**Metodologie vědecké práce:**

**výzkumné filozofie, přístupy a design výzkumu**

**Drahomíra Pavelková**



**2018**

**Informace o autorech:**

Drahomíra Pavelková, prof. Dr. Ing.

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky

pavelkova@utb.cz

Obsah

[Úvod 4](#_Toc535485547)

[1 Podstata vědy a výzkumu 5](#_Toc535485548)

[1.1 Věda 5](#_Toc535485549)

[1.2 Výzkum 5](#_Toc535485550)

[1.3 Výzkum v oblasti managementu a podnikání 6](#_Toc535485551)

[1.4 Metodologie výzkumu a výzkumná hierarchie 8](#_Toc535485552)

[2 VýzkumNé filozofie 10](#_Toc535485553)

[2.1 Úvod do výzkumných paradigmat (filozofií) 10](#_Toc535485554)

[2.1.1. Hlavní výzkumná paradigmata (výzkumné filozofie) 11](#_Toc535485555)

[3 Výzkumné přístupy 15](#_Toc535485556)

[4 Design výzkumu 17](#_Toc535485557)

[4.1 Výzkum ve společensko-vědní oblasti 17](#_Toc535485558)

[4.2 Poznání účelu výzkumu 17](#_Toc535485559)

[4.3 Výzkumné strategie (metody) 18](#_Toc535485560)

[5 Etika ve výzkumu 23](#_Toc535485561)

[SHRNUTÍ 25](#_Toc535485562)

[Seznam použité literatury 26](#_Toc535485563)

[Seznam obrázků 28](#_Toc535485564)

[Seznam tabulek 29](#_Toc535485565)

# Úvod

Výzkum představuje proces nalezení řešení problému po důkladném studiu a analýze ovlivňujících faktorů. Předložený studijní text přináší úvod do problematiky vědy a výzkumu, charakteristiku výzkumu v oblasti managementu a podnikání a představuje metodologii výzkumu, jeho hierarchii, výzkumné filozofie a přístupy. Definuje design výzkumu s představením výzkumných metod využitelných ve výzkumu v oblasti managementu a podnikání.

Tento studijní materiál je organizován následovně.

Kapitola 1 obsahuje vysvětlení povahy vědy (s rozlišením na přírodní a společenské a humanitní vědy) a povahy výzkumu s podrobným specifikováním výzkumu v oblasti managementu a podnikání. Dále se kapitola věnuje základům metodologie výzkumu a výzkumné hierarchie.

Kapitola 2 vysvětluje pojem paradigma a nabízí představení a porovnání hlavních výzkumných paradigmat (výzkumných filozofií) aplikovaných ve výzkumu v oblasti managementu a podnikání.

Kapitola 3 představuje deduktivní, induktivní a abduktivní výzkumný přístup. Dále jsou zde shrnuty důvody použití konkrétního přístupu s ohledem na logiku, zobecnitelnost, využití dat a rozvinutí teoretických poznatků.

Kapitola 4 je věnována designu výzkumu a jeho účelu. Jsou popsány strategie výzkumu (metody) jako experiment, průzkum, archivní a dokumentární výzkum, etnografie, případová studie, akční výzkum, zakotvená teorie a narativní výzkum.

Kapitola 5 se zabývá etickými otázkami výzkumu. Jsou zde vysvětleny hlavní principy etických kodexů aplikovaných ve výzkumu.

Věřím, že tento studijní text může studentům pomoci pochopit základní principy výzkumné filozofie a výzkumných přístupů a umožnit jim, přípravu výzkumného projektu tak, aby je jeho realizace přivedla k napsání a úspěšné obhajobě kvalitní disertační práce.

*Drahomíra Pavelková, autorka*

# 1 Podstata vědy a výzkumu

## Věda

Věda je **systematický způsob poznávání skutečnosti**, který buduje a organizuje znalosti a vědění ve formě testovatelných vysvětlení a predikcí o světě a jehož objektem mohou být předměty, události nebo lidé.

Je možné rozlišit následující vědní obory:

* Přírodní vědy jsou vědní obory zaměřené na porozumění přírodních jevů. Rozdělují se na vědy o neživé přírodě a vědy o živé přírodě. Základem poznání je využívání experimentu nebo pozorování.
* *Vědy o neživé přírodě* se zabývají přírodními jevy země, atmosféry a vesmíru (např. astronomie, anorganická chemie, geologie, fyzika, atmosférická věda, oceánografie).
* *Vědy o živé přírodě* se zabývají vědeckým studiem organizmů a souvisejícími hledisky bioetiky (např. biologie, medicína, neurovědy, interdisciplinární vědy).
* Společenské a humanitní vědy se týkají lidské společnosti. Nejsou důsledně exaktní a umožňují vstupovat subjektu do pozorování (např. historie, sociologie, politické vědy, antropologie, právo, geografie, ekonomie, vzdělávání).

Jednotlivé vědy se liší principy, předmětem a metodami, mají svoje vlastní pojmy, pomocí nichž poznávají svět. Úkolem vědce je odhalovat věci, které by jinak zůstaly nepoznány, nebo bez povšimnutí, či pochopení.

## Výzkum

Podle Ghauriho a Gronhauga (2010) je výzkum definován jako proces, kdy lidé **systematicky** zkoumají věci, čímž zvyšují své znalosti.

Podle Saunderse a kol. (2016) je pro výzkum je charakteristické, že:

- data jsou shromažďována systematicky

- data jsou systematicky interpretována

- je zřejmý účel: získat poznatky

**„Systematicky“** znamená, že výzkum je založen na logických vztazích a nikoliv pouze na víře.

Výzkum zahrnuje:

* vysvětlení metod používaných pro sběr dat,
* argumentaci, proč jsou získané výsledky smysluplné,
* vysvětlení všech omezení, která s nimi souvisejí.

**„Zkoumat věci"** naznačuje, že existuje mnoho možných cílů pro výzkum. Mohou zahrnovat popis, vysvětlení, porozumění, kritiku a analýzu. (Ghauri & Gronhaug, 2010)

*Výzkum znamená proces vytváření nových poznatků. Jedná se o naplánovanou činnost, která je vedena snahou zodpovědět výzkumné otázky a přispět k rozvoji daného oboru.*

## Výzkum v oblasti managementu a podnikání

Výzkum v oblasti podnikánímůže být popsán jako *"systematické a organizované úsilí o zkoumání konkrétního problému, který se vyskytuje v pracovním prostředí a potřebuje řešení"* (Sekaran & Bougie, 2016, s. 2).

Easterby-Smith a kol. (2011) říkají, že z hlediska výzkumu v oblasti managementu a podnikání *"... mezi oběma oblastmi existuje hodně společného"* (str. 2).

*Výzkum v oblasti managementu* je zaměřen na povahu a důsledky manažerských aktivit, které se týkají všech druhů organizací (veřejných, soukromých).

*Výzkum v oblasti podnikání* se zaměřuje spíše na determinanty podnikové výkonnosti (koncentruje se převážně na soukromé organizace). Easterby-Smith a kol. (2011)

Sekaran & Bougie (2016) definují dva typy výzkumu v oblasti managementu a podnikání: i) **základní výzkum (fundamentální)**, který přispívá k rozšíření stávajícího poznání a ii) **aplikovaný výzkum**, který je prováděn s cílem aplikovat výsledky výzkumu do řešení specifických problémů organizací. Základní i aplikovaný výzkum se uskutečňuje *vědeckou* cestou.

*Autoři charakterizují vědecký výzkum následovně (str. 18): „****Vědecký výzkum*** *se zaměřuje na řešení problémů a je prováděn krok za krokem logickou, organizovanou a přesnou metodou identifikace problémů, shromažďováním dat a jejich analýzou a vyvozením platných závěrů. Vědecký výzkum tedy není založen na tušení, zkušenostech a intuici (i když tyto mohou hrát roli v konečném přijímání rozhodnutí), ale je účelný a přesný.“*

Výzkum v oblasti managementu podléhá široké diskusi, některé příklady z diskuse jsou uvedeny dále:

* jedná se o multidisciplinární výzkum (British Academy of Management)
* měl by být schopen rozvíjet myšlenky a vztahovat je k praxi a současně výzkumem v manažerské praxi pomáhat rozvíjet teorii (Tranfield & Starkey, 1998),
* musí se vypořádat se situací, kdy musí respektovat přísná teoretická a metodologická pravidla a současně mít praktický význam a dopad (Hodgkinson et al. 2001),
* posláním akademického výzkumu v oblasti managementu je přinášet poznatky, které pomáhají progresivním manažerům v praxi v řešení problémů (přímo, využitím různých nástrojů nebo nepřímo – novým pohledem na daný problém) (Huff et al., 2006).
* Gibbons et al. (1994) představuje dva různé koncepty tvorby znalostí:
* ***1. koncept tvorby znalostí*** zdůrazňuje, že výzkumné otázky pokládá a řeší akademická sféra se svými preferencemi a důraz je kladen více na základní než aplikovaný výzkum. Je rovněž kladen malý důraz na využívání výsledků v praxi.
* ***2. koncept tvorby znalostí*** zdůrazňuje, že kontext výzkumu je řízen praxí, vyzdvihuje význam spolupráce s praxí i tvorbu praktických poznatků.

Starkey a Madan (2001) pozorovali, že výzkum s využíváním 2. konceptu nabízí způsob, jak spojit dodavatelskou stránku znalostí reprezentovaných vysokými školami s poptávkovou stranou reprezentovanou podniky a praxí.

* Van De Ven a Johnson (2006) zkoumají tři problémy související s rozdíly mezi teorií a praxí:

1. problém s transferem znalostí, protože praktici nepřijímají výsledky výzkumu v oblastech, jako je řízení, protože znalosti jsou vytvářeny ve formě, kterou nelze snadno použít v praktickém kontextu.
2. znalosti vytvářené v rámci teorie a praxe jsou odlišné - odráží jiný fundamentální přístup k řešení otázek.
3. mezery mezi teorií a praxí jsou problémem způsobu tvorby znalostí, zpochybněným tradičním způsobem výzkumu prováděným v manažerských školách. To vedlo k přesvědčení, že klíčovou charakteristikou výzkumu v managementu je jeho aplikovaná povaha.

Výzkum v oblasti managementu a podnikání má mnoho podoblastí týkajících se sociálních vztahů, které tvoří lidské ekonomické systémy:

• Ekonomie

• Řízení

• Řízení lidských zdrojů

• Finance

• účetnictví

• Marketing

• Organizační studia

## Metodologie výzkumu a výzkumná hierarchie

Metodologie výzkumu:

* *zkoumá metody a výzkumné procesy*
* *usnadňuje výběr výzkumných metod a dává návod, jak používat vybrané metody ve vědeckém výzkumu*
* *je nezbytná pro orientaci v systému výzkumné práce a pro správnou interpretaci výsledků výzkumu*

Výzkumná hierarchie, která bude vysvětlena v následujících kapitolách, je znázorněna na Obrázku 1.

**Obrázek 1: Výzkumná hierarchie.** Zdroj: Pickard, 2013, upraveno

Co si lze představit pod jednotlivými stupni výzkumné hierarchie?

* **Výzkumná paradigmata:** positivismus x realismus x interpretivismus x pragmatismus
* **Výzkumné přístupy:** kvalitativní (induktivní) x kvantitativní (deduktivní)
* **Výzkumné metody (strategie):** šetření, případová studie, metoda Delphi, zakotvená teorie, akční výzkum, etnografie, historický výzkum
* **Výzkumné techniky (techniky sběru dat):** dotazník, interview, pozorování, experiment
* **Nástroje:** osobní, webové stránky, písemná forma

(Pickard, 2013, upraveno)

# 2 VýzkumNé filozofie

## 2.1 Úvod do výzkumných paradigmat (filozofií)

Všechny výzkumné modely začínají na filozofické úrovni, definované paradigmatem. Kuhn (1970, str. 146) definuje paradigma jako: *"... ucelenou soustavu víry, hodnot, technik sdílených členy dané komunity"* a Seale (1998, str.12) doplňuje *"poskytující konkrétní řešení nebo příklady, jak řešit vědecký problém“.* Guba (1990, s. 17) označuje paradigma za *"základní soubor přesvědčení, které ovlivňují akce".*

*Filozofie výzkumu obsahuje důležité předpoklady o pohledu na svět – tvoří základ výzkumné strategie a metod.*

Paradigma je vymezeno následujícími otázkami:

1. *Jaká je zkoumaná realita?* (ontologická otázka)
2. *Jakým způsobem získáváme vědění, jaké jsou hranice a možnosti poznání?* *Jaké jsou přijatelné znalosti v konkrétním oboru?* (epistemologická otázka)
3. *Jak je můžeme poznat?* (metodologická otázka)

**Ontologie (**z řeckého *ontos*=jsoucí + *logos*=slovo, řeč) se zabývá realitou a bytím.

*Výzkumníkův pohled na podstatu reality či bytí*

**Gnozeologie** (z řeckého gnósis=poznání + logos=slovo, řeč), v anglosaské literatuře obvykle **epistemologie** (z řec.epistémé = znalost, schopnost) zkoumá lidské poznání, jeho vznik, proces a předmět.

*Výzkumníkův pohled na vytváření akceptovatelného poznání*

**Axiologie** - (z řeckého axios=rovnocenný, zasloužený) nebo také filosofie hodnot je moderní filosofická disciplina, součást praktické filosofie, která se zabývá hodnocením a hodnotami.

*Výzkumníkův pohled na roli hodnocení v rámci výzkumu*.

Jako akademické disciplíny se podnikání a management vymezily ve 20. století, svou teoretickou základnu odvodily ze směsi disciplín v oblasti společenských věd, přírodních věd, humanitních oborů a firemní praxe. Jsou výsledkem koexistence více výzkumných filozofií, přístupů a metodik. (Saunders a kol., 2016, upraveno)

Z hlediska **objektivistického** pohledu na svět, entity existují nezávisle na sociálních aktérech, má smysl studovat je stejně jako přírodovědci studují přírodu, takže management je objektivní, může být studován prostřednictvím pozorovatelných, měřitelných skutečností.

Z hlediska **subjektivistického** pohledu na svět jsou společenské jevy vytvářeny z vnímání a následných akcí sociálních aktérů – respektují se pohledy humanitních věd. (Saunders a kol., 2009, upraveno)

**Realismus** představuje další filozofickou pozici vztaženou k vědeckému zkoumání. Podstatou realismu je, že co vnímáme smysly, to je pravdivá realita. Objekty mají existenci nezávislou na lidské mysli. Existují dva typy realismu:

* + *Přímý realismus* – „to, co vidíte, je to, co dostanete“
  + *Kritický realismus* - to, co jsme zažili, jsou pocity, obrazy věcí ve skutečnosti, nikoliv věci přímo. Společnost, svět se neustále mění - je mnohem více v souladu s cílem výzkumu v oblasti managementu a podnikání, který často chápe důvod jevů jako předchůdce doporučení změny. (Sekaran & Bougie, 2016, Saunders a kol., 2009, upraveno)

### 2.1.1. Hlavní výzkumná paradigmata (výzkumné filozofie)

Výsledky srovnání hlavních výzkumných paradigmat ve výzkumu managementu a podnikání jsou sumarizovány v Tab.1.

**Tab.1: Srovnání hlavních výzkumných paradigmat ve výzkumu managementu a podnikání**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Positivismus** | **Post-positivismus** (jedna z běžných forem postpositivismu je **kritický realismus)** | **Interpretivismus** |
| *Ontologie* | pracuje s pozorovatelnou realitou, realita je externí, objektivní a nezávislá na sociálních aktérech | postpozitivisté věří, že realita existuje (podobně jako pozitivisté), i když se domnívají, že může být poznána jenom nedokonale. Tyto nedokonalosti jsou výsledkem lidské omylnosti. | víra ve mnohodimenzionální realitu, která nemůže existovat mimo společenský kontext, který ji vytváří. Realita se mění ve své podstatě a je časově a kontextově vázána. |
| *Epistemologie* | jenom pozorovatelné jevy mohou poskytnout kredibilní data, fakta, zaměření na příčinnost a zákonitosti, zobecnitelnost, zjednodušení jevů na jednoduché elementy. Výzkumník a zkoumané jsou na sobě nezávislé. | je akceptováno, že nezávislost není možná, ale objektivita je cílem a je demonstrována externí verifikací | výsledky výzkumu jsou výsledkem interakce mezi subjektem a výzkumným pracovníkem. Co je poznáno, je výsledkem této interakce. |
| *Axiologie* | výzkum běží bez hodnocení, výzkumník je nezávislý na datech a udržuje si objektivní postoj | podjatost není vítaná, ale je nevyhnutelná, a proto výzkumník ji musí odhalit a korigovat | výzkum je vázaný na hodnocení, výzkumník je součástí toho, co se zkoumá, nemůže být oddělen, to znamená, že je subjektivní. |
| *Metodologie* | testování hypotéz, proměnné jsou identifikovány před zkoumáním. Především kvantitativní výzkum. Analýza pomocí proměnných | testování hypotéz, ale více důrazu je kladeno na kontext. Kvantitativní a kvalitativní. Analýza pomocí proměnných. | výzkumník musí přijmout empatický postoj, výzvou je vstoupit do sociálního prostředí zkoumaných subjektů a pochopit jejich svět z jejich pohledu. Výzkumník interaguje s předmětem interakce. Kvalitativní, případové studie. |
| *Techniky sběru dat* | vysoce strukturované, velké vzorky, měření, kvantitativní (mohou být i kvalitativní) | musí odpovídat zkoumanému problému, kvantitativní nebo kvalitativní | malé vzorky, hloubkové zkoumání, kvalitativní |
| *Účel* | predikce/kontrola/vysvětlení. Rámcem jsou obecné zákonitosti. | predikce/kontrola/vysvětlení. Zobecňování. | porozumění/změna. Transfer výsledků. |

Zdroj: Sekaran & Bougie, 2016, Saunders, Lewis and Thornhill, 2009, Lincoln and Guba, 1985, Pickard, 2013, upraveno

Saunders a kol. (2009) dodávají, že pokud přijmeme **pragmatický přístup,** nejdůležitějším determinantem ontologických, gnozeologických (epistemologických) a hodnotových aspektů je výzkumná otázka – jeden přístup může být pro její zodpovězení vhodnější než druhý. Kromě toho, pokud výzkumná otázka neukazuje jednoznačně na přijetí pozitivistické nebo interpretivistické filozofie, pragmatický přístup potvrzuje, že je zcela možné pracovat s variacemi v epistemologii, ontologii a axiologii. Je možné použití více přístupů a metod, kvantitativní a kvalitativní výzkum. Důraz je kladen na praktická řešení a výsledky.

* + 1. **Výzkumné filozofie – sumarizace**

V následujícím textu jsou uvedeny některé názory expertů na výběr vhodného přístupu k výzkumu.

Easterby-Smith a kol. (2011) navrhují využít **pozitivistický přístup** tam, kde jsme schopni:

* zůstat nezávislí na tom, co je pozorováno
* rozhodnout, jak a co studovat objektivně a nikoli s osobní předpojatostí
* nejdřív formulovat hypotézu, potom provést její potvrzení nebo vyvrácení
* operacionalizovat koncepty s cílem měřit fakta kvantitativně
* omezit pojmy a problémy na nejjednodušší možné prvky
* získat dostatečnou velikost vzorku pro možnost zobecnění

Autoři navrhují použít **interpretivistický přístup** v případě, že je možné pochopit a vysvětlit, proč mají lidé různé zkušenosti a vidění světa, spíše než hledat externí příčiny a zákonitosti, které by vysvětlovaly jejich chování.

Tento přístup je velmi vhodný v případě výzkumu v oblasti managementu a podnikání (zejména v oblasti chování organizací, marketingu, řízení lidských zdrojů).

Podle Bryanta (2011) je z hlediska epistemologických východisek a následného výzkumu důležité zvážit:

* typ a kvalitu dat
* povahu jevů
* analytické procesy
* spolehlivost zdrojů

Saunders a kol. (2009) sumarizují, že z hlediska pozitivistického postoje je preferovaný deduktivní a více vědecký přístup – „počítání a měření”, tj. využití kvantitativních metod výzkumu. Pokud je akceptován interpretivistický postoj, induktivní „hlubší pravda” vysvětlující danou problematiku je preferována a využity jsou kvalitativní metody výzkumu.

# Výzkumné přístupy

Ve výzkumu lze využít deduktivní nebo induktivní přístup, příp. abdukci. Jejich volba ovlivňuje následně metodologii výzkumu.

1. **Dedukce** – od obecného ke specifickému

Pokud výzkum začíná s teorií odvozenou (obvykle) ze studia akademické literatury a výzkumník volí výzkumnou strategii založenou na testování teorie, jedná se o deduktivní přístup (Obrázek 2).

**Obrázek 2: Deduktivní přístup.** Zdroj: Trochim & Donelly, 2008, upraveno)

**2) Indukce** – od specifického k obecnému

- pokud vědec začne se sbíráním dat pro výzkum určitého jevu a vytvoří teorii, jedná se o **induktivní přístup** (Obrázek 3).

**Obrázek 3: Induktivní přístup.** Zdroj: Trochim & Donelly, 2008, upraveno

**3) Abdukce** – smíšený přístup

- pokud vědec začne se sběrem dat pro výzkum určitého jevu, identifikuje motivy a schémata pro vytvoření nové nebo modifikaci stávající teorie, která je následně testována na základě sběru dalších dat, jedná se o **abduktivní přístup.** (Saunders et al., 2016)

Důvody použití konkrétního přístupu s ohledem na logiku, zobecnitelnost, využití dat a rozvinutí teoretických poznatků jsou shrnuty v Tab.2.

**Tab. 2: Použití výzkumných přístupů založených na dedukci, indukci a abdukci**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *Logika* | *Zobecnitelnost* | *Využití dat* | *Teorie* |
| **Dedukce** | když je správný předpoklad, závěr musí být rovněž správný | od obecného ke specifickému | vyhodnotit předpoklady nebo hypotézy vztažené k existující teorii | falzifikace nebo verifikace teorie |
| **Indukce** | poznané předpoklady jsou použity na vyslovení netestovaných závěrů | od specifického k obecnému | prozkoumat jev, identifikovat motivy a schémata a vytvořit koncepční rámec | generování teorie |
| **Abdukce** | poznané předpoklady jsou použity na vyslovení testovaných závěrů | z interakce mezi specifickým a obecným | prozkoumat jev, identifikovat motivy a schémata, vytvořit koncepční rámec a testovat je pomocí následného sběru dat | generování nebo modifikace teorie, včlenění teorie, pokud je to vhodné pro vytvoření nové nebo modifikované teorie |

Zdroj: Saunders et al., 2016)

# 4 Design výzkumu

Design výzkumu je obecným plánem, jak hledat odpovědi na výzkumné otázky, tj. plán pro sběr, měření a analýzu dat pro možnost odpovědět na výzkumné otázky. Základní výzkumné přístupy - dedukce, indukce a abdukce implikují volbu metod. Volba metodologického postupu potom představuje využití *kvantitativního, kvalitativního* nebo *smíšeného designu výzkumu.*

## 4.1 Výzkum ve společensko-vědní oblasti

Obrázek 4 ilustruje vztahy a proces reflexe filozofie a designu výzkumu.

**Obrázek 4: Vztah filozofie a designu výzkumu**

## 4.2 Poznání účelu výzkumu

Design výzkumu je ve společensko-vědním výzkumu navržen podle účelu obvykle v podobě explorační, popisné, explanační nebo evaluační studie nebo jejich kombinace (Saunders et al., 2016).

**Explorační studie** se provádějí pro počáteční porozumění některých jevů, pro tvorbu otázek, vidění jevu v jiném světle. Typické otázky pro tento typ studií jsou: *Co? Jak?* Výhodou exploračního výzkumu je jeho flexibilita a schopnost přizpůsobit se změnám.

**Deskriptivní (popisné) studie** mají za cíl zjištění, které prvky spadají do rozsahu výzkumu a čím jsou charakteristické. Snaží se o získání přesného, detailního profilu událostí, osob nebo situací*.* Typické otázky pro tento typ studií jsou: *Kdo? Co? Kde? Kdy? ...*

**Explanační studie** je věnovaná stanovení kauzálních vztahů mezi proměnnými*.* Typické otázky pro tento typ studií jsou: *Proč, jak a za jakých okolností spolu jevy souvisejí?*

**Evaluační studie** se zabývají hodnocením, jak něco funguje. Typické otázky pro tento typ studií jsou: *Jak? ... Do jaké míry?*

## 4.3 Výzkumné strategie (metody)

Denzin a Lincoln (2011) pod pojmem výzkumná strategie rozumějí:

* akční plán k dosažení cíle
* jak by výzkumný pracovník mohl odpovědět na svou výzkumnou otázku
* metodologické spojení mezi filozofií a následnou volbou metod pro shromažďování a analýzu dat

*Výběr výzkumné strategie se řídí výzkumnými otázkami a cíli.*

* + 1. **Experiment**

Experiment je spojen s deduktivním přístupem k výzkumu, jeho cílem je studium příčinných vztahů mezi proměnnými. Formulovány jsou prediktivní hypotézy a výzkumník manipuluje s nezávislou proměnnou, aby studoval vliv na závislou proměnnou.

Nejjednodušší design experimentu je srovnání dvou skupin – jedna skupina je „ošetřena“, zatímco druhá je „bez zásahu“ a porovná se stav před a po testování.

Experiment není vždy vhodný pro řešení manažerského problému. Experimenty jsou více využívány v laboratoři nebo v podobě terénního experimentu.

Obvykle je zde nutný kompromis mezi interní a externí validností. Pro zajištění obou se výzkumníci obvykle snaží nejprve otestovat příčinné vztahy v přísně řízeném umělém nebo laboratorním nastavení, potom experimentálně v terénu.

Pro **klasický experiment** je vybrán vzorek účastníků a náhodně zařazen do experimentální skupiny (s manipulací, intervencí) nebo do kontrolní skupiny (bez manipulace, zásahu).

U **kvazi-experimentu** je využita experimentální skupina a kontrolní skupina, ale výzkumník nebude náhodně přiřazovat účastníky ke každé skupině (zatím existují pracovní skupiny). Je možné porovnat páry (podle věku, zaměstnání, ročníku, délky práce, apod.).

Podle např. Saunderse et al. (2016) a Burnse (2000) je možné identifikovat následující proměnné:

* nezávislá (NP) - proměnná (fenomén nebo situace), ovlivňuje nebo mění ji výzkumník
* závislá (ZP) - proměnná, která se může změnit v důsledku manipulace nebo změny, je měřená výzkumným pracovníkem
* mediátor (MP) - proměnná umístěná mezi nezávislými nebo závislými proměnnými, která vysvětluje vztah mezi nimi:

* moderátor - faktor, který měří nebo vybírá výzkumník, aby zjistil, zda mění vztah mezi NP a ZP
* kontrolní - další pozorovatelné a měřitelné proměnné, které musí být konstantní, aby se zabránilo ovlivnění účinku NP na ZP
  + 1. **Šetření**

Podle Finka (2003) jde u šetření o shromažďování informací od lidí nebo o nich pro popis, porovnání nebo vysvětlení jejich znalostí, postojů, chování. Šetření je často využíváno v oblasti podnikového a manažerského výzkumu, sběr dat se děje prostřednictvím získáváním individuálních odpovědí (týká se např. výzkumu spokojenosti zákazníků, spokojenosti zaměstnanců, využívání specifických služeb, informačních systémů, business modelů, apod.).

Šetření je vhodnou metodou pro studium vztahů mezi proměnnými. Shromážděná data mohou být použita k navržení možných závislostí mezi proměnnými a k vytváření modelů těchto vztahů.

Šetření se využívají ve výzkumech explorativních *(vysvětlení příčin, hledání vztahů a vlivů)* adeskriptivních *(popis situace anebo identifikace trendů).*

V rámci šetření jsou využívané techniky sběru dat jako jsou dotazníky, rozhovory, strukturovaná pozorování.

* + 1. **Archivní výzkum a výzkum dokumentů**

Tento typ výzkumu využívá širokou škálu dostupných zdrojů dat, např.:

* + osobní zdroje - dopisy, sociální média, blogy, e-maily, deníky, poznámky
  + organizační zdroje - výroční zprávy, výsledky společnosti, finanční přehledy, tiskové zprávy, smlouvy, strategické dokumenty, plány
  + vládní zdroje - publikace, zprávy, národní statistiky
  + mediální zdroje - tištěné a on-line články, videa, zvukové zdroje atd.

Jedná se o kvantitativní i kvalitativní údaje.

Data jsou čerpána ze sekundárních zdrojů (původně vytvořených pro jiné účely), což často vede k tomu, že dokumenty se mohou lišit v kvalitě, některé údaje mohou chybět nebo nejsou prezentovány konzistentně, apod.

* + 1. **Případová studie**

Podle Yina (2014) případová studie zkoumá současný jev v hloubce v kontextu reálného světa, zvlášť když hranice mezi jevem a kontextem nemusí být zřejmé.

Případová studie je preferovanou metodou, pokud:

* hlavní výzkumné otázky jsou "jak" nebo "proč"
* výzkumník má malou nebo žádnou kontrolu nad behaviorálními událostmi,
* zaměření studia je současný jev,
* otázky vyžadují rozsáhlý a důkladný popis některých sociálních jevů

Subjekty případové studie mohou být: osoba (např. manažer), skupina (např. pracovní skupina), organizace (např. podnik), proces změny (např. restrukturalizace společnosti), událost (např. výroční členská schůze), apod. (Saunders a kol., 2016).

Sekaran & Bougie (2017) mluví o možnosti využívání více technik sběru dat a definování hypotéz.

Yin (2014) doporučuje následující součásti designu výzkumu u případových studií:

* + *stanovené výzkumné otázky,*
  + *popis problému,*
  + *co bude analyzováno,*
  + *metody sběru dat a jejich odůvodnění vzhledem k problému*
  + *kritéria pro interpretaci výsledků.*

* + 1. **Etnografie**

Etnografie zkoumá kulturu nebo společenský svět skupiny, cílem je vysvětlit chování lidí v určitém kontextu (situaci). Využití etnografického výzkumu je zejména v antropologii, i když výzkum sociálních věd stále více přijímá tuto metodu pro interpretaci chování nebo specifických událostí v každodenním životě (Pickard, 2013).

Etnografie je subjektivní, kvalitativně orientovaná metoda. Sbíráno je velké množství dat o specifickém chování lidí a jeho kontextu, jsou zaznamenávány a interpretovány. Hypotéza "vyvstává" až během výzkumu, využíván je induktivní přístup.

Používá se zde zejména dlouhodobé pozorování nebo jiné techniky terénního výzkumu. Výzkumný pracovník je externím pozorovatelem nebo účastníkem činnosti pozorované skupiny.

* + 1. **Akční výzkum**

Akční výzkum je často prováděn konzultanty, aby iniciovali změny procesů v organizacích. Je zaměřen na uskutečnění plánovaných změn.

Výzkumník začíná s identifikací problému a shromažďuje relevantní údaje, aby nabídl jeho předběžné řešení. Následuje implementace řešení, efekty implementace jsou vyhodnocovány, definovány a diagnostikovány a výzkum pokračuje až do úplného vyřešení problému. Identifikace reálného problému a kreativní cesty sbírání dat jsou kritické pro úspěšné využití akčního výzkumu. (Sekaran & Bougie, 2017)

* + 1. **Zakotvená teorie (Grounded theory)**

Zakotvená teorie představuje systematickou sadu postupů, jedná se o kvalitativní výzkum.

Trochim & Donelly (2008, str. 284) " popisují zakotvenou teorii jako *„... iterativní proces zaměřený na vývoj teorie popisující nebo vysvětlující fenomén zájmu".*

Charmaz (2006, s. 20) rozumí pod zakotvenou teorií *"... přístup, který využívá simultánní sběr a analýzu dat".*

Důležitými nástroji zakotvené teorie je teoretické vzorkování, kódování a průběžné srovnání (nová data s vyvinutou teorií).

* + 1. **Narativní výzkum**

Narativní výzkum používá takový výzkumný kontext, kdy se výzkumník domnívá, že zkušenosti účastníků mohou být lépe analyzovány s využitím kompletního příběh, spíše než shromažďováním dat, které plynou z konkrétních otázek rozhovoru.

Je zde snaha zachovat chronologické spojení a sled událostí, obvykle se využívá malý, účelový vzorek. Povaha výzkumu je velmi intenzivní a časově náročná). (Saunders et al., 2016)

Coffey a Atkinson (1996) nabízejí užitečnou strukturu, jak vést vyprávění s využitím následujících otázek:

* *O čem je tento příběh?*
* *Co se stalo, komu, kde a proč?*
* *Jaké následky z toho plynou?*
* *Jaký je význam těchto událostí?*
* *Jaký byl konečný výsledek?*

# 5 Etika ve výzkumu

V kontextu výzkumu se **etika** týká vhodnosti chování výzkumníka ve vztahu k právům těch, kteří se stali předmětem výzkumné práce, nebo jsou jí dotčeni.

Podle Saunderse et al. (2009) **etika ve výzkumu** se týká otázek o tom, jak:

* *formulovat a objasnit výzkumné téma,*
* *navrhnout design výzkumu,*
* *sbírat data, zpracovávat a ukládat data,*
* *analyzovat data,*
* *napsat výzkumné výsledky morálně a zodpovědně.*

RESPECT Code of Practice for Socio-Economic Research[[1]](#footnote-1) je založen na syntéze velkého množství existujících profesionálních a etických zásadách výzkumné praxe spolu s platnými legislativními požadavky EU. Staví na třech hlavních zásadách:

* **Dodržování vědeckých standardů**

*"Vědci mají povinnost vzít v úvahu všechny relevantní důkazy a prezentovat je bez vynechání, zkreslení nebo podvodu."*

- zajistit, aby výběr a formulace výzkumných otázek a navrhování designu výzkumu nepředjímaly výsledky a nevyloučily nežádoucí výsledky od samého počátku,

- údaje a informace nesmějí být vědomě přizpůsobovány nebo manipulovány způsobem, který by mohl vést k deformacím,

- odpovědnost výzkumných pracovníků k tomu, aby vyvážili potřebu přísnosti a validity výsledků výzkumu s reflexivním povědomím o dopadu svých vlastních osobních hodnot na výzkum,

- vědci primárně slouží vědeckým a veřejným zájmům a hospodářský zisk nebo materiální výhoda by neměla převažovat nad vědeckými, veřejnými nebo etickými úvahami,

- zohledňovat práci kolegů a plně uznávat veškeré závazky k předchozímu výzkumu jako zdroji znalostí, údajů, konceptů a metodologie,

- prokázat povědomí o omezeních výzkumu,

- ohlašovat jakýkoli střet zájmů, který může vzniknout při financování nebo návrhu výzkumu, nebo při vědeckém hodnocení návrhů nebo peer review práce kolegů,

- zajistit, aby výsledky výzkumu byly rozšiřovány odpovědně a v jazyce, který je vhodný a přístupný cílovým skupinám,

- deklarovat zdroj financování v jakékoli komunikaci o výzkumu.

* **Soulad se zákonem**
* vědci mají povinnost zajistit, aby jejich práce byla v souladu s příslušnými právními předpisy
* zákon o ochraně údajů a právo duševního vlastnictví jsou zvláště důležité pro provádění výzkumu, zejména výzkumu zahrnujícího lidské subjekty, a výzkumní pracovníci by se měli seznámit s příslušnými vnitrostátními a mezinárodními předpisy.
* **Zamezení sociálním a výkonovým škodám**
* výsledky společensko-ekonomického výzkumu by měly být přínosem pro společnost buď přímo, nebo zlepšením lidských znalostí a porozumění,
* výzkumníci by měli zabránit nebo minimalizovat sociální škodu jednotlivcům nebo skupinám.

# SHRNUTÍ

Výzkumné filozofie představují systému předpokladů o vývoji poznání, to znamená, že filozofie výzkumného pracovníka obsahuje jeho názor na poznání světa. Všechny výzkumné filozofie jsou vymezeny následujícími aspekty - ontologickými, epistemologickými a axiologickými. Výzkum v oblasti managementu a podnikání může být prováděn s aplikací filozofie pozitivismu, post-pozitivismu (kritického realismu), interpretivismu nebo pragmatismu.

Existují tři hlavní výzkumné přístupy k rozvoji teoretického poznání - dedukce, indukce a abdukce. Deduktivní přístup vychází z teoretického rámce, definuje a testuje hypotézy. V rámci induktivního přístupu jsou shromažďována data a na základě jejich analýzy je vytvářena nebo rozvíjena teorie. Abduktivní přístup znamená, že se data používají k prozkoumání jevu, tvorby modelu/schématu, vytváření a testování nové nebo modifikované teorie s využitím dodatečného sběru a analýzy dat.

Design výzkumu je obecným plánem, jak hledat odpovědi na výzkumné otázky, tj. plán pro sběr, měření a analýzu dat pro možnost odpovědět na výzkumné otázky. Základní výzkumné přístupy - dedukce, indukce a abdukce implikují volbu metod. Volba metodologického postupu potom představuje využití kvantitativního, kvalitativního nebo smíšeného designu výzkumu.Výběr výzkumné strategie (výzkumných metod) se řídí výzkumnými otázkami a cíli. Ve výzkumu v oblasti management a podnikání je možné využití různých vědeckých metod, k nejfrekventovanějším patří šetření, případové studie, akční výzkum, nebo narativní výzkum.

# Seznam použité literatury

Bryant, A. (2011) *Leading issues in Business Research Methods for Researchers, Teachers and Students.* 233p. Academic Publishing International.

Burns, R.B. (2000) *Introduction to Research Methods.* 4th edn. London: Sage.

Charmaz, K. (2006) *Constructing Grounded Theory: a practical guide through qualitative analysis.* London: Sage, 29-49.

Coffey & Atkinson (1996) *Making Sense of Qualitative Data.* London: Sage

Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S. (2011) Introduction: The discipline and practice of qualitative research. In: *The Sage Handbook of Qualitative Research*. 4th edn. London: Sage, pp.1-19

Easterby-Smith, M., Thorpe, R. & Jackson, P. (2011). *Management Research.* 4th edn. 392p. London: Sage Publications Ltd.

Fink, A. (2003) *The Survey Kit*. 2nd edn. Thousand Oaks, CA. Sage.

Ghauri, P. & Gronhaug, K. (2010) *Research Methods in Business Studies: A Practical Guide.* 4th edn. Harlow: FT Prentice Hall.

Gibbons, M.L., Limoges, H., Nowotny, S., Schwartman, P., Scott, P. & Trow, M. (1994). *The New Production of Knowledge: The Dynamics of Science and Research in Contemporary Societies.* London: Sage.

Guba, E. (1990). *The Paradigm Dialogue.* London: Sage.

Hodgkinson, G.P., Herriot, P. & Anderson, N. (2001) Re-aligning the stakeholders in management research: Lessons from industrial, work and organizational psychology, *British Journal of Management*, Vol. 12, Special Issue, pp. 41–8.

Huff, A., Tranfield, D. & van Aken, J. (2006) Management as a design science mindful of art and surprise. A conversation between Anne Huff, David Tranfield, and Joan Ernst van Aken, *Journal of Management Inquiry*, Vol. 15. No. 4, pp. 413–24.

Kuhn, T.S. (1970) *The Structure of Scientific Revolution.* Chicago: Chicago University Press.

Lincoln, Y.S. & Guba, E.G. (1985) *Naturalistic Inquiry*. London and Newbury Park, CA, Sage.

Pickard, A.J. (2013) *Research Methods in Information.* 2nd edn. London: Facet Publishing.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009) *Research methods for business students*. 5th edn. Prentice Hall.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016) *Research methods for business students*. 7th edition. Prentice Hall. 741p.

Seale, C. (1998) *Researching Society and Culture.* London: Sage.

Sekaran, U. & Bougie, R. (2016) *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach.* 7th edn. John Wiley Sons.

Starkey & Madan (2001) Bridging the relevance gap: Aligning stakeholders in the future of management research. *British Journal of Management*. Vol. 12, Special Issue, pp. 3-26.

Tranfield, D. & Starkey, K. (1998) The nature, social organization and promotion of management research: towards policy, *British Journal of Management*, Vol. 9, pp. 341–53

Trochim, W.M.K. & Donnelly, J.P. (2008) *The Research Methods Knowledge Base*. 3rd edn. Cengage Learning.

Yin, R.K. (2014) *Case Study Research: Design and Method.* 5th edn. London: Sage

Van De Ven, A. & Johnson, P. (2006) Knowledge for Theory and Practice, *Academy of Management Review*, Vol. 31, No. 4, pp. 802–21.

# Seznam obrázků

Obrázek 1: Výzkumná hierarchie…………………………………………………………..9

Obrázek 2: Deduktivní přístup …………………………………………………………….15

Obrázek 3: Induktivní přístup ……………………………………………………………..15

Obrázek 4: Vztah filozofie a designu výzkumu…………………………………..16

# Seznam tabulek

Tab.1: Srovnání hlavních výzkumných paradigmat ve výzkumu managementu a podnikání …………………………………………………………………………………………………………..11

Tab. 2: Použití výzkumných přístupů založených na dedukci, indukci a abdukci

……………………………………………………………………………………………………………………………..17

1. <http://www.respectproject.org/code/respect_code.pdf> [↑](#footnote-ref-1)