

Qualitative Methods in Management Research

EVERT GUMMESSON

第二版



管理的 定性研究方法

伊弗特·古默桑 著 袁国华 译



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社



Qualitative Methods in Management Research

管理的 定性研究方法

EVERT GUMMESSON

第二版

伊弗特·古默桑 著 袁国华 译



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

管理的定性研究方法(第二版)/伊弗特·古默桑著;袁国华译. —武汉: 武汉大学出版社, 2006. 11

经管译丛

ISBN 7-307-05238-5

I. 管… II. ①古… ②袁… III. 管理学—研究 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 116364 号

著作权合同登记号:图字 17-2006-044 号

This translation of *Qualitative Methods in Management Research* is published by arrangement with Sage Publications.

本书中文版专有出版权由 Sage Publications 出版公司授予武汉大学出版社出版。未经出版者书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书内容。

责任编辑:范绪泉

责任校对:刘 欣

版式设计:杜 枚

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷:湖北恒泰印务有限公司

开本: 787×980 1/16 印张: 13 字数: 222 千字

版次: 2006 年 11 月第 1 版 2006 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 7-307-05238-5/C · 165 定价: 20.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

内 容 简 介

《管理的定性研究方法》就定性研究在管理研究中的地位以及案例研究方法在定性研究中的作用提出了全新的观点;重点强调研究人员要深入接近管理实际,通过个人直接经历和他人的二手经验建立发展自己的预知与熟知,不能总是游离在现实世界的边缘去隔岸观火;探讨了如何将学术研究人员和管理咨询师这两种角色有机地融合起来,去做组织决策、实施和变革过程中的变革代理人;阐述了学术研究和咨询的质量评估、学术研究人员和管理咨询师的个人品质、研究过程和研究内容上的禁忌等前沿问题;将一般意义上和社会范畴内的行动科学拓展到了管理科学领域,开创性地提出了行动科学的管理范式概念,提出管理学界的研究人员和实践人员都要力争做一名行动管理学家。

本书可作为管理专业、营销专业和科学哲学专业教师、研究人员的参考书,也适合于各类管理咨询机构使用。

作者简介

伊弗特·古默桑先生毕业于瑞典经济学院并获得斯德哥尔摩大学博士学位,现任斯德哥尔摩大学商学院服务管理和营销教授、研究主任,兼任芬兰赫尔辛基瑞典经济与工商管理学院和塔皮尔大学教授。

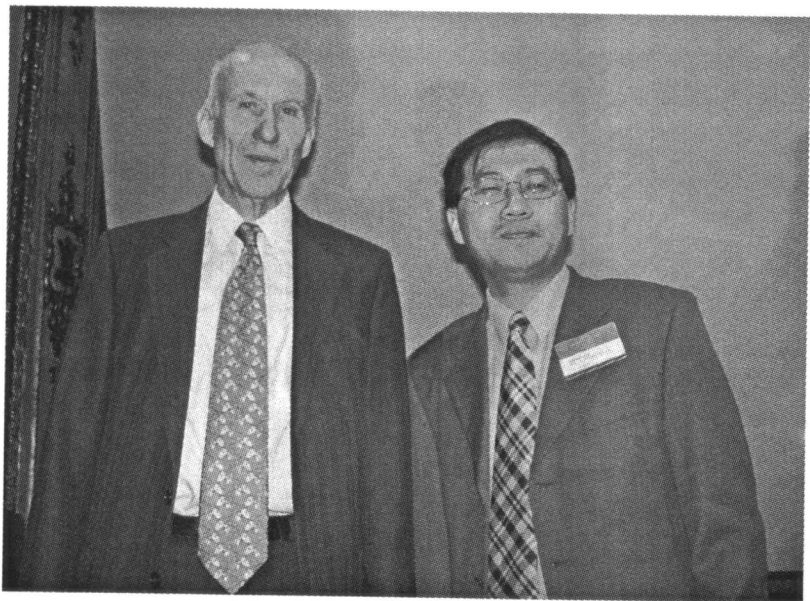
古默桑博士主要研究兴趣包括科学学理论、学术研究人员和咨询师所应用的方法论、定性方法及其在案例研究中的应用。他在关系营销和质量管理,特别是服务部门的关系营销和质量管理方面造诣颇深。1977年,他出版了斯堪的纳维亚地区第一本服务营销方面的专著并被 *Journal of Retailing* 评为服务营销的全球开拓者之一,曾被英国皇家营销学会评为“市场营销学最大贡献 50 巨匠”之一,2004 年获“美国市场营销学会最佳服务论文奖”。

2002 年出版的《全面关系营销》已经成为最畅销书之一,并被瑞典营销联合会评为“年度最佳营销著作”。2005 年出版的《多对多营销——网络经济环境下从一对一营销转向多对多营销》已经被翻译成多种文字,他出版或者合作出版了 20 余本著作,并在《欧洲营销学报》、《营销科学学会学报》、《营销管理学报》、《长远规划》与《服务企业管理》等权威期刊发表了大量论文。

古默桑博士是瑞典卡尔斯塔德大学服务研究中心以及著名的服务质量国际会议 (QUIS) 的发起人之一,是纽约国际服务质量协会 (ISQA) 的奠基人,也是世界生产率科学院院士。

古默桑博士经常在上世界上很多大学、学术会议和大公司举办讲座,为多家专业期刊和出版社担任编委。古默桑博士曾有 25 年的经商经历,曾担任《读者文摘》瑞典分社的产品和营销经理。在 1968 年至 1982 年期间,曾任职欧洲最大的咨询公司之一 PA 咨询集团,担任该集团首席管理咨询师以及斯堪的纳维亚分部主任。他曾为爱立信、万事达、瑞典合作联合会、瑞典铁路公司、瑞典电信以及联合国提供过咨询服务。

译者简介



袁国华, 管理学博士, 武汉理工大学管理学院副教授。2005年6月武汉大学企业管理专业市场营销方向博士研究生毕业, 获管理学博士学位。2003年9月至2004年8月受国家公派赴瑞典斯德哥尔摩大学商学院做访问研究。2001年6月武汉理工大学管理学院企业管理专业市场营销方向硕士研究生毕业, 获管理学硕士学位。1989年武汉工业大学外语系英语专业毕业, 获文学学士学位。曾先后主讲《外贸英语》、《市场营销》(英文)、《国际市场营销》(英文)、《营销调研》(英文)、《管理学原理》等研究生、本科生核心课程, 发表关系营销、高等教育营销、高等教育管理等方面的论文、译文30余篇, 出版国内第一部高等教育营销方面的专著《基于顾客导向的高等教育营销》, 其中多篇文章被EI、ISTP、《新华文摘》、《人大报刊复印资料》收录或索引。

序 言

John Van Maanen^①

一般意义上的定性研究方法和具体的案例研究方法在社会科学以及其他学科中的应用不仅由来已久,而且成就非凡。然而,如果考虑到定量研究方法即使并非占有统治地位但却享受广受瞩目的优待的现实,那么回顾如下事实则不无裨益:定性研究方法几乎在所有的社会研究中都作为基本方法一直沿用到中世纪左右,而管理研究更是如此,因为直到20世纪60年代它都与案例研究方法紧密相连。从Frederick Taylor的描述性和规范性的著述,到芝加哥附近西屋电气霍桑工厂车间行为的人类学研究,管理研究过去主要依赖对自然状态下的工作环境的持续、直截和有条不紊的观察。这些研究除了对组织职能产生了重要而有益的影响外,也在很大程度上推动了实证和理论研究的发展。事实上,统计分析在学术研究中还只是一个迟到者。

随着新世纪的到来,定性研究方法在学术研究和应用领域都大有复兴之势。当定量研究方法许下的诸多诺言不断破灭的时候,定性研究就重焕生机,并大放光彩。记数法和分类法就是一个例证。数字和类别如果没有相应的涵义和说明,就显得毫无意义。从根本上来看,这都是一些定性问题。这两种方法唇齿相依,它们既不可能独自捕捉事实,也不可能取代对方。然而,当定量研究方法鹤立鸡群并被广泛讲授的时候,定性研究方法却备受冷落。但是,随着对定性研究方法的兴趣的复归和增长,这种现象不会持久。事实上,只要发现伊弗特·古默桑(Evert Gummesson)这部书的第一版如此广受欢迎,而第二版又即将面世的时候,对这一点就毋庸置疑了。

本书第二版增添了很多新颖内容。无论是对初出茅庐还是久经沙场的研究人员、管理咨询师,还是磨刀霍霍准备对组织实施变革的经理们来说,本书都为我们提供了丰富的实践指南、实用范例和充满睿智的妙言良策。本着实

① 序言作者系美国麻省理工学院 Sloan 管理学院教授,积极主张在管理研究中应多运用定性研究方法。

用的目标——改善组织的生命和绩效,伊弗特·古默桑把定性研究视为一个从诊断到治疗再到评价的临床过程。对于那些希望从管理研究中获得裨益的人来说,管理研究也是一个参与的过程,在研究设计、执行和最终在组织中得以运用的过程中他们必须发挥积极的作用。在第二版中,定性研究轻松自在、舒适惬意、成本较低和快捷及时的优势得到了充分的展示。因此,我相信,在读者从头至尾捧读这本书的时候,他们总会禁不住想马上(或许明天)在自己钟爱的组织中跃跃欲试。那么,本书带给我们的就不仅是阅读上的赏心悦目,而且还会为如何着手和实践我们当前迫切需要的管理研究提供最实用的现场指导。

中文版前言

在时隔 260 年后,当瑞典仿古商船“哥德堡”号沿着中国和瑞典之间的海上丝绸之路重返中国之际,我非常高兴和非常荣幸地看到我的著作《管理的定性研究方法》将由武汉大学出版社出版中文译本,谨此我十分乐意为本书中文版撰写前言,并将它郑重地推荐给热情好客的中国读者。本书第一版于 1985 年用瑞典语出版,1988 年翻译并扩展成英文版,其后又曾数次扩展和修订。本次翻译出版的中文版是 2000 年出版发行的第二版,相对十多年前出版的第一版,该书的内容又更加充实,也更为重要了。

在美国以及许多其他国家的商学院和经济学院里,定量研究方法的地位似乎比定性研究方法的地位要更为优越。这种错误信息在亚洲许多国家也在经常得到宣扬。数字、统计学似乎要比文字更加缜密、精确和客观,因此会更加科学。这些说法其实十分荒谬, Van Maanen 教授对此也不敢苟同。Van Maanen 教授是位于美国工程学科心脏地带的麻省理工学院的知名教授,他却是定性研究方法的积极倡导者。

定性研究方法在历经风雨之后终于迎来了彩虹。现在,越来越多的学者开始认为,定量研究方法和定性研究方法在接近、分析和了解现实世界时其实相得益彰。手艺一流的木匠都会明白不同的木活就应该选用最适合的工具,科学研究不应该也不可能一开始就摒弃某种研究方法。定量研究方法在管理研究中应该有其一席之地,但是过分夸大它的作用就显得不太科学了。实际上,定量研究方法也难免显现出许多自相矛盾的地方。其实,定量研究方法是建立在定性的、主观的和武断的假设基础之上的,实际证明它也无法处理复杂的、应景的和动态的问题,而这三个特点恰恰是社会和经营的最基本的特征。

社会科学面临的主要问题是所用的大多数定量研究方法起源于 16 世纪。主流的社会科学家们还没有意识到现代物理和数学在过去 100 年里——自爱因斯坦以后——已经发生了翻天覆地的变化。捧读现代数学家和物理学家的巨著时,我十分惊喜地看到他们也开始变得更加善于思考、更加注重定性研究方法、更敢于大胆假设和挑战权威的研究方法和所谓“真理”。他们尊重的是对现实世界的观察以及研究结果的作用。

武汉理工大学管理学院市场营销系副教授袁国华博士对此书中文版的出版发挥了重大的作用。他为本书的翻译付出了辛勤的汗水和满腔热情,对此我感到十分满意。他的努力为消弥东西方学者以及不同的研究方法之间的鸿沟架起了又一座桥梁。同时,感谢武汉大学经济与管理学院甘碧群教授为本书中文版的出版给予的关心和支持。

我衷心地期望本书能够推动中外学者更好地去了解和改造现实世界,多一些思考,多一些对话,多一些成果,更好地完成人类赋予科学和学者的重要使命。

伊弗特·古默桑

2006年7月于瑞典斯德哥尔摩

前 言

在本书的第二版中,实例和参考文献得到了更新,本书的基本观念也有了进一步的发展,尤其是关于行动科学和研究质量方面的内容。在全书中,我试图将我的观点阐述得更加明晰。

本书纯属我个人的观点。或许有人认为这些观点有些另类,而且在方法论上太以自我为中心,但这都出于我个人的本意。当我想说“我”时,我就会写“我”,而不会用“我们”或者“作者”来掩饰。真正科学的研究方法的个性都很强;它是对生活的探索,是对真理和意义的追寻。远离世界,逃避混乱,将自己孤立象牙塔内,只是读读著名哲学家或者学术权威的著作,把科学尊奉到神的地位,是难以发现社会生活中的真理和意义的。探索一再探索一再探索,无时无刻不在我们身边的个人或者职业生活中的每一个大小事件中发生着。我们必须把自己当作研究仪器一样不断地自我微调;我们需要把科学当作自己个人的事情。我们要对自己的经验和思考充满自信,同时要通过著书立说、出席会议、酒吧夜谈,到了20世纪90年代中叶则要通过电子邮件和互联网等方式与他人保持对话。

书中所表达的想法经历了20多年的演进。它们或许并不新颖,而且和数千年来的科学哲学或者人类实践中不断演进的理念也没有什么出入。这些想法受到了当代社会学、人类学和我个人经商经历的启发。在1980年春天,我曾接手了一项对一家大型公司进行战略和组织变革的咨询任务。我曾记录了在战略过程中所发生的一切,并将它们与公司战略和组织理论中的文献资料相互联系。咨询师和学术研究者两种角色之间的联系,以及两者的结合创造的接近变革过程的机会让我着迷。我开始整理我的经验,同时研究科学哲学理论、社会科学和自然科学方法论以及管理咨询方面的文献资料。尽管商学院的教授们都习惯于做管理咨询,但是如何将学术研究者和管理咨询师这两种角色结合起来却并不清楚。

随着研究的深入,本书的内容逐步超出了纯粹的学术研究者和咨询师方面的论题,扩展、深入到了管理学科中的定性研究和案例讨论的运用等更为广泛的主题。

书中内容曾在过去的 15 年里在许多大学和学术讨论会上以研究报告、初稿或者正式出版物的形式发表过。许许多多的教授、博士生、学生和管理咨询师提出了宝贵的建议,我不胜感激;事实上,他们多得难以计数,我甚至在此无法一一列明。

伊弗特·古默桑

目 录

作者简介.....	1
译者简介.....	1
序言.....	1
中文版前言.....	1
前言.....	1
图表目录.....	1
第一章 管理的定性研究.....	1
第二章 接近管理实际	18
第三章 起飞与着陆:从预知到熟知.....	42
第四章 案例研究方法	62
第五章 学术研究与管理咨询的质量评估.....	120
第六章 行动科学的管理范式.....	156
参考文献.....	168
后记.....	188

图 表 目 录

图 1.1	咨询师与学术研究者的对比	7
图 2.1	连续的接近	22
图 2.2	跳跃式接近	23
图 2.3	冰山之喻	27
表 2.1	研究者/咨询师角色的特征	29
图 3.1	预知之源	50
图 3.2	熟知之源	53
图 3.3	解释螺旋	54
表 3.1	知识分类与个性类型	55
图 4.1	Reutersvard 式楼梯之一	70
图 4.2	Reutersvard 式楼梯之二	71
图 4.3	向前看还是向后看	82
图 4.4	从内部关注现在和未来	83
图 4.5	从内部关注过去、现在和未来	84
图 4.6	从外部关注过去、现在和未来	84
表 5.1	科学与咨询范式	132
表 5.2	实证范式与解释范式的比较	136
图 5.1	咨询服务的一般模型	148
表 5.3	商业咨询师的个性特征与知识要求	150
表 5.4	商业咨询师的个性特征	151
表 6.1	管理行动科学家的角色	156
图 6.1	学术研究者和管理咨询师的角色:单个课题战略	163
图 6.2	学术研究者和管理咨询师的角色:整体项目战略	163

第一章 管理的定性研究

定性方法和案例研究为诸如一般管理学、领导学、市场营销学、组织学、公司战略、会计学等管理学科和经营学科的研究提供了强有力的工具。但是,定性方法的使用范围却非常有限。很多大学和商学院往往对它嗤之以鼻,视其为一种二流的研究方法。尽管案例研究广泛地被用做一种教学工具,但是却常常被认为不足以用于研究目的。

在外出参观访问和与他人的通信联系中,我发现本书所讨论的问题也使全球各地的商学院的学生和学者备感困惑。许多人原本打算在研究中,譬如准备博士论文或者硕士论文时,多用一点定性研究和案例研究方法,却往往得不到应有的鼓励。他们经常抱怨:“我的教授对我都不理解,我又能怎么办呢?”尽管有少数商学院对应用定性研究和案例研究持接受和鼓励的态度,但是在研究中真正采用这两种方法的机会并不是很多,而且这两种方法如何运用还有待适当的讲授。

这些冲突的起因在于大多数商学院满脑子想的都是如何使用统计方法,认为这些方法本身就提供了通往知识和科学发展的快车道。教学科研人员通常对定性方法和案例研究方法所蕴涵的机会也缺乏了解。这种无知与固有的科学学理论、研究方法和技巧的选择和应用息息相关。

本书面向商学院和大学的学生、学术研究人员和管理咨询师。尽管本书的重点在于经营管理学科,但其内容同样适用于其他组织,因此也可供政府部门、志愿性非营利组织使用。

本书可为读者撰写各个层次的商学教育以及学术生涯的文章以及学位论文提供指导。本书重点在于探讨案例研究方法和定性研究方法在数据搜集与分析中的应用,旨在增强研究人员对定性方法在研究中的应用机会的意识。它为回答“研究人员要想有所贡献应该如何理解研究对象”这类问题提供了答案和建议。本书也讨论了对研究人员的思维和行为起决定作用的研究范式,包括基础价值观、过程和规则。

定性研究方法的应用使得学术研究人员和管理咨询师之间的界限也渐趋模糊,特别是咨询师的角色为学术研究人员提供了大量的深入研究企业以及

其他组织行为的机会。这些机会在有关方法论的文献资料 and 实际学术研究中却没有受到足够的重视。

如果通过管理咨询师的角色能够进一步了解定性研究方法的可能性和局限性的话,有关工商管理的学术研究的质量和 application 价值也会随之得以提高。有时候,专业的管理咨询与学术研究之间的关系非常密切;有些情况下,两者之间也有可能毫无瓜葛。

希望本书能有助于从事管理咨询的执业人员提高对其职业的认识。同时,本书对那些需要从学术研究人员和管理咨询师那里购买服务的公司或组织也会有所裨益。该书有助于他们对服务提供者的服务质量进行评估。

案例研究法正日益成为一种科学的管理研究工具。对变革机制的深入了解不一定需要研究很多的案例。对于管理咨询师来说,少数几个案例就足以达到这个目的。行动研究或者近来被称为行动科学(action science)^①的研究方法就是一种令人激动的案例研究方法。在研究过程中,研究人员充当积极的咨询师角色并对所研究的过程施加影响。

本书研究的重点还包括公司和其他组织的决策、实施以及变革过程。

虽然定量方法和定性方法都可用于案例研究中的数据搜集,但是定性方法在对过程的研究中往往起主导作用。在对过程的研究中,数据搜集、分析以及行动往往同时发生。在对本书手稿进行讨论的研讨会上,就有人问我是赞同被迷信为“科学”的定量研究方法,还是只喜欢定性方法而排斥定量方法。由于本书讨论的主题是定性方法,因此有人臆断我反对使用定量方法。事实上,对任何一种方法我既不完全赞同也不完全反对。它们应该在合适的地方得到运用。如果运用失当,片面地支持一种方法和反对另一种方法几乎都是不科学的,尽管片面性在学术研究界早已司空见惯。管理咨询师同样也会面临类似情况,因为他们很容易受到潮流或者传统的但过时的范式的左右。

书中得出的结论参考了科学学理论、研究方法论、管理咨询以及不同管理学科等方面的文献,也参考了许多自传、回忆录以及有关公司和其他组织生活方面的刊物。本书也引用了我早期发表的关于咨询服务的营销和管理方面的研究。^②最后,我自己从事管理咨询和担任经理的个人经历对我的研究方法也有着积极的影响。我对管理研究中的权威做法进行挑战的兴趣始于1980年。自那以后就一直延续下来,而且正在成为一种终身的旅程。这个

① Argyris 等, 1985。

② Gummeson, 1977, 1979。

旅程中间会有许多驿站，本书属于刚刚到达的一个新站点，但决不是最后的一站。

我喜欢用我个人的风格来撰写本书。这也符合定性研究的传统，因为科学家的个性是定性研究中的一种关键工具。本书的写作方式力图能使那些对科学理论或者管理研究不太熟悉的人也能读懂，但这并不是说读这本书不需要花什么工夫。对于那些想过安逸生活的人来说，无论是学术研究还是管理咨询，都不是一种合适的选择。这不仅仅是知识方面“熟知”的问题，更是一个是否具备成熟、判断能力、常识和情绪控制方面的问题。

定性方法在企业和其他组织研究中的应用

社会学、心理学、教育学、人类学/人种学中有不少关于定性方法论研究的著作。^①书中提供的范例和案例源自一般意义上的社会和政府部门的研究，而不是对企业的研究。定性研究方法在上述领域的应用对于一个热衷于公益事业的管理者来说可能具有启发意义，但是对于一名生意人来说就不一定了。要想对工商管理中的研究方法多些了解，就不能从对非洲部落中的巫术、神谕或者魔术的研究中^②，或者是一种磨磨蹭蹭、行将就木的生活轨迹的案例^③，或者是课堂上的生活^④，或者学区内如何评价学生表现之类的研究^⑤中去了解。尽管这些地方所用的研究方法和管理的研究方法在本质上没有什么不同，但是它们的应用方法、侧重点和意义却相差甚远。它们研究的是不同状态下的人类生活，其目的不同，出发点也不同。

有关定性方法的教材中很少触及诸如利润、竞争力、公司战略、生产率、全面质量管理、运营管理、关系营销、虚拟组织、平衡计分卡等经营方面的问题。但是这些知识对选择科学方法却是必不可少的。譬如，如果对公司入侵者、恶意兼并、垃圾债券和借贷收购缺乏熟知的话，就无法了解美国大公司在 20 世纪 80 年代的生存状态。在当今世界，我们必须紧跟信息技术的发展，不仅要了解互联网和电子商务所带来的影响，更要掌握北美自由贸

① 全文参阅 Burrell 与 Morgan, 1985; Patton, 1990; Tesch, 1990; Bernhard, 1995; 与 Silverman, 1997。

② Evans-Pritchard, 1973。

③ Strauss 与 Glaser, 1970。

④ Jackson, 1968。

⑤ Alkin 等, 1979。