

راهنمای نگارش پایان نامه مدیریت



پایان نامه تحصیلی کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری مدیریت براساس یک استاندارد جهانی از پنج بخش تشکیل شده است. پس از نگارش پایان نامه مدیریت برای آنکه پایان نامه جلد شود باید به صورت زیر تنظیم گردد :

۱- صفحه عنوان

۲- پیشگفتار و در صورت نیاز تشکر و قدر دانی

۳- فهرست مطالب

۴- فصل اول - طرح تحقیق

۵- فصل دوم - پیشینه تاریخی تحقیق

۶- فصل سوم - روش تحقیق

۷- فصل چهارم - ارائه یافته های تحقیق و تجزیه و تحلیل آن

۸- فصل پنجم - خلاصه تحقیق و ارائه پیشنهادها

۹- فهرست منابع و مآخذ

۱۰- پیوست

۱- عنوان تحقیق

عنوان تحقیق و صفحه اولین صفحه پایان نامه است. گاهی صفحه عنوان درست مانند جلد پایان نامه طراحی می شود. صفحه عنوان شامل اطلاعات زیر است:

الف) عنوان پایان نامه

ب) نام کامل استاد راهنما

ج) نام کامل محقق یا محققین

د) نام مرکز یا دانشگاهی که پایان نامه در آن تقدیم میگردد .

ذ) نوع مدرک (برای مثال : پایان نامه دوره کارشناسی ارشد مدیریت)

و) تاریخ ارائه پایان نامه

گردآورنده : زلیخا لطفی

۲) پیشگفتار و تشکر و قدر دانی

صفحه تشکر و قدردانی الزامی نیست اما مرسوم است که یک صفحه را به تقدیر و تشکر اختصاص می‌دهند. محقق میتواند در پایین پیشگفتار نیز از فرد یا افراد با موسساتی که او را در انجام تحقیقش کمک و راهنمایی کرده اند ، قدردانی کند .

۳) فهرست مطالب

فهرست مطالب و شماره صفحه مطالب معمولاً شامل سه بخش است. دقت شود فهرست مطالب خود با حروف الفبا شماره صفحه می‌خورد.

فهرست عناوین و شماره صفحه هر مطلب

فهرست جداول و شماره صفحه هر جدول، در صورتیکه جدول وجود داشته باشد.

فهرست تصاویر و شماره صفحه هر تصویر، در صورتیکه تصویر وجود داشته باشد.

۴) فصل اول: طرح تحقیق یا کلیات پژوهش

طرح تحقیق یا کلیات پژوهش فصل اول پایان نامه و بسیار مشابه پروپوزال است. مهمترین قسمتهای طرح تحقیق عبارتند از :

۴-۱- عنوان تحقیق ؛ باید شناختی دقیق و روشن از موضوع تحقیق را ارائه نماید و خالی از هرگونه ابهام و پیچیدگی باشد .

۴-۲- مقدمه یا تاریخچه ای از موضوع تحقیق ؛ در این قسمت مختصری از نظرات و تحقیقات مربوط به موضوع و یا مسایل و مشکلات حل نشده در این حوزه و همچنین توجه و علاقه جامعه به این موضوع اشاره میشود .

۴-۳- تعریف موضوع تحقیق ؛ در این قسمت محقق موضوع مورد علاقه و یا نیاز احساس شده خود را در حوزه تحقیق بیان میدارد و عوامل موجود در موقیعت را تعریف و تعیین میکند .

۴-۴- هدف یا هدفهای کلی تحقیق ؛ این قسمت باید با جملات مثبت و کلی طرح شود و از طولانی شدن مطالب پرهیز شود

۴-۵- روش انجام تحقیق ؛ در این قسمت پژوهشگر روش کاری خود را بیان میدارد و شیوه های گوناگونی را که در گرد آوری مطالب خود به کار برده ذکر میکند و همچنین اگر روش آماری خاصی را در تهیه و تدوین اطلاعات به کار برده آن شیوه را بیان میکندو بیان آن یکی از ملزومات است .

۴-۶- اهمیت و ارزش تحقیق : با توجه به تشابه این قسمت از طرح تحقیق با تعریف موضوع تحقیق که در آن محقق نیاز خود را در آگاهی به نتایج مطالعه عنوان میسازد ، در این قسمت منابع شخصی یا علمی که از خاتمه تحقیق به محقق دست می‌دهد ، بحث می‌شود .

۴-۷- محدودیت های تحقیق : محدودیت هایی که کنترل آن از عهده محقق خارج است مانند انتخاب نوع یافته ها و یا زیر اندازه‌ها و دیگر محدودیت هایی که کنترل آن در دست محقق است مانند موضوع و محل تحقیق و غیره

۴-۸- تعریف واژه‌ها: در این قسمت محقق باید واژه های کلیدی تحقیق را براساس منابع معتبر به صورتی کاربردی تعریف کند.

۵) فصل دوم: پیشینه تحقیق یا ادبیات پژوهش

در این بخش براساس مطالعات گذشته، مبانی نظری پژوهش بیان می‌شود. منظور از مبانی نظری ارائه تعاریف و مفاهیم بکار رفته در پژوهش به صورت روشن است و باید براساس مطالعات معتبر قبلی صورت گیرد. در بخش دوم ادبیات پژوهش به ارائه مطالعات مشابه که قبلاً توسط پژوهشگران دیگر صورت گرفته پرداخته می‌شود. اگر درباره سازمانی خاص تحقیق می‌کنید باید یک بخش از فصل دوم را در حد سه تا چهار صفحه به معرفی سازمان مربوط اختصاص دهید.

۶) فصل سوم روش تحقیق :

در این بخش نوع پژوهش براساس هدف و ماهیت معرفی می‌شود. همچنین نحوه گردآوری داده ها بیان می‌شود. معمولاً در پژوهش های علمی از روش های مطالعه میدانی و کتابخانه ای برای گردآوری داده ها و اطلاعات استفاده می‌کنند. همینطور جامعه آماری و در صورت لزوم نمونه آماری معرفی می‌شوند. سپس گزاره های پژوهش (فرضیه ها یا سوالات) ارائه می‌گردد. همچنین آزمونهای آماری مورد استفاده و نرم افزار تجزیه و تحلیل داده ها نیز معرفی می‌شود .

۷- فصل چهارم: یافته ها و تجزیه و تحلیل آنها

در این قسمت براساس داده های بدست آمده و با توجه به روشهای آماری مناسب به تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه های پژوهش پرداخته می‌شود. معمولاً برای افزایش دقت

محاسبات از نرم افزارهای آماری مانند SPSS استفاده می شود. این تحلیل اساس یک پژوهش علمی است.

۸- فصل پنجم: خلاصه تحقیق و پیشنهادها

این فصل شامل دو قسمت اصلی ، یکی خلاصه تحقیق و دیگری پیشنهادها است. یک خلاصه مناسب ترکیبی از دو نوع اطلاعات است : اطلاعات و یافته هایی که محقق از تحقیق جاری خویش به دست آورده است. دوم اطلاعات و یافته هایی که محقق از طریق مطالعه تحقیقات و نوشته های دیگران جمع آوری کرده است.

بعد از خلاصه پایان نامه باید محدودیت های تحقیق بیان شود. ذکر سه الی پنج مورد کافی است.

در نهایت باید پیشنهادها ارائه شود: پیشنهاد برای محققان آینده، پیشنهاد به سازمان مورد مطالعه و پیشنهاد های عمومی که در هر مورد باید سه یا چهار پیشنهاد مطرح شود. پیشنهاد باید برای استفاده کنندگان مانند چراغ روشنایی باشد.

۹- فهرست منابع و مآخذ

در این قسمت تمام منابع و مآخذ مورد استفاده ارائه می شود. فهرست نویسی قوانین خاص خودش را دارد. معمولا از روش برای نوشتن فهرست منابع استفاده می شود. به آموزش نوشتن فهرست منابع رجوع کنید.

۱۰- پیوست

شامل مطالب و مدارکی است که در درک و فهم خواننده از پایان نامه کمک چندانی نمیکند و میتوان از پرسشنامه ها ، آزمونها ، نامه های نوشته شده به افراد و موسسات و سایر وسایل جمع آوری اطلاعات نام برد .

راهنمای نگارش پروپوزال پایان نامه مدیریت

واژه پروپوزال (Proposal) به معنی پیشنهاد است. پروپوزال پیش نویس يك طرح تحقیقی است که بر مبنای علاقه و توانمندی پژوهشگر و مبتنی بر فرضیه های علمی و استنتاجات

گردآورنده: زلیخا لطفی

تحقیقاتی باشد و با هدف رفع یک نیاز یا افزودن به دانش صورت می‌گیرد. پژوهشگر بوسیله فرم پروپوزال اطلاعات مربوط به خود، اطلاعات مربوط به مساله تحقیق و روش انجام آن و اعتبارات مورد نیاز برای انجام تحقیق را به اطلاع مسئول ذیربط می‌رساند.

نحوه تهیه فرم پروپوزال

برای نگارش پروپوزال ابتدا باید فرم پروپوزال را تهیه کنید. برای تهیه فرم پروپوزال پایان نامه کارشناسی ارشد و دکتری باید به واحد آموزش دانشکده یا سایت رسمی دانشگاه خود رجوع کنید.

بخش اول: عنوان تحقیق و مشخصات پژوهشگر

بخش اول پروپوزال اطلاعات مربوط به عنوان پژوهش، مشخصات فردی پژوهشگر، اساتید راهنما و مشاور، مشخصات دانشگاه و وضعیت تحصیلی پژوهشگر است. همچنین عنوان پایان نامه به فارسی و لاتین ارائه می‌شود.

بیان مساله تحقیق

مهمترین بخش پروپوزال بیان مساله است. در بیان مساله باید موضوع به لحاظ علمی تشریح شده و دقیقاً روشن کنید هدف پایان نامه از اراده این تحقیق چیست. ادبیات پژوهش نیز بعضاً در این بخش می‌آید. حجم مطالب این قسمت بهتر است در حد یک تا 2 صفحه باشد.

اهمیت و ضرورت تحقیق

اهمیت و ضرورت تحقیق به معنای آشکارسازی دلایل انتخاب موضوع مورد بررسی است. هرچقدر دلایل انتخاب موضوع، مستندتر و با جزئیات بیشتر باشد ارزش آن بیشتر خواهد بود. آمار و ارقام مندرج در بیان مساله نیز باید مستند باشد.

ادبیات پژوهش (پیشینه پژوهش)

در این بخش به ارائه مطالعات مشابه که قبلاً توسط پژوهشگران دیگر صورت گرفته پرداخته می‌شود. نظر به تأکید جوامع علمی بر اطلاعات دست اول در برخی از فرمهای پروپوزال بخش ادبیات پژوهش در همان قسمت بیان مساله ارائه می‌شود.

جنبه جدید بودن موضوع

در حد یک یا دو پاراگراف باید نشان دهید که موضوع پایان نامه یک موضوع جدید است و کاری تکراری صورت نمی‌گیرد.

اهداف، فرضیه ها و سوالات تحقیق

تهیه اهداف تحقیق مهمترین بخش تحقیق است. براساس اهداف تحقیق باید فرضیه های

تحقیق یا سوالات تحقیق را تدوین نمود. دقت کنید برخی از فرمهای پروپوزال حاوی بخش سوالات تحقیق و هم بخش فرضیه های تحقیق هستند. این رویکرد کاملاً غلط است.

مدل مفهومی تحقیق

نمودار گرافیکی و نمایه شماتیک رابطه متغیرها به نحوی روشن و قابل تحلیل است. برای طراحی مدل مفهومی ابتدا موضوع را به مولفه‌های آن تجزیه کنید. هر مولفه یک متغیر است. حال متغیرهایی که بر این مولفه‌ها موثرند یا از آنها تاثیر می‌پذیرند را فهرست کنید. حال تنها کار باقی مانده ترسیم یک تعداد پیکان جهت نمایش جهت تاثیرات است.

روش تحقیق

در این بخش باید نوع پژوهش (براساس هدف و روش) تشریح شود. همینطور جامعه آماری، نمونه آماری، روش نمونه‌گیری، مقیاس سنجش و روشهای آماری تجزیه و تحلیل داده‌ها بیان شود.

فهرست منابع

در پایان فهرست منابع مورد استفاده را به ترتیب منابع فارسی و لاتین معرفی کنید. روشهای مختلفی برای نوشتن فهرست منابع وجود دارد.

ابزارهای گردآوری داده‌ها و اطلاعات

یکی از اصلی‌ترین بخش‌های هر کار پژوهشی را جمع‌آوری اطلاعات تشکیل می‌دهد. چنانچه این کار به شکل منظم و صحیح صورت پذیرد کار تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری از داده‌ها با سرعت و دقت خوبی انجام خواهد شد.

روش‌های گردآوری اطلاعات پژوهش به دو دسته کتابخانه‌ای و میدانی تقسیم می‌شود. در خصوص گردآوری اطلاعات مربوط به ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش از کتابخانه‌ای و جهت جمع‌آوری اطلاعات برای تایید یا رد فرضیه‌های پژوهش از روش میدانی استفاده می‌شود. برای جمع‌آوری اطلاعات در کارهای پژوهشی چهار روش عمده را مورد استفاده قرار می‌دهند. با مطالعه این بخش می‌توانید روش منتخب برای جمع‌آوری داده‌ها در تحقیق خود را تشخیص دهید و با انتخاب شیوه مناسب پیش از گردآوری داده‌ها باید طرح مشخص برای اینکار در نظر گرفت. پاسخ به سوالات زیر می‌تواند راهگشا باشد.

- داده‌ها چگونه توصیف و تفسیر می‌شوند؟
- چه مقدار هزینه برای گردآوری داده‌ها و تفسیر آنها لازم است؟
- داده‌ها چگونه گزارش می‌شوند؟

استفاده از اطلاعات و مدارک موجود

در برخی تحقیقات اطلاعاتی که باید بعنوان داده مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گیرند از

- پیش آماده هستند. بدین صورت که محقق بدنبال اطلاعات جدید نیست بلکه می تواند نسبت به جمع آوری اطلاعاتی که از قبل تهیه شده و موجود است، اقدام کند.
- مزایا: به واسطه موجود بودن اطلاعات ارزان است. در وقت صرفه جویی می شود. مهمترین مزیت آن امکان ارزیابی روند موضوع مورد بررسی در گذشته است که در مطالعات گذشته نگر بسیار حائز اهمیت است
- معایب: ناقص بودن و دردسترس نبودن اطلاعات از اشکالات عمده این روش است. گاهی ملاحظات اخلاقی مانع از دستیابی به اطلاعات مورد نظر می باشد. قدیمی و کهنه بودن اطلاعات هم ممکن است در برخی موارد مطرح باشد

مشاهده

- منظور از مشاهده ثبت دقیق تمام جوانب بروز حادثه ویژه یا رفتار و گفتار فرد یا افراد از راه حواس و یا سایر راه های ادراکی (کمک گرفتن از ابزار خاص) می باشد
- مشاهده منظم در تحقیق ضروری است بنابراین مشاهده باید به هدف تحقیق مربوط باشد برنامه و نحوه عمل آن از قبل مشخص و تنظیم شده باشد
- به طور دقیق و منظم ثبت شود
- میزان اعتبار و صحت انجام آن قابل سنجش و بررسی باشد
- مزایا: امکان بررسی جزئیات موضوع وجود دارد. می توان صحت اطلاعات جمع آوری شده را با وسائل دیگر آزمایش کرد. برای جمع آوری اطلاعات در زمان کوتاه زمینه ای مناسب است.
- معایب: حضور مشاهده گر اطلاعات زیادی بدست می آید و اعتبار علمی اطلاعات بالاست می تواند بر روند فعالیت مورد مشاهده تاثیر گذار باشد تمایلات شخصی مشاهده گر و توانایی او در مشاهده و ثبت دقیق فعالیت مورد مشاهده ممکن است تاثیر گذار باشد. عوامل محیطی بر نوع و روش گرد آوری اطلاعات موثر است. استاندارد کردن و طبقه بندی اطلاعات برای نمونه های زیاد وقت گیر و پرهزینه است

مصاحبه

- مصاحبه یکی از روش های جمع آوری اطلاعات است که در آن به صورت حضوری یا غیر حضوری از افراد یا گروهی از آنان پرسش می شود. نکته مهم آن است که سوالات مصاحبه از پیش اندیشیده شده و تعیین شده است. آنچه مصاحبه را به صورت های مختلف طبقه بندی مصاحبه را یکی از روش های می کند میزان انعطاف پذیری آن و یا نحوه اجرای آن است دانسته اند که امکان دریافت پاسخ در آن بیش از روش های دیگر است، زیرا در هنگام مصاحبه امکان تحریک آزمودنی برای دادن پاسخ وجود دارد و نیز می توان در صورت ابهام با توضیح موضوع را روشن ساخت.
- مهمترین انواع مصاحبه به شرح زیر عنوان شده اند .
- مصاحبه انعطاف پذیر یا آزاد : در این نوع چارچوب و حدود پرسش برای مصاحبه گر مشخص است لی زمان و توالی پرسش به سلیقه مصاحبه گر بستگی دارد. در این حالت رفتار آزمودنی طبیعی تر است و اطلاعات واقعی تری بدست می آید. مصاحبه گر می تواند سوالات اضافی نیز طرح کند مصاحبه با انعطاف پذیری متوسط یا منظم : در این نوع مصاحبه ، مصاحبه گر از پرسشنامه ای با پرسش های مشخص و با توالی ثابت استفاده می کند ، اما معمولا

- پرسش ها به صورت باز هستند. در این جا جمع آوری اطلاعات کمی و سطحی است.
- مصاحبه گر از پرسش نامه ای با : مصاحبه با انعطاف ناپذیریا پرسشنامه همراه با مصاحبه پاسخها ثابت و از قبل پیش . پرسش های مشخص و با توالی استاندارد استفاده می کند
- بینی و طبقه بندی شده اند و معمولا پرسش ها به صورت بسته هستند. این روش در مطالعات بزرگ و زمانی که پژوهشگر از تنوع پاسخ ها اطلاع دارد بکار می رود.
- نکات مهم در مورد انجام مصاحبه .
- تکلم با زبان شخص مصاحبه شونده .
- دخالت ندادن تمایلات شخصی مصاحبه گر .
- کسب اجاره در هنگام استفاده از دستگاه ضبط صدا .
- رعایت مقام وموقعیت اجتماعی افراد .
- بیان توضیحات کافی قبل از شروع مصاحبه .

پرسشنامه

- پرسشنامه به عنوان یکی از متداول ترین ابزار جمع آوری اطلاعات در تحقیقات پیمایشی مورد استفاده قرار میگیرد و عبارت است از مجموعه ای از پرسش های هدف دار که با بهره گیری از مقیاس های گوناگون نظر، دیدگاه و بینش يك فرد پاسخگو را مورد سنجش قرار می دهد
- پرسشنامه شامل دسته ای از پرسش هاست که برطبق اصول خاصی تدوین گردیده \ .
- است و به صورت کتبی به افراد ارائه می شود و پاسخگو بر اساس تشخیص را خود جواب ها را در آن می نویسد. هدف از ارائه پرسشنامه کسب اطلاعات معین در مورد موضوعی مشخص است. بزرگ بودن گروه یا جامعه مورد مطالعه یکی از دلایل مهم برای استفاده از پرسش نامه است چه امکان مطالعه نمونه های بزرگ را فراهم می آورد. کیفیت تنظیم پرسشنامه در بدست آمدن اطلاعات صحیح و درست و قابل تعمیم بسیار با اهمیت است
- بر اساس نحوه اجرای پرسش نامه و نیز نوع سوالات پرسشنامه می توان آنرا به دسته .
- های متفاوت تقسیم نمود
- طبقه بندی بر اساس ماهیت پرسشنامه .
- پرسشنامه باز: در این نوع پرسشنامه با سوالات باز روبرو هستیم. در اینجا پاسخگو می تواند بدون محدودیت هر پاسخی را که مد نظرش باشد در مورد آن پرسش بنویسد و یا در آن زمینه توضیح دهد. در اینگونه سوالات ، اطلاعات دقیق تر، کامل تر و دارای ارزش بیشتر هستند ولی طبقه بندی و نتیجه گیری از آنها مشکل تر و له تجربه زیاد نیازمند است
- پرسشنامه بسته : پرسش های بسته در این نوع پرسشنامه ارائه می شود. برای هر پرسش تعدادی گزینه و پاسخ انتخاب شده است که فرد پاسخ دهنده باید یکی از آنها را به عنوان پاسخ بگزیند. هر يك از پاسخ ها به گونه ای تنظیم شده است که در عین منطقی بودن برای آن سوال از پاسخ مربوط به دیگر سوالات مجزاست. در اینجا پاسخ ها را می توان به سرعت نوشت و تجزیه و تحلیل و طبقه بندی پاسخ ها نیز ساده تر است اما اطلاعات به دقت و کاملی پرسش نامه باز نیست
- طبقه بندی بر اساس نحوه اجرا .
- پرسشنامه همراه با مصاحبه : این پرسشنامه همان مصاحبه انعطاف ناپذیر است که به صورت حضوری پرسش ها از افراد پرسیده می شود و پاسخ ها را پرسشگر در برگه پرسشنامه وارد می کند
- پرسشنامه پستی : پرسشنامه برای افراد از طریق پست ارسال می شود . فرد .

- پس از تکمیل آنرا برای محقق عودت می دهد.
- در این نوع از پرسشنامه که به تازگی موارد استفاده از آن گسترش : پرسشنامه الکترونیک یافته است ، محقق با استفاده از شبکه های اطلاع رسانی و اینترنت ، اقدام به ارسال پرسشنامه الکترونیک برای افراد می کند و افراد پاسخ ها را در همان پرسشنامه وارد و با پست الکترونیک برای محقق باز می گردانند. در برخی موارد ممکن است افراد نسخه ای از پرسشنامه را چاپ کرده و بعد از پاسخگوئی به شکل پستی باز گردانند
 - نکات مهم در طراحی پرسشنامه
 - داشتن يك مقدمه رسا ، جذاب و واضح در ابتدای پرسشنامه
 - وجود پرسش های قابل فهم و خالی از ابهام
 - قرار دادن پرسش های حساس و مهم در پایان پرسش نامه
 - استفاده از پرسش های باز و بسته به همراه هم
 - در هنگام نوشتن پرسشنامه باید دقت نمود تا ابتدا از پرسش های زمینه ای استفاده گردد . و سپس به پرسش هائی که در زمینه موضوع طراحی شده اند ، رسید
 - منصفانه: دلالت بر معنا و مفهوم خاصی ننماید و آزمذنی را به موضع خاص نکشاند . بی آزار : به مسائل خصوصی افراد وارد نشود مگر با اجازه قبلی خود آنها : خصوصیات يك پرسش

دسته بندی روش های تحقیق

روشهای پژوهش در علوم رفتاری را معمولا با توجه به دو ملاک هدف و ماهیت تقسیم بندی می کنند

دسته بندی روش های تحقیق بر اساس هدف

بر اساس هدف پژوهش ها به بنیادی و کاربردی تقسیم میشود

تحقیق بنیادی: پژوهشی است که کشف ماهیت اشیاء، پدیده ها ، روابط بین متغیرها،

اصول، قوانین و ساخت یا آزمایش نظریه ها و تئوری ها را در بر دارد لذا به توسعه مرزهای دانش رشته علمی مربوطه کمک می کند. هدف اساسی این نوع پژوهش تبیین روابط بین پدیده ها، آزمون نظریه ها و افزودن به دانش موجود در یک زمینه خاص است تحقیق بنیادی می تواند نظری یا تجربی باشد.

تحقیق بنیادی نظری از روش های استدلال عقلانی و قیاسی استفاده می کند و بر پایه مطالعات کتابخانه ای انجام می شود.

تحقیق بنیادی تجربی از روش های استدلال استقرائی استفاده می کند و بر پایه روشهای میدانی انجام می شود.

گردآورنده : زلیخا لطفی

تحقیق کاربردی: پژوهشی است که با استفاده از نتایج تحقیقات بنیادی به منظور بهبود و به کمال رساندن رفتارها، روش‌ها، ابزارها، وسایل، تولیدات، ساختارها و الگوهای مورد استفاده جوامع انسانی انجام می‌شود. هدف تحقیق کاربردی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است. در اینجا نیز سطح گفتمان انتزاعی و کلی اما در یک زمینه خاص است.

دسته بندی روش های تحقیق بر اساس نحوه گردآوری داده ها

پژوهش‌ها براساس نحوه گردآوری داده‌ها به دو دسته تقسیم می‌شوند: تحقیق توصیفی و تحقیق آزمایشی

-تحقیق توصیفی یا غیر آزمایشی شامل 5 دسته است: پیمایشی، همبستگی، پس‌رویدادی، اقدام پژوهی، بررسی موردی

تحقیق پیمایشی: در این نوع تحقیق هدف بررسی توزیع ویژگی‌های یک جامعه است و بیشتر تحقیق‌های مدیریت از این نوع می‌باشد. در پژوهش پیمایشی پارامترهای جامعه بررسی می‌شوند. پژوهشگر با انتخاب نمونه‌ای که معرف جامعه است به بررسی متغیرهای تحقیق می‌پردازد. پژوهش پیمایشی به سه دسته تقسیم می‌شود:

روش مقطعی: گردآوری داده‌ها درباره یک یا چند صفت در یک مقطع زمانی خاص.

روش طولی: در بررسی پیمایش طولی، داده‌ها در طول زمان گردآوری میشوند تا رابطه بین متغیرها در طول زمان سنجیده شود. «تحقیقات تحولی که به بررسی روندها و تحول پدیده‌ها در طول زمان می‌پردازند از این دسته هستند.

روش دلفی: جهت بررسی دیدگاه‌های یک جمع صاحب نظر در مورد یک موضوع ویژه می‌توان از این تکنیک استفاده کرد

تحقیق همبستگی: در این نوع تحقیقات رابطه میان متغیرها بر اساس هدف پژوهش تحلیل می‌گردد. در تحقیقات همبستگی اگر هدف پیش‌بینی متغیرهای وابسته بر اساس متغیرهای مستقل باشد به متغیر وابسته متغیر ملاک و به متغیر مستقل متغیر پیش‌بین گویند. همچنین تفاوت بین تحقیق همبستگی و تحقیق آزمایشی در این است که در اینجا متغیرهای مستقل دستکاری نمی‌شوند. براساس هدف به سه دسته تقسیم می‌شود:

همبستگی دو متغیری: هدف بررسی رابطه همزمانی متغیرها است به عبارت دیگر میزان هماهنگی تغییرات دو متغیر است. در بیشتر تحقیقات همبستگی دو متغیری از مقیاس فاصله‌ای با پیش‌فرض توزیع نرمال و محاسبه ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود.

تحلیل رگرسیون: در تحلیل رگرسیون هدف پیش بینی یک یا چند متغیر ملاک براساس یک یا چند متغیر پیش بین است. اگر هدف بررسی یک متغیر ملاک از یک متغیر پیش بین باشد از رگرسیون ساده استفاده می شود. اگر بررسی یک متغیر ملاک براساس چند متغیر پیش بین باشد از رگرسیون چندگانه استفاده می شود. اگر همزمان چند متغیر ملاک براساس چند متغیر پیش بین بررسی شود از رگرسیون چند متغیری استفاده می شود.

تحلیل کوواریانس: در برخی بررسی ها هدف بررسی مجموعه ای از همبستگی های متغیرها در جدولی به نام ماتریس همبستگی یا کوواریانس است که با پیشرفت در زمینه نرم افزارهای آماری میسر شده است.

تحقیق پس رویدادی

به تحقیق پس رویدادی تحقیق علی-مقایسه ای نیز گویند. تحقیق پس رویدادی به تحقیقی گفته می شود که پژوهشگر علت احتمالی متغیر وابسته را مورد بررسی قرار می دهد. چون متغیر مستقل و وابسته در گذشته رخ داده اند لذا این نوع تحقیق غیر آزمایشی را تحقیق پس رویدادی می گویند.

تحقیق آزمایشی

تحقیق آزمایشی به دو دسته تقسیم می شود: تحقیق تمام آزمایشی و تحقیق نیمه آزمایشی

در بیشتر پژوهش های علوم انسانی نظر به اینکه هدف اصلی از انجام پژوهش بررسی یک موضوع به روش میدانی است می توان گفت پژوهش مذکور از نظر هدف در حیطه پژوهش های کاربردی می باشد. از سوی دیگر با توجه به اینکه در این پژوهش از روش های مطالعه کتابخانه ای و نیز روش های میدانی نظیر پرسشنامه استفاده شده است، می توان بیان کرد که پژوهش بر اساس ماهیت و روش گردآوری داده ها، یک پژوهش توصیفی پیمایشی است.

انواع متغیرهای پژوهش

متغیرها: در پژوهشهایی که با مشاهده متغیرها و تولید داده ها سروکار داریم باید متغیرها را نامگذاری کرد: این امر در آزمودن فرضیه ها، به ویژه در پژوهشهای آزمایشی، باید رعایت شود. نامگذاری متغیرها با توجه به پنج دسته ذیل انجام می شود

گردآورنده: زلیخا لطفی

- متغیر مستقل

- متغیر وابسته

- متغیر تعدیل کننده

- متغیر کنترل

- متغیر مداخله‌گر

مثلاً در فرضیه ذیل می‌توانیم متغیرهای مورد نظر را براساس دسته‌های فوق نامگذاری کنیم:
در میان دانش‌آموزان همسال که دارای بهره هوشی یکسانی باشند، عملکرد مهارتی دانش‌آموزان پسر با تعداد تمرین آنان مستقیماً مرتبط است درحالی‌که درمورد دانش‌آموزان دختر این رابطه کمتر می‌باشد

- تعداد تمرین = متغیر مستقل

- عملکرد مهارتی = متغیر وابسته

- جنسیت = متغیر تعدیل کننده

- متغیرهای کنترل = سن، هوش

یادگیری = متغیرهای مداخله‌گر

متغیر مستقل

متغیر مستقل عاملی است که در پژوهش‌های تجربی به وسیله پژوهشگر "دستکاری" می‌شود یا "مقادیر" مختلف آن مورد نظر قرار می‌گیرد تا تأثیر (یا رابطه) آن بر روی پدیده دیگری بررسی شود

متغیر وابسته

. به عبارت دیگر پژوهشگر با "دستکاری" متغیر مستقل درصد آن است که تغییرات حاصل را بر متغیر وابسته مطالعه نماید

متغیر تعدیل کننده

متغیر تعدیل کننده را می‌توان به عنوان يك متغیر مستقل فرعی منظور داشت. پژوهشگر با درنظر گرفتن يك متغیر مستقل ویژه، که مقادیر مختلف آنرا نیز علاوه بر متغیر مستقل اصلی منظور می‌دارد، سعی می‌کند که تأثیر متغیر مستقل را بر متغیر وابسته مطالعه کند. در انجام این عمل متغیر مستقل فرعی (متغیر تعدیل کننده)، به عنوان تعدیل کننده تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته، مورد نظر قرار می‌گیرد.

متغیر کنترل

در پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی، به‌ویژه علوم تربیتی، که مورد آزمودنی انسان است، نمی‌توان کلیه متغیرهای مربوط به موقعیت آزمایش یا مرتبط با آزمودنی را همزمان بررسی کرد. از اینرو بعضی از متغیرها باید خنثی شود تا اطمینان حاصل شود که تأثیر آنها در رابطه میان متغیر مستقل و متغیر وابسته دخالت نداشته است.

متغیر مداخله‌گر

متغیر مداخله‌گر عاملی است که بر متغیر وابسته تأثیر گذارد اما نمی‌توان آنرا دستکاری کرد، تأثیر آن را مشاهده کرد یا اندازه گرفت؛ بلکه تأثیر این عامل را باید از طریق تأثیر متغیرهای مستقل و تعدیل کننده بر متغیر وابسته استنباط کرد

پرسشنامه

پرسشنامه: پرسشنامه متداول ترین ابزار جمع آوری اطلاعات در پایان‌نامه رشته مدیریت است که شامل مجموعه‌ای از پرسش‌های هدف دار که با بهره‌گیری از مقیاس‌های گوناگون نظر، دیدگاه و بینش یک فرد پاسخگو را مورد سنجش قرار می‌دهد جهت نگارش پرسشنامه برای پایان نامه ابتدا باید موضوع مورد بررسی به مولفه‌های آن تجزیه شود. هر یک از این مولفه‌ها یک فرضیه یا سوال تحقیق را می‌سازند. در مرحله بعد برای هر مولفه یک مجموعه را شناسایی کرد. بر مبنای نظریه چرچیل (1979) برای ایجاد یک مقیاس زمانیکه ابعاد شناسایی شدند باید مجموعه‌ای از گزینه هادر ارتباط با هر بعد ایجاد گردند زمانیکه مجموعه گزینه ها را شناسایی کردید باید با نظر اساتید و متخصصین به یک جمع بندی برسید و پرسشنامه مقدماتی را تدوین کنید.

اجزای پرسشنامه: هر پرسشنامه به طور معمول شامل دو دسته سوالات عمومی و تخصصی است. سوالات عمومی مشخصات فردی پاسخ دهندگان را در بر میگیرد. این سوالات عبارتند از: جنسیت، سن، مرتبه سازمانی، وضعیت استخدامی و میزان تحصیلات. سوالات تخصصی بخش اصلی پرسشنامه است که براساس مولفه‌های تشکیل دهنده موضوع شکل گرفته است. جهت امتیاز دهی و ارزش‌گذاری کمی پاسخ‌های سوالات تخصصی از طیف لیکرت استفاده می‌شود.

| | | | | | |
|------------|------|-------|----|----------|---------------|
| بسیار زیاد | زیاد | متوسط | کم | بسیار کم | گزینه انتخابی |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | امتیاز |

نمره دهی به سوالات در طیف لیکرت

روایی پرسشنامه

مقصود از روایی آن است که وسیله اندازه گیری، بتواند خصیصه و ویژگی مورد نظر را اندازه بگیرد. در پایان نامه‌های مدیریت عموماً برای بررسی روایی پرسشنامه از روش روایی صوری و محتوایی استفاده می‌شود.

پایایی پرسشنامه

قابلیت پایایی یکی از ویژگی‌های فنی ابزار اندازه‌گیری است که نشان می‌دهد ابزار اندازه‌گیری تا چه اندازه نتایج یکسانی در شرایط مشابه به دست می‌دهد. یکی از روش‌های محاسبه پایایی، ضریب آلفای کرونباخ است

زبان و واژه پردازی پرسشنامه

زبان پرسشنامه باید با میزان درک پاسخ دهندگان همخوان باشد. گزینش واژگان به سطح تحصیلی و چهارچوب داورى افراد و نیز فرهنگ موجود بستگی دارد. مثلاً در مواردی که یک زبان در یک پاره فرهنگ خود به طور محاوره‌ای و در پاره فرهنگ دیگر خود به صورت رسمی به کار می‌رود، برخی واژه‌ها احتمالاً در یکی از آنها برای دیگری بیگانه است یا اینکه برخی کارگران شاید واژه‌هایی همچون ساختار سازمانی، را درک نکنند. بدین ترتیب واژه‌ها را باید به گونه‌ای برگزیند که برای پاسخ دهندگان قابل فهم باشد. اگر آنها برخی پرسشها را درک نکنند یا به گونه‌ای دیگر تفسیر کنند، پژوهشگر پاسخهای نادرست و همراه با سوگیری دریافت می‌کند. از این رو سوالاتی که پرسیده می‌شود یا زبانی که به کار می‌رود و واژگانی که به کار گرفته می‌شود باید نگرشها، تصورات و احساسات پاسخ دهندگان را در نظر بگیرد.

نحوه تهیه پرسشنامه

در پژوهش‌هایی که از پرسشنامه استفاده می‌شود، اعضا نمونه یا جامعه، با پر کردن پرسشنامه و بازگرداندن آن به پژوهشگر در مصاحبه‌ای که خود آن را بر عهده داشته‌اند شرکت می‌کنند. به همین دلیل سؤال‌ها و راهنمایی‌های مربوط به آن باید به اندازه کافی روشن و قابل فهم باشد تا پاسخگو نقش مصاحبه‌کننده را نیز اجرا کند این گونه پرسشنامه

گردآورنده: زلیخا لطفی

ها را نیز می توان در محل های موردنظر مثل منازل و محل کار اشخاص و اماکن عمومی مثل مراکز خرید و تفریحی و در بین اعضای گروه های موردنظر توزیع نمود. از آنجا که پرسشنامه جنبه خوداجرایی دارد باید به شیوه ای نوشته یا بیان شود که بتواند افراد موردنظر را مشارکت ترغیب کند. دستورالعمل، سؤال ها و راهنمایی آن باید به گونه ای طرح شود که افراد مورد نظر را به ادامه همکاری و برگرداندن پرسشنامه علاقه مند نماید؛ این امر به خاطر عدم حضور مصاحبه گر واقعی برای توضیح بیشتر و تشویق پاسخ دهنده است.

زمینه یابی

(الف) هدف:

اولین قدم در اجرای زمینه یابی پرسشنامه تهیه فهرستی از هدف هایی است که پژوهشگر قصد دارد به کمک پرسشنامه به آنها برسد؛ تهیه و تنظیم پرسشنامه قبل از داشتن درک روشنی از آنچه که باید حاصل شود تقریباً ناممکن است.

(ب) بیان مسأله:

هدف زمینه یابی پرسشنامه ای توصیف رفتار، طرز تفکر، احساس ویژه یا آزمون رابطه بین دو یا چند متغیر است. برای مثال پژوهشگر ممکن است به توصیف موارد زیر علاقه مند باشد. چه مقداری از خانواده خرید کالای معین را در نظر دارند؟ طرز تفکر صاحبان صنایع در مورد دانشجویان طراحی صنعتی چگونه است؟ احساس مردم در مورد برند های مختلف کالاها چگونه می باشد و غیره.

(ج) تعیین جامعه و انتخاب نمونه:

تعیین جامعه در بیشتر موارد در نکاتی همچون اهمیت موضوع، قابلیت تعمیم پذیری، علاقه پژوهشگر و منابع اطلاعاتی مبتنی است جامعه موردنظر، شهرک، شهر، استان، کشور، منطقه آموزشی واحد نظامی یا زیر گروهی از واحدهای ذکر شده نظیر گروه های قومی، مذهبی، سنی و شغلی باشد به علت وسعت زیاد جامعه موردنظر، همیشه مطالعه تمام آن مقدور نیست به علاوه برای توصیف ویژگی های جامعه موردنظر و آزمون فرضیه در مورد آن نیازی به مطالعه تمام اعضای جامعه نیست. در عوض به انتخاب نمونه ای از اعضای جامعه که معرف و نماینده واقعی آن باشند اقدام می شود.

تنظیم پرسشنامه:

1. سؤال های پرسشنامه باید ساده، روشن و دقیق باشند؛ زیرا هنگام پاسخگویی به آنها کسی جهت تعریف و توضیح حضور ندارد.

2. سؤالات پرسشنامه باید به صورت پاسخ بسته نوشته شود و بهتر است تعداد سؤال های پاسخ باز به حداقل ممکن برسد، امکان دارد پاسخ هایی که به سؤالات باز داده می شود ناتمام و بی ربط باشند. ناخوانایی، غلط املائی و تفسیر پاسخ های باز از دیگر مشکلات سؤال های پاسخ باز می باشند.

3. به صورت اضافی و به خاطر جلوگیری از اشتباه از سؤالات گزیده استفاده می شود. سؤال های گزیده به پرسش هایی گفته می شوند که گروه معینی از پاسخ دهندگان به آن پاسخ

گردآورنده: زلیخا لطفی

می دهند. برای مثال با مطرح کردن سؤالی درباره وضعیت تأهل در پرسشنامه می توان پاسخ دهندگان متأهل را شناسایی کرد و سپس پرسش های مربوط به فرزند، یا فرزندان، همسر و سایر موارد را مطرح نمود. هر سؤال گزیده به راهنمایی خاص خود نیاز دارد.

4. سؤال های مربوط به گذشته را در یک محدوده زمانی مشخص مطرح کنید در صورتی که قصد دارید درباره رفتار گذشته افراد اطلاعاتی کسب کنید، زمان مورد نظر را مشخص کنید. برای مثال این سؤال که چندبار مرتکب تخلفات رانندگی شده اید بسیار مهم است. عدم وجود محدوده زمانی مشخص در چنین سؤال هایی موجب می شود که افراد پاسخ های خود را به زمان های متفاوت نسبت دهند. لذا اطلاعاتی که در این گونه موارد به دست می آید در بهترین حالات فاقد انسجام خواهند بود و در بدترین شرایط به قدری مبهم اند که نمی توان بر اساس آنها دست به تحلیل زد. در محدوده های زمانی که چنین سؤال هایی به کار می روند به صورت زیر باید عمل شود که به صورت عبارت هایی همچون: در 5 سال گذشته، در یک سال گذشته، در یک ماه گذشته و یا اینکه اساساً سؤال کرد چه موقع برای اندازه گیری تعداد دفعاتی که رفتار افراد در آن ارتباط انجام شده است، اغلب محدوده زمانی کوتاه تر مناسب است زیرا پاسخ دهندگان نمی توانند وقوع رفتارهای خود را در زمان های طولانی به یاد آورند.

5. برای سؤال های حساس چارچوب مناسبی فراهم سازید گاهی اوقات پرسش هایی مطرح می شوند که ممکن است مغایر عقیده، باور، نگرش و مکاتب فکری باشند.

6. تعدادی از سؤال های پرسشنامه را به ویژگی های فردی و جمعیتی اختصاص دهید. این نوع سؤال ها که بر ویژگی هایی فردی تأکید دارند در قالب پرسشنامه ها مطرح می شود این پرسش ها از مواردی که این شرح تشکیل شده اند: سن، جنس، وضعیت تأهل، قوم و نژاد، تحصیلات، شغل، درآمد و گاهی اوقات مذهب، نوع مالکیت محل مسکونی، ترکیب خانوادگی.

7. سؤال های پرسشنامه باید یکی از جنبه های هدف و یا فرضیه صورت بندی شده را اندازه گیری کند به منظور تهیه و تنظیم پرسشنامه ای مناسب باید هر یک از سؤال های پرسشنامه هدفی را اندازه گیری کند؛ به عبارت دیگر سؤال باید به شیوه ای تنظیم شود که به کمک آنها بتوان اطلاعات لازم برای پاسخ دادن به سؤال های تحقیق یا آزمون فرضیه های صورت بندی شده جمع آوری کرد.

8. سؤال های پرسشنامه را با توجه به موضوع پژوهش در ارتباط با خصوصیت جامعه ای که پرسشنامه در آن اجرا می شود تعیین کنید. نظم و ترتیبی که سؤال های پرسشنامه بر اساس آن طرح می شود متفاوت است. ولی در اینکه جای هر سؤالی کجا باشد اتفاق نظری وجود ندارد. بعضی ترجیح می دهند که نکات مربوط به ویژگی های فردی و خانوادگی در ابتدای پرسشنامه و سؤال های حساس در آخر آورده شود و برخی عکس این عمل را انجام می دهند در واقع این پژوهشگر است که باید با توجه به بینشی که در مورد موضوع و جامعه ی پژوهشی خود دارد جای هر سؤال یا نظم و ترتیب آنها را تعیین نماید. چنانچه موضوع اهمیت قابل توجهی داشته باشد بهترین شیوه آن است که پرسش های مربوط به موضوع اصلی را در ابتدا بیاوریم تا بالاترین نسبت پاسخ دهی به دست آید.

9. صفحه اول پرسشنامه بایست مربوط به نحوه ی پاسخگویی به سؤال ها باشد.

طرح پرسشنامه:

توصیه های زیر که بر اساس تجربه و تحقیق به دست آمده اند در تهیه و تنظیم پرسشنامه به شما کمک می کند:

- 1- پرسشنامه را جذاب کنید. یکی از راه های رسیدن به این هدف چاپ پرسشنامه است.
- 2- پرسشنامه را صفحه بندی کنید.
- 3- سؤال های پرسشنامه را تا حد ممکن به شکل ساده طرح کنید به نحوی که پاسخگویی به آنها آسان باشد.
- 4- در ابتدا و انتهای پرسشنامه، نام و نام خانوادگی و آدرسی را که پرسشنامه به آنجا فرستاده شود ذکر کنید.
- 5- نحوه پاسخگویی به سؤال ها را خیلی ساده و با حروف درشت ذکر کنید.
- 6- در ابتدای هر نوع سؤال یک مثال مطرح و نحوه پاسخگویی به آن را مشخص کنید.
- 7- سؤال های پرسشنامه را براساس نظم منطقی مطرح کنید.
- 8- در ابتدای پرسشنامه سؤال هایی را مطرح کنید که جالب هستند.
- 9- در پرسشنامه هایی که خیلی طولانی هستند سؤالات مهم را در آخر پرسشنامه نیاورید.
- 10- از به کاربردن کلماتی که پاسخ دهندگان نسبت به آنها حساس هستند خودداری نمایید.
- 11- در هر سؤال اطلاعات را به طور کامل بیان کنید به نحوی که سؤال برای پاسخ دهنده معنی دار باشد.
- 12- طول پرسشنامه بر دقت پاسخگویی تأثیر دارد بنابراین در صورت امکان پرسشنامه را مختصر مطرح کنید. به عبارت دیگر در پرسشنامه فقط سؤال هایی را مطرح کنید که در جهت رسیدن به هدف های پژوهش موردنیاز هستند.

انواع مقیاس اندازه گیری متغیرها

يك متغير را مي‌توان در سطوح مختلف اندازه‌گيري كرد. انتخاب سطح مناسب براي اندازه‌گيري متغير مورد مطالعه باعث مي‌شود كه داده‌ها مورد گردآوري گوياي واقعيت مورد مطالعه باشند. به‌طور كلي چهار سطح يا مقیاس براي اندازه‌گيري متغيرها مي‌توان منظور داشت: مقیاس اسمي، مقیاس رتبه‌اي، مقیاس فاصله‌اي و مقیاس نسبي.

گردآورنده: زلیخا لطفی

مقیاس اسمی

مقیاس اسمی برای اندازه‌گیری متغیرهای مقوله‌ای به کار می‌رود. این مقیاس شامل حداقل دو مقوله متمایز است که هیچگونه تقدم یا تأخر در آن وجود ندارد. به عبارت دیگر میان مقوله‌های مقیاس اسمی نمی‌توان ترتیب خاصی در نظر گرفت. مثلاً برای متغیر جنسیت، دو مقوله نمی‌توان ترتیب ویژه‌ای منظور داشت.

مقیاس رتبه‌ای

مقیاس رتبه‌ای برای اندازه‌گیری متغیرهایی بکار می‌رود که پیوسته بوده و تفاوت حالت‌های مختلف صفت متغیر فقط از نظر سلسله مراتب وضع افراد قابل نمایان ساختن باشد. مثلاً برای تعیین رتبه‌های کنکور می‌توان مقیاس رتبه‌ای را بکار برد و افراد را در مراتب: رتبه اول، دوم تا رتبه آخر دسته‌بندی کرد. از جمله متغیرهایی که مقیاس رتبه‌ای برای آنها بکار می‌رود متغیر نگرش می‌باشد.

مقیاس فاصله‌ای

مقیاس فاصله‌ای مقیاسی است که به وسیله آن می‌توان متغیرهای کمی را که دارای مبدأ اختیاری هستند اندازه‌گیری کرد. به وسیله این مقیاس نه تنها می‌توان افراد را رتبه‌بندی کرد بلکه تفاوت آنها، از نظر صفت متغیر مورد مطالعه، را نیز می‌توان معین کرد. اما این مقیاس دارای صفر مطلق نمی‌باشد. مثلاً برای اندازه‌گیری هوش، ارزیابی عملکرد از مقیاس فاصله‌ای استفاده می‌شود. چه متغیر هوش دارای مقدار صفر نمی‌باشد.

مقیاس نسبی

مقیاس نسبی، که بالاترین سطح اندازه‌گیری است، مقیاسی است که دارای مبدأ صفر مطلق بوده و از فاصله‌های مساوی برخوردار است. برای هر دو مقدار این مقیاس می‌توان نسبی را تعیین کرد که حاکی از بیشترین مقدار صفت متغیر در یک فرد نسبت به فرد دیگر مورد مطالعه باشد. مثلاً در اندازه‌گیری سال‌های خدمت کارکنان، می‌توان فردی یافت که تازه استخدام باشد و سابقه خدمتش صفر باشد. همچنین، مثلاً، می‌توان نسبت سابقه خدمت دو نفر که یکی دارای سابقه خدمت 10 سال و دیگری 5 سال است را حساب کرد. در این مثال، نفر اول سابقه خدمتش دوبرابر نفر دوم است و نسبت سابقه‌شان 2 می‌باشد که مساوی نسبت سابقه خدمت دونفر دیگر از کارکنان است که سابقه خدمت آنان به ترتیب 6 سال و 3 سال می‌باشد. به عبارت دیگر مقیاس نسبی علاوه بر دارا بودن ویژگی‌های مقیاس فاصله‌ای دارای مبدأ واقعی (صفر مطلق) نیز می‌باشد.

استفاده از آمار در پژوهش ها

مقاله هاي علمي-پژوهشي رابه وسيله روش ها و آزمون هاي آماري كه در مقاله استفاده شده است می شناسند امروزه بندرت مي توان بدون استفاده از روشهاي آماري اقدام به تفسير، تبیین و تحليل نتايج به دست آمده از تحقيق ها و پژوهش هاي علمي كرد.

آمار دو شاخه آمار توصيفي و آمار استنباطي دارد ، فراواني، ميانگين واريانس و ... روش های آمار استنباطی است .

آماره استنباطی و آمار توصیفی

در يك پژوهش جهت بررسي و توصيف ويژگيهاي عمومي پاسخ دهندگان از روش هاي موجود در آمار توصيفي مانند جداول توزيع فراواني، در صد فراواني، درصد فراواني تجمعي و ميانگين استفاده ميگردد.

پژوهشگر با استفاده از مقادير نمونه آماره ها را محاسبه ميکنند و به وسيله آزمون فرض آماره محاسبه پارامترهاي جامعه را به پارامتر های جامعه تعميم می دهد.

منابع

منبع اصلي: روش هاي تحقيق در علوم رفتاري، تاليف دكتور زهره سرمد، عباس بازرگان و الهه حجازي. 1376، موسسه نشر آگه، تهران(حافظ نيا، 1377 (خاكي، 1378)

عادل آذر (1384). آمار و کاربرد آن در مديريت، جلد اول، انتشارات سمت، تهران، چاپ دوازدهم

عادل آذر، (1386). آمار و کاربرد آن در مديريت، جلد دوم، انتشارات سمت، تهران، چاپ 2- يازدهم

در شرکت ذوب آهن، پايان نامه کارشناسي CRM حبيبي، آرش(1385). بکارگيري نرم افزار -3 ارشد

زهره سرمد، و ديگران(1378). روش هاي تحقيق در علوم رفتاري، انتشارات آگه، تهران، 4- چاپ دوم

آمار علوم انساني براي آمادگي داوطلبان کنکور کارشناسي .(1386)فرجي، نصرالله 5- ارشد، انتشارات پوران پژوهش و پاگاه مقاله پارس مدير

نمونه ای از موضوعات پیشنهادی

- 1- بررسی سیر تکاملی استراتژیهای مدیریت منابع انسانی
- 2- بررسی رفتارهای مالی و برگشت بلند مدت اثر بخشی بازار
- 3- تأثیر عوامل ناخودآگاه بر الگوهای خرید
- 4- توانایی مدیران در مدیریت محدودیتهای آنها
- 5- مدیریت سبز و چالشهای مربوط به آن
- 6- تأثیر شرایط اقتصادی بر رفتارهای مصرف کنندگان
- 7- کارآفرینی در رابطه با تولیدات دانش بنیان
- 8- مطالعه عملکرد مدیریت و تعهد کارمندان
- 9- بررسی سیر تکاملی حضور زنان در تحصیلات تکمیلی
- 10- بررسی افزایش انگیزش کارکنان و رضایت مشتریان

با تشکر

قربانی