

عنوان مقاله:

درآمدی بر روش تحقیق مطالعه موردی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری با رویکرد ارزش آفرینی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

حمیدرضا فرج شوشتری پور - دانشجوی دکترای مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبائی تهران

خلاصه مقاله:

رویکرد مطالعه موردی، یکی از متداولترین استراتژی های تحقیق کیفی محسوب می شود. این رویکرد، یک روش یا شیوه نیست بلکه نوعی استراتژی پژوهشی است. درون این استراتژی، روشها و شیوه های متعددی مورد استفاده قرار می گیرند. ممکن است این روشها کمی، کیفی و یا ترکیبی از هر دو روش باشند. مطالعه موردی، اگرچه غالبا بر فنون و شیوه های کیفی استوار است ولی نمیتواند صرفا از طریق فنون پژوهش کیفی تعریف شود بلکه بایستی در قالب جهت گیری نظری آن تعریف شود در این استراتژی، تاکید بر جدایی بستر از موضوع پژوهشی نیست بلکه تاکید بر دیدن موضوع در بستر پژوهش است. بیشتر تحقیقات موردی، به علت فرصت بررسی باز، قادر به استخراج روش های استقرایی پژوهش می شوند که هدف آن تیوری سازی و ایجاد فرضیه و نه صرفا آزمون آنها است (دانایی فرد و دیگران، 1383). مطالعه موردی، نوعی پژوهش تجربی است که پدیده های زمان حال را در بستر زندگی واقعیشان بررسی می کند، خصوصا زمانی که مرزهای بین پدیده و بستر آن به طور واضح و دقیق مشخص نیستند و از منابع متعددی از شواهد استفاده می شود. (یین، 1376) این مقاله، سعی دارد با تعریف روش تحقیق مطالعه موردی، ذکر انواع و مراحل انجام آن و نیز بیان نمودن مزایا و معایب این روش، پژوهشگران علاقه مند به استفاده از این روش تحقیق را یاری رساند.

کلمات کلیدی:

مطالعه موردی، مورد، مطالعه تک موردی، مطالعه چند موردی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/582713>

