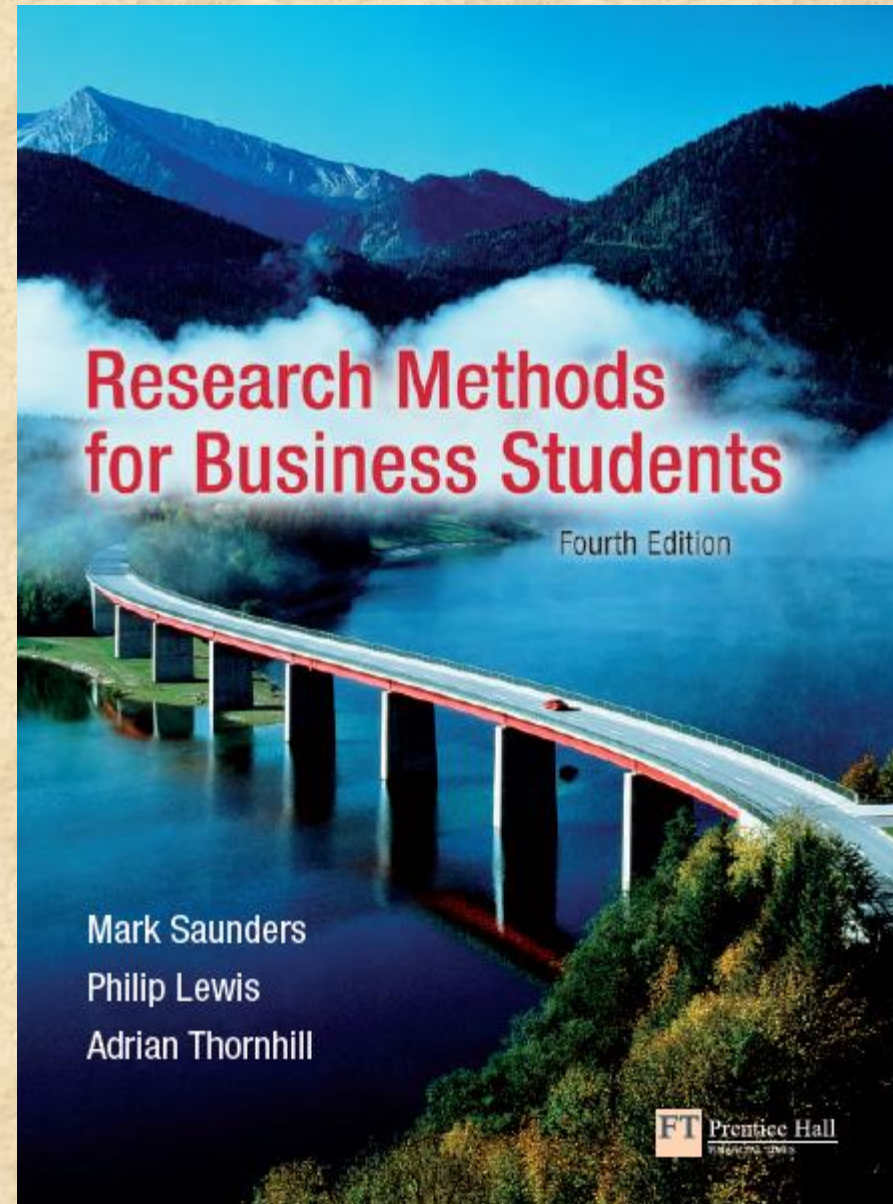


Instructor
Morteza Maleki PhD



5



Formulating the research design

5.1 Introduction

- ✓ In the **research onion**, as a way of depicting the issues underlying choice of data collection method or methods, the outer two layers are **research philosophies** and **research approaches**.

در پیاز تحقیق، به عنوان روشی برای نشان دادن مسائل مرتبط با روش یا روشهای انتخاب جمع آوری داده ها، دو لایه بیرونی **فلسفه های تحقیق و رویکردهای تحقیق** را شامل میشود.

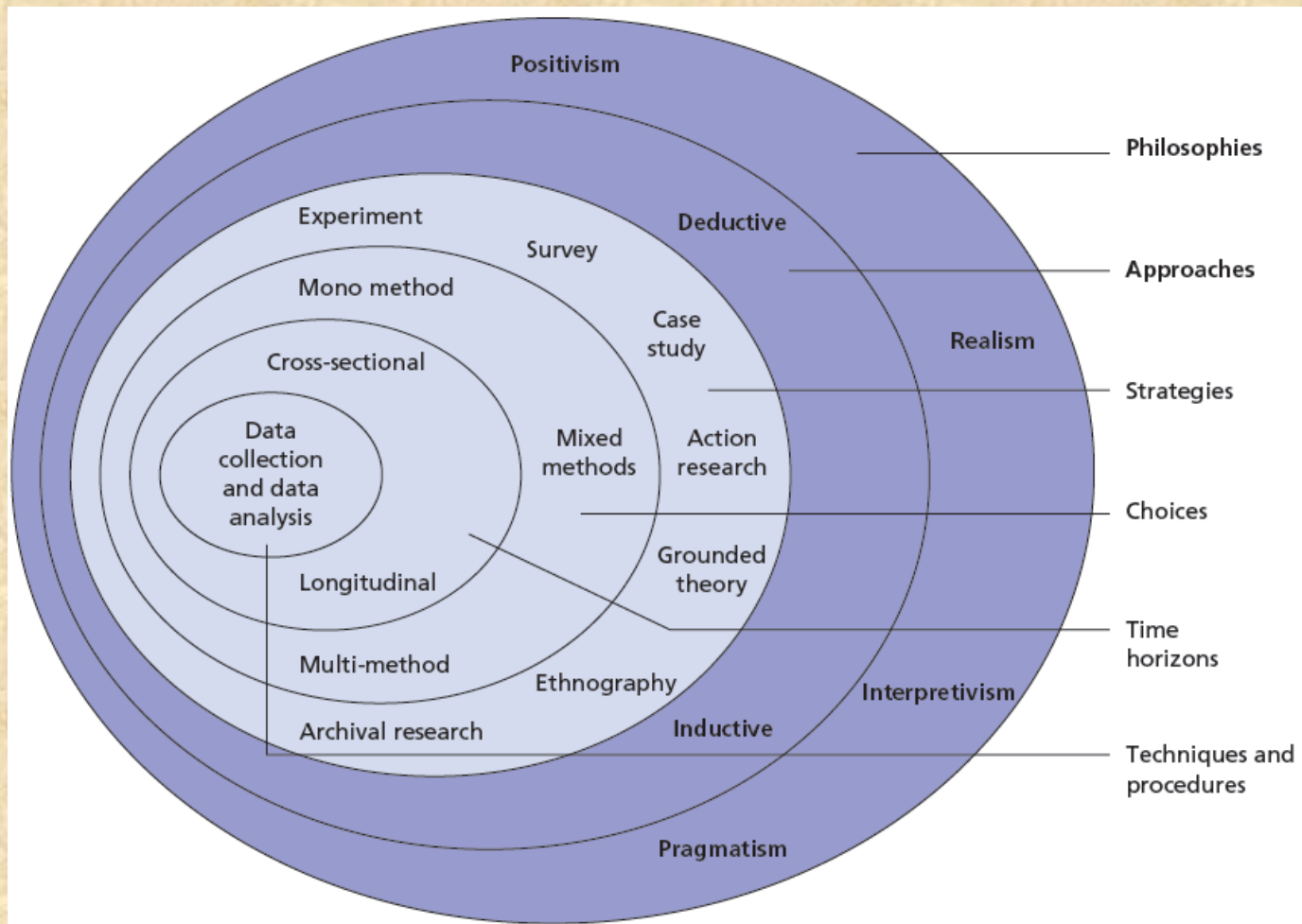


Figure 4.1

The research 'onion'

Source: © Mark Saunders, Philip Lewis and Adrian Thornhill 2008

5.1 Introduction

- ✓ The next three layers are research strategies, research choices and time horizons.

سه لایه بعدی استراتژیهای تحقیق، گزینه های تحقیق، و افق زمانی را دربر میگیرد.

5.1 Introduction

- ✓ These three layers can be thought of as focusing on the process of research design, that is, turning your research question into a research project (Robson, 2002).

این سه لایه را میتوان بخشی دانست که تاکید آن بر فرایند طرح تحقیق یعنی، تبدیل کردن پرسش تحقیق به یک پروژه تحقیق است (...).

5.1 Introduction

- ✓ The way you choose to answer your research question will be influenced by your research philosophy and approach.

روشی که برای پاسخ به پرسش تحقیق خود انتخاب میکند تحت تاثیر فلسفه و رویکرد تحقیق شما قرار دارد.

5.1 Introduction

- ✓ Your research question will subsequently inform your choice of research strategy, your choices of collection techniques and analysis procedures, and the time horizon over which you undertake your research project.

پرسش تحقیق شما انتخاب شما از استراتژی تحقیق، تکنیکهای جمع آوری و روندهای تحلیل اطلاعات، و چشم انداز زمانی که بر مبنای آن تحقیق خود را انجام میدهید را برای شما مشخص میکند.

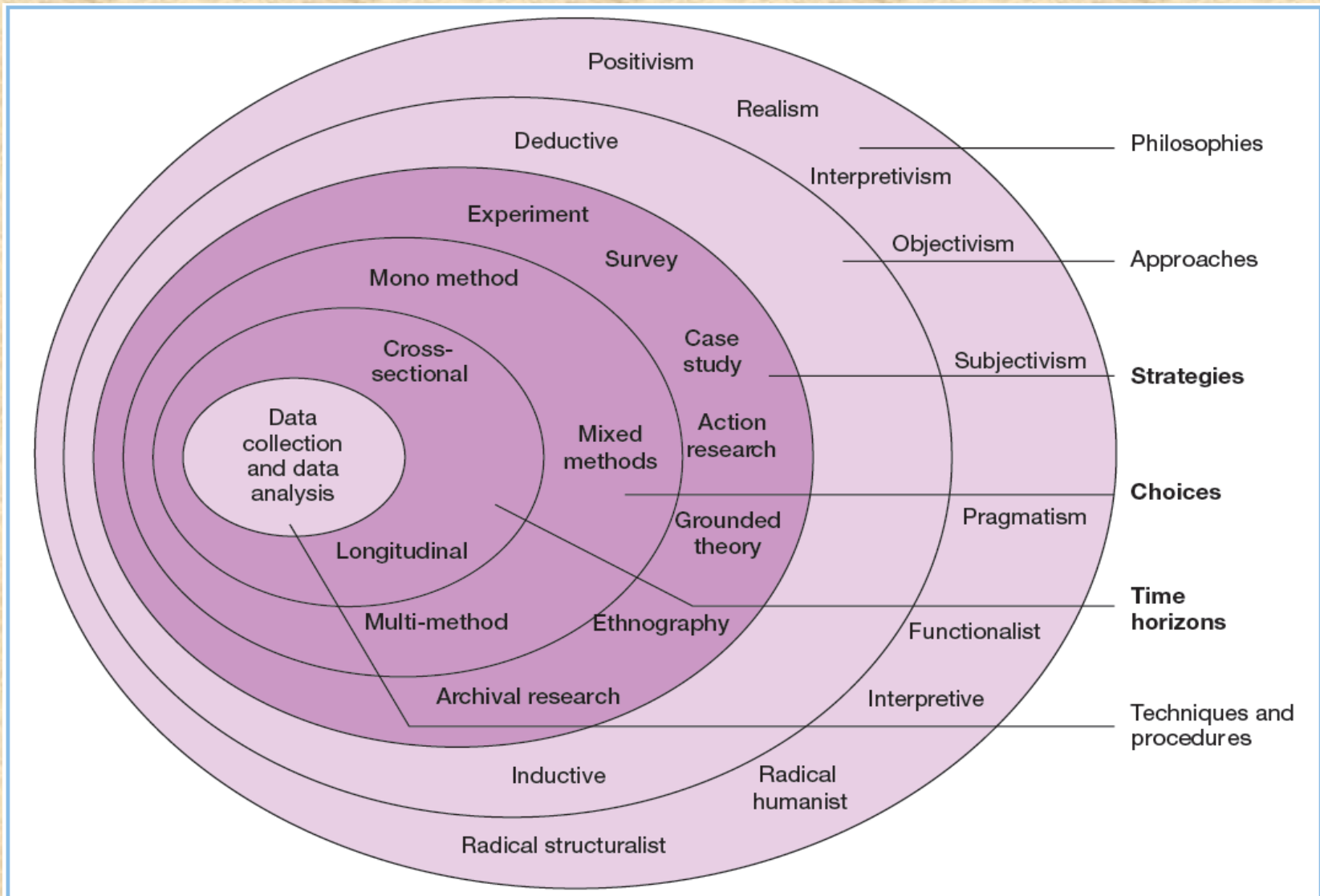


Figure 5.1 The research 'onion'

Source: © Mark Saunders, Philip Lewis and Adrian Thornhill 2006

5.3 The need for a clear research strategy

IV. Action research

(روایت پژوهشی)

- ✓ Lewin first used the term 'action research' in 1946.

لِوین برای اولین بار از واژه "روایت پژوهی" در سال ۱۹۴۶ استفاده نمود.

- ✓ There are four common themes within the literature about it:

چهار تم مرسوم در ادبیات برای این روش وجود دارد:

5.3 The need for a clear research strategy

IV. Action research

(روایت پژوهشی)

1. The **first** focuses upon and emphasizes the **purpose** of the research:

نخست آنکه در این روش تمرکز اصلی بر هدف تحقیق است؛

- ✓ Research **in** action rather than research **about** action (Coghlan and Brannick, 2005).

تحقیق **در** اقدام نه تحقیق **در مورد** یک اقدام (...).

5.3 The need for a clear research strategy

IV. Action research ...

- ✓ The research is concerned with the resolution of organizational issues such as the implications of change together with those who experience the issues directly.

در این تحقیق، اهمیت بر راهکارهایی برای مسائل سازمانی، مانند کارکردهای تغییر به همراه آنهاست که این مسائل را به صورت مستقیم تجربه میکنند، است.

5.3 The need for a clear research strategy

2. The **second** relates to the involvement of **practitioners** in the research

دومین مسئله مرتبط با درگیر بودن مدیران اجرایی در تحقیق است.

- ✓ A collaborative democratic partnership between **practitioners** and **researchers**, be they academics, other practitioners or internal or external consultants.

یک شراکت دمکراتیک مبتنی بر همکاری میان **مدیران اجرایی و محققان**، که خود میتوانند افراد آکادمیک، یا سایر مدیران اجرایی یا از مشاوران بیرون یا درون سازمان شکل میگیرد.

5.3 The need for a clear research strategy

- ✓ Huxham (1996) argue that the findings of action research result from 'involvement with members of an organization over a matter which is of genuine concern to them'.

... (...) اذعان می دارد که یافته های یک تحقیق اقدامی در نتیجه "درگیر شدن با افراد در یک سازمان در خصوص موضوعی که برای آنها بسیار مهم است" حاصل میشود.

5.3 The need for a clear research strategy

- ✓ The researcher is **part of the organization** within which the research and the change process are taking place (Coghlan and Brannick, 2005).

محقق بخشی از سازمانی که تحقیق و فرایند تغییر در آن رخ میدهد است (...).

5.3 The need for a clear research strategy

3. The **third** theme emphasizes the **iterative** nature of the process of diagnosing, planning, taking action and evaluating.

ت

م سوم بر ماهیت تکراری فرایند تشخیص، برنامه ریزی، اقدام و ارزیابی متمرکز است.

5.3 The need for a clear research strategy

- ✓ The action research spiral commences within a specific **context** and with a clear **purpose**.

شکل مارپیچی پژوهش روایتی با یک **بافت** مشخص و با یک **هدف** واضح آغاز میشود.

- ✓ This is likely to be expressed as an **objective** (Robson, 2002).

میشود به آن یک **هدف** نیز اطلاق کرد (...).

5.3 The need for a clear research strategy

- ✓ **Diagnosis**, sometimes referred to as **fact finding and analysis**, is undertaken to enable action planning and a decision about the actions to be taken.

تشخیص که برخی اوقات به آن **واقعیت یابی و تحلیل** نیز میگویند، با هدف قادر شدن به برنامه ریزی برای اقدام و تصمیم در خصوص اقداماتی که باید انجام شود، صورت میپذیرد.

- ✓ These are then taken and the actions **evaluated** (cycle 1).

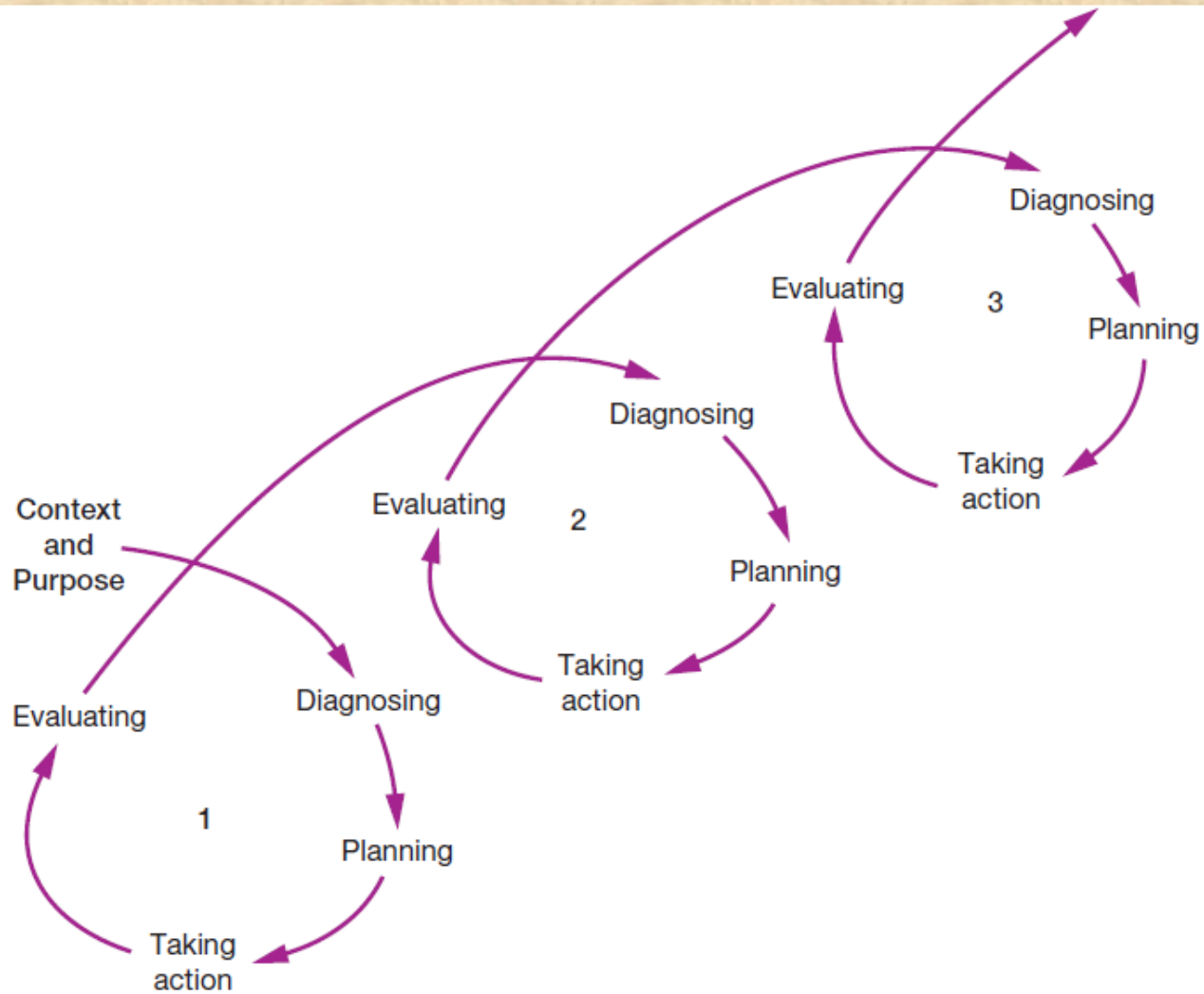
بعدا این اقدامات صورت پذیرفته و **ارزیابی می** میشوند (سیکل ۱).

5.3 The need for a clear research strategy

- ✓ Subsequent cycles involve further diagnosis, taking into account previous evaluations, planning further actions, taking these actions and evaluating.

سایکلهای بعدی شامل تشخیص بیشتر است که با در نظر گرفتن ارزیابیهای پیشین، برای اقدامات بعدی برنامه ریزی میکند و پس از اقدام بر روی آنها، به ارزیابی (مجدد) آنها می پردازد.

5.3 The need for a clear research strategy



5.3 The need for a clear research strategy

4. **Fourth** theme suggests that action research should have implications beyond the immediate project.

تم چهارم بیان میکند که پژوهشهای اقدامی باید کارکردهایی فراتر از پروژه در دست داشته باشد.

- ✓ It must be clear that the results could inform other contexts.

باید مشخص شود که نتایج یافته‌های دیگر را نیز آگاه نماید.

5.3 The need for a clear research strategy

- ✓ For academics undertaking action research, Eden and Huxham (1996) link this to an explicit concern for the development of theory.

برای دانشگاهیانی که روش پژوهش اقدامی را استفاده میکنند، یدن و هاگزَم (۱۹۹۶) این روش را با نگرانی آشکار در مورد توسعه نظریه ربط میدهد.

5.3 The need for a clear research strategy

- ✓ They emphasize that this is more likely to focus on the subsequent transfer of knowledge gained from one specific context to another.

آنها تاکید میکنند که محتملتر این است که تمرکز بر انتقال آتی دانش حاصل از یک بافت به بافت دیگر است.

5.3 The need for a clear research strategy

- ✓ Action research differs from other research strategies because of its explicit focus on action, in particular promoting change within the organization.

پژوهش اقدامی از سایر استراتژیهای تحقیق متمایز است زیرا به صورت واضح بر اقدام تاکید دارد و به صورت خاص، تاکید آن بر ترویج تغییر در سازمان است.

- ✓ It is therefore particularly useful for 'how' questions.
بنابراین، به صورت خاص برای پاسخ به پرسش "چگونگی" مناسب است.

5.3 The need for a clear research strategy

- ✓ The person undertaking the research is involved in this action for **change** and subsequently application of the **knowledge** gained elsewhere.

فردی که این تحقیق را انجام میدهد برای ایجاد **تغییر**، و استفاده آتی از **دانش** حاصل از این فرایند در **جایی دیگر**، درگیر آن میشود.

5.3 The need for a clear research strategy

✓ The strengths of an action research strategy are:

نقاط قوت پژوهشهای اقدامی در موارد زیر است:

1. A focus on **change**,

تاکید بر **تغییر**،

2. The recognition that time needs to be devoted to **diagnosing, planning, taking action and evaluating and**

تشخیص زمانیکه به تشخیص، برنامه ریزی، اقدام، و ارزیابی تخصیص داده میشود، و

3. The involving of **employees (practitioners)** throughout the process.

درگیری کارکنان (افراد اجرایی) در کل فرایند.

5.3 The need for a clear research strategy

✓ Action research can have two distinct foci (Schein, 1999):

اقدام پژوهش میتواند بر دو مقوله مجزا تاکید نماید (...):

1. It aims to fulfil the agenda of those undertaking the research rather than that of the sponsor.

هدف آن تحقق برنامه های کاری افرادی که تحقیق را اجرا میکنند است نه آنهایی که حامی آن هستند،

✓ This **does not preclude** the sponsor from also benefiting from the changes brought about by the research process.

این امر به معنی این نیست که حامیان از تغییرات حاصل از فرایند تحقیق بی بهره می مانند.

5.3 The need for a clear research strategy

2. It starts with the **needs of the sponsor** and involves those undertaking the research in the sponsor's issues, rather than the sponsor in their issues.

این تحقیق با **نیاز حامی** آغاز میشود و سپس، به جای آنکه حامی را درگیر مسئله نماید، آنهایی را که تحقیق را در مورد مسئله حامی انجام میدهند را درگیر می نمایند.

- ✓ These consultant activities are termed '**process consultation**' by Schein (1999).

این فعالیتهای مشاوره ای توسط شین (۱۹۹۹) "**مشاوره فرایند**" نامیده شد.

5.3 The need for a clear research strategy

- ✓ The consultant assists the client to perceive, understand and act upon the process events that occur within their environment in order to improve the situation as the client sees it.

مشاور به مشتری کمک میکند تا بر رویدادهای فرایندی که در محیط آنها رخ میدهد، با هدف بهبود شرایط از نظر آنها، درک نموده، بفهمد و اقدام لازم را انجام دهند.

The End