

Курс лекций по дисциплине «Методы исследований в менеджменте»

Лекция 1

Методология и методы исследований в менеджменте:

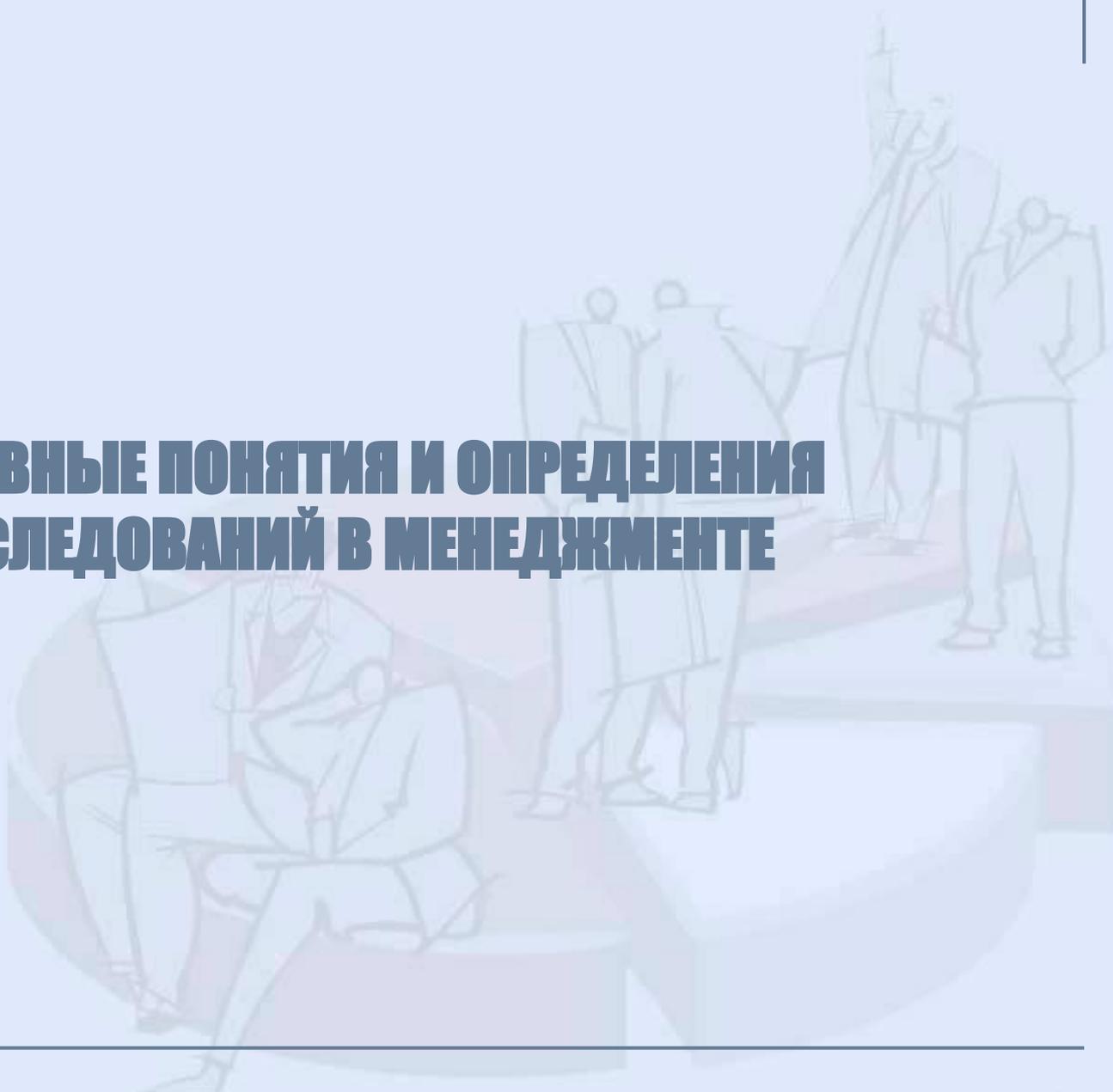
Введение в дисциплину

Цели дисциплины

Формирование у студентов (магистрантов) комплексного представления о методологии и методах исследований, используемых в рыночной практике и в академической среде, а также о возможных инструментальных средствах для реализации исследований в менеджменте.

Задачи дисциплины

- изучение методологий и методов исследований в менеджменте;
- изучение возможностей современных методов и технологий для реализации исследований в менеджменте;
- формирование логического мышления, необходимого для использования методологических основ проведения исследований, а также проведения комплексного исследовательского проекта;
- развитие аналитических способностей, и формирование системного видения процессов, происходящих во внешней бизнес-среде и внутри компании;

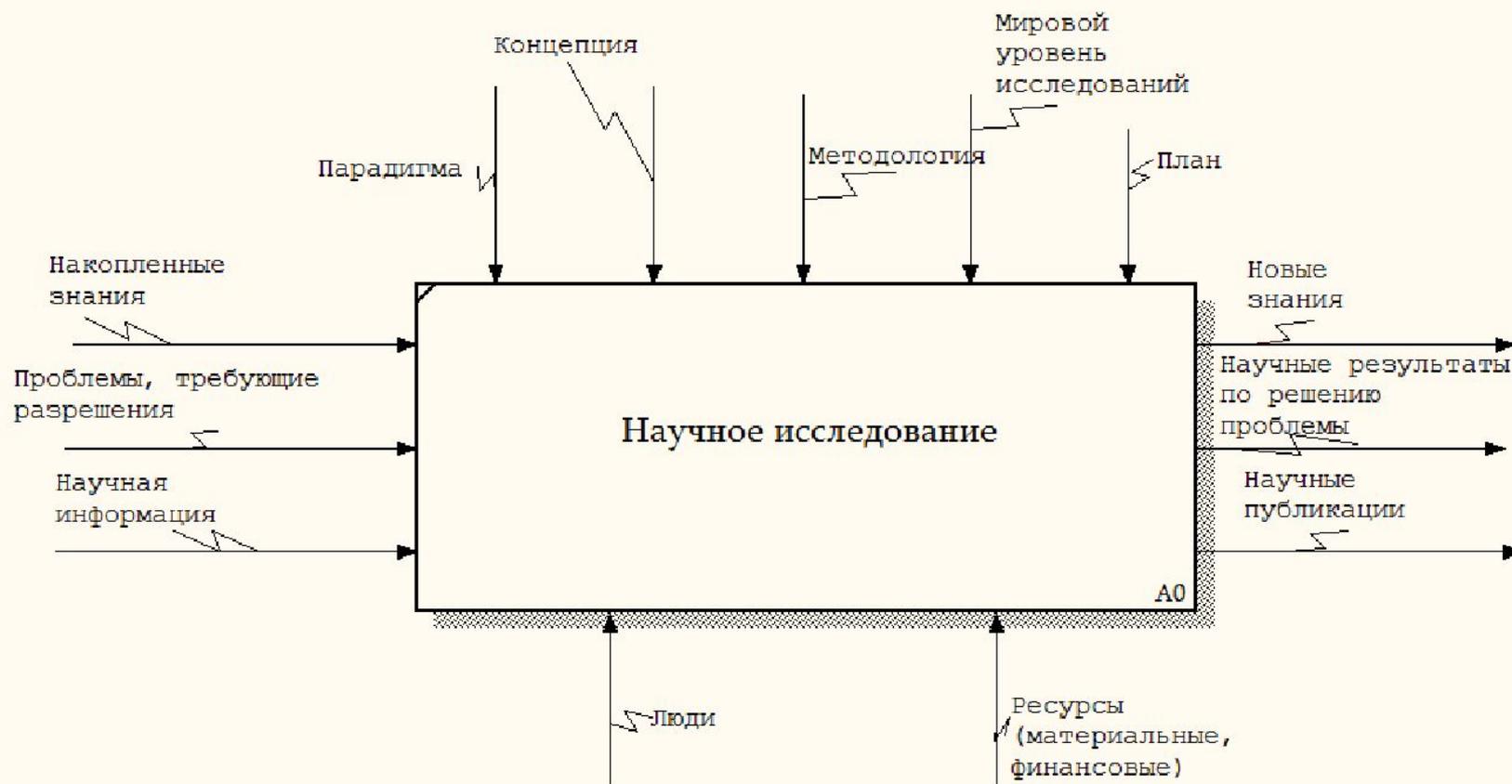
A stylized, light-colored illustration of several business professionals in suits standing on a staircase. The scene is rendered in a minimalist, line-art style with soft shading. The background is a light blue gradient. The text is centered over the middle of the image.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Исследование-

процесс научного изучения
какого либо объекта в целях
выявления закономерностей
его возникновения, развития
и преобразования в
интересах общества

Модель процесса исследования



Научно-исследовательская деятельность - деятельность, направленная на получение и применение новых знаний.

Иерархия понятий и определений



Анализ проблемной ситуации

- **Проблемная ситуация формулируется как «противоречие».**
 - Проблемная ситуация понимается как практическая ситуация, содержащая в себе противоречие, которое может быть целенаправленно разрешено с использованием результатов проектируемого исследования.
- **Проблема определяется как «отсутствие».**
 - Проблема в рамках прикладного исследования понимается как отсутствие знаний или информации, необходимых для целенаправленного разрешения проблемной ситуации, которые могут быть получены с использованием методов социологического исследования.
- **Определение проблемы, как правило, включает в себя следующие этапы:**
 - Определение симптомов проблемы.
 - Определение причин, которые вызвали появление симптомов.
 - Определение действий, необходимых для решения проблемы.

Объект и предмет исследования

- Объект прикладного исследования - это социальная система, выделенная по фиксированному основанию.
 - Чаще всего основанием выделения объекта исследования являются функциональные или деятельностные показатели.
 - Объект исследования - это та система, в элементах и структуре которой заключается выделенное противоречие и на которую должны быть распространены результаты исследования.
 - Объект - это некоторое социальное множество, на которое непосредственно направлен процесс исследования.
- Предмет исследования - элементы, связи, социальные отношения, определенные внутри системы-объекта.
 - Наиболее значимые с практической точки зрения аспекты объекта исследования, которые подлежат непосредственному изучению.
 - Остальные свойства, элементы, связи объекта умышленно не включаются в исследование, остаются вне поля зрения исследователя.

Определение цели исследования

- Целью исследования должно стать получение информации, необходимой для решения проблем и принятия управленческих решений.
- Цели исследования могут иметь следующий характер:
 - Разведывательный (поисковый) – получение дополнительной информации для точного определения проблем и проверки гипотез.
 - Описательный (дескриптивный) – описание аспектов реальной маркетинговой ситуации.
 - Каузальный (экспериментальный, аналитический) – обоснование гипотез, которые имеют причинно-следственные связи.
- Цель исследования ориентирует исполнителя на конечный результат. В формулировке цели исследования должны найти отражение те практические вопросы, ответы на которые должны быть получены в ходе исследования.
- Цель исследования – это «модель результата».

Виды научных исследований

Целевое назначение исследования

- Фундаментальные
- Прикладные
- Поисковые
- Разработки

Источник финансирования

- Бюджетные
- Хоздоговорные
- Не финансируемые

Роль в науке

- Прорывные
- Развивающие

Способ инициации

- Инициативные
- Систематизированные
- Заказные

СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЙ «МЕТОДОЛОГИЯ» И «МЕТОДЫ»



Иерархия понятий и определений



- *Методология* - последовательность привлечения различных форм знаний и позволяющей осуществить основные принципы научных исследований: объективизм и субъективизм, воспроизводимость, доказательность (верификацию) и точность полученных результатов.
- *Метод* — определенная совокупность устойчивых правил, предназначенных для достижения какой-либо цели, способ познания объективной действительности.
- *Методика исследования* – совокупность способов и приемов исследования, порядок их применения и интерпретация полученных с их помощью результатов
- *Техника исследования* – совокупность специальных приемов для использования того или иного метода.
- *Процедура исследования* – последовательность действий, способ организации исследования.

Уровни методологии

Технологический уровень

Конкретно-научный уровень

Общенаучный уровень

Философский уровень

Применяемый к конкретной науке

Теоретические концепции, применяемые к большинству наук

Общие принципы познания и категориальный аппарат науки

DD+AWER.ru

Пример: Тип исследования

Объективистский подход

- базируется на описании, объяснении и предсказании социальных явлений посредством изучения закономерностей и казуальных связей между различными факторами.
- Теории: Рационализм, Позитивизм, Функционализм и т.д.

Субъективистский Подход

- рассматривает социальный мир как реальность, созданную людьми, и пытается описать и понять ее. Таким образом, мир может быть понят только с позиций человека, вовлеченного в ту деятельность, которую изучает.
- Теории: Феноменология, Герменевтика, Экзистенциализм и др. ¹⁶

Общенаучный подход: Теоретические подходы (концепции), используемые в исследовании

1. Системный подход

- объект рассматривается не только как самостоятельная система, но и как подсистема большой системы;
- исследование должно охватывать как можно большее число связей как внешних, так и внутренних;
- осуществляется интеграция представлений о системе

2. **Ситуационный подход:** предполагает исследование с учетом конкретных условий и обстоятельств

3. **Кибернетический подход:** предполагает рассмотрение объекта исследования в виде «черного ящика», на вход которого поступают ресурсы, а выходом является результат деятельности (продукция, товар, услуга, технологический процесс и т.д.)

Классификация методов исследований

Общность методов

- Всеобщие
- Общие
- Частные

Походы к исследованию

- Научные методы
- Ненаучные методы

Уровень познания

- Эмпирические
- Теоретические

Содержание объекта исследования

- Методы естествознания
- Методы социально-гуманитарных наук

Отрасль науки

- История
- Философия
- Экономика
- Социология
- Психология и др.

Метод (от греч. *methodos* – путь, способ исследования, обучения, действия)

Методы исследования

Методы

исследования

Формально-логические методы интеллектуальной деятельности человека, составляющей основу исследования управления

Общенаучные методы отражают научный аппарат исследования, определяющий его эффективность

• **Специфические** - методы, которые рождаются спецификой управления и отражают специфику управленческой деятельности



ОБЩЕНАУЧНЫЕ МЕТОДЫ

Анализ

Обобщение

Индукция

Аналогия

Исторический
метод

Синтез

Абстрагирование

Дедукция

Моделирование

Логический
метод

Классификация

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ



Исследовательский потенциал управления



МЕТОДЫ

Эмпирические

Наблюдение
Целенаправленное восприятие явлений

Описание
Фиксация средствами языка сведений об объектах

Измерение
Сравнение объектов по каким-либо общим свойствам и сторонам

Эксперимент
Наблюдение в специально создаваемых и контролируемых условиях

Сравнение
Одновременное сопоставительное исследование и оценка общих для объектов свойств и признаков

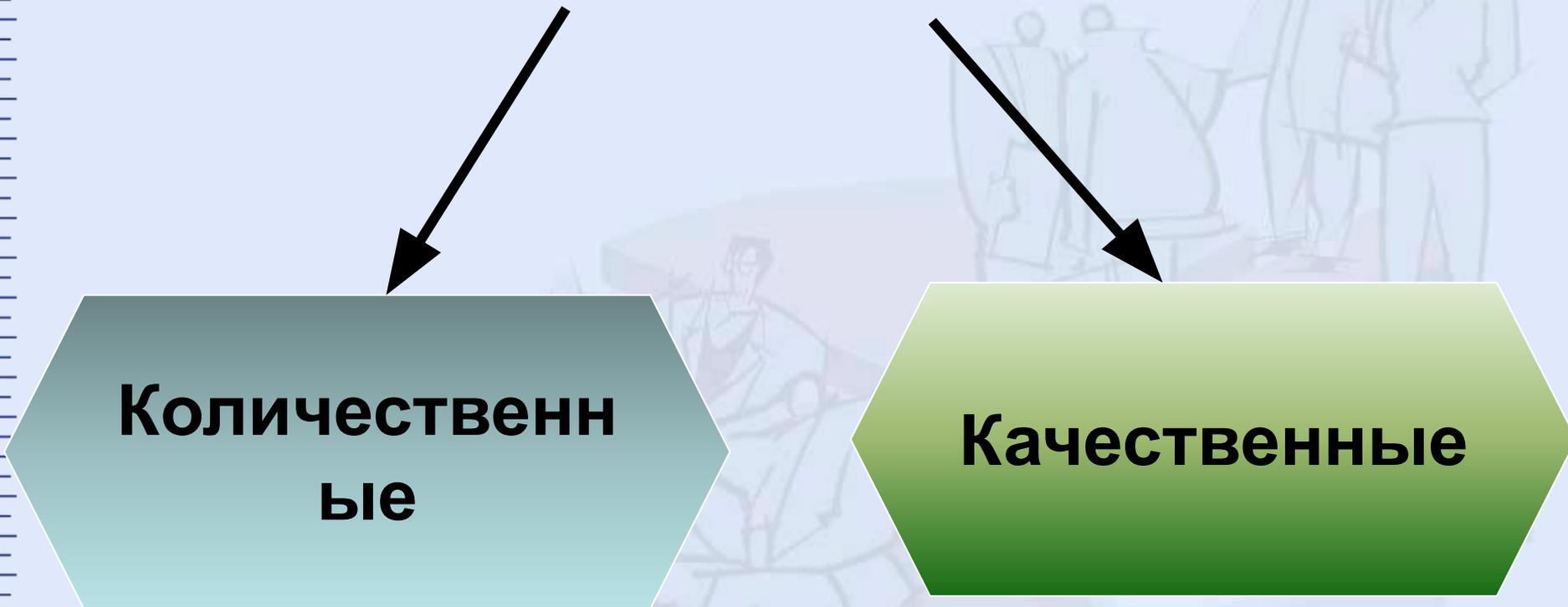
Теоретические

Формализация
Построение абстрактно-математических моделей, раскрывающих сущность изучаемых процессов

Аксиоматизация
Построение теорий на основе аксиом

Гипотетико-дедуктивный метод
Создание системы дедуктивно связанных между собой гипотез, из которых выводятся утверждения об эмпирических фактах

Методы сбора данных при проведении маркетинговых исследований



Переменные, признаки (variable)

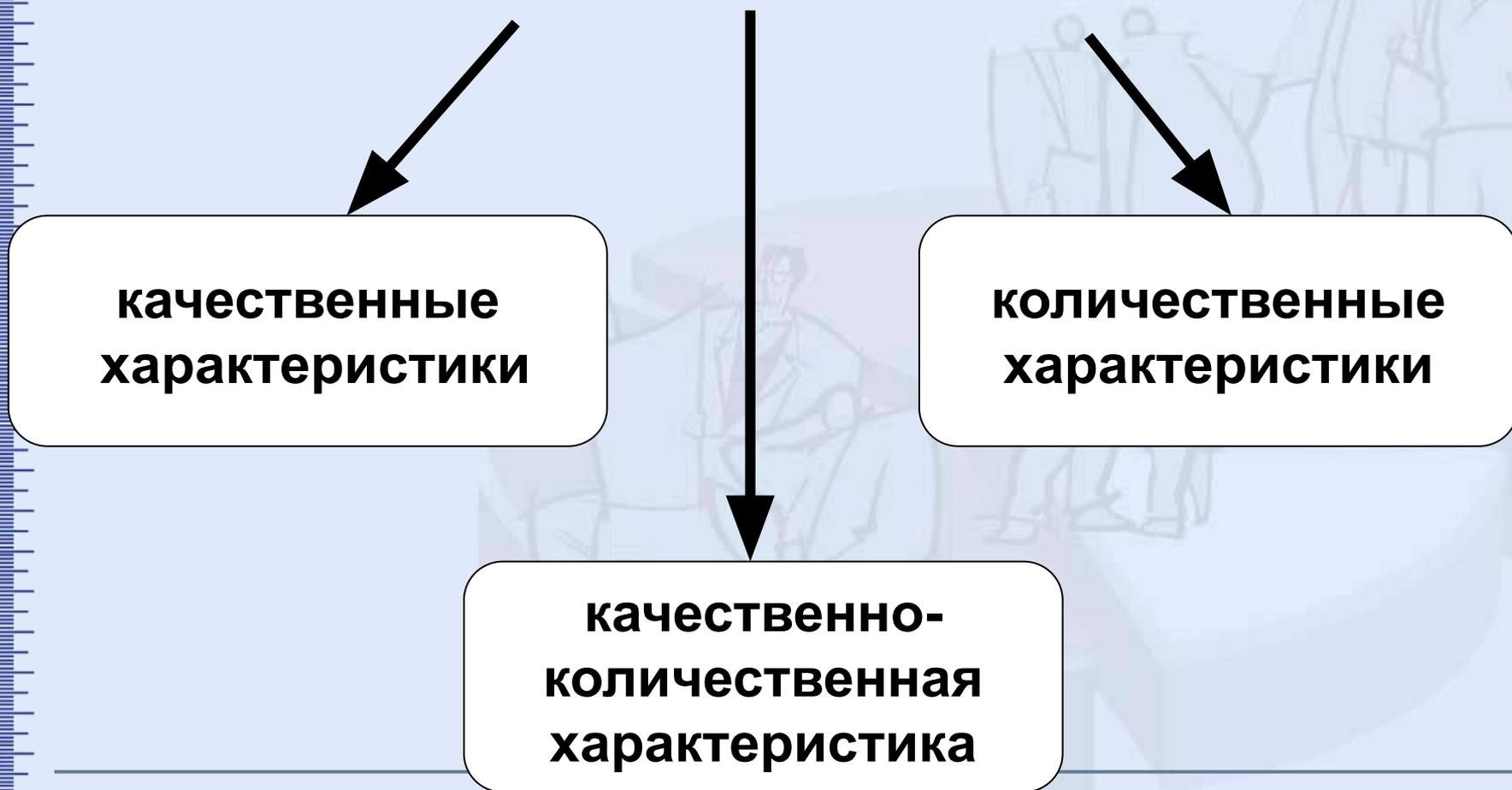
Переменная (признак) – некоторое общее для всех изучаемых объектов свойство, конкретные проявления которого могут меняться от объекта к объекту.

Различные проявления признака для разных объектов называют

значениями, альтернативами, градациями.



Характеристики, на основе которых производится типологизация респондентов



Типичные характеристики объектов исследования: а) при анализе потребительских рынков

1. Географические признаки.

- 1.1. Регион.
- 1.2. Размер населенного пункта.
- 1.3. Местность по плотности населения.
- 1.4. Климат.

2. Демографические признаки.

- 2.1. Возраст.
- 2.2. Размер семьи.
- 2.3. Жизненный цикл семьи.
- 2.4. Пол.
- 2.5. Уровень дохода.
- 2.6. Род занятий
- 2.7. Образование.

3. Психологические признаки.

- 3.1. Образ жизни.
- 3.2. Особенности личности.

4. Поведенческие признаки.

- 4.1. Повод для совершения покупки: обыденная покупка, особое событие.
- 4.2. Искомая выгода: качество, сервис, экономия, скорость.
- 4.3. Интенсивность потребления: низкая, средняя, высокая.
- 4.4. Статус пользователя.
- 4.5. Степень лояльности: отсутствует, сильная, средняя, абсолютная.
- 4.6. Степень готовности к покупке.
- 4.7. Отношение к товару: восторженное, благожелательное, безразличное, отрицательное, враждебное.

б) при анализе рынков предприятий

1. Демографические признаки.

- 1.1. Отрасль
- 1.2. Размеры потребителей.
- 1.3. Местонахождение.

2. Операционные признаки.

- 2.1. Технология потребителей.
- 2.2. Статус пользователей.
- 2.3. Объем требуемых товаров.

3. Практика закупок.

- 3.1. Организация снабжения.
- 3.2. Профиль компании.
- 3.3. Структура существующих отношений.
- 3.4. Политика в области закупок.
- 3.5. Критерий закупок.

4. Ситуационные факторы.

- 4.1. Срочность.
- 4.2. Область применения.
- 4.3. Размер заказа.

5. Особенности личности покупателя.

- 5.1. Сходство покупателя и продавца
- 5.2. Отношение к риску.
- 5.3. Лояльность.

Особенности количественных исследований

- *Количественные исследования* обычно отождествляются количественными характеристиками, описывающие объекты исследования
- Характерными особенностями таких исследований являются
 - четко определенные источники получения данных и их формат
 - большое число объектов исследования
 - обработка собранной информации осуществляется с помощью упорядоченных процедур, статистических по своей природе.

Для чего нам нужна статистика?



Я подготовил тезисы своего доклада, а Вы подберите
немного статистики, чтобы их обосновать.

Есть ли у вас проблемы с числами?

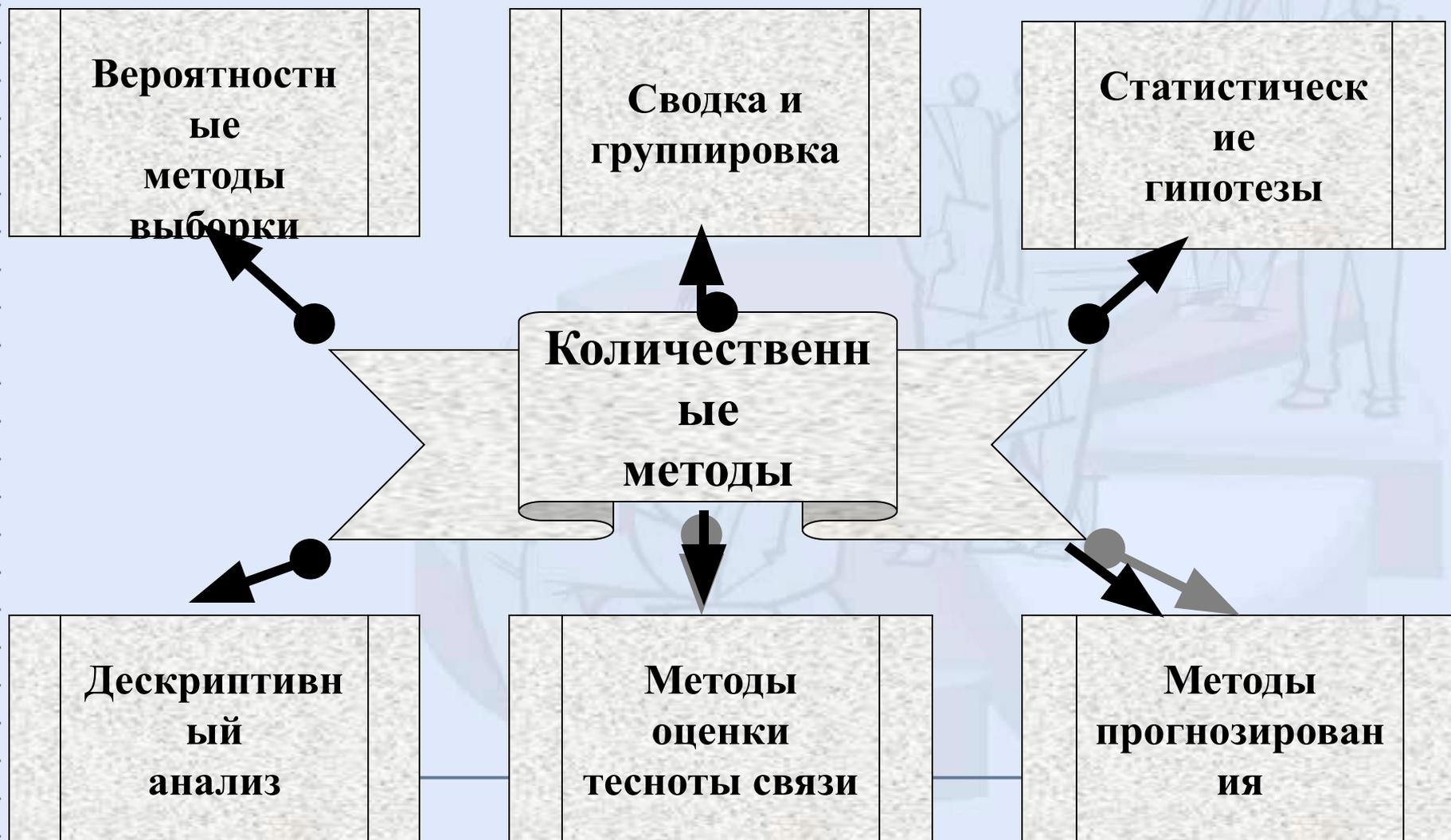
Недоверие к числам -
«Есть ложь, есть наглая
ложь, а есть статистика».

Математические символы
и формулы – учитесь
говорить заново.

Статистические методы
работают в контексте.
Надо понимать смысл и
логику.



Основные количественные методы анализа



Результаты количественного исследования

- количественная оценка экономической эффективности
- количественная оценка показателей деятельности предприятий, рынка и др.
- прогнозирование (в частности экстраполяция):
 - ✓ рост доли фирмы на рынке,
 - ✓ рост объемов сбыта товаров,
 - ✓ получение прибыли.
 - ✓ определение возможных убытков, которые могут иметь место от не информированности, от аналитических и прогнозных ошибок.

Качественные исследования

- *Качественные исследования* – это широко трактуемый термин, который означает, что исследования не располагают сведениями, которые могут быть проанализированы с помощью количественных методов (уровень образования, профессии)
- Характеристики:
 - Сбор (как правило путем наблюдения), анализ и интерпретацию данных.
 - Нестандартизированная форма исследований

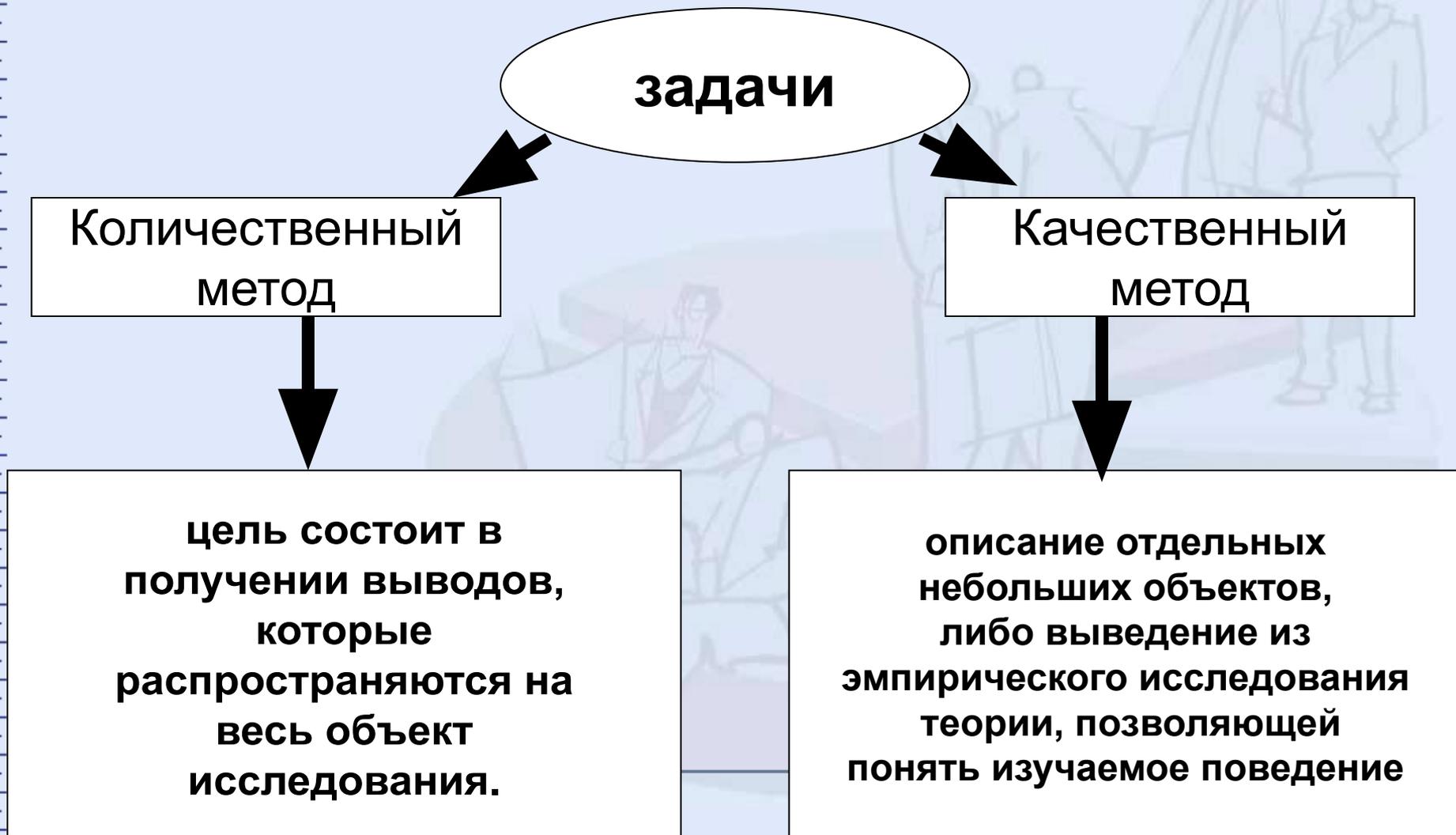
Особенности качественных методов

- ▣ Методы, не предполагающие статистической обработки.
- ▣ Видение мира глазами изучаемых людей.
- ▣ Описательность.
- ▣ Контекстуализм.
- ▣ Процессуальное видение реальности
- ▣ Понимание социальной реальности как результата социального конструирования
- ▣ Гибкость или отсутствие заранее подготовленной структуры.
- ▣ Отказ от предварительного выбора теории или концепции.
- ▣ Акцент в задачах на вопрос «Как?».

Методы сбора информации при качественном исследовании

- Наблюдение.
- Визуальное наблюдение с помощью фото- и видеоаппаратуры.
- Неформализованное или слабо формализованное интервью. Наиболее характерный его вариант – глубокое (или глубинное) интервью.
- Групповая дискуссия (фокус-группа).
- Проекционные техники (разного рода тесты).

Задачи количественного и качественного методов



Сравнение количественных и качественных методов

Характеристики	Качественные исследования	Количественные исследования
Тип вопросов	Спорные вопросы	Ограниченно спорные вопросы
Объем выборки	Малая выборка	Большая выборка
Требования к интервьюеру	Интервьюер должен обладать высоким профессиональным мастерством	Требования к интервьюеру незначительные
Тип анализа	Субъективные оценки, качественная интерпретация данных	Статистические методы, сводка информации
Воспроизводимость данных	Низкая	Высокая