](#_Toc188101174)

[گرسنگی صفر 158](#_Toc188101175)

[تندرستی و رفاه 159](#_Toc188101176)

[آموزش با کیفیت 160](#_Toc188101177)

[برابری جنسیتی 160](#_Toc188101178)

[آب پاک و بهداشت 161](#_Toc188101179)

[**انرژی مقرون به صرفه و پاک** 162](#_Toc188101180)

[کار شایسته و رشد اقتصادی 162](#_Toc188101181)

[صنعت، نوآوری و زیرساخت 163](#_Toc188101182)

[کاهش نابرابری‌ها 163](#_Toc188101183)

[شهرها و جوامع پایدار 163](#_Toc188101184)

[مصرف و تولید مسئولانه 164](#_Toc188101185)

[اقدام برای تغییرات اقلیمی 165](#_Toc188101186)

[زندگی زیر آب 165](#_Toc188101187)

[زندگی روی زمین 166](#_Toc188101188)

[صلح، عدالت و نهادهای قدرتمند 166](#_Toc188101189)

[همکاری‌ها برای اهداف 166](#_Toc188101190)

[چک‌لیست 166](#_Toc188101191)

[مشارکت و تأثیر پژوهش 167](#_Toc188101192)

[مشارکت در تحقیق اثرگذار 167](#_Toc188101193)

[کارآفرینی دانشگاهی 168](#_Toc188101194)

[راهنماها 169](#_Toc188101195)

[توسعه تخصص 169](#_Toc188101196)

[ارائه شفاهی 169](#_Toc188101197)

[فعالیت‌های پیشنهادی 170](#_Toc188101198)

[تمرین وب 170](#_Toc188101199)

[جمع‌بندی 170](#_Toc188101200)

[سوالات مروری 170](#_Toc188101201)

[سوالات چند گزینه‌ای 170](#_Toc188101202)

[منابع 172](#_Toc188101203)

[برای مطالعه بیشتر 173](#_Toc188101204)

[مقدمه 174](#_Toc188101205)

[اهداف یادگیری 174](#_Toc188101206)

[منشاء هوش مصنوعی 174](#_Toc188101207)

[تحول دیجیتال در تحقیق 176](#_Toc188101208)

[هوش مصنوعی و تعامل انسانی 177](#_Toc188101209)

[انواع فناوری‌های دیجیتال 178](#_Toc188101210)

[یادگیری ماشین 179](#_Toc188101211)

[فن‌آوری‌های غوطه‌ورکننده 179](#_Toc188101212)

[داستان‌سرایی 180](#_Toc188101213)

[روش‌های تحقیق نوروفیزیولوژیکی 181](#_Toc188101214)

[EEG و ERP 182](#_Toc188101215)

[fMRI 183](#_Toc188101216)

[fNIRS 183](#_Toc188101217)

[MEG 184](#_Toc188101218)

[PET 184](#_Toc188101219)

[SST 184](#_Toc188101220)

[TMS 184](#_Toc188101221)

[روش‌های تحقیق بیولوژیکی 185](#_Toc188101222)

[ردیابی چشم 185](#_Toc188101223)

[حالت چهره 185](#_Toc188101224)

[پاسخ رسانایی پوست 185](#_Toc188101225)

[ضربان قلب 186](#_Toc188101226)

[راهنمایی‌ها 186](#_Toc188101227)

[توسعه تخصص 186](#_Toc188101228)

[ارائه شفاهی 187](#_Toc188101229)

[نتیجه‌گیری 187](#_Toc188101230)

[سوالات مروری 187](#_Toc188101231)

[فعالیت پیشنهادی 187](#_Toc188101232)

[تمرین وب 187](#_Toc188101233)

[سوالات چند گزینه‌ای 188](#_Toc188101234)

[منابع 189](#_Toc188101235)

[برای مطالعه بیشتر 190](#_Toc188101236)

[واژه نامه فارسی به انگلیسی 191](#_Toc188101237)

[واژه نامه انگلیسی به فارسی 192](#_Toc188101238)

[اختصارات 193](#_Toc188101239)

[نمایه 194](#_Toc188101240)

**جداول**

[**جدول ‏1‑1 مزایا و معایب روش تحقیق مدیریت کسب‌وکار** 21](#_Toc188194482)

[**جدول ‏1-2مزایا و معایب تحقیق تحلیلی** 38](#_Toc188194483)

[**جدول 3-‏1 مزایا و معایب طرح های موثر برای مطالعات تحقیقاتی مدیریت کسب و کار** 56](#_Toc188194484)

[**جدول 4‑‏1 مزایا و معایب تحقیق کیفی مدیریت کسب و کار** 75](#_Toc188194485)

[***جدول 5‑‏1 مزایا و معایب انجام مصاحبه*** 97](#_Toc188194486)

[**جدول ‏1-6 مزایا و معایب تجزیه و تحلیل داده های کیفی** 115](#_Toc188194487)

[**جدول ‏1-7مزایا و معایب روش‌های داده‌ای کمی** 130](#_Toc188194488)

[**جدول ‏1-8مزایا و معایب بیبلیومتریک و مرور ادبیات** 147](#_Toc188194489)

[**جدول ‏1-9مزایا و معایب اهداف توسعه پایدار** 159](#_Toc188194490)

[**جدول ‏1-10مزایا و معایب پژوهش های هوش مصنوعی** 178](#_Toc188194491)

**پیشگفتار**

اگر به تحقیق در حوزه کسب و کار علاقه‌مند هستید، این کتاب برای شما نوشته شده است. این کتاب به شما کمک می‌کند تا درباره فرآیند تحقیق یاد بگیرید و با بهترین تکنیک‌های عملی آشنا شوید. همچنین اطلاعاتی درباره این که چطور یک مطالعه تحقیقاتی خوب طراحی کنید به شما ارائه می‌دهد. هر فصل در این کتاب بر بخش متفاوتی از فرآیند تحقیق تمرکز داردکه به شما کمک می‌کند که دانش خود را درباره طراحی تحقیق بنا کنید. در این مسیر، مثال‌هایی در رابطه با بهترین شیوه‌ها در زمینه چگونگی انجام انواع مختلف روش‌های تحقیق ارائه می‌شوند و این بدین معناست که اطلاعات لازم برای محققان مدیریت کسب و کار به صورت عملی ارائه شده اند.

این کتاب بر درک روش‌های تحقیق در زمینه مدیریت کسب‌وکار به طور خاص متمرکز است. بنابراین، توصیه‌ها و پیشنهادهایی درباره اینکه چگونه یک مطالعه تحقیقاتی عالی انجام شود را به محققان مدیریت کسب‌وکار ارائه می‌دهد و شامل ارائه مثال‌ها از مقالات مرتبط با هر موضوع به همراه فعالیت‌های خاص طراحی شده برای توسعه بهتر توانایی‌ها در تحقیق مدیریت کسب‌وکار است.

تمام افرادی که به مدیریت کسب‌وکار علاقه‌مند هستند، باید به روش‌های تحقیق توجه کنند. نحوه انجام یک مطالعه باید تأیید و به‌طور مفصل مورد بحث قرار گیرد. این کار باعث می‌شود که خوانندگان به داده‌ها و توضیحات ارائه شده برای جمع‌آوری داده‌ها اعتماد کنند. روش‌های مختلفی برای انجام مطالعات تحقیقاتی وجود دارد و این امر هر ساله با ورود فناوری جدید به بازار تغییر می‌کند. به همین دلیل، اطلاعات مربوط به روش‌های تحقیق به‌طور مداوم در حال تکامل است. هدف این کتاب دربرگرفتن جدیدترین و به‌روزترین اطلاعات در مورد روش‌های تحقیق در کسب‌وکار است. هر فصل کتاب از نظر ساختار شامل مقدمه، اهداف یادگیری، راهنماها و نتیجه‌گیری است. این موضوع به خواننده این احساس را می‌دهد که مطالب در یک فرمت یکپارچه ارائه می‌شوند. هر فصل دارای چندین عنوان مختلف است که به موضوعات اصلی مورد بحث مربوط می‌شود. علاوه بر این، سوالات مروری، فعالیت‌های پیشنهادی و تمرینات وب وجود دارد که به خواننده این امکان را می‌دهد تا دانش خود را در مورد موضوع فصل آزمایش کند.

در انتهای هر فصل سوالات چند گزینه‌ای وجود دارد که برای ارزیابی ایده‌ها و مفاهیم اصلی مطرح شده مفید هستند. در تمام فصول سوالات بحث وجود دارد که خوانندگان را وادار می‌کند به موضوع فصل از زاویه‌ای جدید فکر کنند. مزایا و معایب هر موضوع مطرح شده و همچنین برخی تمرینات طراحی شده‌اند تا برای خوانندگان سرگرم‌کننده باشند. در انتهای هر فصل منابع و همچنین پیشنهادهایی برای مطالعه بیشتر آورده شده است.

امیدواریم از خواندن این کتاب درباره روش‌های تحقیق در مدیریت کسب‌وکار لذت ببرید؛ قطعاً موضوع مهمی است و نقش کلیدی در پیشرفت حرفه ای‌تان خواهد داشت، چه به‌عنوان محقق/دانشجو و چه به‌عنوان کسی که به روش‌های تحقیق علاقه‌مند است. مهم است که به این فکر کنید که چگونه تحقیق کنید و این کتاب به شما کمک خواهد کرد تا روش این کار را یاد بگیرید.

در نهایت، از آنجا که روش‌های تحقیق برای توسعه مطالعات مدیریت کسب‌وکار بسیار مهم هستند، لازم است که شما مطالب هر فصل را خوانده و تمرینات آن را انجام دهید. با این کار به شما کمک می‌کند تا به محتوای کتاب فکر کنید و آن را در عمل به کار بگیرید تا دانش‌تان درباره نقشی که روش‌های تحقیق در مدیریت کسب‌وکار ایفا می‌کنند، بیشتر شود.

# پیشرفت های روش تحقیق مدیریت کسب‌وکار

# مقدمه

این فصل چگونگی پیشرفت روش های تحقیق مدیریت کسب‌وکار در طول سال ها را مورد بحث قرار می دهد که شامل تمرکز بر تغییرات فعلی، مبتنی بر تفکر جدید و نوآوری های فناورانه است. در دهه گذشته به دلیل فناوری دیجیتال و تجزیه و تحلیل داده‌ها که بر شیوه‌های روش‌شناسی تحقیق تأثیر می‌گذارد، تغییرات زیادی رخ داده است. بنابراین، این فصل یک نمای کلی از سیرتکاملی روش تحقیق در مدیریت کسب‌وکار را ارائه می دهد.

# اهداف یادگیری

* درک پیشرفت روش تحقیق مدیریت کسب‌وکار.
* برجسته کردن تغییرات اخیر در شیوه های روش شناسی.
* بررسی شیوه های روش شناسی آینده.

# تحقیق چیست؟

تحقیق شامل تفسیر و درک سیستماتیک اطلاعات است (امیراتو و همکاران،۲۰۲۲[[1]](#footnote-1)) که به معنای افزودن به مجموعه دانش فعلی، با درک آنچه در حال حاضر در مورد موضوع انجام شده است، به امید پیشرفت دانش در یک حوزه است. برای انجام تحقیق، محققین اطلاعاتی را به دست می آورند و سپس آن را از طریق روش های مختلف آزمایش می کنند. محققین افرادی هستند که زمان و تلاش خود را برای کشف دانش جدید صرف می کنند. آنها افرادی کنجکاو هستند که از یافتن اطلاعات جدید لذت می برند (کوپر[[2]](#footnote-2)، ۲۰۱۵). این بدان معناست که آنها اطلاعات ناشناخته قبلی را به دست می آورند تا هوشمندی خود را افزایش دهند. تحقیق برای کشف علمی ایده ها و دانش جدید مهم است. اینکه چگونه تحقیق خوب تعریف شده است به دلیل معیارهای کیفیت متفاوت موجود، قابل بحث است. اکثریت موافقند که یک تحقیق برای قابل توجه بودن، باید نوعی کشف جدید را در برگیرد. بعبارتی یک ایده یا تکنیک جدید بر اساس یافته های تحقیق آشکار شود. ارزیابی کیفیت تحقیق دشوار است زیرا اغلب بر اساس ارزیابی ذهنی از کار فرد است. به بیان دیگر سوگیری های ذاتی در مورد چگونگی ارزیابی تحقیق وجود دارد. بسیاری از مجلات برای ارزیابی تحقیقاتی که ممکن است واجد شرایط باشند یا نباشند به داوران همتا[[3]](#footnote-3) متکی هستند. به دلیل این که سابقه تحقیق و تخصص داوران همیشه شناخته شده نیست، فرآیند واقعی انجام تحقیق دشوار است زیرا تصمیم های زیادی در مورد رویکرد روش شناختی باید اتخاذ شود. بعبارتی بدلیل اقدام به ایجاد توازن مورد نیاز از نظر ارزیابی، دوره های مختلف تحقیق می تواند آشفته و پیچیده باشد. لیم و همکاران[[4]](#footnote-4) (۲۰۲۲) نشان می دهند که تحقیقات جدید می تواند یک قالب کاربردی[[5]](#footnote-5) یا علمی[[6]](#footnote-6) داشته باشد.

تحقیقات کاربردی بیشتر برای حل مسائل با ماهیت عملی استفاده می شود که شامل مشکلات مربوط به عملکرد سازمانی و استراتژی های مدیریتی است. ایده پشت تحقیق کاربردی، مبتنی بر حل مسائل است. به همین دلیل، اغلب ماهیت ارزیابی با استفاده از تکنیک های تجزیه و تحلیل موجود، به خود می گیرد که باعث می شود راه حل هایی بر اساس مشکلات فعلی ارائه شود.

تحقیق علمی ماهیت آکادمیک دارد و مبتنی بر ارتقاء دانش در یک رشته تحصیلی خاص است. برای اینکه به عنوان تحقیق علمی طبقه بندی شود، باید شامل ادبیات مرتبط و ارتباط با منابع موجود دانش باشد.

انواع اصلی تحقیقات علمی مطالعات مفهومی، تجربی و مروری است ( لیم و همکاران ، ۲۰۲۲ ). مطالعات مفهومی، مبتنی بر ایده هایی در جهت پیشبرد نظریه های جدید است. آنها تحقیق اولیه ای را شامل نمی شوند و بر اساس گزاره ها هستند. هنگامی که یک زمینه تحقیقاتی جدید در حال توسعه است، اغلب از مطالعات مفهومی استفاده می شود. مطالعات مفهومی شامل مدل هایی برای توصیف رویدادهای جدید است. سپس این مدل ها در انواع دیگر مطالعات آزمایش می شوند. مطالعات تجربی شامل تحقیقات جدید و مبتنی بر جمع آوری داده ها است. بدین معنی که آنها به دنبال آزمایش روابط بین مفاهیم[[7]](#footnote-7) هستند. مطالعات مروری شامل بحث در مورد گستره دانش است که معنای تلاش برای درک شکاف های تحقیقاتی و وضعیت فعلی یک رشته است.

|  |
| --- |
| **پرسش آغازین بحث**  به نظر شما چرا تحقیق برای مدیریت کسب‌وکار مهم است؟ |

# دسترسی به داده ها

محققان برای انجام یک پروژه تحقیقاتی باید بتوانند به منابع داده کافی دسترسی داشته باشند. این به معنی در نظر گرفتن اینکه آیا می توان نمونه کافی به دست آورد یا خیر، و همچنین در نظر گرفتن هزینه های جمع آوری داده هاست. به بیان دیگر بسیاری از محققان از پایگاه‌های داده‌ای استفاده می‌کنند که اطلاعات موجود در مورد شرکت‌ها را دارند. سازمان‌های تجاری اغلب این پایگاه‌های اطلاعاتی را در ازای پرداخت هزینه ارائه می‌کنند تا محققان بتوانند به سرعت به نمونه‌های مربوطه دسترسی پیدا کنند. انجمن های حرفه ای و صنعتی نیز گاهی دارای پایگاه های اطلاعاتی در دسترس عموم هستند. با این حال، برای به دست آوردن مجموعه ای به روز و فعلی از پاسخ دهندگان، محققان ممکن است به شرکت ها مراجعه کنند تا از آنها بخواهند در تحقیق شرکت کنند. همچنین استفاده از مخاطبین صنعت به عنوان راهی برای جلب اعتماد در میان مشارکت کنندگان مفید است. علاوه بر این، همکاران محلی به ویژه در صورت وجود تفاوت های اجتماعی یا فرهنگی می توانند کمک کنند.

با توجه به زمان و هزینه، داده های ثانویه[[8]](#footnote-8) اغلب توسط محققان استفاده می شود که امکان دسترسی سریع به داده هایی را که قبلاً جمع آوری شده اند را فراهم می کند. به‌جای جمع‌آوری شخصی داده‌ها، مراجعه به منبع داده موجود آسان‌تر است. این امر به ویژه برای تحقیقاتی که به حجم نمونه بزرگ و/یا اطلاعات طولی نیاز دارند، مرتبط است.

 داده های ثانویه به عنوان داده هایی طبقه بندی می شوند که به طور هدفمند برای یک مطالعه تحقیقاتی جمع آوری نشده اند. بعبارتی توسط شخص دیگری به دلیل دیگری جمع آوری شده است. از داده های ثانویه می توان به عنوان منبع اطلاعاتی برای پاسخ به سؤالات جدید تحقیق استفاده کرد.

منابع داده های ثانویه معمولاً شامل سازمان های دولتی و انجمن های صنفی است. آنها ممکن است اطلاعات را به طور مکرر جمع آوری کنند و برای تجزیه و تحلیل آن به دیگران دسترسی داشته باشند. داده ها می توانند به صورت خام یا در فایل های ساختاریافته باشند. داده های خام اغلب باید در برنامه های رایانه ای به منظور ارزیابی الگوها وارد شوند. فرم های ساختاریافته داده ها معمولاً در فایل هایی هستند که به راحتی قابل تجزیه و تحلیل هستند.

# روش تحقیق آمیخته/ترکیبی

روش های آمیخته یک نوع روش شناسی هستند که به طور فزاینده ای محبوب و مورد توجه قرار گرفته اند. این توجه به دلیل استفاده از انواع مختلف داده ها به منظور استخراج یافته ها است. تحقیق آمیخته به عنوان "تحقیقی که جمع آوری داده های کیفی و کمی و تجزیه و تحلیل داده ها را در یک مطالعه ترکیب می کند" تعریف می شود (مولینا-آزورین و همکاران[[9]](#footnote-9)،۲۰۱۲). اغلب داده های کیفی در قالب مصاحبه با داده های کمی به صورت نظرسنجی[[10]](#footnote-10) ترکیب می شوند، بنابراین ترکیب منابع مختلف اطلاعاتی هر دو روش است.

ایده پشت استفاده از روش‌های آمیخته این است که داده‌های بهتر و اطلاعات قابل اعتمادتری را می‌توان با استفاده از تکنیک‌های مختلف جمع آوری داده به دست آورد. روش‌های آمیخته نشان می‌دهد که از رویکرد کمی و کیفی استفاده می‌شود، اما همیشه اینطور نیست. بلکه می توان از دو نوع مختلف روش تحقیق کیفی یا کمی استفاده کرد. اگرچه معمولاً اتفاق نمی افتد زیرا معمولاً بر یک نوع روش شناسی کیفی یا کمی تأکید می شود. بنابراین بهتر است روش های آمیخته را ترکیبی از تکنیک ها یا مفاهیم مختلف تحقیق در نظر گرفت.

به بیان دیگر، روش های ترکیبی دارای چهار وجه اصلی هستند: روش، روش شناسی، پارادایم و شیوه (کراسول و تاشاکوری[[11]](#footnote-11)، ۲۰۰۷). روش[[12]](#footnote-12) به معنای استفاده از یک تکنیک خاص مانند مصاحبه، گروه های متمرکز یا قوم نگاری[[13]](#footnote-13) است. روش شناسی[[14]](#footnote-14) به رویکردهای کمی یا کیفی اشاره دارد. پارادایم[[15]](#footnote-15) به معنای زیربنای فلسفی تحقیق است. شیوه[[16]](#footnote-16) به این موضوع اشاره دارد که چگونه و چرا داده ها جمع آوری می شوند. به منظور درک رویکردهای روش‌شناختی ترکیبی، تمرکز بر مزایا و معایب روش‌شناسی تحقیق مدیریت کسب‌وکار می‌تواند مفید باشد که در جدول ۱.۱بیان شده است.

**جدول ‏1‑1 مزایا و معایب روش تحقیق مدیریت کسب‌وکار**

|  |  |
| --- | --- |
| **معایب** | **مزایا** |
| ۱. توضیح اینکه چرا رویکرد روش شناسی اتخاذ شده است دشوار است.  ۲. در مورد جزئیات روش باید زمان صرف شود.  ۳. منابع مناسب باید گنجانده شود.  ۴. ممکن است نگارش به دلیل تعداد کلمات دشوار باشد.  ۵. ممکن است نیاز باشد منابع جدید اضافه شود. | ۱-روش جمع آوری تحقیق را بیان می کند.  ۲. اطلاعاتی در مورد فرآیند تحقیق ارائه می دهد.  ۳. دیگران را قادر می سازد تا در مورد روش تحقیق مطالعه کنند.  ۴. دلایل رویکرد اتخاذ شده را توضیح می دهد.  ۵. راهی برای فهرست کردن منابع مرتبط برای خواندن ارائه می دهد. |

# طرح تحقیق

برای انجام یک مطالعه تحقیقاتی، محقق باید در مورد یک موضوع تصمیم بگیرد و بعد یک سؤال تحقیق مطرح کند. سپس ممکن است اهداف تحقیقی وجود داشته باشد که موضوعات فرعی را مورد بحث قرار دهد. پس از انجام این کار، محقق باید تصمیم بگیرد که آیا روش شناسی کیفی، کمی یا آمیخته را انجام می دهد. تفاوت اصلی بین داده های کمی و کیفی در استفاده از اعداد است.

داده های کمی بر اعداد متکی هستند در حالی که داده های کیفی بر کلمات متمرکز هستند. بین محققان در مورد اینکه تکنیک های تحقیق کمی یا کیفی بهتر هستند بحث وجود دارد. این تا حد زیادی از پیشینه تحصیلی محقق از نظر تکنیک هایی که آموخته است نشأت می گیرد. در علوم اجتماعی به ویژه در میان محققان جامعه شناسی، تکنیک های کیفی به دلیل این اعتقاد که داده های دقیق تری را ارائه می دهند، اولویت دارند. در زمینه های روانشناسی و مهندسی، تکنیک های کمی به دلیل تاکید بر اعداد ترجیح داده می شوند. بنابراین، هر دو تحقیق کیفی و کمی هر کدام بسته به زمینه مزایا و معایب خاص خود را دارند.

پس از تأیید طرح تحقیق، معمولاً تحقیقات اکتشافی[[17]](#footnote-17) به منظور آزمایش نظریه ها و اصلاح چارچوب های نظری انجام می شود. تحقیق اکتشافی شامل جستجو در زمینه های جدیدی است که محقق اطلاعات کمی در مورد آنها دارد. این بدان معنی است که ایده ها و موضوعات جدید در حال بررسی هستند.

تحقیقات اکتشافی با نوآوری‌هایی که اخیراً پیدا شده‌اند مفید است، اما برای ارزیابی مناسب بودن آن، باید روی روایی و اعتبار تحقیق تمرکز کرد. روایی[[18]](#footnote-18) به این معناست که آیا روش تحقیق قابل اعتماد است یا خیر. این یک راه مهم برای تعیین اینکه آیا می توان به یافته های تحقیق استناد کرد یا خیر، است. روایی انواع مختلفی دارد اما اصلی ترین آنها روایی درونی، روایی بیرونی، روایی سازه و روایی آماری است (بوکنوگه و همکاران[[19]](#footnote-19)، ۲۰۰۷). روایی درونی[[20]](#footnote-20) به این اشاره دارد که آیا تحقیق موضوع مورد بررسی را به روش صحیح اندازه گیری می کند یا خیر. روایی بیرونی[[21]](#footnote-21) به این اشاره دارد که یک تحقیق چقدر این مفهوم را از نظر محیط کلی می سنجد. روایی سازه[[22]](#footnote-22) به این اشاره دارد که آیا آیتم های سازه یک موضوع را اندازه گیری می کنند یا خیر. روایی آماری[[23]](#footnote-23) به این موضوع اشاره دارد که آیا آمارهای موجود در داده‌ها، شاخص‌های قابل اعتمادی از معیارهای مورد مطالعه در تحقیق هستند یا خیر.

|  |
| --- |
| **تحلیل مقاله**  مقاله زیر را در مورد مفهوم شناسی روش تحقیق در میان دانشگاهیان مدیریت بخوانید.    Saunders, M. N., & Bezzina, F. (2015). Reflections on conceptions of research methodology among management academics. European Management Journal, 33(5), 297–304.  در حین خواندن مقاله به این فکر کنید که چرا افراد تحقیق را به روش شناسی های مختلف انجام می دهند. به عنوان بخشی از تفکرتان، آنچه را که دانشگاهیان مختلف در نظرسنجی گزارش شده در مقاله در مورد ماهیت تحقیق بیان کردند، در نظر بگیرید. تصور کنید که انواع دیدگاه ها در مورد روش های کیفی، کمی و روش های آمیخته چه بود که شامل تفکر در مورد اینکه آیا روش درست یا نادرستی برای انجام تحقیق بر اساس استفاده از تکنیک های تحقیق کمی و کیفی وجود دارد یا خیر. |

# نوآوری در روش های تحقیق

روش تحقیق به طور مداوم بر اساس معرفی تکنیک های جدید در حال تحول است. این تحول نتیجه تفکر جدید اما همچنین پیشرفت در نوآوری های فناورانه است که محققان می توانند داده ها را به روش های مختلف به دست آورند و تجزیه و تحلیل کنند. این بدان معناست که برای انتشار مطالعات تحقیقاتی در مجلات و کتاب های پرمخاطب، بر نوآوری روش های تحقیق تاکید می شود. لو و اشمید[[24]](#footnote-24) (۲۰۲۲:۳۰۸) نوآوری در روش های تحقیق را به عنوان " معرفی و کاربرد (بخش هایی از) روش های تحقیقی که جدید هستند یا بندرت در یک زمینه تحقیقاتی استفاده می شوند، توضیح می دهند. با توجه به در دسترس بودن فن آوری های جدید، روش های تحقیق به ویژه از نظر جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها در حال تغییر است. ایده پشت نوآوری این است که تغییرات سودمند را معرفی می کند. نوآوری می تواند نظریه های جدیدی ایجاد کند که زمینه تحقیقاتی را گسترش دهد.

نوآوری در روش های تحقیق می تواند شامل استفاده از منابع داده های غیر سنتی مانند تعامل غیرکلامی باشد که قبلا مورد توجه قرار نگرفته است. این امر باعث می‌شود که سؤالات تحقیقاتی جدیدی پدیدار شوند که می‌توانند یافته‌های تحقیق را بهتر تثبیت کنند. تکنیک‌های جدید تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز در حال ظهور هستند که امکان ظهور یک فرآیند تعریف‌شده و تعاملی‌تر را فراهم می‌کنند که به ترکیب منابع مختلف داده و به یافته های تحقیق مثلث سازی[[25]](#footnote-25)( تثلیث) کمک می کند. بدین ترتیب می‌توان از روایت‌ها و تحلیل‌های آماری در کنار هم برای به دست آوردن نتایج غیرمتعارف استفاده کرد.

روش شناسی های نوآورانه اغلب شامل استفاده از روش های مختلف است که قبلا انجام نشده است که می‌تواند شامل راه‌هایی برای جمع‌آوری داده‌ها از نظر استفاده از فناوری جدید مانند اطلاعات بلادرنگ[[26]](#footnote-26) جمع‌آوری‌شده از نقشه‌های جغرافیایی یا روش‌های جدید برای ارائه یافته‌ها مانند معرفی نوع دیگری از قالب باشد.

به منظور ترکیب روش‌های تحقیقاتی نوآورانه، فرآیند باید شفاف باشد. کوهلر[[27]](#footnote-27) (۲۰۱۶:۴۰۱) شفافیت را این گونه تعریف می کند: «ارائه اطلاعات مرتبط کافی در مورد اصلاح و بهبود تحقیق (یعنی اقدامات تحقیقاتی)، به طوری که خواننده بتواند درک کاملی از آن به دست آورد. این امر با توجه به بسیاری از مجلات و کتاب‌هایی که محققان را ملزم به افزودن منابع داده‌ای اضافی می‌کنند، اهمیت فزاینده‌ای دارد تا داده‌ها توسط سایر محققان مورد استفاده و آزمایش قرار گیرند. شفافیت منابع داده و تکنیک های تجزیه و تحلیل، به مطالعات تحقیقاتی کمک می کند تا معتبر و موثق دیده شوند.

شفافیت در تحقیق مستلزم وضوح در زمینه تحقیق از نظر ارائه اطلاعات مرتبط است که به راحتی قابل درک باشد (کوهلر، ۲۰۱۶). به بیان دیگر دلیل یا هدف مطالعه است. بدین منظور پیروی از یک ساختار ثابت می تواند مفید باشد.

برخی از محققان با استفاده از انواع مختلف تکنیک‌های اکتساب داده‌ها نوآور هستند. این نوآوری شامل به دست آوردن اطلاعات از تجربیات افراد در مورد چگونگی تغییر افکار و ادراکات آنها در طول زمان است. روش نمونه‌گیری تجربی[[28]](#footnote-28) را می‌توان به‌عنوان «گزارش‌های تفصیلی از تجربیات روزانه افراد در طول زمان و ثبت فراز و نشیب این تجربیات همانطور که در محل (یعنی در محیط طبیعی) رخ می‌دهد» توصیف کرد (اوی و همکاران[[29]](#footnote-29) ۲۰۱۰:۳۳). این نوع روش تحقیق ابتکاری نشان می دهد که چگونه پاسخ های یک فرد می تواند در طول زمان بر اساس تغییرات محیطی تغییر کند.

از آنجایی که محیط به طور مداوم بر اساس رویدادهای اقتصادی و اجتماعی تغییر می کند، به محققان کمک می کند تا توضیح دهند که چرا مطالعه به توجه نیاز دارد و اهمیت آن را توجیه می کند. به بیان دیگر برجسته کردن رویدادهای اخیر است که شرایط کسب‌وکار را تغییر داده اند و نیاز به توجه فوری دارند. محقق باید مطالعه را به رویدادهای اخیر مرتبط کند تا ارتباط آن را نشان دهد. علاوه بر این، آنها باید توضیح دهند که چگونه مطالعه یک شکاف در ادبیات فعلی را پر می کند.

تحقیق باید از شیوه های روش شناختی تثبیت شده و قابل تأیید استفاده کند. بعبارتی با جزئیات توضیح دهید که چه کاری انجام می شود و چرا. این کار را می توان با استفاده از بهترین شیوه ها انجام داد. یک بحث گام به گام منطقی در مورد روش باید گنجانده شود. این امر به شفاف سازی فرآیند تحقیق و توضیح آسان کمک می کند. برخی از محققان در نوع روشی که استفاده می کنند خلاق هستند. برای توضیح کیفیت بالای داده‌های جمع‌آوری‌شده باید اطلاعات حمایتی گنجانده شود. این اقدام به دیگران امکان می‌دهد احساس راحتی کنند که داده‌های کافی برای توجیه یافته‌ها وجود دارد و محقق باید توضیح دهد که چگونه تجزیه و تحلیل اصلاح شده است.

محقق باید با نشان دادن پیوند تئوری و عمل به وضوح منظور داده ها را توضیح دهد. این کار می تواند یک فرآیند دشوار باشد، به ویژه زمانی که داده های جدید در حال ظهور هستند. برای اینکه با آنچه پیشنهاد می شود راحت باشید، گنجاندن مثال هایی می تواند مفید باشد. تجزیه و تحلیل خوب به منظور تایید یافته ها مورد نیاز است. محقق باید از توصیف یافته ها فراتر رفته و معانی آنها را تفسیر کند. نتایج باید بر حسب اینکه چگونه ممکن است بر سایر صنایع تأثیر بگذارند توضیح داده شود. می توان با برجسته کردن مفاهیم نظری و مدیریتی مطالعه به این هدف دست یافت.

|  |
| --- |
| *تمرین*  یک کسب‌وکار محلی را در منطقه خود انتخاب کنید که بتوانید درآن تحقیق کنید. از چه نوع رویکرد تحقیقی برای جمع آوری داده ها استفاده می کنید؟ چه نوع منابعی مورد نیاز است؟ |

# پروژه های تحقیقاتی بزرگ مقیاس

به دلیل تعداد افراد درگیر در این پروژه ها، مدیریت پروژه های تحقیقاتی در مقیاس بزرگ بسیار دشوار است. پروژه های بزرگ معمولاً با تعداد افراد درگیر و بودجه پولی تعریف می شوند. آنها سهم مهمی در اقتصاد جهانی دارند و امکان حل سیستماتیک مسائل را فراهم می کنند. مسائلی که جامعه را به طور کلی تحت تأثیر قرار می دهند مانند تغییرات آب و هوا و پیری جمعیت می توانند از یک رویکرد هماهنگ بهره ببرند. در گذشته نقشه برداری از ژنوم انسان توسط یک تیم بین المللی از محققان انجام می شد، بنابراین انواع پروژه های تحقیقاتی مشابه در حال افزایش است. در حالی که یک پروژه بین المللی دارای مزایای بیشماری از جمله فعالیت شبانه روزی است، از نظر چارچوب های نظارتی و نهادی مختلف نیز چالش هایی را به همراه دارد. می توان بر این موانع غلبه کرد اما نیازمند یک استراتژی مدیریتی مناسب است.

هماهنگی پروژه های بین المللی به دلیل نیازهای عملیاتی ممکن است دشوار باشد. این بدان معناست که در حالی که به اشتراک گذاری دانش مورد نیاز است، ارائه این اطلاعات در قالب مناسب برای همه کسانی که درگیر هستند سخت است. بدین معنا که پروژه باید به صورت شفاف مدیریت شود تا ارزش آن برای جامعه افزایش یابد. اختلافات بر سر وظایف ممکن است زمانی رخ دهد که دستورالعمل های پروژه نامشخص باشد که باعث ناتوانی در پیش بینی نتایج مورد نظر می شود. به منظور مدیریت بهتر پروژه های تحقیقاتی بزرگ، قواعد زیر باید رعایت شود:

(1) ارزیابی هدف و ارتباط پروژه تحقیقاتی.

(2) هر مرحله از فرآیند تحقیق را قبل از شروع پروژه در نظر بگیرید.

(3) قبل از شروع تحقیق به طور گسترده مطالعه کنید.

(4) ارزیابی کنید که آیا انواع مختلفی از روش های جمع آوری داده ممکن است مورد نیاز باشد.

(5) از کمک دیگران در اصلاح ایده های خود استفاده کنید.

# پیوست های روش شناختی

پیوست های روش شناختی می تواند شامل هر نوع اطلاعات مربوط به مطالعه گزارش شده باشد و شامل یک پیوست کدگذاری است که در آن اطلاعات مصاحبه کدگذاری شده است. پیوست‌های روش‌شناختی به عنوان « مواد تکمیلی که نحوه جمع آوری، تولید و تجزیه و تحلیل داده ها توسط نویسنده را مورد بحث قرار می دهد" تعریف می شود (کاپیشفسکی و کارچر[[30]](#footnote-30)، ۲۰۲۱:۲۸۷). این باعث می شود که شخص برای توضیح روش شناسی با جزئیات بیشتر، یادداشت ها را درج کند.

با ایجاد پیوست ها، اطمینان حاصل می شود که اطلاعات نوشتاری اضافه شده در مورد شیوه های روش شناسی بیان شده است. به عبارت دیگر افراد در صورت تمایل می توانند اطلاعات مربوط به مراحل خاصی از روش را مطالعه کنند. این در قالب پیوست برای ارائه جزئیات بیشتر است اما خواندن آن را آسان می کند. این بدان معنی است که بر خواندن کلی یک بخش روش شناسی تأثیر نمی گذارد. اغلب داشتن اطلاعات اضافی می تواند به دیگران اطمینان دهد که توجه بیشتری به جزئیات صورت گرفته است.

بلیچ و پیکانن [[31]](#footnote-31)(۲۰۱۳) با پیشنهادی که شامل اطلاعاتی در مورد طول مصاحبه و ساختار است، روشی رسمی برای ایجاد یک پیوست روش شناسی ایجاد کردند. این رویکرد رسمی، «پیوست روش مصاحبه[[32]](#footnote-32)» نامیده شد و راه مفیدی برای ارائه اطلاعات بیشتر در مصاحبه ارائه می‌کند. این اطلاعات معمولا درخواست می شود، اما داشتن ساختار رسمی برای ارائه آن می تواند کار را برای محقق آسان کند.

|  |
| --- |
| **تمرین**  تفاوت های اصلی بین تحقیقات کیفی و کمی چیست؟  به نظر شما کدام رویکرد بهترین است و چرا؟ |

# توسعه نظریه

نظریه ها در تحقیق مهم هستند زیرا باعث می شود ایده ها در گزاره های تحقیقاتی فرموله شوند و به ما کمک می کند تا بفهمیم داده ها چه می گویند و دلایل آن چیست. ایده پشت یک نظریه این است که می توان آن را به زمینه های دیگر منتقل کرد و از این طریق راهی برای درک روابط بین مفاهیم ارائه داد.

گهمان و همکاران[[33]](#footnote-33) (۲۰۱۸:۲۹۱) بیان می‌کند که نظریه «ترکیبی از ساختارها، روابط بین سازه‌ها و منطق زیربنایی است که آن سازه‌ها را به هم مرتبط می‌کند که بر توضیح برخی پدیده‌ها به‌صورت کلی متمرکز است". نظریه ها افراد را قادر می سازند تا نظرات خود را در مورد آنچه هست بیان کنند بدین معنی که یک نظریه مبتنی بر فرضیات و منطق خاصی است.

نظریه رسمی یک نظریه رایج است که به خوبی در ادبیات تثبیت شده است. گلاسر و اشتراوس (۱۹۶۷:۳۲) یک نظریه رسمی را به عنوان نظریه ای تعریف می کنند که «برای یک حوزه رسمی یا مفهومی از تحقیقات جامعه شناختی، مانند نابهنجاری، رفتار انحرافی، سازماندهی رسمی، اجتماعی شدن توسعه یافته است» و بدان معنی است که معمولاً در طول سالها آزمایش و پالایش شده است.

نظریه ها اغلب به عنوان چارچوبی برای کشف یک حوزه خاص از تحقیق استفاده می شوند. این امر به هر مقاله یا کتاب تحقیقاتی امکان می دهد تا بر اساس کار قبلی خود بنا شود. با انجام این کار سهم نظری تایید شده و همچنین در کار پژوهشی مشهود است.

کورلی و جیویا[[34]](#footnote-34) (۲۰۱۱:۲) نظریه را به عنوان "بیانیه مفاهیم و روابط متقابل آنها که نشان می دهد چگونه و/یا چرا یک پدیده رخ می دهد" مفهوم سازی می کنند. در برخی از زمینه های تحقیقاتی، به عنوان مثال، در سیستم های اطلاعاتی، نظریه هایی مانند نظریه رفتار برنامه ریزی شده و نظریه اقدام مستدل[[35]](#footnote-35) به خوبی تثبیت شده و به عنوان چارچوب نظری برای مطالعات جدید استفاده می شود. علاوه بر این، این نظریه‌ها اغلب برای تولید نظریه‌های جدید یا اجزای جدیدی که به دلیل پیشرفت‌های فناوری اضافه می‌شوند، ترکیب می‌شوند. در زمینه کارآفرینی، نظریه سرریز دانش[[36]](#footnote-36) کارآفرینی به خوبی تثبیت شده است، که پل بین ادبیات مدیریت دانش و کارآفرینی است. این بدان معناست که نظریه‌های جدید به طور فزاینده‌ای با مجموعه‌های مختلف ادبیات به منظور استخراج ایده‌های جدید مرتبط می‌شوند.

ایجاد نظریه داده بنیاد[[37]](#footnote-37) شامل تعدادی مراحل مختلف است که توسعه هر کدام به زمان نیاز دارد. در مرحله اولیه یک سوال تحقیق به منظور هدایت فرآیند تحقیق ایجاد می شود. نظریه داده بنیاد معمولی از داده ها به طرق مختلف پدید می آید که شامل اطلاعات به دست آمده از داده هایی است که روایتی را در مورد آنچه در بازار رخ می دهد ارائه می دهد.

این نظریه یک احساس معنا در مورد آنچه محقق فکر می کند داده ها نشان می دهد، ارائه می کند. در نتیجه به دیگران کمک می کند تا آنچه را که ممکن است بر اساس تحقیقات قبلی رخ دهد، پیش بینی کنند. بیشتر مجلات دانشگاهی نیاز به یک مشارکت نظری دارند که توضیح دهد چگونه تحقیق در مقاله به توسعه نظریه کمک می کند. توضیح یک نظریه ممکن است دشوار باشد زیرا در مورد معنای آن اتفاق نظر وجود ندارد. به طور معمول برای توضیح یک مفهوم بهتر است از یک تعریف ساده استفاده کنید. نظریه ها اغلب از سایر رشته های علمی توسعه می یابند و سپس برای سازگاری با زمینه های جدید اصلاح می شوند (سوسنو و راتن[[38]](#footnote-38)، ۲۰۰۷).

کورلی و جی یویا[[39]](#footnote-39) (۲۰۱۱) پیشنهاد می کنند که مشارکت های نظری را می توان بر اساس اصالت و سودمندی آنها ارزیابی کرد. منظور از اصالت[[40]](#footnote-40)، جدید بودن تحقیق از نظر بیان ایده های جدید است. اصالت می تواند از نظر پیشرفت های کوچک به دانش موجود افزایشی باشد یا از نظر ایجاد پیشرفت های بزرگ شهودی باشد. این ابزار را می توان از نظر عملی یا علمی مفید دانست. به بیان دیگر دو روش اصلی برای ارزیابی سودمندی یک مشارکت نظری وجود دارد.

مفید بودن بطور عملی به این معنی است که مدیران می توانند از اطلاعات به منظور بهبود شیوه های کسب‌وکار استفاده کنند. مدیران ممکن است نحوه انجام کارها را به دلیل نظریه تغییر دهند.

مفید بودن از نظر علمی به این معنی است که این نظریه می تواند در تحقیق و توسعه جدید نقش داشته باشد. بنابراین، نظریه از نظر علمی توسط سایر محققین ارزش گذاری شده است. هدف یک نظریه این است که آنچه را که در پیرامون تحقیق اتفاق می افتد، معنا کند. به بیان دیگر تمرکز بر اظهار نظر در مورد اینکه چرا پدیده ها به روش های خاصی رخ می دهند است. محققان بر اساس تفاسیر خود از داده ها، نظریه تولید می کنند. یک نظریه باید به توضیح اینکه، چرا رفتار خاصی انتظار می رود، کمک کند. به عبارت دیگر در اکثر موارد می توان رفتار را با تجزیه و تحلیل رفتار قبلی پیش بینی کرد. همه رفتارها از روندهای قبلی پیروی نمی کنند، اما بیشتر آنها پیروی خواهند کرد.

به منظور ایجاد نظریه وجود دانش قابل توجهی برای حمایت از ادعاهای مطرح شده مورد نیاز است. این به معنای ارائه روایت بر اساس تجربیات شخصی یا توضیح در مورد اینکه چرا چیزها به روش های خاصی رخ می دهند است. شاه و کورلی[[41]](#footnote-41) (۲۰۰۶) بیان می‌کنند که «ویژگی‌های متمایز نظریه داده بنیاد تعهد آن به تحقیق و کشف از طریق تماس مستقیم با محیط اجتماعی، همراه با رد نظریه‌پردازی پیشینی است».

بنابراین نظریه داده بنیاد را می توان راهی خاص برای تولید نظریه جدید در نظر گرفت. روشی خاص برای تولید نظریه جدید این امکان را فراهم می کند تا نظریه های جدید بر اساس تجزیه و تحلیل داده ها ظهور کنند. این یکی از رایج ترین اشکال توسعه نظریه در علوم اجتماعی است.

ایده ای که در پس نظریه داده بنیاد وجود دارد، دستیابی به درک جدیدی از روابط در جامعه است. به بیان دیگر تأکید بر الگوها و تعاملاتی است که در طول زمان رخ می دهد. روش های مختلفی برای مفهوم سازی نظریه بر اساس دیدگاه محقق وجود دارد.

نظریه قائم به ذات یا نظریه مستقل[[42]](#footnote-42) برای یک هدف خاص توسعه یافته است و نیاز به توضیح انواع مختلف رفتار را برجسته می کند. گلیزر و اشتراوس[[43]](#footnote-43) (۱۹۶۷: ۳۲) نظریه مستقل را به عنوان نظریه ای تعریف می کنند که "برای یک حوزه اساسی یا تجربی از تحقیقات جامعه شناختی، مانند مراقبت از بیمار، روابط نژادی، آموزش حرفه ای، بزهکاری یا سازمان های تحقیقاتی توسعه یافته است." تأکید بر نظریه مستقل به معنای ایجاد درک جامع از یک موضوع است. با انجام این کار، نظریه توسعه یافته با مفاهیم موجود رفتار متفاوت خواهد بود. علاوه بر این، توضیح غنی تری از چگونگی اتفاقات در جامعه خواهد داشت. بسیاری از زمینه های تحقیق، نظریه مستقل را ترجیح می دهند زیرا روشی جامع برای درک توسعه کسب‌وکار ارائه می دهد. این نظریه برای توضیح اینکه چرا چیزها رخ می دهند و پیش بینی رویدادهای آینده مفید است.

|  |
| --- |
| **تحلیل مقاله**  مقاله زیر را در مورد روش های تحقیق در کسب‌وکار که تکنیک های تجزیه و تحلیل کمی و کیفی را با هم مقایسه می کند بخوانید.  , F. Y., Rey-Martí, A., & Botella-Carrubi, D. (2020). Research methods in business Quantitative and qualitative comparative analysis. Journal of Business Research, 115, 221–224  در نظر بگیرید که چرا هر دو نوع رویکرد در مطالعات مدیریت کسب‌وکار مرتبط هستند. دلایل اصلی را بنویسید که چرا باید از روش های تحقیقاتی متعدد برای ارائه یافته های بهتر استفاده شود. |

# اعتبار یافته های علمی

در سال های اخیر بر تکرار مطالعات تاکید شده است تا ببینیم آیا یافته های یک مطالعه در زمینه های دیگر یکسان است یا خیر. به طور کلی نرخ تکرار ضعیفی در مطالعات کسب و کار به دلیل ناتوانی در تولید نتایج مشابه وجود دارد. هنسل[[44]](#footnote-44) (۲۰۲۱) پیشنهاد می کند که دلایل نرخ شکست تکرار عمدتاً استفاده از شیوه های تحقیق مبهم است که باعث شده است برخی از مجلات بر ارسال منابع داده تکمیلی به صورت آنلاین تاکید کنند. این کار روشی را برای دیگران فراهم می کند تا منبع داده اصلی را بررسی و آزمایش کنند. همچنین به سایر محققان کمک می کند تا از داده ها در مطالعات جدید استفاده کنند.

ضرورت اعتباریافته های تحقیق منجر به ابتکارات و دستورالعمل های جدیدی شده است که شامل شفافیت بیشتر در مورد هر مرحله از پروژه تحقیقاتی از طراحی تحقیقات اولیه تا جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها است. این امر باز بودن بیشتر در مورد شیوه های تحقیقاتی را تشویق می کند.

اخیراً در مجلات کسب‌وکار بر گنجاندن منابع داده آنلاین اضافی تأکید شده است که ممکن است به دلیل توانایی مجلات برای ذخیره داده های آنلاین به دلیل استفاده از رایانش ابری باشد. همچنین به شیوه‌ای که روی شیوه‌های نوآوری باز در جامعه تأکید می‌شود، مرتبط است.

با توجه به بسیاری از تکنیک های تحقیقاتی مختلف که در مطالعات مدیریت کسب‌وکار استفاده می شود، اجباری کردن اطلاعات عمومی در دسترس می تواند دشوار باشد. بعبارتی در مورد اینکه چه اطلاعاتی به اشتراک گذاشته می‌شود، اختیاری وجود دارد. علاوه بر این، مسائل مربوط به حریم خصوصی و امنیتی مرتبط با اشتراک گذاری اطلاعات وجود دارد.

استانداردهای [[45]](#footnote-45)TOP به عنوان شیوه ارائه دستورالعمل های تحقیقاتی معرفی شدند (نوسک و همکاران ۲۰۱۵[[46]](#footnote-46)). در حال حاضرآنها شامل هشت استاندارد (استناد، داده ها، کدها، مواد، طراحی، تجزیه و تحلیل، مطالعه طرح تجزیه و تحلیل پیش ثبت سازی[[47]](#footnote-47) و تکرار ثبت هستند) و دو مورد ارزیابی کمکی (گزارش های ثبت شده و سوگیری انتشار؛ هنسل، ۲۰۲۱).

استاندارد استناد[[48]](#footnote-48) به اطمینان از استناد صحیح تحقیقات قبلی در تحقیق اشاره دارد و یک روش استاندارد است، و برنامه های نرم افزاری وجود دارد که محققان می توانند به طور موثر این کار را انجام دهند. علاوه بر این، قبل از انتشار مقالات پژوهشی، بسیاری از مجلات و ناشران کتاب یک سیستم آنلاین موجود دارند که می توانند از آنها برای بررسی منابع استفاده کنند. این کار تضمین می کند که استنادها در تحقیق صحیح هستند. بحث هایی پیرامون شیوه های استناد به ویژه از نظر شناخت یافته های تحقیقات قبلی وجود داشته است. بحث بر سر این است که چه کسی و چرا باید به تحقیقات استناد کرد. قاعده این است که هر تحقیق قبلی مستقیم مرتبط با موضوع در تحقیقات جدید تایید می شود و این امکان ایجاد تاریخچه ای از تحقیق را فراهم می کند که به گفتمان علمی می افزاید. معمولاً استنادها بسته به اولویت مجله یا کتاب در قالب خاصی هستند. این قالب تضمین می کند که تمام کارهای منتشر شده به یک سبک هستند.

شفافیت داده به داده هایی اشاره دارد که برای مشاهده دیگران در دسترس هستند. در مجموعه‌های داده‌های بزرگ، داده‌ها ممکن است در قالبی ناشناس باشند، بنابراین اشتراک‌گذاری آسان‌تر است، اما در مجموعه‌های داده کوچک، اطلاعات حتی اگر ناشناس باشد ممکن است همچنان اطلاعات شرکت‌کننده را نشان دهد. بعبارتی باید ملاحظات اخلاقی در مورد اشتراک گذاری داده ها در نظر گرفته شود. در برخی شرایط می توان آن را توجیه کرد. اما در زمینه های دیگر منجر به پیامدهای منفی می شود. بنابراین مزایا و معایب به اشتراک گذاری داده ها باید در نظر گرفته شود. این کار رویکرد متعادل تر برای انتشار داده ها را تضمین می کند. همچنین ممکن است ملاحظات مالکیت معنوی وجود داشته باشد.

کدگذاری مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل داده ها باید برای بررسی دقیق در دسترس دیگران باشد که منجر به شفافیت بیشتر در مورد فرآیند تحقیق خواهد شد و شامل در دسترس قرار دادن مواد مورد استفاده برای انجام تجزیه و تحلیل است.

طراحی و تجزیه و تحلیل تحقیق باید به گونه ای روشن بیان شود که به دیگران کمک کند تا روش جمع آوری داده ها را درک کنند. این کار شامل یک طرح تجزیه و تحلیل پیش ثبت سازی مطالعه است که هدف آن بیان این نکته است که مطالعه پژوهشی امیدوار است به آن دست یابد و چگونه این کار را انجام خواهد داد. با ثبت داده‌ها می‌توان آن را در سایر زمینه‌های تحقیقاتی تکرار کرد.

**راهنماها**

۱. قبل از نهایی کردن روش، به آنچه می خواهید تحقیق به دست آورد فکر کنید.

۲. تا حد امکان اطلاعات بیشتری در مورد روش های بالقوه جمع آوری کنید.

۳. به دنبال کتاب‌ها/مقالات/وب‌سایت‌های روش‌شناسی خوب باشید که ممکن است برای تحقیق شما مفید باشند.

۴. فهرستی از مقالاتی را تهیه کنید که می توانند در موضوعات مختلف با موضوع شما هم راستا باشند اما متدولوژی خوبی دارند.

۵. سعی کنید ازمطالعات قبلی را که از روش شناسی مشابهی استفاده کرده اند، بهره ببرید.

**توسعه تخصص**

برای بهبود کیفیت تحقیق خود سعی کنید در صورت امکان به صورت گسترده مطالعه کنید. هفته ای یک مقاله بخوانید تا دانش خود را در مورد این حوزه افزایش دهید.

**ارائه شفاهی**

یک ارائه ۲ تا ۳ دقیقه ای در مورد اینکه چرا دیگران باید از یک روش تحقیق خاص استفاده کنند بنویسید.

در ارائه خود، لطفاً در مورد جوانب مثبت و منفی این رویکرد و اینکه چرا مناسب‌ترین روش است، صحبت کنید.

**چک لیست**

۱. روش‌های تحقیق مختلفی وجود دارد، بنابراین ابتدا در مورد اینکه کدام یک مناسب‌تر است، تحقیق کنید.

۲. سعی کنید به طور گسترده در مورد انواع مختلف روش های تحقیق مطالعه کنید.

۳. پوشه ای حاوی مقالات مفید در مورد متدولوژی ها نگه دارید.

۴. سعی کنید منابع متدولوژی جدید را در مقالات خود بگنجانید.

۵. به این فکر کنید که چگونه می توانید از روش های ترکیبی در تحقیق خود استفاده کنید.

**نتیجه گیری**

این فصل نقش روش‌های تحقیق در مطالعات مدیریت کسب‌وکار را مورد بحث قرار داده است، بنابراین یک نمای کلی از اینکه چرا روش‌شناسی در هر نوع تحقیق مهم است، ارائه می‌کند. مسائل زیادی در این فصل بیان شد که به خواننده کمک می کند تا در مورد روش های تحقیق بیشتر بیاموزد.

امید است که این فصل دلایل نیاز به مطالعه بیشتر در مورد پیشرفت های روش تحقیق مدیریت کسب‌وکار را در اختیار شما قرار داده باشد.

# سوالات مروری

1. چرا روش تحقیق بخش مهمی از مطالعات مدیریت کسب‌وکار است؟

2. تحقیق چیست و چرا برای شیوه های کسب‌وکار فعلی و آینده مهم است؟

3. تفاوت اصلی بین تحقیقات کیفی و کمی چیست؟

**فعالیت های پیشنهادی**

برای موضوعی که فکر می کنید مهم است، روزنامه محلی خود یا کانال خبری وب سایت ها را مرور کنید. برنامه ای بنویسید که چگونه می توانید داده ها را جمع آوری کنید که به ارائه اطلاعات بیشتر در مورد مشکل کمک می کند.

**تمرین وب**

در گوگل کلمه "تحقیق" را جستجو کنید و در نظر بگیرید که چه نوع مقالاتی نشان داده می شوند. جستجو را تغییر دهید تا شامل کلمات "روش مدیریت کسب‌وکار " شود و نتایج را بررسی کنید.

# سوالات چند گزینه ای

۱. تحقیق شامل چه نوع وظایفی است؟

الف. خواندن سیستماتیک اطلاعات

ب. درک اطلاعات

ج. افزودن به مجموعه دانش فعلی

د. همه موارد بالا

۲. انواع اصلی تحقیقات علمی کدامند؟

الف. مطالعات مفهومی تجربی و مروری

ب. مطالعات مفهومی

ج . مطالعات تجربی

د. هیچ یک از موارد بالا

۳. داده های ثانویه را می توان به صورت زیر طبقه بندی کرد:

الف. داده هایی که به صورت هدفمند برای یک مطالعه پژوهشی جمع آوری شد.

ب. داده هایی که به طور هدفمند برای یک مطالعه پژوهشی جمع آوری نشده اند.

ج. هر دو الف و ب

د. هیچ یک از موارد بالا

۴. تحقیق با روش های ترکیبی شامل

الف. تلفیق جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده های کمی و کیفی

ب. فقط با استفاده از یک روش

ج. تمرکز بر پژوهش کیفی

د. هیچ کدام از موارد بالا

۵. اعتبار درونی به زمانی اطلاق می شود که تحقیق

الف. مفهوم را بر حسب محیط کلی می سنجد

ب. آمار را اندازه گیری می کند

ج. هر دو الف و ب

د. موضوع مورد بررسی را به روش صحیح اندازه گیری می کند

**پاسخ ها**

۱-د ۲-الف ۳-ب ۴- الف ۵-د

# منابع

Ammirato, S., Felicetti, A. M., Rogano, D., Linzalone, R., & Corvello, V. (2022). Digitalising the systematic literature review process: The MySLR platform. Knowledge Management Research & Practice, DOI:10.1080/14778238.2022.2041375

Bleich, E., & Pekkanen, R. (2013). How to report interview data. Interview Research in Political Science, 1, 84–105

Bouckenooghe, D., Clercq, D. D., Willem, A., & Buelens, M. (2007). An assessment of validity in entrepreneurship research. The Journal of Entrepreneurship, 16(2), 147–171.

Cooper, H. (2015). Research Synthesis and Meta-Analysis: A Step-by-Step Approach (Vol. 2). New York: Sage.

Corley, K. G., & Gioia, D. A. (2011). Building theory about theory building: What constitutes a theoretical contribution? Academy of Management Review, 36(1), 12–32.

Creswell, J. W., & Tashakkori, A. (2007). Differing perspectives on mixed methods research. Journal of Mixed Methods Research, 1(4), 303–308.

Gehman, J., Glaser, V. L., Eisenhardt, K. M., Gioia, D., Langley, A., & Corley, K. G. (2018). Finding theory–method fit: A comparison of three qualitative approaches to theory building. Journal of Management Inquiry, 27(3), 284–300. Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967).

The Discovery of Grounded Theory. New York: Aldine. Hensel, P. G. (2021). Reproducibility and replicability crisis: How management compares to psychology and economics – A systematic review of literature. European Management Journal, 39(5), 577–594.

Kapiszewski, D., & Karcher, S. (2021). Transparency in practice in qualitative research. PS: Political Science & Politics, 54(2), 285–291.

Köhler, T. (2016). From the editors: On writing up qualitative research in management learning and education. Academy of Management Learning & Education, 15(3), 400–418.

Lê, J. K., & Schmid, T. (2022). The practice of innovating research methods. Organizational Research Methods, 25(2), 308–336.

Lim, W. M., Kumar, S. & Ali, F. (2022). Advancing knowledge through literature reviews: ‘what’, ‘why’, and ‘how’ to contribute, The Service Industries Journal, DOI: 10.1080/ 02642069.2022.2047941

Molina-Azorín, J. F., López-Gamero, M. D., Pereira-Moliner, J., & Pertusa-Ortega, E. M. (2012). Mixed methods studies in entrepreneurship research: Applications and contributions. Entrepreneurship & Regional Development, 24(5–6), 425–456.

Nosek, B. A., Alter, G., Banks, G. C., Borsboom, D., Bowman, S. D., Breckler, S. J., … Yarkoni, T. (2015). Promoting an open research culture. Science, 348(6242), 1422–1425.

Shah, S. K., & Corley, K. G. (2006). Building better theory by bridging the quantitative– qualitative divide. Journal of Management Studies, 43(8), 1821–1835.

Suseno, Y., & Ratten, V. (2007). A theoretical framework of alliance performance: The role of trust, social capital and knowledge development. Journal of Management & Organization, 13(1), 4–23.

Uy, M. A., Foo, M. D., & Aguinis, H. (2010). Using experience sampling methodology to advance entrepreneurship theory and research. Organizational Research Methods, 13(1), 31–54

# برای مطالعه بیشتر

Brennan, N. M. (2019). 100 research rules of the game: How to make your research world class; how to successfully publish in top international refereed journals. Accounting, Auditing & Accountability Journal, 32(2), 691–706.

Cloutier, C., & Langley,  A. (2020). What makes a process theoretical contribution? Organization Theory, 1(1), 1–32.

Cornelissen, J. P. (2017). Preserving theoretical divergence in management research: Why the explanatory potential of quality research should be harnessed rather than suppressed. Journal of Management Studies, 54(3), 368–383.

Cornelissen, J., Hollerer, M. A., & Seidl, D. (2021). What theory is and can be: Forms of theorizing in organizational scholarship. Organization Theory, 2(3), 1–19.

Davies, M. A., Golob, U., Kernstock, J., & Powell, S. M. (2021). Journal of Brand Management: Editorial guidelines and expectations of authors. Journal of Brand Management, 28(1), 1–7.

Delbridge, R., & Fiss, P. C. (2013). Editors’ comments: Styles of theorizing and the social organization of knowledge. Academy of Management Review, 38(3): 325–331.

Dyer, W. G., & Wilkins, A. L. (1991). Better stories, not better constructs, to generate better theory: A rejoinder to Eisenhardt. Academy of Management Review, 16(3), 613–619

# **7. روش های تحقیق کمی در مدیریت کسب وکار**

# مقدمه

تحقیق کمی شامل جمع‌آوری داده‌هایی اعم از اعداد، واقعیت‌ها و آمار[[49]](#footnote-49) است. برای جمع‌آوری این نوع داده معمولاً از نظرسنجی‌ها یا پرسشنامه‌ها استفاده می‌شود و این به معنی تمرکز بر تحلیل الگوها به‌منظور تعیین رفتار است.

# اهداف یادگیری

* فهم دلیل جمع‌آوری داده‌های کمی.
* تمرکز بر انواع مختلف داده‌های کمی.
* درک نحوه تحلیل داده‌های کمی.

**پرسش آغازین بحث**

به نظر شما چرا تجزیه و تحلیل داده های کمی مهم است؟

# نظرسنجی‌ها و طراحی پرسشنامه

نظرسنجی‌های پستی اغلب به دلیل ترجیح پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه‌های کاغذی استفاده می‌شوند و به این معناست که آن‌ها یک نسخه فیزیکی از سوالات را دریافت می‌کنند، هرچند امروزه به علت بحث هزینه و کارایی، نظرسنجی‌های آنلاین به طور فزاینده‌ای در حال افزایش هستند.

تأخیر زمانی ایجاد شده در ارسال یک نظرسنجی و سپس دریافت پاسخ‌ها یک مشکل در انتخاب این روش است که آیا نظرسنجی پستی انجام شود یا خیر. در این روش معمولاً هنگام ارسال پرسشنامه، پاکت‌های ازپیش‌پرداخت شده[[50]](#footnote-50) برای بازگرداندن نظرسنجی توسط افراد در نظر گرفته می­شوند.

نظرسنجی‌های آنلاین زمان پاسخ‌دهی را سریع‌تر می­کنند و امکان وارد کردن سریع پاسخ‌ها را به فایل‌های اکسل فراهم می‌کنند. این موضوع خطاهای ورودی داده را کاهش می‌دهد و راهی آسان‌تر برای دریافت پاسخ‌ها ایجاد می‌کند. طراحی یک نظرسنجی آنلاین زمان‌بر است زیرا باید به اندازه‌های صفحه نمایش توجه شود. علاوه بر این، مسائل زبانی به این معناست که نظرسنجی‌ها نیاز به ترجمه به زبان‌های مختلف دارند.

روش‌های سنتی نظرسنجی مثل استفاده از شماره‌های تصادفی برای پرسش سوالات دیگر مانند گذشته کارایی ندارند. نظرسنجی‌های تلفنی به مرور زمان اهمیتشان کمتر شده چراکه مردم عمدتا از ابزارهای آنلاین برای ارتباط استفاده می‌کنند. علاوه بر این، به دلیل مسائل مربوط به حریم خصوصی، دسترسی به پاسخ‌دهندگان از طریق تلفن سخت‌تر شده است و این بدان معناست که محققین به دنبال راه‌های دیگری برای به دست آوردن نمونه‌های خوب هستند.

**تحلیل مقاله**

مقاله زیر را درباره معیارهای پیش‌بین نسل بعدی با رویکرد ترکیبی PLS–SEM مطالعه کنید.

• Hair Jr, J. F., (2021), “Next-generation prediction metrics for compositebased PLS-SEM”, Industrial Management & Data Systems, 121(1): 5–11.

هنگام مطالعه مقاله به این نکته توجه کنید که چرا ابزارهای ارزیابی پیش‌بینی در تحقیقات مدیریت کسب‌وکار اهمیت دارند. بنویسید که چگونه می‌توان از معیارهای پیش‌بین برای بهبود نتایج کلی یک مطالعه استفاده کرد.

یک پرسشنامه معمولاً به مجموعه‌ای از سوالات مکتوب اشاره دارد که از یک پاسخ‌دهنده خواسته می‌شود به آن­ها جواب بدهد. سریدش و همکاران[[51]](#footnote-51)، پرسشنامه را به‌این‌صورت تعریف می‌کنند: "مجموعه‌ای از سوالات که باید از پاسخ‌دهندگان در یک مصاحبه با دستورالعمل‌های مناسب پرسیده شود و نشان می‌دهد که کدام سوالات باید پرسیده شوند و به چه ترتیبی." این پرسشنامه به‌صورت مکتوب یا آنلاین است، اما به‌طور فزاینده‌ای به صورت آنلاین انجام می‌شود تا تجزیه و تحلیل داده‌ها ساده‌تر شود. در گذشته، پرسشنامه‌های مکتوب به مردم داده می‌شد تا پاسخ‌های آن­ها را درباره برخی مسائل به‌دست آورند. جدول ۷.۱ مزایا و معایب روش‌های داده‌ای کمی را بیان می‌کند.

**جدول ‏0‑1مزایا و معایب روش‌های داده‌ای کمی**

|  |  |
| --- | --- |
| مزایا | معایب |
| 1.بر استنتاج های آماری از داده های جمع آوری شده تمرکز دارد. | 1.تعامل شخصی کمتری با منابع داده وجود دارد. |
| 2. امکان دستیابی به پیش بینی از داده­ها را فراهم می­کند. | 2. بعبارتی محقق نیاز دارد که داده‌ها را جمع‌آوری کند و سپس از طریق نرم افزارهای آماری تحلیل کند. |
| 3. رویکردی عینی به مدیریت داده‌ها را ممکن می‌سازد. | 3. جمع‌آوری داده‌ها ممکن است زمان‌بر باشد. |
| 4.  نشان می‌دهد که الگوها چطور می‌توانند در طول زمان بروز ایجاد می­شوند. | 4. تحلیل داده‌ها هزینه‌بر است. |
| 5.  بر لزوم جمع‌آوری مقادیر زیادی اطلاعات تأکید می‌کند. | 5. مقدار زیادی داده نیاز است. |

# تجزیه و تحلیل

تحلیل کسب‌وکار[[52]](#footnote-52) روشی برای تشویق توسعه تکنیک‌های مدیریت تحقیقات مبتنی بر داده[[53]](#footnote-53) است. انواع مختلف تحلیل‌ها به روش‌های متفاوتی اشاره می‌کنند. برای مثال، تحلیل منابع انسانی[[54]](#footnote-54) معمولاً به عنوان تحلیل‌ افراد، تحلیل منابع انسانی، تحلیل نیروی کار، تحلیل استعدادها و تحلیل سرمایه انسانی نام‌گذاری می‌شود (مارگریتا، ۲۰۲۲)[[55]](#footnote-55). تحلیل منابع انسانی به‌عنوان “رویکردی برای مدیریت افراد در سازمان‌ها و اتخاذ تصمیمات عینی‌تر، منطقی‌تر و مؤثرتر درباره کارکنان براساس تجزیه و تحلیل داده” تعریف شده است (مارگریتا، ۲۰۲۲). این به این معنی است که تمرکز بر روی رفتار افراد بر اساس داده‌های آماری است. این کار امکان کسب اطلاعات بیشتری را درباره رفتار انسانی از طریق استفاده از ویژگی‌های شخصی فراهم می‌کند.

تحلیل‌ها به عنوان روشی برای دستیابی به قابلیت‌های تشخیصی و پیش‌بین[[56]](#footnote-56) استفاده می‌شوند (ادواردز، ۲۰۱۹)[[57]](#footnote-57). قابلیت‌های تشخیصی به تصمیم‌گیری در مورد این که چرا چیزی اتفاق افتاده، اشاره دارد. این بسته به دانش و تخصص فردی که تشخیص را انجام می‌دهد متفاوت است. قابلیت‌های پیش‌بینی به برآورد یا حدس زدن در مورد این که چه چیزی ممکن است در آینده اتفاق بیفتد، اشاره دارد. این کار دشوار است زیرا هیچ‌کس نمی‌داند که چه چیزی به‌طور قطع در آینده خواهد افتاد. می‌توان پیشنهادهایی در قالب برآورد ارائه داد، اما این حدس‌ها تحت تأثیر تغییرات محیطی قرار دارند. علاوه بر این، ممکن است عوامل دیگری وجود داشته باشند که در نظر گرفته نشده‌اند و در معادله تاثیرگذار باشند.

**تمرین:**

یک نوع سازمان را انتخاب کنید(به عنوان مثال در حوزه مد، ورزش و...) سپس برای آن یک مطالعه طراحی کنید که نیاز به جمع آوری داده از منابع مختلف داشته باشد.

# آزمایش‌ها

آزمایش‌های طبیعی رویکردی ارگانیک به آنچه از داده‌ها در حال ظهور است، می باشند. این به این معنی است که نظریه‌ها به‌طور موردی و بدون برنامه‌ریزی قبلی شکل می‌گیرند و در نتیجه به محقق زمان می‌دهند تا درباره یافته‌ها فکر کند. روش‌های تفسیری به تحلیل داده‌ها بر اساس زمینه‌ای که در آن اتفاق می‌افتد، اشاره دارد و منجر به پذیرش این موضوع می‌شود که داده‌ها زمانی مفید هستند که در یک موقعیت خاص اعمال شوند. توضیح زمینه‌محور به این معناست که اطلاعات به‌دست‌آمده بر اساس محیط موجود مورد بررسی قرار می­گیرد. بنابراین، تأکید می‌کند که زمان و مکانی که داده‌ها در آن به‌دست آمده‌اند، اهمیت دارد.

آزمایش‌ها می‌توانند در چندین محیط مختلف انجام شوند، اما مهم‌ترین آن‌ها محیط­های آزمایشگاهی، میدانی و طبیعی[[58]](#footnote-58) هستند (هسو و همکاران،2017)[[59]](#footnote-59). محیط‌های آزمایشگاهی اعم از کلاس‌ها یا مکان‌های دیگری که به‌طور عمدی برای آزمایش تنظیم شده‌اند، هستند. این بدان معناست که آن‌ها یک روش کنترل‌شده برای معرفی محرک‌های مختلف به شرکت‌کنندگان فراهم می‌کنند. بنابراین شرکت‌کنندگان از سایر عوامل محیطی جدا می‌شوند. لذا می‌توان از محرک‌های مختلف در نقاط زمانی مختلف استفاده کرد تا رفتار را ارزیابی کرد البته به دلیل تأسیس آزمایشگاه‌های آنلاین، استفاده از آزمایشگاه‌ها در مطالعات کاهش یافته است.

آزمایش‌های میدانی در دنیای واقعی انجام می‌شوند. آن‌ها معمولاً تأثیر محدودیت‌های مختلف بر رفتار را بررسی می‌کنند. این آزمایش‌ها یک زمینه واقعی‌تر برای مطالعه رفتار فردی فراهم می‌کنند. معمولاً در یک محیط غیرکنترلی مانند محیط کار انجام می‌شوند و این امکان را فراهم می‌کند که عوامل دیگری مانند نسبت‌های جنسیتی مورد بررسی قرار گیرند.

آزمایش‌ها روشی محبوب هستند که در حوزه روان‌شناسی مورد استفاده قرار می­گیرند. به این دلیل که می‌توان محیط‌ها را تغییر داد تا تأثیرات تعاملات متفاوت آزمایش شوند. در مدیریت کسب‌وکار، آزمایش‌ها به دلیل محبوبیت دیگر روش‌های تحقیق خیلی مورد استفاده قرار نگرفته­اند اما این وضعیت در حال تغییر است و در حال حاضر مطالعات بیشتری در حوزه کسب‌وکار موضوعات روان‌شناسی را نیز دخیل می‌کنند.

در روش های اصلی انجام آزمایش استفاده از تکنیک‌های آزمایشگاهی متداول است. این به این معنی است که اتاق‌ها به‌طور خاص برای انجام یک آزمایش تنظیم می‌شوند. این کار اجازه می‌دهد که آزمایش‌های متعددی با افراد و محرک‌های متفاوت انجام شود. مزیت آزمون‌های آزمایشگاهی این است که تحت تأثیر محرک‌های ناخواسته به اندازه محیط‌های طبیعی نیستند. اما عیب آن این است که این محیط حس واقعیت را ندارد و به همین دلیل نتایج سخت‌تر به صورت کلی تعمیم داده می‌شوند.

**تمرین**

به نظر شما چرا مردم روش های جمع آوری داده های کمی را به روش های جمع آوری داده های کیفی ترجیح می دهند؟

# سوگیری در مطالعات تحقیقاتی**[[60]](#footnote-60)**

در هر مطالعه تحقیقاتی باید به سوگیری یا تعصب توجه شود. ژانگ و کوتو()[[61]](#footnote-61)، سوگیری را این‌گونه تعریف می‌کنند: “انحراف سیستماتیک از تئوری انتخاب منطقی، زمانی که مردم اقداماتی را انتخاب کرده و احتمال‌ها را تخمین می‌زنند”. سوگیری در تحقیقات به دلیل شرایط فرهنگی محققان شایع است. این بدان معناست که تحقیقات می‌توانند برخی سوگیری های شناخته شده و ناشناخته را دربرگیرند. از آنجا که بسیاری از مقالات تحقیقاتی در مدیریت کسب‌وکار به زبان انگلیسی نوشته می‌شوند، سوگیری به سمت محققان انگلیسی‌زبان وجود دارد. این موضوع با انتشار بیشتر مقالات به زبان‌های دیگر تغییر کرده است.

در این راستا ژانگ و کتو بیان می‌کنند که سوگیری در تحقیق در مواردی مانند در دسترس بودن[[62]](#footnote-62)، تشدید تعهد[[63]](#footnote-63)، اعتماد به نفس بیش از حد[[64]](#footnote-64)، خوش‌بینی بیش از حد[[65]](#footnote-65)، توهم کنترل[[66]](#footnote-66)، قانون اعداد کوچک[[67]](#footnote-67)، نمایندگی[[68]](#footnote-68)، نسبت‌دادن به خود [[69]](#footnote-69)، شباهت[[70]](#footnote-70)، وضعیت موجود[[71]](#footnote-71) و خطای برنامه‌ریزی[[72]](#footnote-72) مشهود است.

اعتماد به نفس بیش از حد به این معنی است که یک فرد نتایج تحقیق خود را بیش از حد معتبر برآورد می‌کند. این به این معناست که نتایج واقعی با مطالعات مقایسه‌ای هم‌خوانی ندارد که این می­تواند دقت تحقیق را محدود کند. خوش‌بینی بیش از حد به این معنی است که یک محقق فکر می‌کند نتایج تحقیقش بیشتر از آنچه انجام گرفته را نشان می‌دهد. که به معنای تأکید بیش از حد بر نتایج مثبت و نادیده گرفتن اثرات ضعیف است. نسبت‌دادن به خود شامل اعتبار دادن به خود برای موفقیت‌ها در حالی است که شکست‌ها نادیده گرفته می­شوند. این مشکل علی الخصوص زمانی برجسته می­شود که محققان می‌خواهند نتایجشان اثرات خاصی را نشان دهد و ممکن است تحت فشار زمانی باشند. در نتیجه، آن‌ها می‌توانند مسئولیت نتایجی که آنچه را که می‌خواهند نشان نمی‌دهد، انکار کنند.

توهم کنترل به معنای تأکید بیش از حد بر آنچه انجام می‌شود، است که این می‌تواند شامل نشانگرهایی باشد که محقق تحقیق را دستکاری کرده است. این موضوع در تحقیقاتی مشهود است که ممکن است در حال حاضر روابط مستقیمی را نشان دهند. قانون اعداد کوچک به این معناست که تعداد کمی از پاسخ‌دهندگان نظرسنجی وجود دارد و نتایج قابل تعمیم نیستند. بعبارتی اندازه نمونه محدود است و نمایانگر خوبی برای کل جمعیت نیست.

شباهت به تحقیقاتی اشاره دارد که ویژگی‌های مشترکی با تحقیقات گزارش شده دیگر دارند. این موضوع اصالت مطالعه تحقیق را رد می‌کند. در دسترس بودن به معنای درک یافته‌های تحقیق بر اساس اطلاعاتی است که دسترسی به آن آسان است. به بیان دیگر قضاوت‌هایی انجام می‌شود که ممکن است درست نباشد.

نمایندگی به تحقیقاتی اشاره دارد که به گونه‌ای ارائه می‌شود که شبیه سایر تحقیقات به نظر برسد. این حس آشنایی باعث می‌شود دیگران نسبت به یافته‌ها احساس راحتی کنند. وضعیت موجود به استفاده از همان یافته‌ها اشاره دارد در حالی که نتایج ممکن است چیز دیگری را نشان دهند. خطای برنامه‌ریزی به عدم شناخت زمان مورد نیاز برای انجام یک کار اشاره دارد. این امر در مطالعات تحقیقاتی، به ویژه در میان محققان مبتدی رایج است. تشدید تعهد به معنای ادامه دادن محققان با وجود شکست‌ها است. این بدان معناست که آن‌ها تمایلی به تغییر و چرخش ندارند. ژانگ و کوتو پیشنهاد می‌کنند که سه نوع سوگیری وجود دارد که از باورهای هنجاری فاصله می‌گیرد: خوشحال‌کننده، ویژگی مبهم و روان‌فیزیک[[73]](#footnote-73).

سوگیری خوشحال‌کننده شامل پذیرش این باور است که نتایج تحقیق باید به گونه‌ای باشد که دیگران را خوشحال کند که می‌تواند شامل عدم اشاره به شواهد منفی باشد. سوگیری ویژگی مبهم به تمرکز بر یک جنبه از یافته‌های تحقیق اشاره دارد به جای اینکه سایر یافته‌ها را شناسایی کند. سوگیری روان‌فیزیک شامل تحریف ویژگی‌های کمی تحقیق است. این بدان معناست که یافته‌های تحقیق ادراک‌شده با نتایج واقعی هم‌خوانی ندارد.

# تحلیل شبکه‌های اجتماعی**[[74]](#footnote-74)**

تحلیل شبکه‌های اجتماعی بر روی روابط بین موجودیت‌ها در جامعه تمرکز دارد. این به این معنی است که بر تعاملات به جای رفتار فردی یا گروهی تأکید می‌کند. در ابتدا مطالعات بر انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی متمرکز بودند، چرا که مطالعه رفتار در طول زمان، به وجود آمده و تحلیل آن دشوار بوده و نیازبوده تا بواسطه نمودارها ترسیم ‌شوند یا در بستر روابط مورد بحث قرار گیرند. امروزه توسعه‌های محاسباتی این کار را آسان‌تر کرده‌اند تا داده‌ها را به برنامه‌های رایانه ای وارد کنیم.

یکی از ویژگی‌های کلیدی تحلیل شبکه‌های اجتماعی این است که بر روی روابط پویا و در حال تحول تمرکز دارد. این امر با تمرکز بر افراد مستقل که به دلیل منافع شخصی در جامعه عمل می‌کنند، متفاوت است. افراد به تنهایی عمل می‌کنند اما اغلب تحت تأثیر تعاملات اجتماعی قرار می‌گیرند. این بدان معناست که یک دیدگاه رابطه‌ای به رفتار فردی وجود دارد. تعدادی از افراد و موجودیت‌های به هم پیوسته در جامعه وجود دارند که بر روی پروژه‌های تجاری با هم کار می‌کنند؛ لذا تمرکز بر شبکه‌های اجتماعی می‌تواند در درک رفتار مفید باشد.

**تحلیل مقاله**

این مقاله را درباره گسترش دامنه تحقیقات بازاریابی به عنوان یک نیروی مثبت در دنیای پایدار را بخوانید.

Ehwi, R. J., Oti-Sarpong, K., Shojaei, R., & Burgess, G. (2022). Offsite Manufacturing Research: A Systematic Review of Methodologies Used. Construction Management and Economics, 40(1), 1–24.

به این فکر کنید که چرا مهم است مسائل اجتماعی و پایداری را در شیوه های روش شناختی بگنجانیم. به عنوان بخشی از این مطالعه، بررسی کنید که چگونه 17 هدف توسعه پایدار سازمان ملل می‌تواند در شیوه‌های تحقیقاتی گنجانده شود.

واچه و همکاران (۲۰۱۷)[[75]](#footnote-75)، شبکه اجتماعی را به عنوان “ اصطلاحی رایج، نه تنها در زمینه رسانه‌های اجتماعی، بلکه همچنین در نوشتارهای علمی به عنوان یک استعاره برای هر چیزی اعم از اتحادها، ائتلاف‌ها، خوشه‌ها و گروه‌ها” توصیف می‌کنند. این بدان معناست که واژه رسانه‌های اجتماعی با افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی در جامعه محبوبیت یافته است. با این حال، این واژه مدت‌هاست که در محافل علمی به دلیل مفید بودن آن در درک ارتباطات بین موجودیت­ها وجود دارد و می‌تواند به ایجاد ارزش کمک کند. بیشتر افراد شبکه‌های اجتماعی را اصطلاحی مثبت برای تعاملاتی که به ایجاد ارزش منجر می‌شوند، می‌دانند.

در تحلیل شبکه‌های اجتماعی، ارتباطات بین موجودیت‌ها باید به وضوح مشخص شود. این کار به درک نحوه تبادل اطلاعات و اینکه چرا برخی ارتباطات حفظ می‌شوند کمک می‌کند. شبکه‌ای که مورد بررسی قرار می‌گیرد باید مشخص شود. این کار تحلیل را آسان‌تر می‌کند زیرا از وجود موجودیت‌ها اطمینان حاصل می‌شود. در یک شبکه، بازیگران[[76]](#footnote-76) معمولاً به عنوان گره‌ها[[77]](#footnote-77) شناخته می‌شوند، زیرا آن‌ها موجودیت‌هایی هستند که با دیگران تعامل دارند. گره‌ها از طریق پیوندها به دیگران مرتبط هستند. این پیوندها بر اساس روابط از قبل موجود مانند دوستی یا ارتباطات خانوادگی یا تعاملات جدید هستند.

در تحلیل شبکه‌های اجتماعی، گره‌ها و پیوندها مورد بررسی قرار می‌گیرند. پیوندها می‌توانند بسته به نوع رابطه، مستقیم یا غیرمستقیم باشند. قدرت پیوند در ارزیابی میزان اطلاعاتی که به اشتراک گذاشته می‌شود، مهم است. انواع اصلی پیوندهایی که در تحلیل شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار می‌گیرند، عبارتند از: شباهت‌ها، روابط اجتماعی، تعاملات و جریان‌ها[[78]](#footnote-78) (هاشه و همکاران، ۲۰۱۷)[[79]](#footnote-79).

شباهت‌ها شامل ویژگی‌ها یا ارتباطات مشترک بین شرکت‌کنندگان هستند. این موارد می‌تواند شامل موقعیت، شغل یا سطح تحصیلات باشد. شباهت‌ها بسته به آنچه که مورد بررسی قرار می‌گیرد برای هر شبکه اجتماعی متفاوت خواهند بود. معمولاً شباهت‌ها راهی برای تحلیل ویژگی‌های مشترک که بر رفتار تأثیر می‌گذارند، فراهم می‌کنند که شامل عضویت در همان انجمن یا تعلق به یک خانواده است. علاوه بر این، می‌تواند به گروهی از مردم که نگرش یا احساس مشابهی دارند اشاره کند.

روابط اجتماعی به این اشاره دارد که چگونه مردم با دیگران در جامعه تعامل دارند. این روابط بر اساس آشنایی با دیگران به دلیل ارتباطات کاری یا خانوادگی است. روابط اجتماعی شامل روابط شناختی[[80]](#footnote-80) است که در آن از برخی افراد آگاه هستیم. این موضوع به درک این که آیا روابط اجتماعی به صورت متناوب یا مکرر انجام می‌شود کمک می‌کند. تعاملات بیشتر به صورت مبهم تعریف می‌شوند و به افرادی اشاره دارند که به طور رسمی یا غیررسمی با یکدیگر تعامل دارند. جریان‌ها به این اشاره دارد که تعاملات با چه سرعتی یا به آهستگی انجام می‌شود. این تعاملات شامل انتشار اطلاعات یا تعاملات مقطعی است.

**تحلیل مقاله**

مقاله زیر را درباره تحقیقات تولید خارج از محل که روش‌های مختلفی را بررسی می‌کند بخوانید.

Ehwi, R. J., Oti-Sarpong, K., Shojaei, R., & Burgess, G(2022). Offsite Manufacturing Research: A Systematic Review of Methodologies Used. Construction Management and Economics, 40(1), 1–24

به این فکر کنید که چگونه روش‌های تحقیق بر اساس موضوع مورد علاقه در حال تغییر هستند. یادداشت کنید که چگونه انواع و منابع داده‌های جدید تحقیقاتی در شیوه های روش شناختی استفاده می‌شوند.

# مدل‌سازی معادلات ساختاری**[[81]](#footnote-81)**

مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) یک تکنیک تحلیل آماری محبوب است که در مطالعات مدیریت کسب و کار مورد استفاده قرار می­گیرد. این تکنیک به‌خاطر نحوه‌ای که روابط بین متغیرها را آزمون می‌کند، مفید است. هولت و همکاران (2006)[[82]](#footnote-82)، SEM را به‌عنوان یک "تکنیک آماری چندمتغیره که روابط بین متغیرهای مشهود و/یا پنهان را در حالی که خطاهای اندازه‌گیری احتمالی را در نظر می‌گیرد، بررسی می کند " تعریف می‌کنند. مزیت SEM نسبت به سایر روش‌های آمار این است که می‌تواند پیوندهای پیچیده میان متغیرها را بررسی کند. این امر اطلاعات دقیق‌تری درباره جهت و اهمیت روابط به‌دست می‌دهد. به این معنی که SEM می‌تواند خطای اندازه‌گیری که در ارزیابی اعتبار روابط مفید است را آزمایش کند. علاوه بر این، این امکان را برای محقق فراهم می‌کند که یک مدل مفهومی توسعه دهد.

مدل‌سازی معادلات ساختاری SEM اجازه می‌دهد تا چندین رابطه مستقل و وابسته مورد آزمایش قرار بگیرد. استفاده از SEM در مطالعات مدیریت کسب و کار به دلیل نیاز به آزمون مدل‌های نظری محبوب است. در واقع این روش امکان آزمایش برابری مدل‌های اندازه‌گیری در گروه‌های مختلف را فراهم می‌آورد که در مطالعات فرامرزی مفید است.

SEM شواهدی از علیت را فراهم کند، اما علیت را اثبات نمی‌کند. این بدان معنی است که مدل‌سازی علی یک ویژگی از SEM است و به نشان دادن روابط متقابل یا یک‌طرفه کمک می کند. در SEM ، نوع نرم‌افزاری که استفاده می‌شود می‌تواند منجر به نتایج متفاوتی شود که این به دلیل تنوع محاسباتی و روش‌های به کار رفته در نرم‌افزار است. بنابراین، محققان معمولاً نوع نرم‌افزاری را که در تحلیل استفاده کرده‌اند و اینکه کدام نسخه از نرم‌افزار به کار رفته است را گزارش می‌کنند.

دو نوع اصلی مدل معادلات ساختاری SEM وجود دارد: مبتنی بر کوواریانس و مبتنی بر واریانس[[83]](#footnote-83) (هنسلر، ۲۰۱۷)[[84]](#footnote-84). تفاوت بین این دو روش به نحوه تحلیل داده‌ها بستگی دارد.

هنسلر (۲۰۱۷) بیان می‌کند که “مدل معادلات ساختاری مبتنی بر کواریانس، اختلاف بین ماتریس کو‌واریانس تجربی که توسط معادلات ساختاری مدل مشخص شده را حداقل می‌کند”. این بدان معنی است که تحلیل نحوه ارائه داده‌ها در ماتریس کواریانس و ارتباط آن با نظریه اهمیت دارد.

در مقابل، معادلات ساختاری مبتنی بر واریانس بر نمرات ساختاری به عنوان شاخص‌های قدرت رابطه تمرکز دارد. هنسلر پیشنهاد می‌کند که “مدل معادلات ساختاری مبتنی بر واریانس نمرات ساختاری را به عنوان ترکیب خطی متغیرهای مشاهده‌شده تعیین می‌کند، به گونه‌ای که یک معیار خاص از ارتباطات حداکثر شود”. بنابراین، تأکید بر روابط متقابل بین متغیرهایی است که در یک مطالعه گنجانده شده‌اند.

چین و همکاران (2008)[[85]](#footnote-85) بیان می‌کنند SEM “به‌طور همزمان یک شبکه نظری از متغیرهای ظاهر (مشاهده‌شده) و متغیرهای پنهان (مکنون/مشاهده‌نشده) (ساخت‌ها) و همچنین یک تکنیک آماری عمومی را منعکس می‌کند”. این به این معنی است که برخلاف رگرسیون چندگانه یا دیگر تکنیک‌های آماری، امکان انجام آزمایش‌های همزمان را فراهم می‌کند؛ لذا روشی چندمنظوره برای تجزیه و تحلیل داده‌هاست.

برای استفاده از SEM نیاز به یک حداقل حجم نمونه وجود دارد تا بتوان روابط را آزمایش کرد. معمولاً حجم‌های نمونه ۱۰۰ یا بیشتر کافی در نظر گرفته می‌شوند، اما حداقل حجم نمونه مورد نیاز بسته به رشته متفاوت است. برای مثال، در رشته بازاریابی معمولاً حجم‌های نمونه بزرگ‌تر ترجیح داده می‌شود اما در برخی رشته‌های مدیریت مانند کارآفرینی، حجم نمونه مورد انتظار می‌تواند کوچکتر باشد. SEM معمولاً شامل یک فرآیند پنج مرحله‌ای است:

(۱) مشخص کردن مدل،

(۲) شناسایی مدل،

(۳) برآورد مدل،

(۴) ارزیابی مدل

(۵) بازتعریف مدل

# نقشه شناختی**[[86]](#footnote-86)**

نقشه‌ شناختی به عنوان راهی برای درک روابط علت و معلولی بین متغیرها در یک مطالعه استفاده می‌شود. نقشه‌های شناختی ساده بر اساس روابط شبکه‌ای هستند (وارن، ۱۹۹۵). این امر به دیگران این امکان را می‌دهد که ببینند متغیرها در یک مطالعه چگونه با هم تعامل دارند و ماهیت این روابط چیست. به‌تصویر کشیدن گرافیکی نحوه تعامل متغیرها می‌تواند به روشن شدن نحوه کار سیستم کمک کند. معمولاً علائم تأثیر مانند + (مثبت) و – (منفی) می‌توانند به نقشه اضافه شوند.

نقشه‌شناختی به چندین روش مختلف انجام می شود. می‌توان آن را قبل از جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها انجام داد تا روابط نظری را به تصویر بکشد. همچنین می‌توان در حین جمع‌آوری داده‌ها زمانی که اطلاعات جدید به دست می‌آید این کار را انجام داد. یا در نهایت می‌توان پس از جمع‌آوری داده‌ها به‌عنوان روشی برای به تصویر کشیدن روابط این کار را انجام داد.

نقشه‌های شناختی می‌توانند به تفسیر اطلاعات کمک کنند و ارتباطات را پیشنهاد دهند. به تصویر کشیدن داده‌ها از طریق نمودارها، نقشه‌ها یا طرح‌های ساده انجام می شود. این یک شیوه مفید برای ارتباط اطلاعات کسب و کار است و ادراک دیگران را درباره داده‌ها بهبود می بخشد. تجسم داده‌ها به فهم آسان‌تر اطلاعات کمک می‌کند و به این ترتیب اطلاعاتی را فشرده می‌کند که ممکن است توصیف آن در یک فرمت نوشتاری دشوار باشد.

اطلاعاتی که به صورت گرافیکی نمایش داده می‌شود به مردم کمک می کند تا اطلاعات موجود را بهتر درک کنند. این به تغییر فرآیند تفکر آن‌ها درباره اینکه اطلاعات چه می‌گوید، منجر می‌شود. داده‌ها می‌توانند به روش‌های مختلفی نشان داده شوند که بستگی به تفسیر شخص دارد؛ یعنی موضوعی است و بر اساس نظر فردی. به دلیل تفاوت‌های فردی، اگر چند نفر تفسیر بصری خود از داده‌ها را ارائه دهند، می‌تواند مفیدتر باشد. هر نمودار سپس مشاهده می شود و در صورت نیاز مقایسه می شود تا شباهت‌ها و تفاوت‌ها را برجسته کند. هنگام مقایسه نمودارها، هر شخص توضیح می دهد که چرا و چگونه داده‌ها را نمایان کرده است. این یعنی تبادل اطلاعات و دانش. در نتیجه، ممکن است نمودار هر شخص بر اساس بازخورد دیگران تغییر کند.

تجسم داده‌ها مزایای زیادی دارد که یکی از آن‌ها کمک به پرورش خلاقیت است. این به دیدگاه‌های جدید و نو درباره روابط موجود در داده‌های تحلیل شده منجر می شود. البته برخی از خطرات مربوط به تجسم داده‌ها به خاطر ماهیت ذهنی آن‌ها وجود دارد؛ یعنی برنامه‌های رایانه ای وجود دارند که به محققان کمک می‌کنند داده‌هایشان را نقشه‌برداری کنند. این امر بر چالش‌های مربوط به نمایشی کردن داده‌ها به جای توضیح کلامی آن‌ها، غلبه می کند.

نقشه‌ شناختی به حل مشکلات کسب‌وکار کمک می کند و دانش را ترسیم می کند. معمولاً گره‌ها در یک نمودار با مفاهیم مرتبط هستند. سپس خطوط یا پیکان‌هایی برای پیوند دادن مفاهیم مختلف وجود دارد. این کار کمک می‌کند تا سیستم‌های علت و معلول موجود در داده‌ها را نقشه‌برداری کنیم. نقشه‌شناختی راهی است برای درک عمیق‌تر روابط و یک روش قدرتمند برای نمایش داده‌هاکه منجر به بحث‌های بیشتر می‌شود. گاهی اوقات نقشه‌ شناختی به مدل‌های ذهنی نیز گفته می‌شود زیرا شامل نمایش افکار افراد است.

# تجزیه و تحلیل مقایسه ای کیفی مجموعه ای فازی

تحلیل مقایسه‌ای کیفی مجموعه‌ای فازی (FsQCA)[[87]](#footnote-87) به‌عنوان "یک روش استقرایی که امکان کشف الگوهای متنوع علی را فراهم می کند" (داگلاس و پرنتیس، ۲۰۱۹)[[88]](#footnote-88) تعریف می‌شود. مزیت استفاده از FsQCA این است که به هم‌زمانی داده‌ها یا هم‌زمانی روابط نیاز ندارد. این یعنی یک روش انعطاف‌پذیرتر برای درک روابط در داده‌هاست. این روش اجازه می‌دهد تا وابستگی‌ها به‌جای صرفاً روابط مستقیم بررسی شوند.

FsQCA روشی جامع‌تر برای بررسی داده‌ها ارائه می دهد. مرحله اول در FsQCA شامل انتخاب شرایط مقدماتی است که می بایست در مدل پیکره‌ای گنجانده شوند. این شرایط باید بر اساس دلایل نظری باشند که با ادبیات مرتبط تأیید شده‌اندو می تواند شامل شواهد تجربی باشد که ارتباط بین مؤلفه‌ها را نشان می دهد. FsQCA روشی تکراری است، به این معنی که باید دلیلی برای گنجاندن شرایط خاص وجود داشته باشد. لذا استقرایی است و به تحقیقات خوب توجیه‌شده وابسته‌است. مرحله بعدی در این فرایند شامل کالیبره کردن داده‌است. رَگین و استرند (2008)[[89]](#footnote-89) پیشنهاد می‌کنند که نمره کالیبره شده نمایانگر ارزش‌های واقعی مرتبط با یک جمله است. این یعنی داده‌ها بر اساس نقاط مرجع مرتبط کالیبره شده اند و شامل استفاده از دانش و اطلاعات موجود درباره هر متغیر است.

FsQCA تحلیل واریانس پدیده‌ای که در حال بررسی است را ممکن می‌سازد. این کار به بررسی روابط بین متغیرها و همچنین مشاهده متغیرهای دیگر کمک می‌کند و امکان شناسایی مسیرهای متعددی که به یک نتیجه واحد منجر می‌شوند و همچنین وابستگی متغیرها را فراهم می‌آورد. داگلاس و همکاران (2020) بیان می‌کنند که “FsQCA روابط بین متغیرهای مقدماتی (که به این متغیرها ‘شرایط’[[90]](#footnote-90) می‌گویند) را بررسی می‌کند و موارد را بر اساس داشتن ترکیب خاصی از شرایط (که به آن ‘پیکربندی’[[91]](#footnote-91) می‌گویند) توصیف می‌کند که با نتایج محوری مرتبط است.”

FsQCA به نتایج شگفت‌انگیزی منجر می شود که در سایر تکنیک‌های تحلیل قبلاً در دسترس نبودند. این به دلیل این است که این روش یک رویکرد استقرایی است که بر پایه منابع دانش موجود ساخته شده است. همچنین می‌توان آن را در ترکیب با سایر رویکردهای روش‌شناسی در زمینه استفاده از روش‌های مختلط به کار برد.

# راهنماها

1. به این فکر کنید که چه چیزی را می‌خواهید از تحقیق آزمایش کنید.

2. درباره اندازه‌های نمونه مناسب تحقیق کنید.

3. سوال تحقیق خود را با سایر سوالات تحقیق منتشر شده مقایسه کنید.

4. بررسی کنید که آیا پایگاه‌های داده عمومی وجود دارد یا خیر.

5. یک زمان‌بندی برای نحوه جمع‌آوری و سپس تحلیل داده‌ها تهیه کنید.

# توسعه تخصص

سعی کنید به‌طور مکرر یک فصل جدید از کتاب یا مقاله‌ای درباره تحلیل داده‌های کمی بخوانید.

# ارائه شفاهی

یک ارائه ۲ تا ۳ دقیقه‌ای درباره اینکه چگونه روش‌های تحقیق کمی به درک بهتر پدیده‌های فعلی منجر شده‌اند، آماده کنید.

# چک‌لیست

۱. مشخص کنید که به چند منبع جمع‌آوری داده نیاز دارید.

۲. فرآیند جمع‌آوری داده را ترسیم کنید.

۳. درباره هر مرحله از فرآیند جمع‌آوری و تحلیل داده فکر کنید.

۴. رویکرد روش شناسی خود را بنویسید و قبل از جمع‌آوری داده‌ها منابع مناسب را بیابید.

۵. پس از جمع‌آوری داده‌ها، سعی کنید به‌سرعت داده‌ها را تحلیل کنید تا بتوان آن را منتشر کرد.

# نتیجه‌گیری

این فصل به بررسی نقش روش‌های تحقیق کمی در تحقیقات مدیریت کسب‌وکار پرداخته است. این به معنی تمرکز بر مزایای تحلیل داده‌های کمی در مقایسه با سایر روش‌های تحقیق بود. روش‌هایی که می‌توان داده‌ها را با استفاده از رویکردهای کمی جمع‌آوری کرد، بیان و توضیح داده شد. بدین ترتیب به درک یک محقق از تحلیل آماری در مطالعات تحقیقاتی کمک می‌شود.

# سوالات مروری

1. چه روش‌های مختلفی برای تحلیل داده‌های کمی وجود دارد؟

2. چرا باید از یک روش‌شناسی کمی در تحقیقات کسب‌وکار استفاده کنید؟

3. چه مراحل یا فرآیندهای مختلفی در روش‌های تحقیق کمی نیاز است؟

# فعالیت‌های پیشنهادی

یک مطالعه کمی طراحی کنید که منجر به کسب اطلاعات بیشتر در مورد شرایط بعد از کووید 19 شود.

# تمرین وب

به اینترنت بروید و عبارت "روش‌های کمی کسب‌وکار " را تایپ کنید و ببینید نتایج چه هستند. سپس یک یا دو نتیجه را مطالعه کنید.

# سوالات چندگزینه‌ای

1. پرسشنامه‌ها می‌توانند در چه فرمتی باشند؟

الف. مکتوب

ب. آنلاین

ج. هر دو الف و ب

د. هیچ‌کدام از موارد بالا

2. تجزیه و تحلیل منابع انسانی همچنین به عنوان ........ نام گذاری شود.

الف. تجزیه و تحلیل افراد

ب. تجزیه و تحلیل نیروی کار

ج. تجزیه و تحلیل استعدادها

د. همه‌ی موارد بالا

3. چه نوع تجزیه و تحلیلی به مدیریت افراد بر اساس تحلیل داده‌ها اشاره دارد؟

الف. آماری

ب. منابع انسانی

ج. فناوری

د. هیچ‌کدام از موارد بالا

4. چه نوع قابلیت‌هایی به تخمین یا حدس زدن اشاره دارند؟

الف. آماری

ب. تشخیصی

ج. پیش‌بینی‌کننده

د. هیچ‌کدام از موارد بالا

5. چه نوع آزمایش‌هایی شامل رویکرد ارگانیک به آنچه که از داده‌ها به‌وجود می‌آید، می‌شوند؟

الف. طبیعی

ب. آماری

ج. نوظهور

د. هیچ‌کدام از موارد بالا

**پاسخ‌ها**

۱. ج، ۲. د، ۳. ب، ۴. ج، ۵. الف

# منابع

Chin, W., Peterson, R. A., & Brown, S.P. (2008). Structural equation modeling in marketing: Some practical reminders, Journal of Marketing Theory and Practice, 16(4), 287–298. Douglas, E. J., & Prentice, C. (2019). Innovation and profit motivations for social entrepreneurship: A fuzzy-set analysis. Journal of Business Research, 99, 69–79.

Douglas, E. J., Shepherd, D. A., & Prentice, C. (2020). Using fuzzy-set qualitative comparative analysis for a finer-grained understanding of entrepreneurship. Journal of Business Venturing, 35(1), 105970.

Edwards, M. R., & Edwards, K. (2019). Predictive HR Analytics: Mastering the HR Metric. London: Kogan Page Publishers.

Hasche, N., Linton, G., & O’berg, C. (2017). Trust in OI-the case of med-tech start-up. European Journal of Innovation Management, 20(1), 31–49.

Henseler, J. (2017). Bridging design and behavioral research with variance-based structural equation modeling, Journal of Advertising, 46(1), 178–192, DOI:10.1080/ 00913367.2017.1281780

Holt, G., Ketchen, D., Cui, A., Prud’homme, A., Seggie, S., Stanko, M., … Cavusgil, S. (2006). An assessment of the use of structural equation modelling in international business research. Research Methodology in Strategy and Management, 3, 385–416.

Hsu, D. K., Simmons, S. A., & Wieland, A. M. (2017). Designing entrepreneurship experiments: A review, typology, and research agenda. Organizational Research Methods, 20(3), 379–412.

Margherita, A. (2022). Human resources analytics: A systematization of research topics and directions for future research. Human Resource Management Review, 32(2), 100795.

Ragin, C. C., & Strand, S. I. (2008). Using qualitative comparative analysis to study causal order: Comment on Caren and Panofsky (2005). Sociological Methods & Research, 36(4), 431–441.

Schneider, B., White, S. S., & Paul, M. C. (1998). Linking service climate and customer perceptions of service quality: Tests of a causal model. Journal of applied Psychology, 83(2), 150.

Sreejesh, S., Mohapatra, S., & Anusree, M. R. (2014). Business Research Methods: An Applied Orientation. Heidelberg: Springer. Warren, K. (1995). Exploring competitive futures using cognitive mapping. Long Range Planning, 28(5), 10–21.

Wäsche, H., Dickson, G., Woll, A., & Brandes, U. (2017). Social network analysis in sport research: An emerging paradigm. European Journal for Sport and Society, 14(2), 138–165.

Zhang, S. X., & Cueto, J. (2017). The study of bias in entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, 41(3), 419–454.

# برای مطالعه بیشتر

Barney, J. (2018). Editor’s comments: Theory contributions and the AMR review process. Academy of Management Review, 43, 1–4. https://doi.org/10.5465/amr.2017.0540

Koronios, K., Dimitropoulos, P., Travlos, A., Douvis, I., & Ratten, V. (2020). Online technologies and sports: A new era for sponsorship. The Journal of High Technology Management Research, 31(1), 100373.

Martin, C. J. H., & Fleming, V. (2010). A 15-step model for writing a research proposal. British Journal of Midwifery, 18(12), 791–798.

Miragaia, D. A., Ferreira, J., & Ratten, V. (2017). Corporate social responsibility and social entrepreneurship: Drivers of sports sponsorship policy. International Journal of Sport Policy and Politics, 9(4), 613–623.

Mukherjee, D., Lim, W., Kumar, S., & Donthu, N. (2022). Guidelines for advancing theory and practice through bibliometric research. Journal of Business Research, 148, 101–115.

Ratten, V. (2020). Sport technology: A commentary. The Journal of High Technology Management Research, 31(1), 100383.

Ratten, V., Dana, L. P., & Ramadani, V. (2017). Internationalisation of family business groups in transition economies. International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 30(4), 509–525.

Ratten, V., & Tajeddini, K. (2019). Entrepreneurship and sport business research: Synthesis and lessons: Introduction to the special journal issue. International Journal of Sport Management and Marketing, 19(1/2), 1–7.

1. Amirato et al [↑](#footnote-ref-1)
2. Cooper [↑](#footnote-ref-2)
3. peer reviewers [↑](#footnote-ref-3)
4. Lim et al [↑](#footnote-ref-4)
5. Applied research [↑](#footnote-ref-5)
6. scholarly research [↑](#footnote-ref-6)
7. concepts [↑](#footnote-ref-7)
8. secondary data [↑](#footnote-ref-8)
9. Molina-Azorin et al [↑](#footnote-ref-9)
10. survey [↑](#footnote-ref-10)
11. Creswell & Tashakkori [↑](#footnote-ref-11)
12. method [↑](#footnote-ref-12)
13. ethnography [↑](#footnote-ref-13)
14. methodology [↑](#footnote-ref-14)
15. paradigm [↑](#footnote-ref-15)
16. practice [↑](#footnote-ref-16)
17. exploratory research [↑](#footnote-ref-17)
18. Validity [↑](#footnote-ref-18)
19. Bouckenooghe et al [↑](#footnote-ref-19)
20. Internal validity [↑](#footnote-ref-20)
21. External validity [↑](#footnote-ref-21)
22. Construct validity [↑](#footnote-ref-22)
23. Statistical validity [↑](#footnote-ref-23)
24. Le and Schmid [↑](#footnote-ref-24)
25. توضیح مترجم: طرح پژوهش مثلث‌سازی (Triangulation design) یک استراتژی پژوهش آمیخته همزمان است که از روش‌های کیفی و کمی برای مطالعه یک پدیده استفاده می‌کند. در علوم اجتماعی از این روش برای بکارگیری و ترکیب روش‌های کیفی و کمی جهت مطالعه پیرامون یک پدیده واحد به صورت همزمان استفاده می‌شود. [↑](#footnote-ref-25)
26. real-time information [↑](#footnote-ref-26)
27. Köhler [↑](#footnote-ref-27)
28. Experience sampling methodology [↑](#footnote-ref-28)
29. Uy et al [↑](#footnote-ref-29)
30. Kapiszewski &Karcher [↑](#footnote-ref-30)
31. Bleich and Pekkanen [↑](#footnote-ref-31)
32. Interviews Method Appendix [↑](#footnote-ref-32)
33. Gehman et al [↑](#footnote-ref-33)
34. Corley and Gioia [↑](#footnote-ref-34)
35. theory of reasoned action [↑](#footnote-ref-35)
36. knowledge spillover theory [↑](#footnote-ref-36)
37. Grounded theory [↑](#footnote-ref-37)
38. Suseno & Ratten [↑](#footnote-ref-38)
39. Corley and Gioia [↑](#footnote-ref-39)
40. originality [↑](#footnote-ref-40)
41. Shah and Corley [↑](#footnote-ref-41)
42. Substantive theory [↑](#footnote-ref-42)
43. . Glaser and Strauss [↑](#footnote-ref-43)
44. Hensel [↑](#footnote-ref-44)
45. Transparency and Openness Promotion [↑](#footnote-ref-45)
46. Nosek et al [↑](#footnote-ref-46)
47. preregistration [↑](#footnote-ref-47)
48. citation [↑](#footnote-ref-48)
49. numbers, facts and statistics [↑](#footnote-ref-49)
50. prepaid envelopes [↑](#footnote-ref-50)
51. Sreejesh et al [↑](#footnote-ref-51)
52. Business analytics [↑](#footnote-ref-52)
53. data-driven research management techniques [↑](#footnote-ref-53)
54. human resource analytics [↑](#footnote-ref-54)
55. Margherita [↑](#footnote-ref-55)
56. diagnostic and predictive capabilities [↑](#footnote-ref-56)
57. Edwards & Edwards [↑](#footnote-ref-57)
58. laboratory, field and natural [↑](#footnote-ref-58)
59. Hsu et al [↑](#footnote-ref-59)
60. Bias in research studies [↑](#footnote-ref-60)
61. Zhang and Cueto [↑](#footnote-ref-61)
62. availability [↑](#footnote-ref-62)
63. escalation of commitment [↑](#footnote-ref-63)
64. overconfidence [↑](#footnote-ref-64)
65. overoptimism [↑](#footnote-ref-65)
66. illusion of control [↑](#footnote-ref-66)
67. the law of small numbers [↑](#footnote-ref-67)
68. representativeness [↑](#footnote-ref-68)
69. self-serving attribution [↑](#footnote-ref-69)
70. similarity [↑](#footnote-ref-70)
71. status quo [↑](#footnote-ref-71)
72. planning fallacy [↑](#footnote-ref-72)
73. make happy, sketchy attribute and psycho physics [↑](#footnote-ref-73)
74. Social network analysis [↑](#footnote-ref-74)
75. Wäsche et al [↑](#footnote-ref-75)
76. actors [↑](#footnote-ref-76)
77. nodes [↑](#footnote-ref-77)
78. similarities, social relations, interactions and flows [↑](#footnote-ref-78)
79. Hasche et al [↑](#footnote-ref-79)
80. cognitive relations [↑](#footnote-ref-80)
81. Structural equation modelling [↑](#footnote-ref-81)
82. Holt et al [↑](#footnote-ref-82)
83. covariance and variance-based [↑](#footnote-ref-83)
84. Henseler [↑](#footnote-ref-84)
85. Chin et al [↑](#footnote-ref-85)
86. Cognitive mapping [↑](#footnote-ref-86)
87. Fuzzy set qualitative comparative analysis [↑](#footnote-ref-87)
88. Douglas & Prentice [↑](#footnote-ref-88)
89. Ragin and Strand [↑](#footnote-ref-89)
90. [↑](#footnote-ref-90)
91. [↑](#footnote-ref-91)