

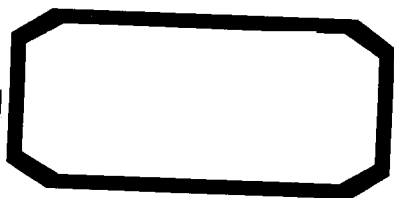
管理研究方法

卫海英 刘红艳 杨德锋 编著



中国统计出版社
China Statistics Press

本书是广东省研



管理研究方法》
果

管理研究方法

卫海英 刘红艳 杨德锋 编著

 中国统计出版社
China Statistics Press

(京)新登字 041 号

图书在版编目(CIP)数据

管理研究方法/卫海英,刘红艳,杨德锋编著. —北京:中国统计出版社, 2012. 7

ISBN 978—7—5037—6608—4

I. ①管 II. ①卫… ②刘… ③杨… III. ①管理学—研究方法 IV. ①C93—3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 167189 号

管理研究方法

作者/卫海英 刘红艳 杨德锋

责任编辑/张 赏

封面设计/孙 婷

出版发行/中国统计出版社

通信地址/北京市西城区月坛南街 57 号 邮政编码/100826

办公地址/北京市丰台区西三环南路甲 6 号

网 址/<http://csp.stats.gov.cn>

电 话/邮购(010)63376907 书店(010)68783172

印 刷/河北天普润印刷厂

经 销/新华书店

开 本/710×1000mm 1/16

字 数/200 千字

印 张/12.75

版 别/2012 年 9 月第 1 版

版 次/2012 年 9 月第 1 次印刷

书 号/ISBN 978—7—5037—6608—4/C. 2886

定 价/24.00 元

版权所有。未经许可,本书的任何部分不得以任何方式在世界任何地区

以任何文字翻印、拷贝、仿制或转载。

中国统计版图书,如有印装错误,本社发行部负责调换。

前 言

以下两个原因促成了本书的撰写工作：

1. 在面向企业服务的经历中，我们发现现代管理正越来越依赖通过科学的方法与态度，以求解释管理现象、揭示客观规律、预测发展趋势。在现代商业实践与管理活动日趋复杂且快速变化的背景下，管理学者及业界经理人面临的重大挑战之一便是如何提高管理决策的科学性。然而，当前我国许多企业管理决策是根据决策者个人的直觉、感悟或灵感进行的，缺乏分析模型或工具的有效支持。如果能在充满思辨思维的管理活动领域引入规范的、科学的管理研究方法，使具有实践经验的经理人养成定性与定量分析相结合的决策行为模式，将是一件很有意义的事。

2. 在长期的管理类研究生教育中，我们深感以规范的研究方法为代表的学术训练对提高研究生培养质量以及整体学术水平有巨大作用。较长一段时间以来，管理研究方法不够规范是导致我国管理研究水平落后于世界先进水平的主要原因之一，研究成果很难被国际学术界的主流所接受。许多研究生，也包括一些管理学者，缺乏这方面的学术训练，在管理研究中仍然多以个人判断或主观愿望替代逻辑推论，以论证式的思辨代替严谨的实证分析。

基于这一严峻现状，我国管理学界正大力倡导采用科学而规范的研究方法进行管理研究。暨南大学也在经管专业的研究生培养过程中以多种方式引入了规范研究方法的讲授与训练，并取得了非常显著的效果。本书的许多内容正是来源于近年来所讲授的研究生课程和经理人员培训课程。

本书的目标是让读者能够系统地接受科学分析和处理管理问题的规范性训练，包括对特定管理问题的研究设计、围绕管理问题建立概念性分析框架、使用恰当的定性和定量数据收集和分析技

术作为调查手段、通过数据分析结果验证或修正假设等。本书由暨南大学管理学院长期从事管理研究方法教学的老师及其学生共同完成。全文的内容是相互关联的,但每一章仍尽可能自成一体,读者可以直接参考感兴趣的章节。全书由卫海英拟定章节结构与内容,由卫海英、刘红艳、杨德锋进行修改与总纂。全书共分为八章,第一章:卫海英撰写,主要对管理研究进行概述,以此作为全书的总论。第二章:魏巍撰写,主要依据界定问题→提出假设→选择研究方法的顺序介绍了管理研究设计的全过程。第三章:王瑞撰写,主要对问卷调查法、实验法、二手资料搜集法、观察法和访谈法这5种广泛使用的数据采集方法进行介绍。第四章:刘红艳撰写,主要阐述了变量的定义、变量分类以及变量的操作方法。第五章:骆紫薇撰写,主要从研究的效度和信度两个方面阐述如何评价一项管理研究的质量。第六章:章晶、易丹撰写,主要讨论了常见的模型分类、构建模型的方法选择原则和注意事项、概念模型的提炼步骤、探索性因子分析和验证性因子分析的比较与分析过程、概念模型提炼中的问题等。第七章:杨德锋撰写,主要介绍了回归分析和结构方程模型这两种常用的建构管理模型的方法。第八章:钱刚毅撰写,从创新性、规范性以及可读性三个方面探讨撰写学术论文的要领,并提供了相当数量的范例供分析讨论。

本书可用作:

- MBA层次的管理研究方法课程的教科书;
- 研究生层次的管理研究方法课程的教科书;
- 教师、咨询师和从事管理实践的经理人的参考书。

当然,仅仅一本书不可能深入地包含所有相关的领域。事实上,对于管理研究方法论所包含的确切内容还有相当多的争议。我们在本书中设法提供了规范的管理研究方法最为关键的若干涉及面。本书的撰写不可避免地参考了大量国内外同行的相关研究成果,所参考的著作文献,凡属专门引用的,都尽可能地表明了作者、出处,同时为了表示对著作、文献作者的谢意,在每章的最后列出了相关参考文献。限于篇幅在此就不一一列举。由于作者水平所限,书中肯定存在着一些缺点和不足,敬请读者朋友们批评指正。

目 录

| | |
|-------------------|-----------|
| 第一章 管理研究概述 | 1 |
| 1.1 管理研究及其研究对象 | 1 |
| 1.2 管理研究方法的体系与分类 | 5 |
| 1.3 管理研究的目的 | 8 |
| 1.4 管理研究范式与要素 | 10 |
| 1.5 管理研究中的常见错误 | 14 |
| 1.6 中国管理研究展望 | 15 |
| 思考题 | 16 |
| 参考文献 | 16 |
| 第二章 管理研究设计 | 19 |
| 2.1 管理研究设计概述 | 19 |
| 2.2 界定管理研究问题 | 25 |
| 2.3 研究假设的提出 | 29 |
| 2.4 管理研究方法的选择 | 33 |
| 思考题 | 39 |
| 参考文献 | 39 |
| 第三章 数据采集方法 | 41 |
| 3.1 问卷调查法 | 41 |
| 3.2 实验法 | 53 |
| 3.3 二手资料搜集法 | 64 |
| 3.4 访谈法 | 68 |
| 3.5 观察法 | 71 |
| 思考题 | 72 |

2 管理研究方法

参考文献 72

第四章 管理研究中的变量 74

- 4.1 变量概述 74
- 4.2 变量之间的关系 78
- 4.3 变量间关系的研究设计与统计检验 80
- 4.4 管理研究中的调节变量和中介变量 83
- 思考题 90
- 参考文献 91

第五章 效度与信度 92

- 5.1 概述 92
- 5.2 构念效度 95
- 5.3 内部效度 100
- 5.4 统计结论效度 103
- 5.5 外部效度 104
- 5.6 信度 106
- 5.7 研究中通常应报告的信效度 109
- 5.8 研究热点问题讨论 112
- 思考题 113
- 参考文献 114

第六章 概念模型的提炼 116

- 6.1 常见的模型分类 117
- 6.2 建构模型的方法选择原则和注意事项 119
- 6.3 提炼概念模型的步骤 121
- 6.4 探索性因子分析与验证性因子分析的比较 125
- 6.5 探索性因子分析与验证性因子分析的分析过程 127
- 6.6 概念模型提炼中的问题讨论 140
- 思考题 142
- 参考文献 142

| | |
|------------------------|-----|
| 第七章 两种常用管理模型的建构 | 144 |
| 7.1 回归分析与管理模型的建构 | 144 |
| 7.2 结构方程模型与管理模型的建构 | 153 |
| 7.3 管理模型的价值与评价 | 169 |
| 思考题 | 173 |
| 参考文献 | 173 |
| 第八章 学术论文的撰写 | 174 |
| 8.1 从选题到选刊:让创新性凸显 | 175 |
| 8.2 学术论文的规范形式 | 182 |
| 8.3. 结构模块的撰写要领 | 184 |
| 思考题 | 193 |
| 参考文献 | 193 |

第一章

管理研究概述

科学研究是以系统的、有控制的、实验的、严谨的方法来探讨对于现象之间的关系所做的假设命题。

——Kerlinger(1986)

1.1 管理研究及其研究对象

工业界和学术界对管理的共识之一就是管理学具有显著的科学特征。管理研究广泛存在于各类组织的各类管理决策之中,需要从实践中收集、归纳、检测数据,提出假设,验证假设,从中抽象总结出一系列反映管理活动过程中客观规律的管理理论和一般方法。本章将就管理研究的特征、目的、范式、要素等进行讨论。

1.1.1 什么是管理研究

承认管理具有科学性即意味着管理研究也是科学研究的一种。“研究”一词对我们来说并不陌生,但是对“研究”的界定却不一而论。在我们的观念中,进行文献的整合与梳理可能是研究,进行实证分析是研究,进行经验研究也是研究。我们如何正确认识和理解“研究”呢?

韦伯大辞典将研究定义为:“在某知识领域进行仔细、系统、耐心的学习与调查,以发现和确立事实或原则”。研究是为了使我们对所关心的和所感兴趣的现象增进认识而收集、分析资料信息的系列过程(Leedy and Ormrod, 2005);研究是一种结构性的探索,使用科学的方法论来解决问题,产生新的可应用知识(Grinnell, 1993);还有学者认为研究是一种系统性的调查,是一种发现问题答案的动态过程。同时,研究是一种技术,也是思考的方法,包括批判并检验专业领域中的不同观点、探讨并形成特定程序的指导原则、发展并提出能

增强专业知识的新理论。

综上所述可以发现,对研究的定义基本核心都是发现和解决问题,研究是利用有计划与有系统的资料收集、分析和解释的方法,解决问题的过程。

管理研究,就其字面意思而言,就是对管理的研究。那什么是管理?众多管理大师从多个角度给出了管理的内涵:科学管理理论创始人泰勒认为,管理是一门怎样建立目标,然后用最好的方法经过他人的努力来达到目标的艺术;法约尔认为管理就是计划、组织、指挥、协调、控制;韦伯则认为管理就是协调活动。这些定义共同强调了管理的目的就是达成组织的目标。管理研究必然服务于管理,站在这个出发点,美国学者柯林格(Kerlinger, 1986)给出了管理研究的定义:管理研究是以系统的、有控制的、实验的、严谨的方法来探讨管理决策需要认识的现象和需要解决的问题。

管理研究是基于某个管理现象或管理问题而进行的研究,具体来讲具有以下几个特征:

(1)问题导向。在管理实践中,存在很多有趣的值得深入探讨的问题。管理是一门实践性很强的学科,离开社会实践,学科将失去发展动力。这就要求我们以管理中的现实问题作为管理研究的起点。因此,好奇心很重要,成功的管理研究者往往对管理中可能存在的问题抱有极大的好奇心。当然,管理研究的最终目的是为了解决特定的管理现实问题,如销售额下降、利润下降、员工离职率高等。

(2)目标明确。管理研究是问题导向的,但是管理世界中的问题很多,一个人精力又有限,这时明确的目标是必须的。在进行研究的过程中,必须有一个明确而清晰的目标,这个目标是指引研究者进行探索的灯塔。研究者必须能清晰表述研究问题,要求用词准确、简明扼要地说明研究所达到的目标。

(3)计划完整。清晰合理的研究计划是进行管理研究的基础。一个完整的管理研究计划应既包括时间上的进度安排,也包括空间上的资源配置。只有在整体上进行安排,并有针对性的使用具体的研究方法,以获得解决问题所需要的相关资料,才能保证管理研究的顺利进行。

(4)化整为零。很多时候,我们遇到的研究难题是题目过大而不知道从何下手。譬如说,研究多维品牌互动对品牌资产的影响这一课题,需要考虑的因素就很多,互动的质量、强度以及互动的方向等。如果放在一个课题里研究,则需要解决的问题太多,可能没有办法一一解决,又或者都只能触及皮毛;但是如果拆解成互动质量对品牌资产的影响、互动方向对品牌资产的影响等多个课题,问题就变得相对简单了。大多数研究课题可以细分为多个子课题,当这些子课题解决之后,主课题就会迎刃而解。

(5)假设引导。假设是有逻辑的推测、有理由的猜测、有根据的推理。它给正在调查的现象提供了一种尝试性解释。假设并不是因为研究才存在的,在日常生活中,我们也会遇见很多假设的情况,假设代表着人们思考问题的自然模式。当品牌危机发生后,消费者最可能的反应是什么,而这些反应又建立在一些合理的逻辑推理上,这就是假设。一旦某个假设被越来越多的资料所证实,那这个假设就会演变成理论。

(6)资料阐释。资料的分析往往是主观的,它基于研究者的假设、推测及逻辑推理过程。但对资料分析结果的阐释所下的结论应该是客观的,因为这些结论是依据实际资料的推导而非个人主观的或情绪性的判断而来。

综上所述,管理研究服务于管理本身,目的是为了有效实现管理目标,实现目标依赖于一定的资料、方法、技术和思维方式。

1.1.2 管理研究的特质

管理研究是对管理的研究,是服务于管理本身的研究,那么管理研究作为一门社会科学研究与自然科学研究有什么差异和特质呢?这是我们做管理研究前必须弄明白的问题。

在自然科学研究中,研究对象主要是物质世界及自然现象(比如光、植物生长或化学反应),我们对这些对象的认识在不断变化和深入。而在社会科学研究中,研究对象是人类社会和具有自我意识的人或组织,这些都决定了管理研究不同于自然科学研究的特质:

(1)管理研究的实践性。管理学是一门应用科学。从一般意义上讲,人们可以把学科划分为基础学科和应用学科。基础学科以“是什么”和“为什么”作为学科研究的重点,以创造和更新思想、原理、范式及其相关知识作为主要任务,对人类实践具有深刻的认识意义和指导作用。应用学科在研究“是什么”和“为什么”的前提下,以“如何操作”作为学科研究的重点,以创造和更新直接用于实践的理论和方法为使命。作为一门独立的学科,管理学自产生起,就是以管理实践活动的直接效用性为特征的,研究对象的边界相对清晰,主要以组织为对象,强调系统性,探察组织内部发生各种现象的动因、结构、机制,并以提升绩效为根本方向,因而具有应用学科的特点。因此,管理研究必须强调理论、方法与实践的紧密联系。

(2)管理研究的多重目的性。一般来说,管理研究可以达到以下一些目的:
①控制:能发现达到预期目标的方法和步骤;②预测:若如何做,必定会怎样;③指导——应该这样做;④建议——可以这样做;⑤启发——有人这样做,并取得过成功;⑥描述——有人这样做;⑦验证——这个道理成立的程度。

(3)管理研究的复杂性。我们知道,社会科学是一门极为复杂的学科,原因在于社会科学研究一般严格地规定了研究前提。如果前提发生变化,研究结论也可能随之改变。作为社会科学的一个门类,管理科学也具有这种复杂性。因此在管理研究中,对提出的理论或模型要格外小心地说明其前提和适用范围。管理研究虽然可借用自然科学和工程技术学科的研究思路和方法,但由于其研究对象中人类行为的复杂性,使得研究得到的管理理论并不会像自然科学和工程技术学科的理论那样确定和易于证明(席西民,1998)。

(4)管理研究的文化特性。在很多研究中,我们都会发现,在中国适用的理论到美国就不一定适应;在A公司适用的理论到B公司也不一定适用。前者的差异主要在于国家文化的差异,后者的差异主要在于企业文化的差异,这就是管理研究的文化特性。因此,这就要求在进行研究时,必须强调三个方面:明确的假设前提、严格的逻辑证明与敏锐的观察和创造性的思考。

管理研究的起源和社会科学研究一样,受到自然科学的启迪(李怀祖,2004)。在百余年的历程中,管理学科得到了长足的发展,但是,对于一门学科来讲,百余年的历史是十分短暂的。随着人类生产和社会的迅速发展和进步,一方面,管理学研究形成的若干范畴、理论、方法和规律,都需要进一步得到实践的验证,需要进一步深化和细化;另一方面,管理学研究面临着许多新的课题和研究领域。因此,管理学的研究必然会随着管理实践的发展而不断发展,使之更加科学化,更加适应管理实践的需要。

1.1.3 管理研究的对象

(1)管理的对象

管理是社会组织中,为了实现预期的目标,以人为中心进行的协调活动。马庆国(2008)认为,管理对象可分为两类系统。第一类系统是直接对象不包含人的系统,例如:股票价格系统、账目系统等;第二类系统则是直接对象包含人的系统,这类系统是大量存在的。例如:学校、企业、班组等。第一类系统是实物性系统,主要由客观存在的物质决定;第二类系统是人员性系统,主要由具有主观意识的人决定。无论是第一系统还是第二系统,管理对象都具有系统性。这也就决定了管理研究对象的系统性。

(2)管理研究的对象

尽管管理的对象只包括两大系统,管理科学的研究对象却不仅限于此。它不仅包括两类对象的特征、演变规律,还研究如何更有效地管理好这两类对象,更好达到所设定目标的理论与方法。综上所述,管理研究的对象也分为两大类:管理对象的特征、演变规律,高效达到管理目标的理论与方法。

管理对象的特征是对管理现象现状的描述,管理对象的演化规律是对管理现象未来发展趋势的描述。譬如说,了解员工的业绩,这是对管理现象特征的描述;而品牌危机发生后消费者态度的变化,则是管理对象演化规律的研究。

管理学研究中高效达到管理目标的理论与方法是对管理现象现状进行改变的方式方法。譬如说,研究企业业绩增长的方法就属于对管理现象现状改变的研究。在管理学的研究中,高效达到管理目标的理论与方法主要是优化方法与优化模型。

管理研究这两类对象,前一类是如何认识现象,从而解释现象;后一类是如何改变现象。

1.2 管理研究方法的体系与分类

1.2.1 管理研究方法的体系

任何事物都有质的规定性和量的规定性,原则上都可以从质和量两个方面来把握。一般认为,确定事物内部和外部各种数量关系的方法,叫做定量的分析方法;确定事物及其运动状态的性质的方法,叫做定性的分析方法。在管理研究中,学者运用数理知识方法,对管理现象及其发展趋势,以及与之相联系的各种因素,进行计算、测量、推导等,属于定量研究。研究者对管理现象的基本情况判断,粗略统计和估计属于定性研究。定性是粗略的定量,定量是精确的定性。在现代管理研究中,定量研究显得愈来愈重要。但我们并不能排斥或忽视定性研究。这不仅是由于定性是定量的基础,而且还在于,有许多事物和现象运用目前的手段还难于进行定量研究,从而使定量方法受到限制。定量分析和定性分析又是相互渗透的,许多问题的解决,常常需要二者相互补充。于是,结合了定性和定量分析的混合型研究也时常出现在学术期刊中。表 1-1 对三类研究做了较为详细的差异比较,图 1-1 是学者们分析了营销权威期刊 *Journal of Marketing* 中三类研究的比重变化情况(其中实验法常作为定性或定量分析的组成部分)。显然,定量研究一直是营销学界甚至整个管理学界的主流研究范式。

表 1-1 三类研究的比较

| 趋向或特征 | 定性研究 | 定量研究 | 混合研究 |
|--------|---|--|---|
| 哲学假设 | 建构主义、辩护或参与式知识观 | 后实证主义知识观 | 实用主义知识观 |
| 研究策略 | 现象学方法扎根理论、民族志、案例研究和叙事研究 | 测量和实验 | 顺序法、并行法和转换法 |
| 研究方法 | 开放式问题、即时呈现的方式、文本或图像资料 | 封闭式问题、预设的方法和数据资料 | 开放—封闭式问题、即时呈现—预设方法 定性—定量的数据和分析 |
| 研究者的操作 | 确定研究者在研究中的位置;收集参与者的看法;关注单一概念或现象;研究中带入个人价值观;研究参与者的背景;验证结果的精确性;解释数据;创设变化或变革议程和参与者合作 | 验证理论或解释;研究变量;阐述问题或假设中的变量、信度和效度的应用标准;观察和测量数量化信息;使用无偏见的方法;使用统计程序 | 既收集定量数据,又收集定性数据;为了整合研究中不同的资料而创设理论依据;提供一个可视的研究步骤图;使用定性和定量研究的具体方法 |

资料来源:约翰·克雷威尔,2007. 研究设计与写作指导:定性、定量与混合研究的路径. 崔延强译. 重庆大学出版社

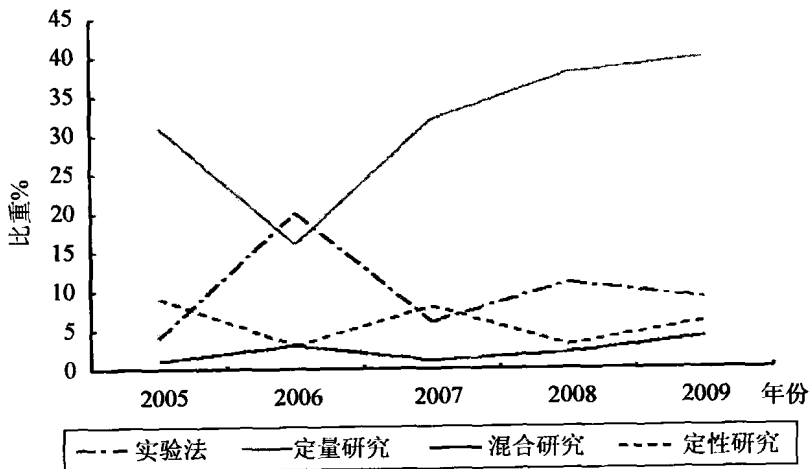


图 1-1 研究方法变化时间序列

资料来源:杨宜苗,马晓慧,郭岩. 西方市场营销研究的主题方法和学者研究——基于 *Journal of Marketing* (2005 ~2009) 的文献分析[J], 营销科学学报, 2011, 7(2): 107 - 131.

1.2.2 管理研究方法类别

管理领域的问题错综复杂,然而任何一个复杂的管理问题都可以从不同观察角度和不同层次去研究,求得新的发现。李怀祖教授(2004)对这些角度和层次做过总结,本小节就参考了他的成果。应当提示,一个研究有可能是两种划分的“叠加”,如解释型的理论研究,或者实证型的基础研究等等。

(1)管理研究从层次上分为微观层次和宏观层次。微观层次的管理研究包括两个方面:一是指企业组织内部的各部分功能、关系以及本组织与外部组织关系的研究;二是指组织内部个人和群体的行为、人际关系及其与外界环境的相互作用。宏观层次的管理研究是将企业组织放在社会整体中进行研究,从经济、技术发展和文化传统等角度来研究企业组织发展和管理者行为等问题,像管理伦理、技术创新体系等研究。但纵观管理学科的发展历程,管理研究主要侧重在微观层次。

(2)管理研究按功能分为基础研究和应用研究。基础研究是通过对管理现实问题的观察概括和抽象,探讨有关管理学科规律性的知识,对管理行为、机理和现象做出理论解释,证实或证伪现有理论并提出新的理论。应用研究则要求解决现实的管理问题,并为社会、某些组织或群体带来实际利益。显然后者更为企业界所欢迎。

(3)管理研究按研究目的分为描述型、解释型和规范型。描述型研究是收集数据以检验有关研究对象状态假设的工作过程,旨在将现象和事件描述识别清楚;解释型研究则深入探索现象和事件之间的关联,因果研究和相关分析都属于此种研究;规范型研究,要回答“应该怎样”的问题,即作出决策,采取行动。三者之间有“递进”关系,可以使研究逐步深入展开。

(4)管理研究从论证方法角度可分为理论研究和实证研究。理论研究主要是通过总结前人的研究成果,从已有的概念和命题出发,通过观察、社会调查等来搜集资料,使研究者应用已有的理论去分析和解决问题。实证方法是管理研究常见的方法,它需要在实践经验、已有理论、直观猜想等基础上形成关于研究对象的“科学假说”,接着通过研究对象的观测、实验等方式收集“数据”,进而通过一定的工具和方法进行分析并得到结论。实证研究分为实验研究和非实验研究。在非实验研究中,根据数据的来源和统计分析的方法,主要有三类,一是统计调查法,其主要包括问卷调查法和深入访谈法;二是实地研究;三是无干扰研究,主要包括文本分析、统计数据分析和历史比较分析等。图1-2正面的结论将进一步支持“科学假说”的成立,并逐步确立其作为“科学知识”的地位;负面的结论将促使新的“科学假说”被提出,从而引发新一轮的科学研究(谭劲松,

2008)。从上述管理研究的科学范式中可见,实证研究需要严格训练并在平时学术研究中经“实践”检验。

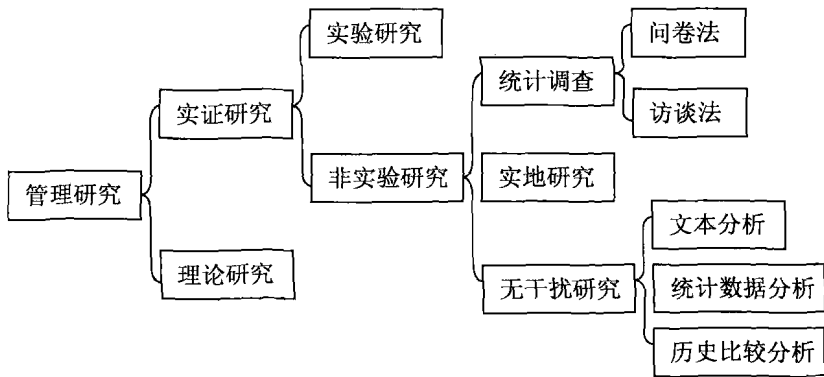


图 1-2 管理研究的分类

1.3 管理研究的目的

为什么要做研究? 研究是获取新知识的过程,从实用角度也可理解为发现、辨识、解释或解决问题的过程,在此过程中获取新知识(李怀祖,2004)。可见,研究是为了获取新知识,也就是学术界经常强调的“创新”或者理论贡献。从“理性人”的角度看,之所以要投入资源去研究,当然是为了获得有价值的“产出”(精神的或物质的)。什么才是有价值的研究呢? 简单地说,有价值就是指这个研究为某个领域的问题增加了新知识(徐淑英,2008)。对管理实践而言,研究就是解决现实中存在的新问题、新矛盾,并努力从中发现新规律。应当强调的是,从事研究,需要有科学的态度,即便其中无法剔除思辨的成分。

研究是为了不断获取新知识,那么管理研究自然就是为管理学不断贡献新知识。管理研究的主要任务就是探索和寻找相对确定、有效地实现管理目标的方法、技术和思维方式等。管理研究的价值,涉及研究的是什么,为什么要研究,研究的结果如何。综合来说,管理研究的目的主要是以下四个:

(1)问题的解决:解决前人未曾解决的问题。

前文提及管理研究是问题导向的,解决问题是管理研究最重要的任务。但进行管理研究,并不是炒冷饭。这就要求我们要解决管理中的新问题,譬如近年来中国市场中产品危机不断,而我们一般认为危机后企业的产品会很难受到消费者信任,从而销售量会下降。那么如何防止危机产品的销量下降

呢？之前学者对中国市场情境下这个问题的解决并没有进行过深入探讨，而进行管理研究正是要解决这些未曾解决的问题，即在中国情境下，如何提高危机发生后产品的销量。

(2)事实的说明：清楚说明前人未曾说明清楚的事实。

解决问题并不是管理研究的全部，譬如说我们通过研究发现，降价促销能解决中国情境下危机产品销量下降的问题。这个时候又有一个新的问题出现，为什么降价促销能达到这种效果？这种事实是如何产生的？这也是管理研究的目的之一，即清晰阐述事实。

(3)谬误的辩证：改正前人的谬误。

管理研究不仅仅局限于问题(现象)的解决与事实的阐述，它还肩负着对谬误的改正，帮助管理更加科学有效的进行。市场营销哲学的演变就说明了管理研究的这个目的。在最开始，营销学界的人认为，只要生产出来了，就能卖出去。但随着市场的逐渐发展，营销学界的人又提出只有好的产品才能被消费者接受；更进一步的，营销学界又主张这样一个观点，好的产品必须向消费者进行推销才能卖出去；之后，又提出营销应该以消费者为出发点，理解消费者的需求才能实现成功的营销；到当代，营销学界已经将市场营销与社会责任、利益相关者等多方面挂钩，提出大市场营销的观点。

(4)理论的建立：构建新的研究方法或理论。

任何一个研究的最终目的都是为了实现理论的建立，管理研究也不例外。在一百多年的发展历史中，正是因为各个学者坚持不懈的进行管理研究，才使得管理学发展成一个多门类、多层次的学科体系。

要达到这四个目的，要求严谨、科学和规范的研究方式。库恩曾提出“范式研究”，认为理论的诠释、显著事实的确定，以及事实与理论的匹配组成了我们追求科学的基本范式。管理研究的规范化也就要求我们在研究中必须恰当的使用研究方法，切勿滥用研究方法，为了定量分析而定量的研究思路不可取。

需要特别说明的是，在经济飞速发展的今天，国际国内很多企业家和资深学者都对对中国管理实践投入了极大的热情和精力，我们不妨把这种责任意识 and 科学态度融入到管理研究的目标中来，那就是：学术界和实践界越来越呼唤并鼓励在中国背景下进行本土的管理研究，从而为建立中国的管理理论、更有效地指导中国企业管理的实践并最终为丰富全球管理知识做出贡献(徐淑英，张志学，2006)。