

五南出版

圖解系列

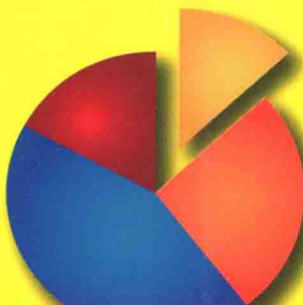
# 圖解

## 本書特色

- 一單元一概念，迅速掌握研究方法的精華與內涵。
- 量化與質性研究並重，建立紮實的研究基礎。
- 平易近人，清晰易懂。目標導向，循序漸進。
- 圖文並茂，容易理解，快速吸收。

# 研究方法

榮泰生 博士 著



閱讀文字

理解內容

觀看圖表

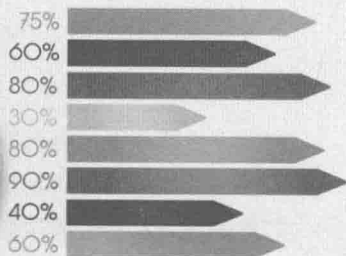
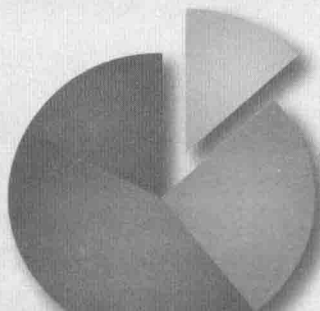
圖解讓  
研究方法  
更簡單



# 圖解

# 研究方法

榮泰生 博士 著



五南圖書出版公司 印行

國家圖書館出版品預行編目資料

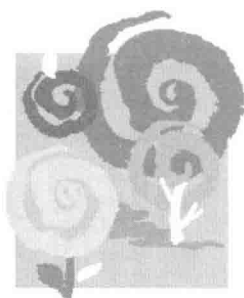
圖解研究方法／榮泰生著．——初版．——  
臺北市：五南，2014. 07  
面：公分

ISBN 978-957-11-7625-3（平裝）

1. 企業管理 2. 研究方法

494.031

103008164



1H87

## 圖解研究方法

作 者—榮泰生

發 行 人—楊榮川

總 編 輯—王翠華

主 編—張毓芬

責任編輯—侯家嵐

文字編輯—邱淑玲

封面設計—盧盈良

內文排版—李宸葳設計工作坊

出 版 者—五南圖書出版股份有限公司

地 址：106 台北市大安區和平東路二段 339 號 4 樓

電 話：(02)2705-5066 傳 真：(02)2706-6100

網 址：<http://www.wunan.com.tw>

電子郵件：[wunan@wunan.com.tw](mailto:wunan@wunan.com.tw)

劃撥帳號：01068953

戶 名：五南圖書出版股份有限公司

台中市駐區辦公室／台中市區中山路 6 號

電 話：(04)2223-0891 傳 真：(04)2223-3549

高雄市駐區辦公室／高雄市新興區中山一路 290 號

電 話：(07)2358-702 傳 真：(07)2350-236

法律顧問 林勝安律師事務所 林勝安律師

出版日期 2014 年 7 月初版一刷

定 價 新臺幣 360 元



# 自序

研究方法是針對企業環境、策略、組織內部結構，以及企業的利益關係者（如員工、消費者）所進行的研究，其目的在於報導、描述、解釋或預測某些現象。研究者可能是企業內部人士，也可能是委外的專業研究機構，也可能是從事學術研究的學者或學生。不論由誰主持研究，研究者都必須先有一個明確的研究問題。在學術上的專題研究隨著研究者、研究要求的不同，又可分為「大三專題研究」、碩士論文研究、博士論文研究。不論何種層次的學術研究，研究者都必須了解研究方法，並遵循一定的研究程序。

## 研究方法被企業廣為應用

企業研究是「解決問題」導向的。這些問題可說是林林總總，不一而足，它們包括了某些非常特定的問題，例如，何以消費者對於公司的產品偏好改變了；何以降價看不到立即而明顯的銷售效果；分群的潛在顧客對產品的態度何以沒有顯著性差異；何以財物誘因無法激勵部屬。

近年來，企業研究方法被應用得愈來愈廣泛，例如廣告公司的研究人員，利用調查法來研究消費者的行為，利用實驗法來了解廣告的效果，政府機構或民間團體利用調查法來了解民意、預估選情。學術研究者利用質性研究來深入了解企業問題，進而提出富有創意的命題等。

## 本書特色

本書共分四篇。第一篇將介紹企業研究的基本觀念，包括緒論、研究程序、研究計畫書。第二篇說明研究設計的有關課題，包括測量、量表、抽樣計畫（包括抽樣程序、樣本大小的決定）。第三篇說明資料蒐集與分析方法，包括次級資料、調查研究、調查工具、實驗研究。第四篇說明質性研究方法，包括觀察法、質性研究。

本書的撰寫，秉持了以下的原則。這些原則構成了本書特色：

（一）平易近人，清晰易懂：以平實的文字、豐富的企業管理例子來說明原本是艱澀難懂的觀念及理論，讓讀者很容易了解。

（二）目標導向，循序漸進：根據筆者指導研究生及大學生撰寫論文、專題研究

的多年經驗，筆者充分了解讀者所需要的是什麼、所欠缺的是什麼。同時，本書的呈現次序是依循研究程序（research process），也就是要完成一個高品質研究所應有的各階段，以便於讀者做有系統的了解。

（三）科技導向，掌握新潮：新科技的層出不窮，使我們提升了研究品質，加快了研究的腳步。本書充分的掌握了新科技所帶來的好處，例如我們將介紹以CD-ROM查詢有關的次級資料；透過國際網際網路（Internet）來檢索有關資料；利用適當的軟體來分析量化或質性資料。本書也說明了如何以網路問卷的方式來蒐集初級資料，以提升資料蒐集的效能與效率。

（四）量化與質性研究並重：本書雖以量化研究為主，但對於質性研究亦有相當著墨。不論進行量化研究或質性研究，均可從本書獲得清楚的觀念，建立扎實的研究基礎。

## 歡迎撿芝麻

本書融合了美國暢銷教科書的觀念精華，並輔之以筆者多年在教學研究及實務上的經驗撰寫而成。本書可作為大學及專科學校「行銷研究」、「研究方法」的教科書，以及「行銷管理學」、「管理學」、「企業管理學」、「策略管理學」（企業政策學）的參考書。在企業的管理者、負責行銷研究的人員，以及廣告公司的企劃、研究人員，亦將發現這是一本奠定有關理論觀念、充實實務知識的書。

本書得以完成，輔仁大學金融與國際企業系、管理學研究所良好的教學及研究環境使筆者獲益匪淺。筆者在波士頓大學與政治大學的師友，在觀念的啟發及知識的傳授方面更是功不可沒。父母的養育之恩及家人的支持是筆者由衷感謝的。

最後（但不是最少），筆者要感謝五南圖書出版公司。本書的撰寫雖懷著戒慎恐懼的心態，力求嚴謹，在理論觀念的解說上，力求清晰及「口語化」，然而「吃燒餅哪有不掉芝麻粒的」，各位，歡迎撿芝麻！

榮泰生 (Tyson Jung)

輔仁大學管理學院

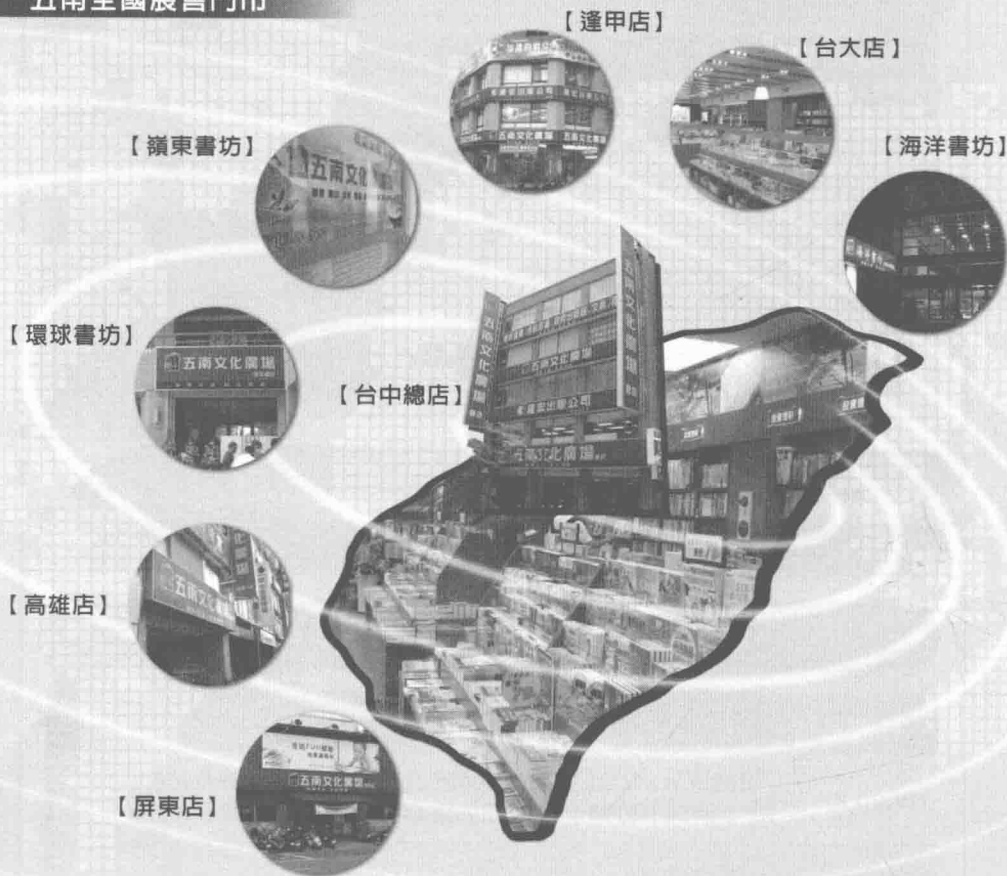
2013年6月



# 五南文化廣場

橫跨各領域的專業性、學術性書籍  
在這裡必能滿足您的絕佳選擇!

## 五南全國展售門市



- 海洋書坊：202 基隆市北寧路 2 號 TEL：02-24636590 FAX：02-24636591  
 台大店：100 台北市羅斯福路四段 160 號 TEL：02-23683380 FAX：02-23683381  
 逢甲店：407 台中市河南路二段 240 號 TEL：04-27055800 FAX：04-27055801  
 台中總店：400 台中市中山路 6 號 TEL：04-22260330 FAX：04-22258234  
 嶺東書坊：408 台中市南屯區嶺東路 1 號 TEL：04-23853672 FAX：04-23853719  
 環球書坊：640 雲林縣斗六市嘉東里鎮南路 1221 號 TEL：05-5348939 FAX：05-5348940  
 高雄店：800 高雄市中山一路 290 號 TEL：07-2351960 FAX：07-2351963  
 屏東店：900 屏東市中山路 46-2 號 TEL：08-7324020 FAX：08-7327357  
 中信圖書總經銷部：400 台中市中山路 6 號 TEL：04-22260339 FAX：04-22258234  
 政府出版品總經銷：400 台中市軍福七路 600 號 TEL：04-24378010 FAX：04-24377010  
 網路書店 <http://www.wunanbooks.com.tw>

最實用

# 圖解



## 五南圖解財經商管系列

- ※最有系統的圖解財經工具書。
- ※一單元一概念，精簡扼要傳授財經必備知識。
- ※超越傳統書籍，結合實務與精華理論，提升就業競爭力，與時俱進。
- ※內容完整、架構清晰、圖文並茂、容易理解、快速吸收。



# 職場專門店書系



圖解山田流的生產革新



薪水算什麼？機會才重要！



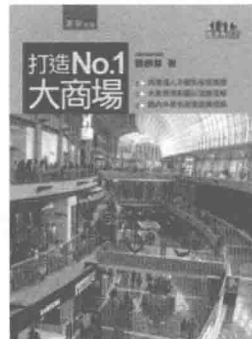
圖解經濟學：最重要概念



培養你的職場超能力



主管不傳的經理人必修課



打造 No.1 大商場



超強房地產行銷術



圖解式成功撰寫行銷企劃案



優質秘書養成術



面試學



## 第一篇 企業研究的基本觀念

### 第一章 緒論

Unit 1-1	研究定義與類型	004
Unit 1-2	研究方式與目的	006
Unit 1-3	社會科學的重要哲學觀念	008
Unit 1-4	為什麼要學習研究方法？	010
Unit 1-5	獲得知識的來源	012
Unit 1-6	推理——演繹與歸納	014
Unit 1-7	經典研究	016
Unit 1-8	研究的道德議題	018

### 第二章 研究程序

Unit 2-1	高品質研究	022
Unit 2-2	研究程序	024
Unit 2-3	研究問題的界定	026
Unit 2-4	研究背景、動機與目的，以及文獻探討	028
Unit 2-5	觀念架構及研究假說	030
Unit 2-6	研究設計	032
Unit 2-7	研究設計的6W之一	034
Unit 2-8	研究設計的6W之二	036
Unit 2-9	資料分析、研究結論與建議之一	038
Unit 2-10	資料分析、研究結論與建議之二	040

### 第三章 研究計畫書

# 本書目錄

Unit 3-1	意義與目的	044
Unit 3-2	研究計畫的贊助者、發展步驟與類型	046
Unit 3-3	結構內容之一	048
Unit 3-4	結構內容之二	050
Unit 3-5	結構內容之三	052

## 第 2 篇 研究設計

### 第 4 章 測量

Unit 4-1	基本觀念	058
Unit 4-2	測量程序	060
Unit 4-3	測量尺度	062
Unit 4-4	良好測量工具的特性	064
Unit 4-5	信度測量	066
Unit 4-6	效度測量	068
Unit 4-7	測量工具的實用性考慮與誤差	070
Unit 4-8	測量工具的發展	072

### 第 5 章 量表

Unit 5-1	選擇量表的考慮因素	076
Unit 5-2	常用的量表之一	078
Unit 5-3	常用的量表之二	080
Unit 5-4	常用的量表之三	082
Unit 5-5	常用的量表之四	084
Unit 5-6	評等量表的問題	086

Unit 5-7	態度量表	088
----------	------	-----

## 第 6 章 抽樣計畫

Unit 6-1	了解抽樣	092
Unit 6-2	抽樣程序之一	094
Unit 6-3	抽樣程序之二	096
Unit 6-4	抽樣程序之三	098
Unit 6-5	樣本大小的決定	100
Unit 6-6	平均數、比率的樣本統計量分配	102
Unit 6-7	信賴區間之一	104
Unit 6-8	信賴區間之二	106
Unit 6-9	決定樣本大小的公式與應用	108
Unit 6-10	有限母體之下的樣本大小決定之一	110
Unit 6-11	有限母體之下的樣本大小決定之二	112
Unit 6-12	非機率抽樣的樣本大小決定	114

## 第 3 篇 資料蒐集與分析方法

### 第 7 章 次級資料

Unit 7-1	次級資料的優缺點	120
Unit 7-2	次級資料的類型與電腦化資料查詢之一	122
Unit 7-3	次級資料的類型與電腦化資料查詢之二	124
Unit 7-4	利用搜尋引擎	126
附錄 7-1	美國提供次級資料的主要來源	128

### 第 8 章 調查研究

Unit 8-1	了解調查研究	132
----------	--------	-----

# 本書目錄

Unit 8-2	訪談類別	134
Unit 8-3	調查類型之一	136
Unit 8-4	調查類型之二	138
Unit 8-5	選擇適當的調查方法	140
Unit 8-6	網路調查	142

## 第 9 章 調查工具

Unit 9-1	基本觀念	146
Unit 9-2	問卷的類型	148
Unit 9-3	問卷的分類	150
Unit 9-4	問卷發展之一	152
Unit 9-5	問卷發展之二	154
附錄 9-1	網路調查問卷設計	156

## 第 10 章 實驗研究

Unit 10-1	實驗的本質之一	162
Unit 10-2	實驗的本質之二	164
Unit 10-3	實驗環境	166
Unit 10-4	實驗設計之一	168
Unit 10-5	實驗設計之二	170
Unit 10-6	經典實驗研究	172

## 第 4 篇 質性研究方法

### 第 11 章 觀察研究

Unit 11-1	了解觀察研究	178
Unit 11-2	觀察研究的類型	180

Unit 11-3	間接觀察	182
Unit 11-4	經典的觀察研究之一	184
Unit 11-5	經典的觀察研究之二	186
Unit 11-6	經典的觀察研究之三	188

## 第 12 章 質性研究

Unit 12-1	了解質性研究	192
Unit 12-2	個案研究之一	194
Unit 12-3	個案研究之二	196
Unit 12-4	民族圖誌研究	198
Unit 12-5	扎根理論研究	200
Unit 12-6	焦點團體研究	202
Unit 12-7	行動研究	204
Unit 12-8	質性資料分析之一：內容分析法	206
Unit 12-9	質性資料分析之二：扎根理論的資料分析	208











## Unit 1-1

# 研究定義與類型

企業研究 (business research) 是針對企業環境、策略、組織內部結構，以及企業的利益關係者 (如員工、消費者) 所進行的研究，其目的在於報導、描述、解釋或預測某些現象。

### 一、何謂研究？

「研究」(research) 涉及到如何界定研究問題、建立觀念架構、發展研究假說、進行研究設計，以及如何蒐集資料、如何分析資料、如何做研究結論，並提出研究建議。研究問題可說是林林總總，不一而足，它們包括了某些非常特定的問題，例如，何以消費者對於公司的產品偏好改變了。

研究方法論權威柯林格 (Kerlinger, 1986) 對於科學研究 (scientific research) 的定義如下：科學研究是以有系統的、控制的、實驗的、嚴謹的方法，來探討對於現象之間的關係所做的假說 (hypotheses)。

### 二、研究類型

研究可用量化 (定量) 或質性 (定性)、基礎或應用來加以區分。

(一) 量化研究或質性研究：量化研究亦稱定量研究 (quantitative research)，是蒐集大量資料，以驗證所提出的假說。量化研究是採用演繹法或演繹推理。本書的討論，如無特別說明，均指量化研究。質性研究 (qualitative research) 亦稱定性研究，是針對少數個案蒐集資料，來提出命題。質性研究是採取歸納法或歸納推理。質性研究常被用來做政策 (包括企業政策)、方案 (包括促銷方案) 考核的研究，因為質性研究比量化研究更能有效地回答「如何」、「為什麼」的問題，以及檢視攸關性、意外效應、影響的問題。

(二) 基礎研究或應用研究：基礎研究 (basic research) 又稱為純研究 (pure research)，所涉及的研究問題是對於研究者的智慧有相當挑戰性的問題。這些問題在目前或在未來實務上的應用，可能可以，也可能不可以。這樣的研究工作常常牽涉到非常抽象的、非常專業的觀念。研究者如欲對某個企業管理的領域進行純研究，他必須先深入探討該領域的有關研究，了解這些研究的觀念和研究假說，以進一步判斷哪些研究值得去做。從事基礎研究者絕不能孤立進行，他們必須在一個整合性的觀念架構內，以過去的研究為基礎，進行延伸性的後續研究。

顧名思義，應用研究 (applied research) 是將研究的成果，應用在目前的企業上，以解決企業問題。在企業管理的領域中，應用研究所涵蓋的範圍很廣，包括生產、行銷、人事、研究發展、財務、資訊管理、社會責任研究 (包括消費者告知權研究、生態影響研究、法律限制研究及社會價值及政策研究) 等。

