

# **Курс лекций по дисциплине «Методы исследований в менеджменте»**

## **Лекция 1**

### **Методология и методы исследований в менеджменте:**

**Введение в дисциплину**

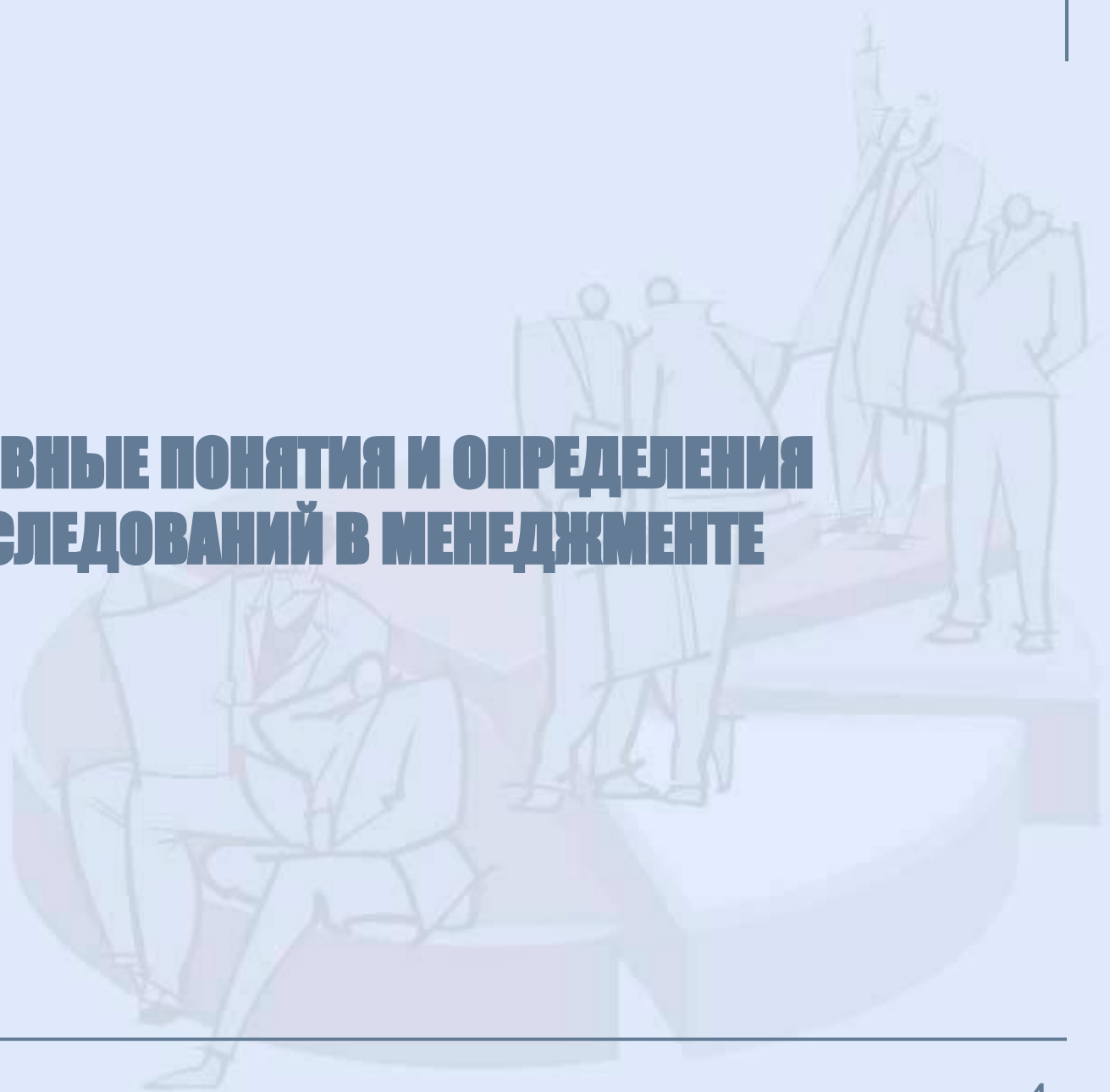
# Цели дисциплины

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;

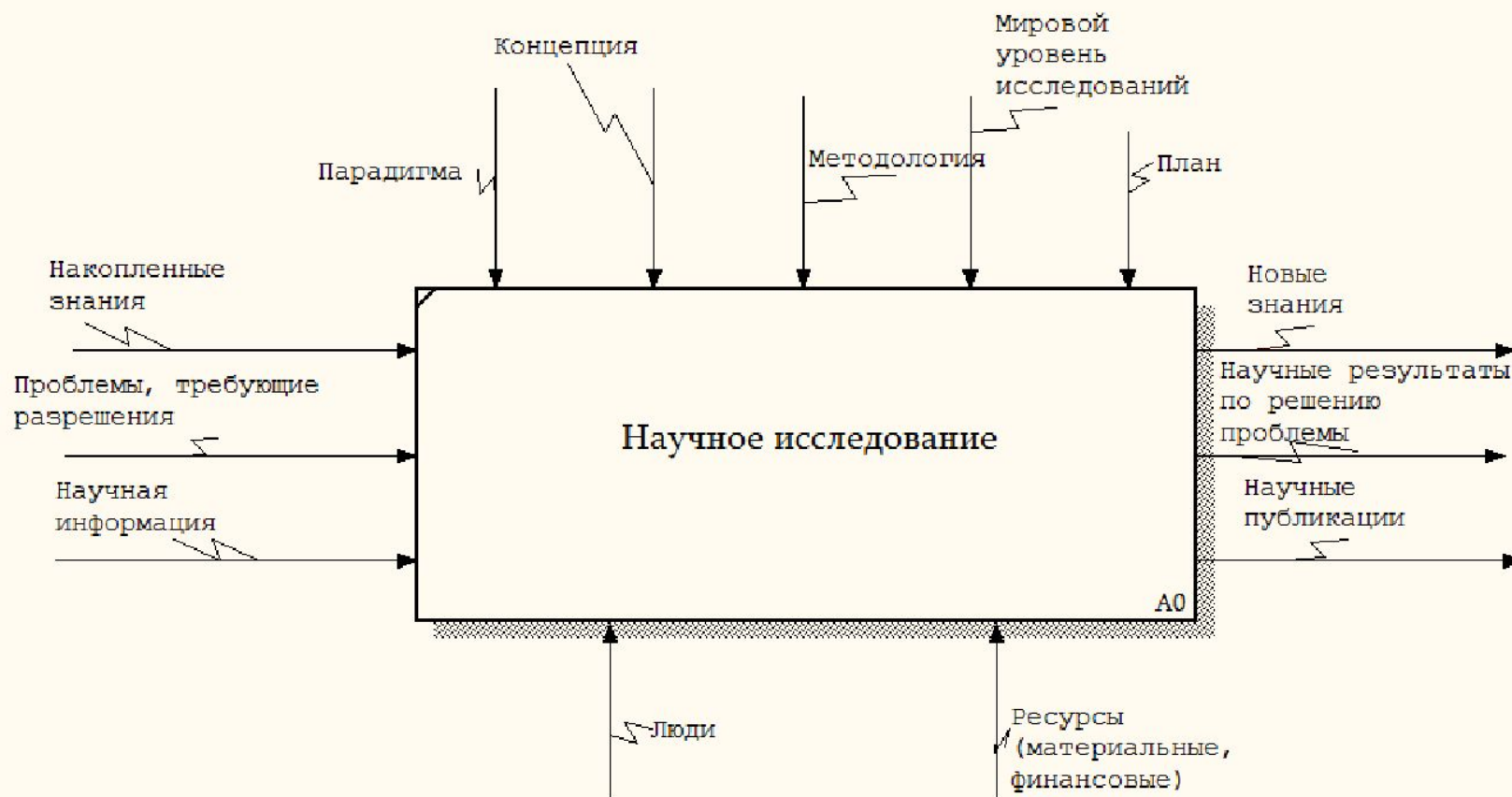
# ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ



# 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+AWEB.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. <sup>16</sup>



# 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

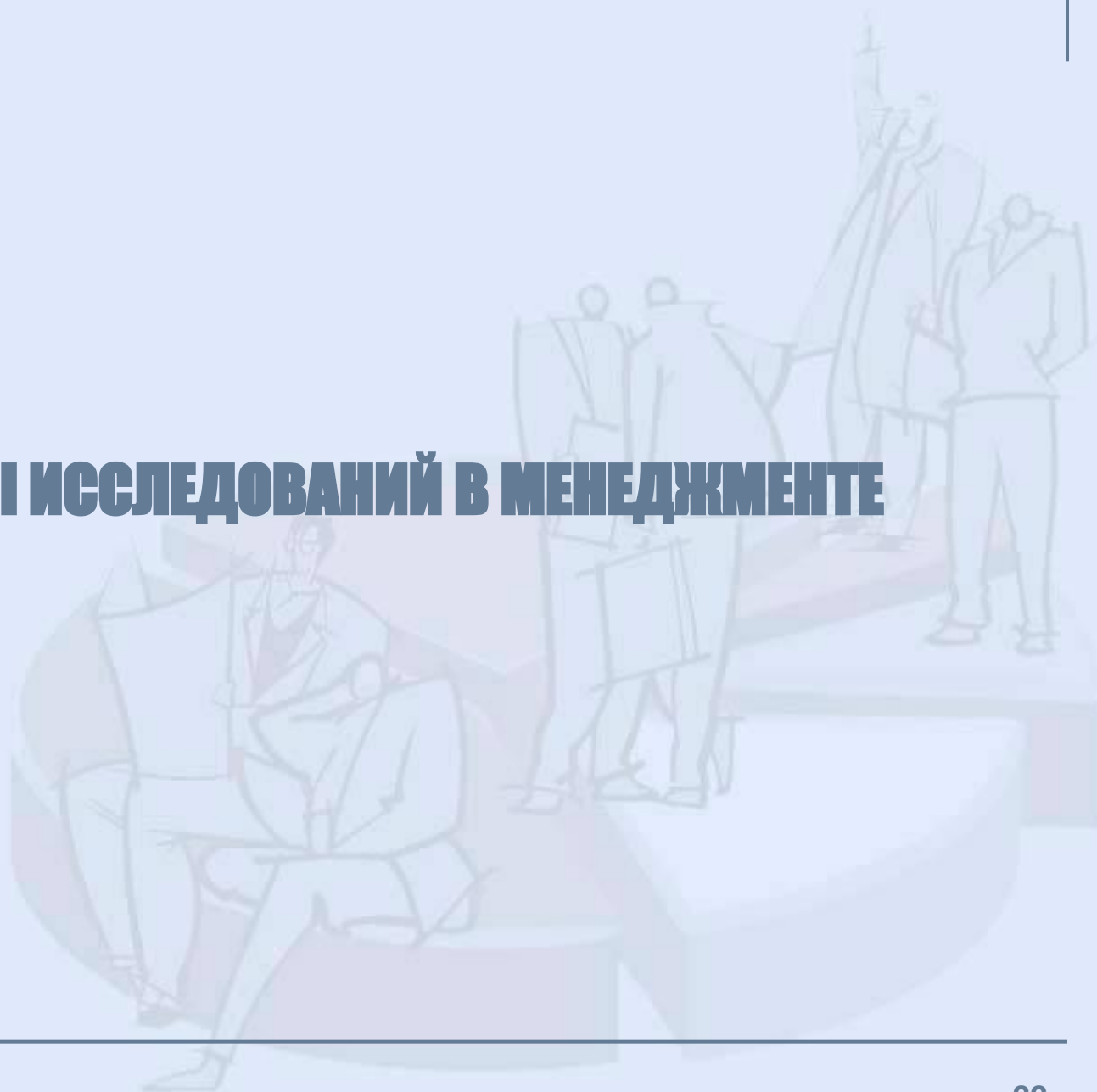
Дедукция

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

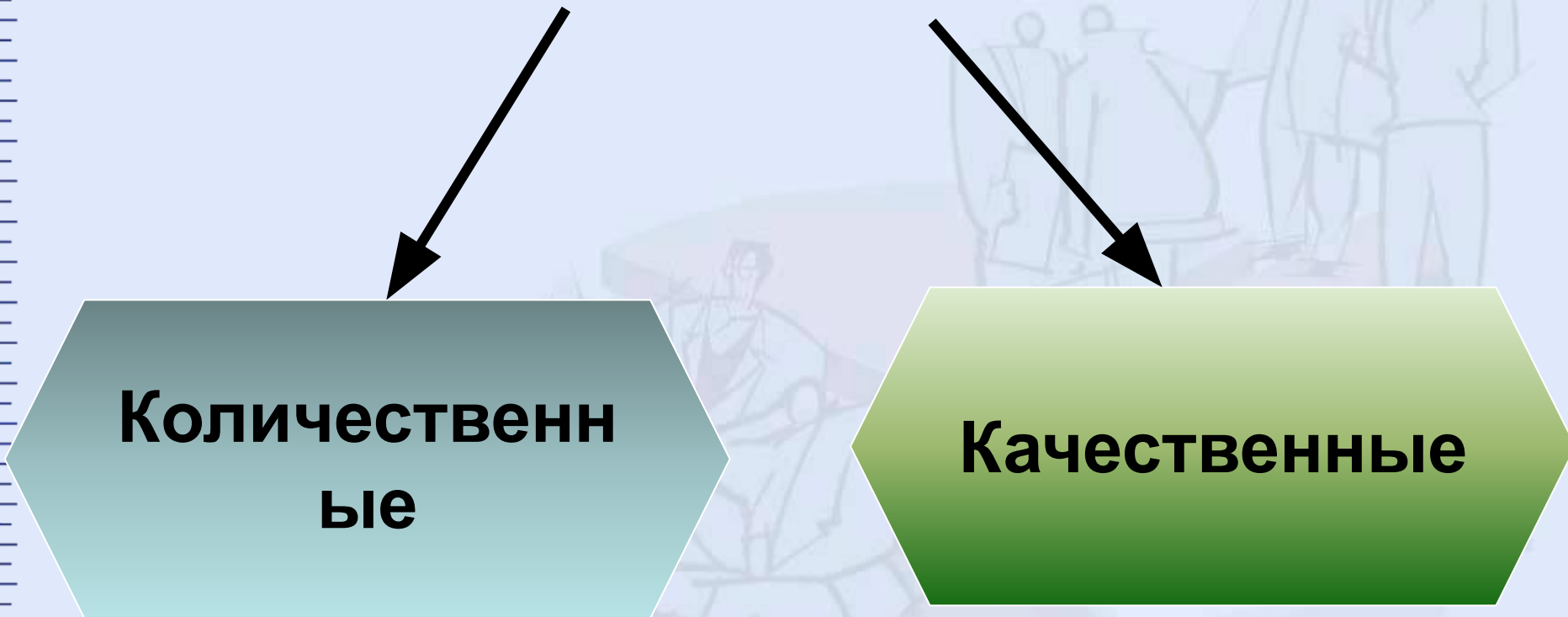
**Формализация**  
Построение абстрактно-математических моделей, раскрывающих сущность изучаемых процессов

**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)

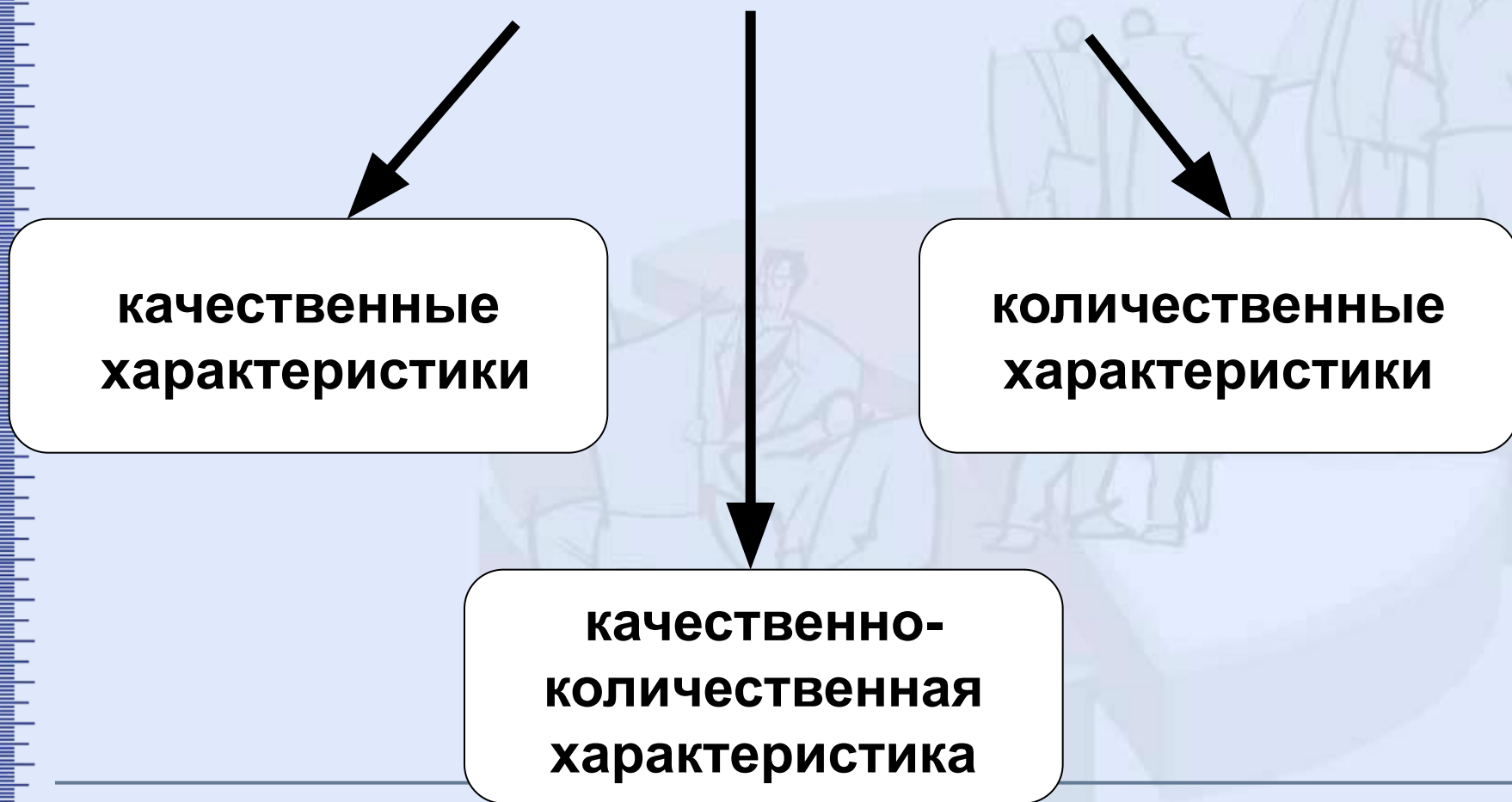
**Переменная (признак) – некоторое общее для всех изучаемых объектов свойство, конкретные проявления которого могут меняться от объекта к объекту.**

**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».

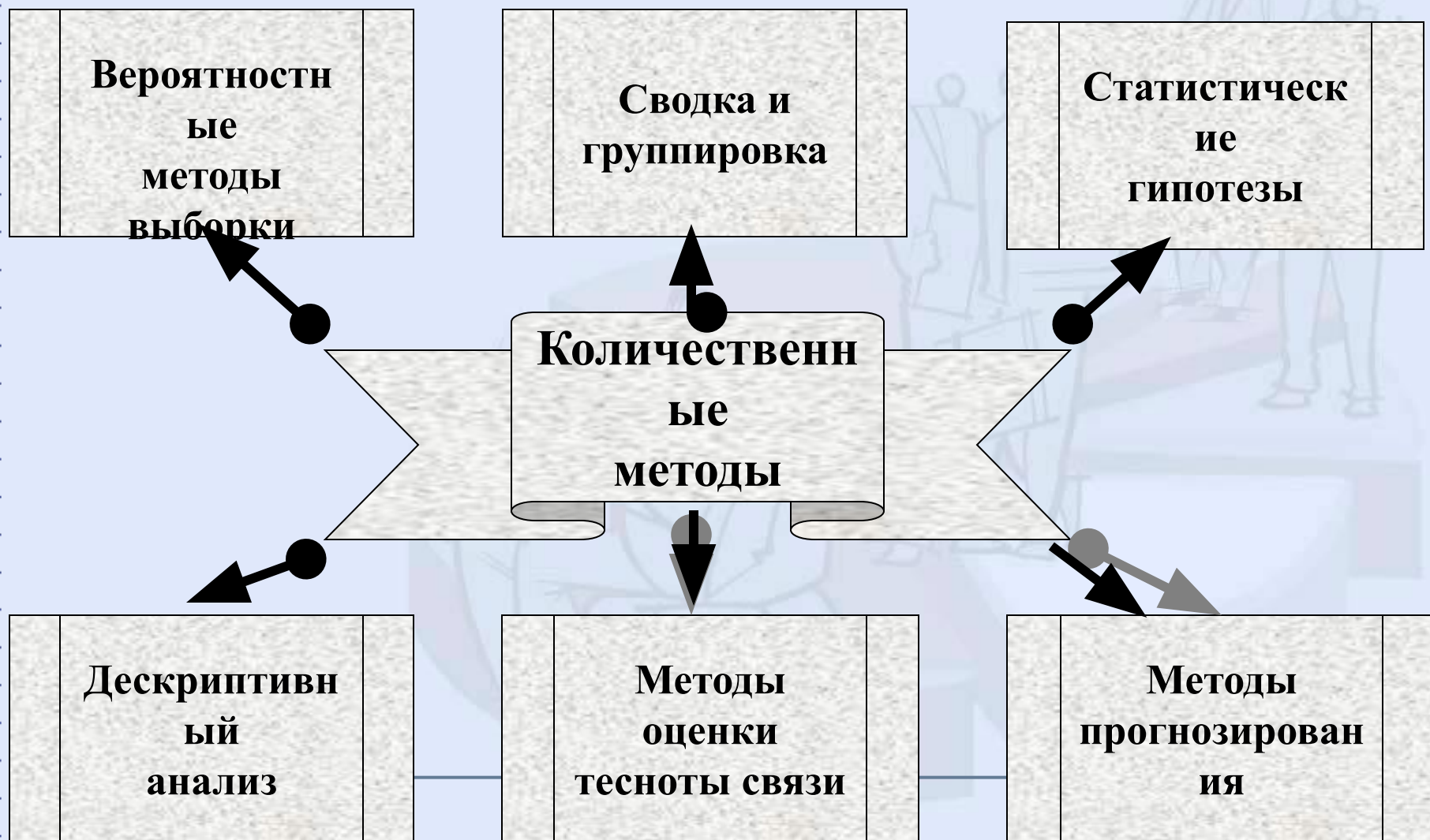
Математические символы  
и формулы – учитесь  
говорить заново.

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

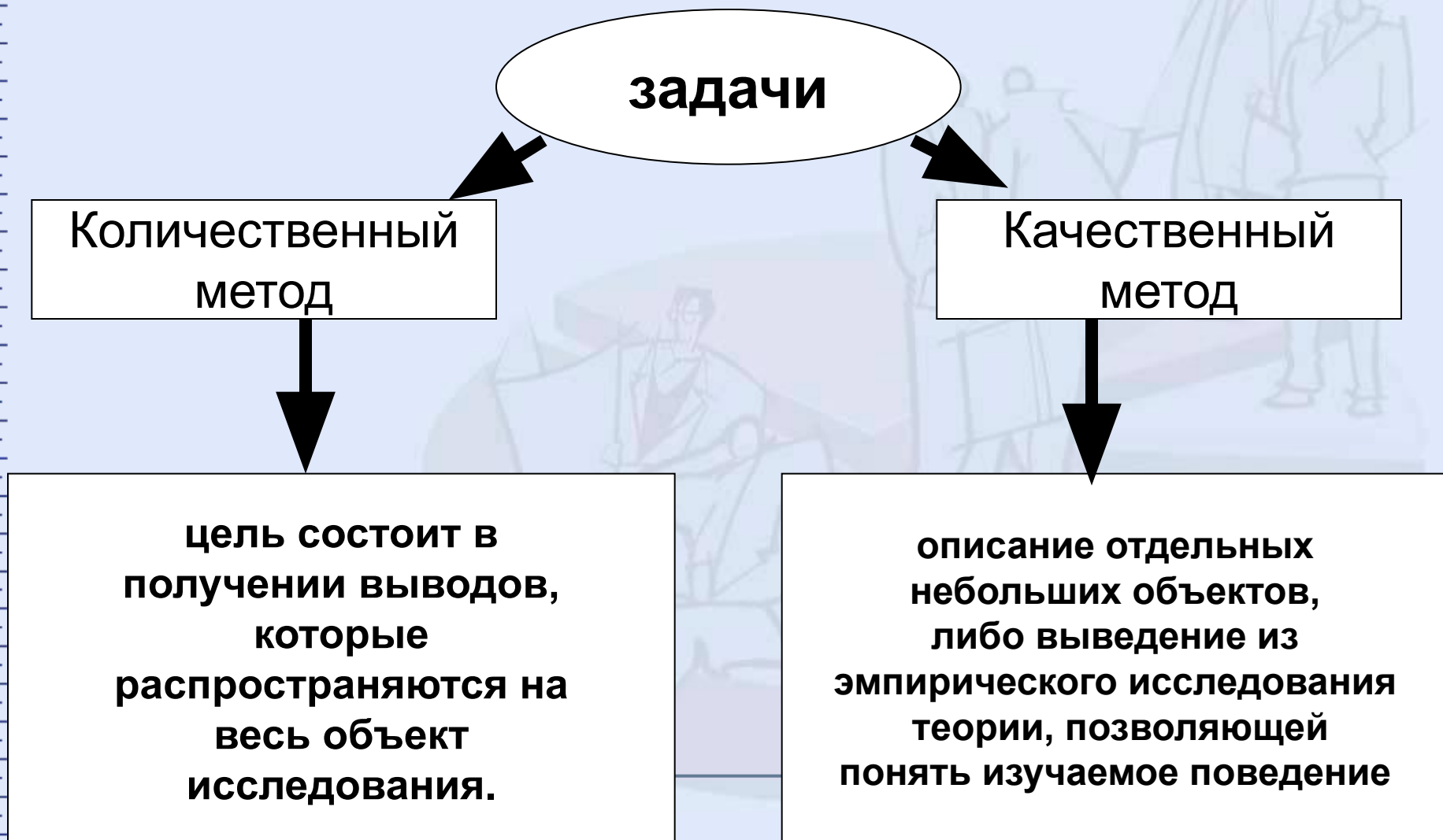
# Особенности качественных методов

- ▣ 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

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