

吉林大学研究生立项教材

管理研究方法

许正良 编著

GUANLIYANJIU



吉林大学出版社

JILIN UNIVERSITY PRESS

管理研究方法

许正良 编著

图书在版编目 (CIP) 数据

管理研究方法/许正良著. —长春: 吉林大学出版社,
2004. 4

ISBN 7-5601-3003-8

I. 管... II. 许... III. 管理学—研究方法
IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 025275 号

管理研究方法

许正良 编著

责任编辑、责任校对: 李卓彦

封面设计: 孙 群

吉林大学出版社出版
(长春市明德路 421 号)

吉林大学出版社发行
长春市永昌福利印刷厂印刷

开本: 850×1168 毫米 1/32

2004 年 4 月第 1 版

印张: 15.25

2004 年 4 月第 1 次印刷

字数: 328 千字

印数: 1—600 册

ISBN 7-5601-3003-8/C·39

定价: 25.00 元

内容提要

本书以管理研究的工作过程为主线，对探索研究取向、明确研究问题、开发调研思路、选择调研方法、设计度量工具、开展数据实地采集、进行数据整理和分析、形成研究结论以及传播和沟通研究成果等各管理研究环节做出了系统的阐述，特别是对开展管理研究的前期工作，如定义研究问题、细化研究思路、设计详细研究方案以及确定态度测量技巧等给予了重点讲解。

读者对象：管理类专业师生、管理研究人员、管理工作
者。

前 言

现代管理科学理论和应用的每一项进步都需要使用科学的方法对管理科学本身及其实践开展科学的研究，因此，管理研究方法是现代管理科学得以发展的重要基础。在西方发达国家里，在管理科学领域中，无论是研究问题还是解决问题，研究工作者们通常都要经过发现问题、分析问题、寻求证据、推断证明、应用结论等过程，因此其管理研究活动是过程化的、规范化的。近些年来，我国的管理科学研究虽然有了长足的进步，但在研究方法使用方面问题还比较突出。目前看来，我国大多数管理科学领域的研究论文或研究报告中采用的主要研究方法是思辨性、总结性、定性的方法，对于国际上通用流行的实证性、实验性、定量性的研究方法还运用得比较少。实际上，也正是由于缺乏管理科学领域中的有序、规范、通用、流行的研究方法的普遍应用，使得我国当前的管理科学领域的国际学术交流活动难以有效开展。因此，学习科学的管理研究方法，使得我们从事管理科学研究的工作者们能够掌握以事实证明或否定他人的理论或结论的科学方法，或用事实证明自己创新性的思想或观点的科学方法，对促进我国管理科学理论和应用研究的繁荣和发展，有着十分重要的意义。

本书是在作者多次出国访问学习，并在国内长期从事管理科学研究和管理研究方法教学工作的基础上完成的。全书以管理研究的工作过程为主线，对探索研究取向、明确研究问题、

开发调研思路、选择调研方法、设计度量工具、开展数据实地采集、进行数据整理和分析、形成研究结论以及传播和沟通研究成果等各管理研究环节做出了系统的阐述，特别是对开展管理研究的前期工作，如定义研究问题、细化研究思路、设计详细研究方案以及确定态度测量技巧等给予了重点讲解。本书在写作上还坚持理论说明与应用举例相结合，特别是在本书后部附有中外典型的实际管理研究案例，这使得初学者们能够容易读懂并掌握本书所要介绍的内容，另一方面也能使读者们容易相信并接受本书中所陈述的研究思路、过程、步骤、方法和技巧等。

本书在写作过程中，参考了国外高等学校管理学科目前广为使用的权威性相关著作及教材，收集引用了相关的管理研究案例资料。这里作者仅借此书出版之机，向相关管理研究学术界的前辈及同仁们表示衷心的感谢。

本书主要是为高等学校管理学科的研究生和企事业单位从事实际管理问题研究的同志们编写的。本书也可作为高等学校管理学科的教师从事相关课程的教学工作或相关课题的科研工作的参考资料。

管理科学覆盖广泛的研究领域，管理研究的主要研究对象是复杂的人群或组织的思想或行为活动，因此关于管理研究方法的学问是非常广博和深奥的，加上作者个人水平有限，此书中存在不当之处是在所难免的。作者真诚地希望读者们能提出建设性批评意见，以便在此书以后重印和修订时加以更正和完善。

作 者

2004年2月

于吉林大学管理学院

目 录

| | |
|---------------------------|--------|
| 第一章 管理研究的概述 | (1) |
| 第一节 管理研究的定义与作用 | (1) |
| 一、管理研究的范围 | (1) |
| 二、管理研究的定义 | (3) |
| 三、应用管理研究和基础管理研究 | (4) |
| 四、管理研究的作用 | (5) |
| 第二节 管理研究的应用条件及管理研究中的伦理 .. | (8) |
| 一、管理研究的应用条件 | (8) |
| 二、管理研究中的伦理 | (10) |
| 第三节 管理研究的过程 | (11) |
| 一、管理研究的基本流程 | (11) |
| 二、管理研究的基本步骤 | (12) |
| 第四节 管理研究的误差 | (16) |
| 一、管理研究误差的种类 | (16) |
| 二、管理研究误差的控制 | (19) |
| 思考题 | (21) |
| 第二章 管理研究的问题定义及思路开发 | (22) |
| 第一节 研究问题的定义 | (22) |
| 一、研究问题定义的含义 | (22) |
| 二、研究问题定义的重要性 | (23) |

| | |
|-----------------------|-------|
| 三、研究问题定义的步骤 | (24) |
| 四、研究问题定义的原则 | (29) |
| 第二节 研究思路的开发 | (31) |
| 一、研究思路开发的含义及重要性 | (31) |
| 二、研究思路的表现形式 | (32) |
| 思考题 | (39) |
| 第三章 管理研究的方法设计 | (40) |
| 第一节 管理研究的方法分类 | (40) |
| 一、研究方法的分类 | (40) |
| 二、研究方法的使用 | (43) |
| 第二节 探测性研究方法的设计 | (45) |
| 一、二手资料分析 | (45) |
| 二、案例研究 | (54) |
| 三、定性调研 | (55) |
| 第三节 描述性研究方法的设计 | (77) |
| 一、询问方法 | (77) |
| 二、观察方法 | (90) |
| 第四节 因果性研究方法的设计 | (95) |
| 一、因果关系的界定 | (95) |
| 二、实验方法的有关概念 | (99) |
| 三、实验方法的设计 | (108) |
| 四、实验方法的特点 | (121) |
| 思考题 | (123) |
| 第四章 管理研究的标度设计 | (124) |
| 第一节 管理研究的基本标度 | (124) |
| 一、测量与标度的含义 | (124) |
| 二、标度的基本类型 | (125) |
| 第二节 管理研究的标度设计 | (128) |

| | |
|--------------------|-------|
| 一、标度技巧的类型 | (128) |
| 二、比较型标度技巧的设计 | (130) |
| 三、非比较型标度技巧的设计 | (135) |
| 四、标度效果的评价 | (146) |
| 第三节 管理研究的调查问卷表设计 | (152) |
| 一、调查问卷表的概念 | (152) |
| 二、调查问卷表的设计 | (153) |
| 思考题 | (183) |
| 第五章 管理研究的抽样设计 | (185) |
| 第一节 抽样设计的过程 | (185) |
| 一、抽样设计的概念 | (185) |
| 二、抽样设计的过程 | (186) |
| 第二节 抽样设计的方法 | (193) |
| 一、抽样设计方法的分类 | (193) |
| 二、抽样设计方法的介绍 | (194) |
| 三、抽样设计方法的选用 | (206) |
| 四、抽样中非反应问题的处理 | (207) |
| 第三节 样本容量的确定 | (212) |
| 一、样本容量确定的基本原则 | (212) |
| 二、样本容量确定的统计方法 | (214) |
| 思考题 | (214) |
| 第六章 管理研究的资料实地采集 | (216) |
| 第一节 资料实地采集工作的过程 | (216) |
| 一、资料实地采集工作的性质 | (216) |
| 二、资料实地采集工作的过程 | (217) |
| 第二节 资料实地采集人员的选择与培训 | (217) |
| 一、资料实地采集人员的选择 | (217) |
| 二、资料实地采集人员的培训 | (219) |

| | |
|--------------------|-------|
| 第三节 资料实地采集人员的监管与评价 | (223) |
| 一、资料实地采集人员的督导 | (223) |
| 二、资料实地采集人员的抽检 | (225) |
| 三、资料实地采集人员的评价 | (225) |
| 思考题 | (228) |
| 第七章 管理研究的资料准备与分析 | (229) |
| 第一节 资料的准备 | (229) |
| 一、资料准备的过程 | (229) |
| 二、调查问卷表的检查 | (229) |
| 三、资料的整理 | (231) |
| 四、资料分析的策略 | (245) |
| 第二节 资料的分析 | (249) |
| 一、频数分布 | (250) |
| 二、交叉列表 | (257) |
| 三、假设检验 | (266) |
| 四、统计分析 | (275) |
| 五、其他分析技术的简要介绍 | (289) |
| 第三节 计算机统计软件简介 | (292) |
| 一、Excel | (292) |
| 二、SPSS | (301) |
| 三、SAS | (310) |
| 四、BMDP | (313) |
| 思考题 | (313) |
| 第八章 管理研究的报告准备与提交 | (316) |
| 第一节 研究报告准备与提交的过程 | (316) |
| 一、报告准备与提交工作的重要性 | (316) |
| 二、报告准备与提交工作的过程 | (317) |
| 第二节 研究报告的准备 | (318) |

| | |
|---------------------------|-------|
| 一、研究报告的格式····· | (319) |
| 二、研究报告的书写····· | (322) |
| 第三节 研究报告的提交····· | (324) |
| 一、研究报告的讲述····· | (324) |
| 二、研究报告的审阅····· | (325) |
| 三、研究报告的使用····· | (327) |
| 思考题····· | (328) |
| 第九章 案例····· | (329) |
| 案例1 商场音乐对营业员劝服力作用的研究····· | (329) |
| 案例2 可口可乐产品研发与市场投放的研究····· | (362) |
| 案例3 图尔萨市商业中心建设的研究····· | (372) |
| 案例4 麦肯锡的走访调研····· | (388) |
| 案例5 洗发精产品开发的研究····· | (401) |
| 案例6 奥玛尔快速运输公司工作轮班的研究····· | (419) |
| 案例7 美国邮政公司员工士气的研究····· | (424) |
| 案例8 企业战略与创新调查问卷····· | (437) |
| 案例9 民政部低保收入家庭调研····· | (460) |
| 附录：统计数值表····· | (465) |
| 主要参考文献····· | (476) |

第一章 管理研究的概述

第一节 管理研究的定义与作用

一、管理研究的范围

管理是一个内涵很广泛的概念。我们可以罗列很多管理范畴的概念，如国民经济管理、区域经济管理、产业经济管理、行业管理、企业或公司管理、制造业企业管理、服务业企业管理、非赢利机构管理等，我们也常做出如战略管理、营销管理、人力资源管理、运营管理、技术管理、财务管理等这样的企业或公司活动管理的范畴界定。无论哪一个范畴的管理活动，都是由一定的组织机构实施的。从组织机构实施管理活动的性质看，管理无非包括对其活动行为进行分析、计划、实施和控制等，而从这些活动的本质上说，管理就是决策。

决策就是要解决未来的问题。未来某一时期，组织面临着怎样的形势？组织应该怎样应对这种形势？采取何种行动？又在什么时间采取行动？等等。实际上，对每一个具体的组织而言，这些问题可能会无限的罗列出来，而这些问题对组织的生存与发展都是至关重要的。如表 1-1 所示列出了企业或公司管理范畴内常见的管理决策问题。

表 1-1 企业或公司管理范畴内常见的管理决策问题

| | |
|------------------|------------------|
| 1. 短期发展趋势预测 | 29. 员工旷工与调转 |
| 2. 长期发展趋势预测 | 30. 组织环境或文化 |
| 3. 行业发展与竞争态势 | 31. 组织沟通 |
| 4. 发展战略规划 | 32. 一线人员操作效率 |
| 5. 经营计划 | 33. 劳动环境 |
| 6. 产品规划与开发 | 34. 员工非正式组织 |
| 7. 工厂及仓库布局 | 35. 员工绩效考评 |
| 8. 供应链再造 | 36. 员工培训与发展 |
| 9. 出口或国际贸易 | 37. 营销观念塑造 |
| 10. 投资回报预估 | 38. 市场细分与规划 |
| 11. 投资结构确定 | 39. 市场区域规划 |
| 12. 股票、红利、期权价值预测 | 40. 细分市场特征 |
| 13. 资本结构确定 | 41. 市场份额动态 |
| 14. 兼并或合资决定 | 42. 销售预测 |
| 15. 盈亏分析 | 43. 分销渠道选择 |
| 16. 信用风险分析 | 44. 新产品概念测试 |
| 17. 成本分析与控制 | 45. 市场销售实验与策划 |
| 18. 税收影响 | 46. 广告测试与策划 |
| 19. 财务核算与审计 | 47. 购买行为跟踪 |
| 20. 全面质量管理 | 48. 顾客满意度跟踪 |
| 21. 薪酬计划 | 49. 顾客关系建立与维护 |
| 22. 员工工作热情 | 50. 企业或公司形象塑造 |
| 23. 员工工作满意度 | 51. 管理信息系统开发与应用 |
| 24. 员工激励 | 52. 企业或公司网站开发与运营 |
| 25. 领导风格或行为 | 53. 企业或公司伦理 |
| 26. 员工工作效率 | 54. 企业或公司公共关系 |
| 27. 组织运行效率 | 55. 社会与政治力量影响 |
| 28. 组织结构重组 | |

事实上，所有这些问题的解答都需要大量的信息，都要有充分的依据，都需要做出分析和预测。过去我们习惯了凭经验或感觉来解答这样的问题，或靠简单的会议讨论来寻找答案，或充其量做些简单的资料收集与分析来设计方案。在环境因素较简单的情况下，我们都可能获得正确的决策，但更不乏有大量的决策失误。而在当今日趋复杂多变的环境因素条件下，如果我们不占有大量的信息，不具备充分的依据，没有做出全面系统的分析和预测，再那样简单行事的话就很难取得决策的成功了。因此，这里就提出了管理研究的不可或缺性。

换句话说，管理研究存在于各类组织的各类管理决策之中，各类组织中的各类管理决策的制定实际上都需要做管理研究，因此，我们所说的管理研究是广泛存在的。

二、管理研究的定义

实际上，“研究”二字具有浓厚的科学含义。我们要正确地去理解“研究”二字。

首先，RE-SEARCH 意味着 SEARCH AGAIN，即“研究”需要不断地收集与问题相关的资料与数据。它要求研究者必须做出忍耐性研究、系统性研究，或有组织性研究。在这个过程中，研究人员应该进行多次细致的工作，以发现关于解答决策问题所需要的全部事实。

其次，如果要使研究产生的资料与数据具有正确性，研究者必须是客观的。研究本身的客观性特质，要求研究人员在工作中不要有任何偏见，应该是尊重客观事实的。基于以上两个方面的考虑，我们可对管理研究做如下定义：管理研究即是在管理的范畴内，确定管理决策中的问题，设计针对性的研究方法，深入地、系统地、客观地收集和分析有关资料与数据，并把分析结果向相关者沟通的一系列工作。

三、应用管理研究和基础管理研究

与其他领域一样，研究可以按两种不同的目的来进行。一种是为一个组织的管理者目前实际面临的急需着手解决的管理决策问题而开展的研究工作。例如，一家企业的某一种产品的销售出现不良业绩，经理人员想要发现其中的原因以便采取正确的对策来改进工作。这样的研究我们可以称其为应用管理研究。显然，应用管理研究是在对某一个组织某一具体实际管理决策问题做出解答时要进行的，因此，应用管理研究是大量存在的。另一种研究是为了开发和扩展管理知识体系即产生新的管理概念和理论而进行的研究工作。例如，考虑一下一所大学所进行的研究。学术研究人员想调查了解组织中上级经理人员对下属员工完成工作任务的具体评价是否对下属员工在未来的工作业绩有影响以及有何种影响等？这个问题是任何一个组织的实际管理人员都可能碰到的问题，也是学术上的一个新问题，对此问题开展调查研究，以对相关关系及影响因素进行证明与解释，实际上就扩展了人力资源管理的有关理论，其有关结论对组织中的实际管理人员也具有指导作用。类似这样的研究我们可以称其为基础管理研究。虽然基础管理研究不直接涉及解决一个具体的实际的管理决策问题，但有先人说的好：“没有什么像一个好的理论那样实际。”因此，基础管理研究是非常重要的。

应用管理研究通常是由组织内部的研究人员做出的，也可能由组织聘请组织外的管理研究咨询公司的研究人员或大学教授来完成的，而基础管理研究通常是由大学教授来完成的，个别的大型组织机构也可能进行基础管理研究。无论是应用管理研究或是基础管理研究，两者的本质是没有区别的，即它们都是科学的研究。正如前一节所说，科学的管理研究在于研究过

程、研究方法及研究者本身的科学性。

这里需要强调的是，与自然科学研究和工程技术研究相比较，管理研究更为复杂、更为艰难。管理研究的主要研究对象是人或人群（即由人组成的团体或组织），所要调查探究的内容大多是关于人或人群的情绪、感觉、欲望、意识、态度、行为等内容的。人或人群本身就是最为复杂的客体，而他们的思想意识活动就更为高深莫测了，因此，在这种情况下来探究发现管理活动的正确取向或规律性，确实给管理研究实践者们提出了艰巨而又有益的挑战。

四、管理研究的作用

管理研究本身具有三个重要功能：

(1) 描述功能，即对事实数据或行为进行搜集和陈述的功能。比如对某一企业历史销售趋势的描述；对组织的员工的工作态度及工作效果的描述等。

(2) 诊断功能，即对事实数据或行为加以解释的功能。例如对某一企业产品销售量急剧下降的原因的诊断；对某一商品的消费者的重复购买行为的动因的诊断等。

(3) 预测功能，即对描述性调研和诊断性调研加以运用以预测一项管理决策的结果的功能。如对某一企业采取降低产品价格策略以促使其销售量提升的运行结果的预测；对组织提高员工工资及福利和增加员工提升晋级机会对改善其工作业绩的影响作用的预测等。

正因为管理研究具有上述三个重要功能，它才在管理实践活动中和管理理论研究中发挥着重要作用。

在任何一个组织的管理实践活动中，做好管理研究工作，充分发挥管理研究的功能，可以使组织占有大量信息，因此可使其管理决策大大减少失误的可能性。具体表现如下：

(1) 为组织发现问题或机遇

一个组织在制定战略规划前都必须首先确定它的经营方向及其行动方针。通过管理研究，可以对组织发展面临的问题或机遇进行分析和判断，从而确定组织发展过程中的经营方向和行动方针的重大战略。原美国的西尔斯百货公司副总裁伍德依靠市场调研获得了巨大的成功。早在1925年，他分析研究了美国的人口居住发展趋势。他发现随着汽车工业愈来愈迅猛的发展，私人拥有汽车越来越多，而大城市已无法提供那么多停车的地方了。那么，人会流向哪里呢？大量调查数据表明：在郊区。研究后使伍德洞察到，汽车的大发展将为商业零售方式带来一次革命，它迫使城市作为商业中心的地位下降，而郊区则会得到大的发展。他抓住了机会，做出了战略决策：趁眼下空地多、土地租金低、别人还未醒悟的机会，看准发展势头在大城市的郊区建立自己的市场优势。他把百货商店建在了郊区，商店外面建立了开阔的停车场，自然会招引越来越多的顾客。伍德通过市场调研，察见商业零售业发展的“事象之微”，一叶知秋，使西尔斯百货公司大展宏图，成为美国最大的百货公司。

(2) 为组织选择并实行动方案

通常一个组织为实现其战略目标都会面临多种可行的行动方案。这时，通过管理研究，可以获取相关的信息资料并对各方案做出评价，进而可以选择并实施最好的行动方案。例如，一家企业决定扩展其国际业务，要想知道把产品项目投放到日本还是韩国或是台湾地区。在这种情况下，就可以进行一项有关日本、韩国及台湾地区市场需求背景及本企业与各自地区业务往来关系的调查研究，进而可确定哪一个地区对本企业发展国际业务是最有利的。