



U svetu knjiga

Metode istraživanja u poslovnim studijama

*P. Ghauri, K. Gronhaug, Research methods in Business Studies
(Metode istraživanja u poslovnim studijama), Prentice Hall, 2010.*

Knjiga je, po uvodnim napomenama autora, namenjena prvenstveno studentima na MBA programima, master studijama i istraživački orientisanim studentima na dodiplomskim studijama. Preporučuje se i studentima doktorskih studija, kao i onima koji se bave istraživanjima u oblasti savremenog menadžmenta i poslovanja. Naglašava se da je ova knjiga posebno dragocena u pripremi teza i završnih radova za različite tipove poslovnih studija kada se očekuju i rezultati istraživanja koja studenti sprovode u odnosu na konkretna pitanja i probleme.

Tri osnovna dela knjige iscrpno predstavljaju osnovne metode i tehnike istraživanja uz brojne primere, napomene o široj literaturi u konkretnoj oblasti i zadatke za vežbanje. Prvi deo se bavi opštim značajem i izazovima istraživanja u domenu poslovnih studija, drugi vodi čita-

oca kroz istraživački proces, a treći deo se bavi analizom, primenom i pisanjem izveštaja.

U prvom delu detaljnije se razmatra specifičnost istraživačkog zadatka i procesa u oblasti poslovnih studija. Ukazuje se na osnovne razlike između istraživanja i rešavanja konkretnih problema u praksi uz oslonac na «zdrav razum». Zaključuje se da većih razlika tu ne bi trebalo da bude, budući da bi menadžeri rešavajući probleme prakse trebalo da poseduju znanja i sposobnosti za evaluaciju posledica odluka koje donose. Drugim rečima, menadžersko odlučivanje i rešavanje problema, ukoliko se sistematično obavlja, vodi boljem odlučivanju i rezultatima od onih odluka koje se zasnivaju isključivo na intuiiciji i ličnim preferencama. To znači da su istraživački procesi, metode i procedure neophodne i radi ispunjavanja akademskih ciljeva širenja teorijskih saznanja,

ali i radi dragocene podrške u rešavanju stalnih problema prakse. Istraživači u oblastima poslovnih studija, stoga, imaju veoma različite ciljeve i orijentaciju, od objektivnog rešavanja opštih pitanja i problema, do rešavanja specifičnog problema za konkretnu kompaniju.

Etička pitanja u oblasti istraživanja predstavljaju poseban aspekt koji se odnosi na etiku i moralne principe koji utiču na to kako istraživač ili istraživački timovi vode aktivnosti istraživanja, posebno vezano «za situacije i aktivnosti u kojima može da nastane stvarna ili potencijalna šteta bilo koje vrste za bilo koga». Istraživači imaju moralnu obavezu i odgovornost da pronalaze odgovore na pitanja poštено, iskreno, tačno i precizno. Jedno od najosetljivijih pitanja u tom domenu je odnos istraživača i subjekta istraživanja kada je reč o poslovnim studijama. Navodi se osam oblasti odnosa istraživač-subjekat koji mogu da izazovu etičke teškoće: očuvanje anonimnosti subjekata; izlaganje subjekata mentalnom stresu; postavljanje pitanja subjektima koja mogu štetno da utiču na njihove sopstvene interese; korišćenje specijalne opreme i tehnike, kao što su snimanje razgovora, video snimanje ili korišćenje opreme koja je štetna po zdravlje; uključivanje subjekata u istraživanje bez njihovog pristanka; korišćenje prevare i laži; korišćenje sile u prijavljanju informacija; onemogućavanje prava subjekata. Zaključuje se da etička pitanja zaslužuju pažnju već u ranim fazama istraživačkog procesa.

Istraživački proces polazi od aktivnosti identifikovanja istraživačke teme i zadatka do uobičavanja i strukturiranja istraživačkog problema, determinisanja istraživačkog pristupa, strategije prikupljanja informacija na adekvatan način, razvoj mogućnosti merenja i prikupljanja i analize podataka. Polazi se od analize uloge teorije u poslovnim istraživanjima, a naglasak je na istraživačkom procesu i objašnjenju osnovnih koncepcata teorije, modela i znanja. Poseban deo bavi se istraživačkim problemom uz mišljenje autora da većina studenata poslovnih studija imaju teškoća u formulisanju istraživačkog problema i da ne prave razliku između istraživačkog problema i istraživačke teme. Kao prvi korak istraživačkog procesa navodi se istraživačka tema koja se odnosi na fenomen ili temu koja će se istraživati, na primer kako firme organizuju svoje aktivnosti, kako se u poslovnom sistemu ostvaruje istraživanje i razvoj ili kako firme ulaze na inostrana tržišta. Naglašava se da istraživačka tema nije isto što i istraživački problem jer je tema obično mnogo šira i opštija od istraživačkog problema koji može da bude, na primer, koja je organizaciona struktura najefikasnija ili da li su firme oslonjene na birokratski tip organizovanja manje inovativne od onih koje su organizovane na «organski» način.

Istraživački dizajn je sveukupni plan povezivanja postavljenog istraživačkog problema sa relevantnim i praktično primenjivim empirijskim istraživanjem. To je plan ili okvir za prikupljanje podataka i njihovu analizu kojim se definiše i tip istraživanja – eksploratoran, deskriptivan ili kauzalan. Istraživački metodi se u ovoj knjizi odnose na tehnike prikupljanja podataka.

Značajni problemi merenja vezuju se za operacionalizaciju istraživačkih postavki i podataka. Merenje empirijskog istraživanja je težak zadatak budući da kvalitet informacija u velikoj meri zavisi od procedura koje su korišćene za prikupljanje i analizu podataka. Istočje se osnovna istina kroz postulat «dubre na ulazu, dubre na izlazu» kojim se ukazuje na visok stepen povezanosti svih istraživačkih aktivnosti u fazi prikupljanja i analize podataka sa konkretnim izvedenim zaključcima kao rezultatima istraživanja. Poseban deo posvećen je merenjima u kvalitativnim istraživanjima, kao i različitim tipovima izvora podataka i sagledavanjem prave vrste podataka za određenja istraživanja. Analiziraju se prednosti i nedostaci primarnog i sekundarnog prikupljanja podataka.

Istraživanje u poslovnim studijama veoma je oslojeno na prikupljanje podataka i autori Pervez Ghauri i Kjell Gronhaug veoma iscrpno objašnjavaju ovu fazu istraživanja pre svega praveći razliku između kvalitativnih i kvantitativnih metoda prikupljanja podataka uz analizu situacija koje su pimerene jednoj tj. drugoj vrsti. Objasnjene su osnovne metode za poslovno istraživanje kao što su ankete, intervju i fokusne grupe. Dalje, objašnjeno je uzorkovanje i osnovne aktivnosti pripreme analize podataka uz objašnjenja uloge statistike u analizi i predstavljanju podataka. Analiza podataka predstavljena je kvalitativnim i kvantitativnim metodama analize uz predstavljanje rasprostranjenih tehnika statističke analize. Posebno se razmatra studija slučaja kao metod i objašnjava kada se ona može koristiti uz posebnu napomenu da je u kompleksnim situacijama kros-kulturnih istraživanja potreban dodatni oprez u postavljanju istraživačkog problema, prikupljanju podataka i odabiru metoda za njihovu analizu.

Na kraju, pisanje izveštaja, elaborata u kome su sadržani svi rezultati istraživanja, predstavlja posebno važnu fazu istraživanja u kojoj treba ostvariti konciznost, konzistentnosti i ubedljivost uz prikaz potrebnih dokaza i argumentacije za zaključke koji se donose. Struktura izveštaja analizira se po delovima sa odgovarajućim primjerima i uputstvima za korišćenje napomena, prikaz bibliografske grade vezano za različite tipove izveštaja, kao što su teze, oralne prezentacije ili pisani izveštaji koji se pripremaju za objavljivanje.

Dr Maja Levi Jakšić