

FÖRETAGS- EKONOMISKA FORSKNINGS- METODER

Upplaga
4

ALAN BRYMAN • EMMA BELL • BILL HARLEY

Liber

FÖRETAGSEKONOMISKA FORSKNINGSMETODER

Emma Bell, Alan Bryman och Bill Harley

Översättare: Linnéa Holmén

Upplaga 4

Liber

Innehåll

Inledning 9

- Om författarna 9
- Om studenterna och handledarna 10
- Granskarpanel 11
- Tack 12

Om boken 13

- Bokens fokus 13
- Bokens struktur 16
- Stöd vid läsning av boken 19

DEL ETT Forskningsprocessen 21

KAPITEL 1 FÖRETAGSEKONOMISK FORSKNING – DESS EGENSKAPER OCH PROCESS 22

- KAPITELÖVERSIKT 22
- Introduktion: Vad är företagsekonomisk forskning och varför utförs den? 22
- Viktiga överväganden i företagsekonomiska forskningsmetoder 23
- Relevans för praktiker 24
- Företagsekonomisk forskning – processen 26
- Företagsekonomisk forskning – en stökig process 33
- Viktiga punkter 34

KAPITEL 2 FÖRETAGSEKONOMISKA FORSKNINGSTRATEGIER 36

- KAPITELÖVERSIKT 36
- Introduktion: Den företagsekonomiska forskningens egenskaper 37
- Teori och forskning 37
- Filosofiska antaganden inom företagsekonomisk forskning 43
- Ontologiska överväganden 44
- Epistemologiska överväganden 47
- Forskningsparadigm 51
- Valet av forskningsstrategi: kvantitativ eller kvalitativ? 52
- Andra överväganden 54
- Viktiga punkter 59

KAPITEL 3 FORSKNINGSDSIGN 61

- KAPITELÖVERSIKT 61
- Introduktion 61
- Kvalitetskriterier i företagsekonomisk forskning 62
- Forskningsdesign 65
- Analysnivåer 84
- Att förena forskningsstrategi och forskningsdesign 85
- Viktiga punkter 86

KAPITEL 4 ATT PLANERA ETT FORSKNINGSPROJEKT OCH VÄLJA FORSKNINGSPRÅG 88

- KAPITELÖVERSIKT 88
- Introduktion 88
- Planera ditt forskningsprojekt 88
- Formulera lämpliga forskningsfrågor 92

- Skriv din forskningsplan 98
- Checklista 99
- Viktiga punkter 99

KAPITEL 5 FÖRSTA STEGET: LITTERATURÖVERSIKT 101

- KAPITELÖVERSIKT 101
- Introduktion 101
- Att studera litteraturen 102
- Att söka i databaser 110
- Att komma framåt 113
- Referenshantering 114
- Att undvika plagiering 115
- Checklista 116
- Viktiga punkter 117

KAPITEL 6 ETIK INOM FÖRETAGSEKONOMISK FORSKNING 118

- KAPITELÖVERSIKT 118
- Introduktion 118
- Etiska principer 120
- Forskningsetiska hållningar 128
- Andra etiska och juridiska överväganden 131
- Visuella metoder och forskningsetik 133
- Etiska överväganden i onlineforskning 135
- Den politiska kontexten för företagsekonomisk forskning 138
- Checklista 139
- Viktiga punkter 139

KAPITEL 7 ATT SKRIVA OM RESULTATEN AV FÖRETAGSEKONOMISK FORSKNING 141

- KAPITELÖVERSIKT 141
- Introduktion 141
- Akademiskt skrivande 141
- Att skriva om sin forskning 143
- Att skriva om kvantitativ och kvalitativ forskning 152
- Reflexivitet och att skriva annorlunda 160
- Checklista 161
- Viktiga punkter 162

DEL TVÅ Kvantitativ forskning 164

KAPITEL 8 DEN KVANTITATIVA FORSKNINGENS NATUR 165

- KAPITELÖVERSIKT 165
- Introduktion 165
- Stegen inom kvantitativ forskning 165
- Begrepp och mått på begrepp 167
- Reliabilitet och validitet hos mått 172
- De kvantitativa forskarnas fokus 176
- Kvantitativ forskning – kritik 179
- Är det alltid så här? 180
- Viktiga punkter 182

KAPITEL 9 URVAL VID KVANTITATIV FORSKNING 183

- KAPITELÖVERSIKT 183
- Introduktion 183
- Vikten av ett representativt urval 185
- Urvalsfel 187
- Typer av sannolikhetsurval 188
- Sannolikhetsurvalets egenskaper 191
- Urvalsstorlek 192
- Typer av icke-slumpmässiga urval 194
- Gränser för generaliseringar 197
- Fel inom enkätbaserad forskning 198
- Urvalsproblem vid användning av onlineformulär 199
- Viktiga punkter 201

KAPITEL 10 STRUKTURERADE INTERVJUER 203

- KAPITELÖVERSIKT 203
- Introduktion 203
- Den strukturerade intervjun 203
- Andra typer av intervjuer 205
- Intervjukontexter 207
- Att genomföra intervjuer 209
- Problem med strukturerade intervjuer 215
- Viktiga punkter 218

KAPITEL 11 SJÄLVBEDÖMNINGSFORMULÄR 219

- KAPITELÖVERSIKT 219
- Introduktion 219
- Olika typer av självbedömningsformulär 219
- Självbedömningsformulär kontra strukturerade intervjuer 220
- Att utforma självbedömningsformulär 224
- Onlineformulär 227
- En jämförelse av olika undersökningsmetoder 229
- Dagböcker som en typ av självbedömningsformulär 232
- Viktiga punkter 236

KAPITEL 12 ATT STÄLLA FRÅGOR 238

- KAPITELÖVERSIKT 238
- Introduktion 238
- Öppna frågor eller frågor med slutna svarsalternativ? 238
- Typer av frågor 241
- Regler för att utforma frågor 242
- Vinjetfrågor 249
- Pilottest av frågor 250
- Att använda befintliga frågor 251
- Checklista 253
- Viktiga punkter 254

KAPITEL 13 KVANTITATIV FORSKNING MED NATURLIGT FÖREKOMMANDE DATA 256

- KAPITELÖVERSIKT 256
- Introduktion 256
- Strukturerad observation 256
- Urval för strukturerade observationer 259
- Begränsningar hos strukturerade observationer 260
- Innehållsanalys 262

- Vilka är forskningsfrågorna? 263
- Att göra ett urval för innehållsanalys 264
- Vad ska räknas? 265
- Kodning vid innehållsanalys 267
- För- och nackdelar med innehållsanalys 271
- Viktiga punkter 272

KAPITEL 14 SEKUNDÄR ANALYS OCH OFFICIELL STATISTIK 274

- KAPITELÖVERSIKT 274
- Introduktion 274
- Att använda data insamlade av andra 275
- Officiell statistik 287
- Viktiga punkter 290

KAPITEL 15 KVANTITATIV DATAANALYS: DESKRIPTIV, UNIVARIAT OCH BIVARIAT STATISTIK *Av Tine Köhler* 291

- KAPITELÖVERSIKT 291
- Introduktion 291
- Ett exempel på ett forskningsprojekt 292
- Att bekanta sig med och beskriva sina data 295
- Deskriptiv och univariat statistik 299
- Bivariat statistik 306
- Viktiga punkter 312

KAPITEL 16 KVANTITATIV DATAANALYS: HYPOTESPRÖVNING OCH ANALYTISK STATISTIK *Av Tine Köhler* 314

- KAPITELÖVERSIKT 314
- Introduktion 314
- Signifikansprövning och effektstorlekar 315
- Analytiska metoder för prediktion 320
- Viktiga punkter 331

DEL TRE Kvalitativ forskning 334

KAPITEL 17 DEN KVALITATIVA FORSKNINGENS NATUR 335

- KAPITELÖVERSIKT 335
- Introduktion 335
- De övergripande stegen inom kvalitativ forskning 336
- Teori och forskning 339
- Begrepp inom kvalitativ forskning 340
- Reliabilitet och validitet inom kvalitativ forskning 341
- De kvalitativa forskarnas fokus 344
- Kvalitativ forskning – kritik 347
- Är det alltid så här? 349
- Skillnader och likheter mellan kvantitativ och kvalitativ forskning 349
- Forskare–deltagare-interaktioner 351
- Viktiga punkter 356

KAPITEL 18 URVAL VID KVALITATIV FORSKNING 358

- KAPITELÖVERSIKT 358
- Introduktion 358
- Urvalsnivåer 359
- Selektivt urval 360
- Urvalsstorlek 366
- Inte bara individer 368

Att använda mer än en urvalsmetod 368
Viktiga punkter 369

KAPITEL 19 ETNOGRAFI OCH DELTAGANDE OBSERVATION 371

KAPITELÖVERSIKT 371
Introduktion 371
Organisationsetnografi 372
Access 374
Etnografens roll 379
Fältanteckningar 381
Att avsluta etnografiskt fältarbete 383
Andra typer av etnografisk forskning 383
Att skriva etnografier 387
Viktiga punkter 390

KAPITEL 20 INTERVJUER INOM KVALITATIV FORSKNING 392

KAPITELÖVERSIKT 392
Introduktion 392
Skillnader mellan strukturerade intervjuer och kvalitativa intervjuer 392
Att ställa frågor 393
Distansintervjuer 405
Andra ansatser till kvalitativa intervjuer 408
Fördelar och begränsningar hos kvalitativa intervjuer 412
Checklista 413
Viktiga punkter 414

KAPITEL 21 FOKUSGRUPPER 416

KAPITELÖVERSIKT 416
Introduktion 416
Användning av fokusgrupper 417
Att utföra fokusgruppstudier 418
Interaktioner i fokusgrupper 424
Fokusgrupper online 426
Begränsningar hos fokusgrupper 429
Checklista 431
Viktiga punkter 431

KAPITEL 22 SPRÅK OCH KVALITATIV FORSKNING 433

KAPITELÖVERSIKT 433
Introduktion 433
Diskursanalys 434
Narrativ analys 440
Retorisk analys 442
Samtalsanalys 444
Viktiga punkter 446

KAPITEL 23 DOKUMENTSTUDIER 448

KAPITELÖVERSIKT 448
Introduktion 448
Personliga dokument 449
Offentliga dokument 451
Kommunikationsdokument 452
Material från medier 453
Dokument som "texter" 454
Att tolka dokument 455

Checklista 457
Viktiga punkter 457

KAPITEL 24 KVALITATIV FORSKNING BASERAD PÅ VISUELLA DATA 459

KAPITELÖVERSIKT 459
Introduktion 459
Den visuella vändningen i företagsekonomisk forskning 460
Material som genereras för forskning 462
Befintliga visuella företeelser 468
Visuell etnografi 473
Att tolka det visuella 475
Viktiga punkter 478

KAPITEL 25 KVALITATIV DATAANALYS 479

KAPITELÖVERSIKT 479
Introduktion 479
Tematisk analys 481
Grundad teori 483
Mer om kodning 492
Sekundär analys av kvalitativa data 496
Att använda programvara för dataanalys inom kvalitativ forskning 498
Viktiga punkter 499

DEL FYRA Mixed method-forskning 501

KAPITEL 26 ATT ÖVERBRYGGA GAPET MELLAN KVANTITATIV OCH KVALITATIV FORSKNING 502

KAPITELÖVERSIKT 502
Introduktion 502
Den naturvetenskapliga modellen och kvalitativ forskning 503
Kvantitativ forskning: interpretivism och konstruktivism 504
Epistemologiska och ontologiska överväganden 505
Problem med att ställa det kvantitativa mot det kvalitativa 506
Reciprok analys 507
Kvantifiering inom kvalitativ forskning 509
Viktiga punkter 510

KAPITEL 27 MIXED METHOD-FORSKNING: ATT KOMBINERA KVANTITATIV OCH KVALITATIV FORSKNING 511

KAPITELÖVERSIKT 511
Introduktion 511
Debatterna kring mixed method-forskning 512
Mixed method-forskningens uppgång 513
Klassificering av mixed method-forskning: prioritet och ordning 514
Olika typer av mixed method-design 515
Ansatser inom mixed method-forskning 516
Kvalitetsproblem med mixed method-forskning 527
Viktiga punkter 528

Ordlista 529

Referenser 539

Register 568

Inledning

Om författarna

Emma Bell är professor i organisationsstudier vid Open University i Storbritannien. Hennes forskning fokuserar på organisationskultur och bygger på kvalitativa metoder. År 2000 presenterade hon sin doktorsavhandling, en etnografisk studie från kemiindustrin, vid Manchester Metropolitan University. Innan det gjorde Emma praktik inom den brittiska sjukvården.

Emmas forskning har publicerats i *Organization Studies*, *Human Relations*, *Academy of Management Learning & Education*, *Organization*, *Management Learning* och *British Journal of Management*. Hon har ett stort intresse av metoder och metodfrågor och har publicerat andra böcker samt artiklar och bokkapitel på området, bland annat: *A Very Short, Fairly Interesting and Reasonably Cheap Book about Management Research* (Sage, 2013), där Richard Thorpe var medförfattare, *Sage Major Works in Qualitative Research in Business and Management* (Sage, 2015), där Hugh Willmott var medredaktör, och *Empowering Methodologies in Organisational and Social Research* (Routledge, i tryck), där Sunita Singh Sengupta var medredaktör. Emma är medlem i brittiska Academy of Social Sciences.

Alan Bryman var professor i organisations- och samhällsforskning vid Leicester University mellan 2005 och 2017. Innan det var han professor i samhällsforskning vid Loughborough University i 31 år.

Hans forskning fokuserade på ledarskap, särskilt inom högre utbildning, forskningsmetoder (framför allt mixed method-forskning) och ”Disneyfieringen” och ”McDonaldifiering” av vårt moderna samhälle. Under 2003–2004 slutförde han ett projekt om hur kvantitativ och kvalitativ forskning förenas inom samhällsvetenskaperna, som en del av ett forskningsmetodsprogram hos brittiska Economic and Social Research Council (ESRC).

Alan skrev artiklar i en mängd olika akademiska tidskrifter, bland annat *Journal of Management Studies*, *Human Relations*, *International Journal of Social Research Methodology*, *Leadership Quarterly* och *American Behavioral Scientist*. Han var ledamot i ESRC:s forskningsmedelskommitté och forskade själv kring effektivt ledarskap inom högre utbildning, med finansiering från Leadership Foundation for Higher Education.

Alan publicerade också många verk inom samhällsforskning. Bland hans verk finner vi *Quantitative Data Analysis with SPSS 17, 18 and 19: A Guide for Social Scientists* (Routledge, 2011) med Duncan Cramer, *Social Research Methods* (Oxford University Press, 2008), *The SAGE Encyclopedia of Social Science Research Methods* (Sage, 2004) med Michael Lewis-Beck och Tim Futing Liao, *The Disneyization of Society* (Sage, 2004), *Handbook of Data Analysis* (Sage, 2004) med Melissa Hardy, *Understanding Research for Social Policy and Practice* (Policy Press, 2004) med Saul Becker och *SAGE Handbook of Organizational Research Methods* med David Buchanan (Sage, 2009). Han var redaktör för serien *Understanding Social Research* som publicerades av Open University Press.

Hundratusentals studenter i sex världsdelar har haft förmånen att lära sig genom Alans verk. Få samtida brittiska akademiker har haft en så stor effekt på lärande. På Oxford University Press är vi oerhört stolta över Alans betydande bidrag under de många år vi har arbetat med honom. Vi vill tacka honom för allt han gjorde för forskningsmetoder som disciplin och för hans ändlösa hängivenhet i strävan att lysa upp även de mörkaste hörnen i studenternas sinnen med kunskapens ljus. Det var ett sant nöje att arbeta med honom.

Bill Harley är professor i managementstudier vid institutionen för management och marknadsföring vid University of Melbourne. Bill fick en doktorsexamen inom statsvetenskap vid University of Queensland år 1995, med en avhandling om hur förändringar i lagstiftning om industriella förhållanden påverkade arbetsflexibilitet på arbetsplatsnivå. Innan han började som doktorand gjorde Bill praktik inom den statliga sektorn i Australien och arbetade efter det i statlig tjänst i Canberra. Han har varit konsult åt flera nationella och internationella organisationer, bland andra OECD och ILO.

Bills akademiska forskning har drivits av ett varaktigt intresse för arbetets centrala roll i våra liv. Med grund i arbetsprocessteori har hans fokus varit på frågor om makt och kontroll på arbetsplatsen. Mycket av hans publicerade forskning har handlat om hur ledningspolicier och ledningens arbete formar de anställdas arbetsupplevelser. Bill har också publicerat ett antal artiklar om forskningsmetoder. Han har publicerats i bland annat *British Journal of Industrial Relations*, *Journal of Management Studies*, *Industrial Relations* och *Work Employment and Society*.

Tidigare var Bill chefredaktör för *Journal of Management Studies* och i skrivande stund är han aktiv i samma tidskrifts redaktionsråd, liksom redaktionsråden för *Academy of Management Learning and Education* och *Human Relations*.

Om studenterna och handledarna

I rutorna **Studentupplevelser** beskriver studenter sina upplevelser av att utföra företagsekonomisk forskning, på grundnivå eller avancerad nivå. Det är studenter från Storbritannien och Australien som har studerat företagsekonomi på universitet eller högskola och delar med sig av sina upplevelser av att utföra företagsekonomiska forskningsprojekt. Här kan du läsa om vad de därefter har gjort som yrkesverksamma. Deras historier visar att de förmågor som krävs vid företagsekonomisk forskning är tillämpbara inom en mängd olika områden. Vi vill tacka dessa individer för att de var villiga att låta sig intervjuas och vi hoppas att deras beskrivningar av vad de lärde sig under forskningsprocessen kan vara till nytta för andra.

Amrit Bains tog examen i Business Management vid Birminghams universitet i Storbritannien under 2017, efter ett års verksamhetsförlagd praktik. Amrits forskningsfråga fokuserade på orsakerna till och konsekvenserna av mental ohälsa på jobbet. Hans uppsatsprojekt innefattade en genomgång av befintlig forskning på området – en så kallad systematisk litteraturöversikt (se kapitel 5). Att använda denna metod betydde att han inte själv behövde samla in några nya kvantitativa eller kvalitativa data, utan kunde lägga tid på att analysera befintligt material. Amrits uppsatsprojekt visar vikten av att förstå de metoder som andra forskare använder, så att man kan utvärdera stringensen hos de påståenden som görs.

Lucie Banham tog en MA i organisationsstudier vid Warwicks universitet i Storbritannien under 2005, efter att tidigare ha studerat psykologi på grundnivå vid samma lärosäte. Hennes uppsatsprojekt fokuserade på hur regeringar försöker främja företagande bland studenter och unga vuxna. Hennes fältarbete var fokuserat på de aktiviteter som utfördes av en organisation finansierad av brittiska regeringen för att främja företagande. Lucies kvalitativa forskningsstrategi kombinerade deltagande observationer, ostrukturerade och semistrukturerade intervjuer och insamling av dokument. När vi talade med Lucie på nytt under 2017 hade hon en chefsposition på Banham Security, den största leverantören av inbrottslarm och brandskyddssystem i London.

Jordan Brown tog en magisterexamen i handel vid Monashs universitet i Australien under 2017, efter att ha tagit dubbla grundexamen, bland annat inom företagsekonomi, vid samma universitet. Hennes magisteruppsats handlade om autentiskt självförverkligande på jobbet. Jordan använde en kvantitativ forskningsstrategi och hennes datainsamlingsmetod byggde på en fältstudie. Hon har för avsikt att börja doktorera på hur estetik används för att bygga motstånd i politiska konflikter.

Tom Easterling talade med oss första gången 2005, när han precis hade tagit sin magisterexamen i arbetspsykologi vid Birkbeck College, en del av Londons universitet i Storbritannien. Han hade studerat deltid under två år och kombinerat detta med heltidsarbete som arbetsledare inom NHS i London. Toms uppsatsprojekt fokuserade på välmående på arbetsplatsen, med ett urval från en grupp callcenterarbetare. Hans forskning byggde på en kvalitativ fallstudie av ett callcenter inom offentlig sektor, där han intervjuade personer från flera nivåer inom organisationen. Tom är numera stabschef på ledningskontoret vid NHS England och arbetar i London.

Anna Hartman tog en magisterexamen inom marknadsföring vid Melbournes universitet i Australien under 2017. Hennes intresse för marknadsföringsetik gjorde att hon valde att fokusera sitt forskningsprojekt på kvinnor som fick betalt för att donera sina ägg och hur sådana tjänster marknadsfördes mot tänkbara kunder. Annas forskningsstrategi var kvalitativ – hon gjorde semistrukturerade intervjuer på Skype med kvinnor som hade fått betalt för att donera sina ägg. Numera är hon doktorand i Melbourne i ett projekt inriktat mot systemdynamiken på marknaden för kommersiella äggdonationer, med grund i diskursanalys och fenomenologi.

Ed Hyatt hann arbeta i många olika branscher, inom både offentlig och privat sektor, innan han blev doktorand. Längst erfarenhet har han av att arbeta som offentlig upphandlare och avtalsansvarig, vilket han gjorde vid flera amerikanska statliga myndigheter och universitet. När vi talade med honom under 2017 var Ed i slutskedet av sin doktorandutbildning vid Melbournes universitet i Australien, där fokus var HR-ledning, rekrytering och kandidaturval. Han utforskade organisationers policyer för att främja en tillfredsställande arbetsituation för både individer och organisationer, med särskilt intresse för om strukturerade arbetsintervjuer kunde leda till en bättre matchning mellan person och organisation. Hans kvantitativa forskningsstrategi innefattade nätbaserade panelexperiment bland rekryteringsansvariga, där han använde skalor för att göra deras svar kring sina beteenden mätbara.

Karen Moore tog en kandidatexamen inom Business Administration and Management vid Lancasters universitet i Storbritannien under 2005. Hennes avslutande forskningsprojekt byggde på den praktik hon hade gjort på en HR-avdelning under studierna. Karen blev intresserad av hur individer och organisationskultur kan passa ihop. Hon gjorde en studie av organisationskulturen på företaget och av om rekryterings- och urvalsprocessen var optimerad för att få kandidater som skulle trivas i den kulturen. Hon använde en mixed method-design med frågeformulär och semistrukturerade intervjuer. Efter examen började Karen på logistikföretaget Gist och deltog i deras HR-traineeprogram. Hon hann bli HR-chef innan hon tog ett sabbatsår och reste till Australien, där hon numera är HR-rådgivare på Lizard Island Resort.

Chris Phillips tog sin grundexamen i handel vid Birminghams universitet i Storbritannien under 2004. Hans kandidatuppsats var inriktad på karriärutvecklingen hos kvinnliga anställda på en global bank där han gjorde praktik under sitt andra studieår. Hans forskningsfrågor fokuserade på att förstå hur och varför kvinnliga anställda klättrade i hierarkin inom banken, inklusive faktorer och hinder som påverkade deras karriärutveckling. Frågorna baserades på tanken om ett "glastak" och utforskade varför kvinnor upplever ojämlig behandling som hindrar deras karriärutveckling inom organisationer. Hans forskningsmetod var kvalitativ och byggde på semistrukturerade intervjuer. Chris arbetar i London som marknadsföringscontroller på Sky VIP, Skys kundlojalitetsprogram.

Alex Pucar tog dubbla kandidatexamen inom företagsekonomi, med inriktning mot marknadsföring, management och ekonomi vid Monashes universitet i Australien. Under studierna skrev han en uppsats som lades fram 2017. Alex forskning handlade om att förstå hur och varför företag som har börjat på nätet väljer att öppna fysiska butiker – vilket har kallats "clicks to bricks"-strategin. Han var intresserad av hur denna strategi påverkade små och medelstora företags tillväxt och utveckling. Alex forskningsstrategi var kvalitativ och byggde på semistrukturerade intervjuer. Numera arbetar han med marknadsföring.

Granskarpanel

Författarna och Oxford University Press är mycket tacksamma gentemot följande granskare, som gav ovärderlig återkoppling i flera skeden av arbetet med denna upplaga av boken. Återkopplingen bidrog till bokens utveckling och till att säkerställa att den kan uppfylla sina syften.

Gunilla S. Andersson
Linköpings universitet
 Dr Johan Båge
Handelshögskolan i Stockholm
 Dr Bidyut Baruah
University of York
 Dr Yaz Djebbour
London Metropolitan University
 Dr Sharon Dolmans
Technische Universiteit Eindhoven
 Dr Katherine Duffy
University of Glasgow
 Dr Lina Fadel
Heriot-Watt University

Dr Tom Farrington
Heriot-Watt University
Professor Magda Hercheui
University College London
Dr Yujie Hu
University of Leeds
Matthew Kearney
University of Ulster
Dr Aidan Kelly
University of East London
Dr Gerardus Lucas
University of Nottingham
Dr Osama Mansour
Lunds universitet
Dr Rosane Pagano
Manchester Metropolitan University
Dr Manuel Alector Ribeiro
University of Surrey
Dr Asmund Rygh
University of Manchester
Dr Lorna Stevens
University of Bath
Dr Lynn Thurloway
University of Reading

Tack

Denna upplaga av boken bygger vidare på arvet efter vår kollega Alan Bryman, som Emma Bell samarbetade med under mer än femton år, bland annat vid skrivandet av tidigare upplagor. Alans bidrag till företagsekonomisk forskning och samhällsvetenskapliga forskningsmetoder var enorma. Som företagsekonomiska forskare är vi honom tacksamma för detta och vi försöker upprätthålla den nyfikenhet kring metoder som Alan så effektivt odlade hos andra.

I skrivandet av denna bok har vi, precis som vid skrivandet av tidigare upplagor, fått mycket hjälp av studenter och kollegor som har delat med sig av sina tankar om, erfarenheter av och problem de har stött på inom företagsekonomisk forskning. Det har bland annat skett genom vår forskning på Open University respektive University of Melbourne. För varje upplaga är det fler kollegor som har gett råd, förslag och tillstånd att beskriva insikter från deras forskning. Listan omfattar numera Alan Beardsworth, Michael Billig, Dave Buchanan, Jane Davison, Lauren McCarthy, Albert Mills, Cliff Oswick, Jonathan Schroeder, Samantha Warren och Tony Yue. Boken har förbättrats betydligt av bidraget från Tine Köhler vid University of Melbourne, som har skrivit kapitel 15 och 16, med grund i sin omfattande kunskap om att använda och lära ut statistiska metoder. Vi är mycket tacksamma för Tines arbete med boken. Vi vill också tacka de studenter som vi har intervjuat om deras erfarenheter av företagsekonomisk forskning för att fylla ut faktarutorna i boken. Dessutom vill vi tacka bibliotekarierna vid Open University, Kelvin Street och Nicola Dowson, för deras kommentarer om kapitel 5. Till sist vill vi tacka granskare, läsare och lärare som har gett detaljerade och hjälpsamma kommentarer på denna och tidigare upplagor av boken, med grund i omfattande erfarenheter av att undervisa studenter om forskningsmetoder.

Emma Bell och Bill Harley

Om boken

Bokens fokus

Det här är en bok som kommer att vara till nytta för alla studenter inom företagsekonomi och närliggande områden som är intresserade av att förstå de forskningsmetoder som används inom management- och organisationsstudier. Boken ger studenter vägledning kring hur de ska utföra egna forskningsprojekt och introducerar läsarna för centrala begrepp, metoder och värderingar kopplade till forskning. Den kan fungera som en värdefull läranderesurs tack vare dess detaljerade beskrivning av de metoder som används av erfarna forskare – samtidigt som den introducerar en del av de filosofiska och etiska problem som forskarna ställs inför. Om du vill lära dig om företagsekonomiska forskningsmetoder – från att formulera forskningsfrågor till att skriva om dina resultat – kan den här boken ge en tydlig, enkel och heltäckande introduktion.

Boken har skrivits för studenter inom företagsekonomi och managementstudier. Dess ursprung är Alan Brymans mycket framgångsrika *Social Research Methods* [på svenska *Samhällsvetenskapliga metoder*]. Vi skrev denna upplaga under en tid när det skedde enorma samhälleliga, folkhälsorelaterade och ekonomiska förändringar som ett resultat av covid-19-pandemin. Dessa utmaningar har och kommer att ha effekter på hur företagsekonomisk forskning utförs och lär göra nätbaserade metoder för datainsamling, som frågeformulär, intervjuer och diskussionsgrupper, ännu viktigare. Vi fortsätter att anpassa boken efter behoven hos dagens studenter och föreläsare, som efterfrågar en heltäckande guide till företagsekonomiska forskningsmetoder, som är uppdaterad utifrån den senaste utvecklingen, men ändå är koncis och begriplig. Vårt mål har varit att säkerställa att denna bok förblir effektiv och uppdaterad och ger en positiv läsoplevelse.

Eftersom boken har skrivits för studenter inom företagsekonomi är målet att den ska återspegla ett stort antal områden, som organisationsbeteenden ("organizational behaviour"), marknadsföring, strategi, organisationsstudier och HR-ledning. I valet av termen "företagsekonomiska forskningsmetoder" har vi tänkt på de typer av forskningsmetoder som används i dessa områden och har därför fokuserat främst på metoder som har inslag från andra samhällsvetenskaper, som sociologi, antropologi och psykologi. Vissa områden inom företagsekonomisk forskning och managementforskning, som nationalekonomi och bokföring, har inte tagits med i detta. De är fristående områden med egna traditioner och ansatser som inte rymmer med de typer av metoder som tas upp i denna bok.

Utöver att ge studenter praktisk vägledning om forskning diskuterar vi i boken även den företagsekonomiska forskningens egenskaper och syften. Exempelvis:

- Vad är syftet eller målet med företagsekonomisk forskning?
- Utförs den främst för att hitta sätt att förbättra organisationers resultat genom ökad effektivitet?
- Eller handlar den om att öka vår förståelse för hur organisationer verkar och vilken effekt de har på individer och på samhället?
- Vilka ingår i målgruppen för företagsekonomisk forskning?
- Utförs företagsekonomisk forskning främst för ledningens skull?
- Om inte, för vilka andra i organisationerna utförs den?
- Är syftet med företagsekonomisk forskning att främja akademisk utveckling på området?
- Vilken forskningspolitik råder inom managementforskningen och hur påverkar den vilka olika metoder som används och vilka typer av forskningsresultat som anses vara legitima och godtagbara?
- Hur mycket påverkas forskningsprocessen av forskarnas personliga värderingar?
- Borde vi ta hänsyn till vad personer utanför forskningssamhället tycker om vad vi gör med andra personer under våra undersökningar?

Dessa frågor är föremål för omfattande debatt. Att vara medveten om att de finns är viktigt för att förstå hur man ska välja ett forskningsområde och vilka metoder som kan användas för att studera det. Det finns fyra poänger som kan göras här:

1. **Forskarens roll.** För att kunna utvärdera kvaliteten hos forskning inom management eller företagsekonomi är det viktigt att veta så mycket som möjligt om forskarens *egen* roll i denna process – inklusive hur hen har samlat in och analyserat data och vilket teoretiskt perspektiv som präglade hens tolkning av data. En sådan kunskap bygger på studier av metoder som används av företagsekonomiska forskare. Därför har vi, genomgående i boken, använt verkliga exempel på publicerad forskning för att visa hur forskare handskas med och rättfärdigar sina metoder.
2. **Identifiering av forskningsmetoder.** Företagsekonomiska forskningsmetoder är generellt sett mer mångskiftande och mindre detaljerat beskrivna än inom vissa andra samhällsvetenskaper, som sociologi. Det kanske beror på att området ännu är under utveckling, eller på att det byggs på så många andra vetenskapsområden. I praktiken betyder det att nya forskare ibland får svårt att hitta exempel på befintlig forskning som de kan inspireras av i sina egna projekt. Ett av skälen att vi har så många exempel i denna bok är för att uppmärksamma läsarna på de olika typer av metoder som företagsekonomiska forskare använder, på ett sätt som är begripligt för den som är ny på området.
3. **Det utbud av metoder som finns tillgängliga.** Det är svårt att hitta exempel på användning av vissa forskningsmetoder, medan det för andra metoder – som fallstudier – finns en uppsjö studier att välja bland. Vi tror dock att det finns möjligheter för nya forskare att använda mindre populära eller mindre välanvända metoder för att generera nya insikter om olika forskningsområden. Med andra ord hoppas vi att studenter, genom att läsa denna bok, kommer att uppmuntras att använda forskningsmetoder som är mindre vanligt förekommande, i tillägg till de metoder som redan är etablerade på området.
4. **Relevans för företagsekonomiska studier.** Till sist har vi, när det har varit möjligt, försökt begränsa våra val av forskningsexempel till företagsekonomi och management. Skälet är att läsaren, genom att få veta hur andra företagsekonomiska forskare har arbetat, kan få en förståelse för hur hen kan tillämpa metoderna i liknande forskning.

Varför använda denna bok?

Den här boken har skrivits för två grupper av läsare. Den ena är studenter inom företagsekonomi eller management som läser kurser om forskningsmetoder, på grundnivå eller avancerad nivå. Den andra gruppen, som överlappar med den första, är studenter på grundnivå eller avancerad nivå som utför forskning som ett led i sina examensprojekt. Detta kan yttra sig på många sätt, men det vanliga är att man utför ett forskningsprojekt och sedan skriver en uppsats eller rapport om detta. Kapitlen i den första delen av boken har skrivits särskilt för studenter som gör forskningsprojekt – i synnerhet kapitel 4 och 5, som tar upp hur man formulerar forskningsfrågor och gör en litteraturoversikt. Därmed lyfter de även fram aspekter som vi ser som centrala för forskningsprocessen som helhet. I bokens andra och tredje delar ligger tonvikten på företagsekonomisk forskning i praktiken och de metoder som kan användas. Dessa kapitel kan hjälpa studenter att fatta informerade beslut om att utföra forskning.

Det finns troligen två huvudsakliga scenarier som förklarar att du har den här boken i dina händer just nu. Det ena är att du läser en kurs som tar upp forskningsmetoder inom företagsekonomi eller management, eller att det finns metodologiska inslag i någon av dina kurser (t.ex. om organisationsbeteende). Det andra är att du själv ska utföra forskning, kanske för att skriva en uppsats eller en rapport, och behöver veta hur du ska ta dig an detta projekt. Du kanske kommer att läsa boken i båda syften under din studietid. Du kanske undrar varför du behöver lära dig om forskningsmetoder och varför folk som bokens författare över huvud taget ägnar sig åt företagsekonomisk forskning. I resten av detta avsnitt kommer vi att ta upp alla dessa frågor. Men först – vad menar vi med ”företagsekonomisk forskning”?

Vad menar vi med "företagsekonomisk forskning"?

Termen "företagsekonomisk forskning" används i denna bok för att syfta på *akademisk* forskning om ämnen kopplade till frågor som är relevanta inom företagsekonomi eller management och har en samhällsvetenskaplig prägel. Vi räknar även in forskning inom områden som organisationsbeteende ("organizational behaviour"), marknadsföring, bokföring, HR-ledning och strategi, som hämtar begreppsapparat och teoretisk inspiration från samhällsvetenskaperna.

I ovanstående stycke var ordet "akademisk" i kursiv stil, och det finns ett viktigt skäl för detta, kopplat till bokens ansats. Akademiker utför forskning för att studera forskningsfrågor som uppstår ur den befintliga litteraturen (som "Vilka är konsekvenserna av låga nivåer av arbetstillfredsställelse?") eller som påverkas av utvecklingen inom företagsekonomi och management mer generellt (som "Vilka konsekvenser har det att man inför total kvalitetsledning ('total quality management') på ett företag?"). I kapitel 4 diskuterar vi i större detalj vad forskningsfrågor är och hur de uppstår under forskningsprocessen. Här räcker det dock att tydliggöra att vi, när vi använder termen "företagsekonomisk forskning", syftar på forskning som utförs för att reda ut frågor som uppstår ur akademiskt tänkande kring företagsekonomi och management. I denna bok omfattar termen "företagsekonomisk forskning" inte forskning som utförs av organisationer för att studera frågor som är viktiga för dem. Exempelvis gör många företag marknadsundersökningar för att studera hur deras produkter och tjänster tas emot eller när de borde lansera en ny produkt eller tjänst. Sådan forskning är inte i fokus i denna bok. Det är inte för att vi ser sådan forskning som oviktig, irrelevant eller mindre värd på något sätt. Snarare är det för att skälen för att göra sådan forskning och metoderna med vilka den utförs skiljer sig från de skäl och metoder som förekommer inom akademisk forskning. Således blir det svårt att ta med båda forskningsansatser och fortfarande få en någorlunda hanterbar textmassa. Det är skälet att nästan alla exempel vi tar upp i boken baseras på akademisk forskning. Att ta med även kommersiell företagsekonomisk forskning skulle göra boken svårhanterlig och kanske även förvirrande.

Vi vill inte skapa en spricka mellan akademisk forskning och den som görs av yrkesverksamma inom företagsekonomi och management. Det förekommer en hel del diskussioner kring detta bland akademiker på området (se särskilt specialnumret av *Journal of Occupational and Organizational Psychology* från juni 2006). I kapitel 1 tar vi upp några av dessa frågor i en diskussion om vad som ibland kallas typ 1- och typ 2-kunskap (det förra är mer eller mindre synonymt med traditionell akademisk forskning på området, det senare är forskning som utförs av akademiker och yrkesverksamma för att hantera frågor och problem i tillämpningen). Poängen med detta är att lyfta fram vår utgångspunkt och varför vi har valt att fokusera på akademisk forskning inom området. Det är värt att nämna att det ofta sker omfattande korsbefruktnings mellan akademisk och yrkesbaserad forskning. De yrkesverksamma bygger ofta vidare på metodutvecklingen inom akademiska områden, som urval, för att förfina sina metoder. Å andra sidan finns vissa forskningsmetoder, till exempel fokusgruppsstudier, vilka från början utvecklades för marknadsundersökningar, men som har börjat användas inom akademisk forskning. Dessutom är kompetens inom det ena området alltid överförbar till det andra.

Varför göra företagsekonomisk forskning?

Skälen för att göra företagsekonomisk forskning har i viss mån beskrivits i det förra avsnittet. Akademiker gör sådan forskning för att de kommer på frågor under det att de läser litteraturen om ett visst ämne eller när de funderar över vad som händer i organisationer. De kanske ser ett gap i litteraturen, eller en inkonsekvens mellan resultaten av olika studier, eller någon fråga som inte har lösts i litteraturen. Sådana omständigheter fungerar som språngbrädor för företagsekonomisk forskning i akademiska kretsar. En annan inspirationskälla kan vara när det sker en utveckling inom organisationer som kan fungera som en intressant utgångspunkt för att studera en forskningsfråga. Exempelvis kan en forskare som ser en ökad användning av sociala medieplattformar bland organisationer vara intresserad av att studera om det förändrar hur interaktioner inom organisationerna yttrar sig. När forskaren studerar denna fråga kommer hen troligen att använda litteratur om teknik och organisationsförändring för att få insikter om hur hen ska närma sig frågan. Som vi skriver i kapitel 1 finns inte *ett* enskilt skäl till att individer gör företagsekonomisk forskning av den typ som lyfts fram

i denna bok. I grund och botten görs den dock för att det finns någon aspekt av ett skeende inom en organisation som inte har förklarats fullständigt.

Varför är det viktigt att studera metoder?

Vissa studenter tycks inte se någon större vinst med att studera forskningsmetoder. De kanske känner att de kan göra det ”vid behov”, om de skulle behöva utföra en undersökning. Med andra ord – varför inte bara sätta sig in i hur man ska göra sin forskning när man ska göra den? Bortsett från att det är väldigt riskabelt går de miste om de möjligheter som utbildning om forskningsmetoder kan ge. Särskilt följande bör hållas i åtanke:

- Utbildning i forskningsmetoder gör dig mer medveten om de *val* som finns tillgängliga för forskare inom företagsekonomi och management. Med andra ord öppnar det dina ögon för de många olika forskningsmetoder som kan användas för att samla in data och den mångfald av ansatser för dataanalys som finns. Det kommer att hjälpa dig att välja det som är mest lämpligt för ditt projekt, eftersom ett sådant val kräver insikt om vilka datainsamlings- och dataanalysmetoder som passar när.
- Utbildning i forskningsmetoder ger dig kunskap om vad man kan göra och inte när man använder en viss datainsamlings- eller dataanalysmetod. När du har valt din forskningsmetod (t.ex. ett frågeformulär) måste du vara medveten om vilka åtgärder du ska vidta för att det ska gå att använda metoden på ett bra sätt. Det är också viktigt att du är medveten om de många felsteg som måste undvikas.
- Utbildning i forskningsmetoder ger dig insikter om forskningsprocessen som helhet. Den ger en utgångspunkt för att förstå hur forskning utförs. Den kastar ljus över de olika stegen i forskningsprocessen, så att du kan planera din forskning och tänka igenom frågor som hur ditt val av forskningsmetoder är kopplat till dina forskningsfrågor.
- Utbildning i forskningsmetoder ger dig en medvetenhet om vad som är bra och dålig forskning. På så sätt blir den en plattform för att utveckla en förståelse för begränsningarna i den forskning du läser om. Det kan hjälpa dig att kritiskt utvärdera forskning du stöter på under kurser i exempelvis organisationsbeteenden och HR-ledning.
- Kunskaperna som utbildning i forskningsmetoder ger går att överföra till andra områden. Hur man gör ett urval, hur man designar ett formulär, hur man utför semistrukturerade intervjuer och så vidare är relevant även inom forskning i andra områden (som företag, offentlig sektor och dylikt).

Vi menar att kunskap om forskningsmetoder kan vara väldigt givande och är säkra på att denna boks läsare kommer att förstå vilka möjligheter och fördelar den kan ge.

Bokens struktur

Det finns olika traditioner inom företagsekonomisk forskning, där en av de mest grundläggande är distinktionen mellan kvantitativ och kvalitativ forskning. Denna distinktion har lagts till grund för bokens struktur och hur olika frågor och metoder presenteras.

Boken består av fyra delar

- **Del ett** handlar om den grundläggande synen på den företagsekonomiska forskningens egenskaper och vilka överväganden som spelar in när man planerar och inleder ett forskningsprojekt.
 - Kapitel 1 beskriver de övergripande stegen som ingår i de flesta företagsekonomiska forskningsprojekt. Det utforskar också hur företagsekonomisk forskning kan förstås i en bredare kontext, med en diskussion om de politiska och samhällseliga frågor som kan påverka hur den utförs. Det bygger en grund från vilken du kommer att kunna granska dessa aspekter på djupet och i större detalj.

- Kapitel 2 studerar frågor som förhållandet mellan teori och forskning och hur lämplig en naturvetenskaplig ansats är för studier inom företagsekonomi och management. Det är här vi börjar tydliggöra distinktionen mellan kvantitativ och kvalitativ forskning. De presenteras som olika forskningsstrategier, med olika syn på hur företagsekonomi och management ska studeras. Det beskrivs också att distinktionen mellan dessa strategier handlar om mer än bara att en undersökning innefattar insamling av kvantitativa data.
- I kapitel 3 introduceras **forskningsdesignen**. Kapitlet ger en introduktion av de grundläggande ramverk inom vilka samhällsvetenskaplig forskning utförs, exempelvis tvärsnittsstudier, fallstudier och experiment. Kapitel 2 och 3 beskriver tillsammans de byggstenar som används i resten av boken.
- Kapitel 4 beskriver de övergripande stegen i att planera och designa ett forskningsprojekt och ger råd om hur du kan hantera denna process. Det innehåller också en diskussion om **forskningsfrågor** – vad de är, varför de är viktiga och hur de kan formuleras.
- Kapitel 5 är utformat för att hjälpa dig att komma i gång med ett forskningsprojekt genom att förklara de huvudsakliga stegen i att utföra en genomgång av litteraturen.
- Kapitel 6 studerar hur etiska frågor kan påverka forskare och vilka principer som används för att handskas med detta.
- Kapitel 7 har tagits med för att stötta dig som skriver om forskning, vilket ofta är ett steg i forskningsprocessen som hamnar lite på undantag.
- **Del två** omfattar nio kapitel kring kvantitativ forskning. Efter ett kapitel som introducerar ämnet kommer fyra kapitel som handlar mest om enkätbaserad forskning och två som diskuterar användning av redan befintliga data. De sista två kapitlen i del två beskriver analys av kvalitativa data.
 - Kapitel 8 utforskar den kvalitativa forskningens egenskaper och bygger upp en kontext för de efterföljande kapitlen.
 - Kapitel 9 handlar om urvalsfrågor: hur man gör ett urval och vilka överväganden som bör göras vid en bedömning av vad som kan uttolkas ur olika typer av urval.
 - Kapitel 10 fokuserar på sådana intervjuer som används vid enkätbaserad forskning, alltså strukturerade intervjuer.
 - Kapitel 11 tar upp frågeformulärsdesign. Det innefattar en diskussion om hur du ska designa självbedömningsformulär.
 - Kapitel 12 beskriver hur frågor i frågeformulär och strukturerade intervjuer bör formuleras.
 - Kapitel 13 tar upp två kvantitativa metoder som bygger på naturligt förekommande data. Den ena är strukturerade observationer, en metod som har utvecklats för systematisk observation av beteenden. Den andra är innehållsanalys, en metod som ger ett stringent ramverk för analys av många olika typer av dokument.
 - Kapitel 14 handlar om analys av data som har samlats in av andra forskare eller officiella organisationer.
 - Kapitel 15 ger en introduktion till statistisk analys av kvantitativa data. Fokus är på de inledande analysstegen, där univariat och bivariat analys används för att utforska och förstå egenskaperna hos data. Det blir grunden för mer invecklad statistisk analys.
 - Kapitel 16 förklarar hur man använder olika multivariata metoder som används för att dra slutsatser om förhållanden mellan variabler i populationen utifrån data om ett urval.
- **Del tre** omfattar nio kapitel om olika aspekter av kvalitativ forskning.
 - Kapitel 17 ger en översikt över den kvalitativa forskningens egenskaper och bygger upp en kontext för de övriga kapitlen i denna del av boken.
 - Kapitel 18 utforskar de urvalsstrategier som oftast används inom kvalitativ forskning. Precis som kvantitativa forskare använder kvalitativa forskare ofta urval av individer, dokument el-

ler organisationer som analysenheter. Det här kapitlet visar dock att urvalsprinciperna inom kvalitativ forskning är väldigt annorlunda än de principer som oftast används av kvantitativa forskare.

- Kapitel 19 handlar om etnografi och deltagande observation, som har använts i några av de mest kända studierna inom företagsekonomisk forskning. Dessa två termer används ofta synonymt och syftar på att forskaren bäddar in sig i en viss kontext.
- Kapitel 20 fokuserar på de intervjutyper som används av kvalitativa forskare, oftast semistrukturerade eller ostrukturerade intervjuer.
- Kapitel 21 handlar om fokusgruppmetoden, där grupper av individer intervjuas om något visst ämne.
- Kapitel 22 studerar metoder som kvalitativa forskare använder för att analysera språket: diskursanalys, narrativ och retorisk analys och samtalsanalys.
- Kapitel 23 rör granskning och tolkning av dokument inom kvalitativ forskning, inklusive historiska dokument.
- Kapitel 24 undersöker hur visuella företeelser används inom kvalitativ forskning.
- Kapitel 25 tar upp de metoder som oftast används för att analysera kvalitativa data.

Det är intressant att vissa frågor återkommer i både del två och del tre: intervjuer, observationer, dokument och dataanalys. Dock använder kvantitativ och kvalitativ forskning väldigt olika ansatser för att ta sig an dessa frågor, vilket du kommer att få se.

- **Del fyra** innehåller kapitel som går bortom distinktionen mellan kvantitativ och kvalitativ forskning.
 - Kapitel 26 tar upp några sätt på vilka distinktionen mellan kvantitativ och kvalitativ forskning är mindre självklar än vad som ibland antas.
 - Kapitel 27 presenterar några sätt på vilka kvantitativ och kvalitativ forskning kan kombineras för att skapa det som kallas ”mixed method-forskning”.

Hur du kan använda boken

Boken kan läsas på olika sätt beroende på dina intressen och ditt fokus. Din föreläsare kanske ger vägledning om vilka kapitel du ska koncentrera dig på. Dock föreslår vi följande som en bra början:

- **Introduktion** Kapitel 1 är ett introduktionskapitel som ger en överblick över de huvudsakliga stegen och processerna inom företagsekonomisk forskning. Det presenterar de ämnen som sedan tas upp i större detalj längre fram i boken.
- **Bredare filosofiska frågor** Kapitel 2 diskuterar filosofiska frågor kring kunskapens natur och hur man kan anskaffa kunskap, vilket vägleder metodval inom företagsekonomisk forskning. Även om dessa saker till en början kan upplevas som mystiska och svåra att förstå är de grundläggande för företagsekonomisk forskning. Vi uppmuntrar dig därför att åtminstone försöka läsa detta kapitel!
- **Utveckling av forskningsfrågor** Vi har redan nämnt att vi ser problemformuleringen av forskningsfrågor som något grundläggande för forskningsprocessen. Råd kring vad forskningsfrågor är, varifrån de kommer och hur du kan formulera dem ges i kapitel 4.
- **Att göra egna forskningsprojekt** Vi hoppas att boken i sin helhet kommer att vara relevant för studenter som gör forskningsprojekt, men kapitel 3, 5 och 7 innehåller många av de råd som rör detta mer specifikt. Dessutom vill vi rikta din uppmärksamhet mot rutorna ”Tips och råd” och ”Studentupplevelser” samt Checklistorna i slutet av vissa kapitel.
- **Forskarens ansvar** Som företagsekonomiska forskare har vi ett ansvar gentemot de personer och organisationer som är fokus för vår forskning. Kapitel 6 tar upp viktiga etiska frågor och det är helt avgörande att du är medveten om dem innan du inleder ett forskningsprojekt.

När du har satt dig in i dessa introduktionsdelar kommer du att ha en god grund för att planera hur du läser de övriga kapitlen i boken. Vi rekommenderar att du läser kapitelöversikten i början av varje kapitel, för att få en bild av vilka frågor som tas upp och kunna avgöra hur du vill sätta dig in i dem.

Vi hoppas att du kommer att uppskatta boken och uppleva den som användbar som en grund för att tänka kring och utföra företagsekonomisk forskning – och vi hoppas också att du kommer att tycka att företagsekonomisk forskning är lika fascinerande som vi gör!

Stöd vid läsning av boken

Här följer en beskrivning av hur vi har utformat boken för att hjälpa dig som läsare att förstå ämnet och alla ingående delar, värdera befintlig forskning och – viktigast av allt – utföra egen forskning.

Att förstå grunderna

I början av varje kapitel finns en **kapitelöversikt**, som ger en färdplan för resten av kapitlet och sammanfattar vad målen är – så att du vet vad du kan vänta dig att lära dig. Du kommer att stöta på rutor med **nyckelbegrepp**, som ger korta, koncisa förklaringar av centrala termer och begrepp, så att du kan bygga upp ditt ordförråd på området och lära dig mer. Varje kapitel avslutas med en lista över **viktiga punkter**, som sammanfattar de mest centrala delarna och hjälper dig att rikta uppmärksamhet mot det som är mest relevant. Det ger också en repetition av vad du har fått läsa om.

Lär dig av forskningsexempel

Otaliga exempel på verkliga studier skapar en brygga mellan teori och praktik och ger en ovärderlig inblick i de många spännande frågor som studeras inom företagsekonomisk forskning. Rutorna **Forskning i fokus** ger exempel på publicerad forskning som visar hur verksamma forskare använder de olika metoderna och vilka utmaningar och möjligheter de stöter på ”ute i fält”. Rutorna **Studentupplevelser** innehåller personliga beskrivningar från olika personer (både studenter och föreläsare) och visar hur de företeelser som beskrivs i respektive kapitel kan yttra sig i riktiga studentprojekt.

Ta lärdomarna ett steg längre

Företagsekonomiska forskningsmetoder kan ibland vara komplicerade. För att du ska få ökad medvetenhet om denna komplexitet finns rutor som kallas **Tänk till**. De ger mer djuplodade förklaringar av diskussioner och debatter som förekommer forskare emellan. De har utformats för att uppmuntra dig att gå bortom den grundläggande nivån och tänka efter på djupet kring aktuella forskningsfrågor.

DEL ETT

Forskningsprocessen

1. Företagsekonomisk forskning – dess egenskaper och process
2. Företagsekonomiska forskningsstrategier
3. Forskningsdesign
4. Att planera ett forskningsprojekt och välja forskningsfrågor
5. Första steget: Litteraturoversikt
6. Etik inom företagsekonomisk forskning
7. Att skriva om resultaten av företagsekonomisk forskning

KAPITEL 1

FÖRETAGSEKONOMISK FORSKNING – DESS EGENSKAPER OCH PROCESS

KAPITELÖVERSIKT

I detta kapitel presenterar vi några grundläggande överväganden som du bör göra när du ska utföra företagsekonomisk forskning. Först förklarar vi vad vi menar med företagsekonomisk forskning och varför den utförs. Kapitlet täcker tre huvudsakliga områden:

- *Viktiga överväganden i företagsekonomiska forskningsmetoder.* Här presenteras frågor som hur teori, värderingar och etiska överväganden påverkar forskningen, debatten om relevans kontra stringens samt hur även politiska överväganden påverkar företagsekonomisk forskning.
- *Stegen i forskningsprocessen.* Hela boken handlar om de olika stegen i företagsekonomisk forskning, men här ges en översikt av de viktigaste: **litteraturoversikt**, formulering av **begrepp** och teorier, utformning av **forskningsfrågor**, **urval**, datainsamling, dataanalys och att skriva om resultaten.
- *Företagsekonomisk forskning – en stökig process.* Företagsekonomisk forskning är oftast inte en enkel, linjär process. I detta avsnitt beskrivs hur forskare kan ställas inför oförutsedda händelser eller svårigheter, och samtidigt tydliggörs att en förståelse för forskningsprocessen och principerna den bygger på är central för att kunna hantera oväntade problem.

Alla aspekter som nämns här kommer att beskrivas mer i detalj i senare kapitel, men presenteras övergripande för att du som läsare ska få chansen att börja fundera över dem.

Introduktion: Vad är företagsekonomisk forskning och varför utförs den?

Den här boken handlar om hur forskare inom företagsekonomi arbetar. Den omfattar alla stadier i forskningsprocessen: att sätta upp mål med forskningen, att välja forskningsmetoder, att få tag på forskningsdeltagare, att samla in, analysera och tolka data samt att sprida forskningsresultaten. En förståelse för företagsekonomiska forskningsmetoder är viktig av flera skäl, där tre sticker ut särskilt. För det första kan en sådan förståelse hjälpa dig att undvika många av de misstag som är vanliga när relativt oerfarna personer försöker utföra forskning på området, som att inte tänka på förhållandet mellan dina forskningsfrågor och vilka forskningsmetoder du ska välja, att ställa tvetydiga frågor i **frågeformulär**, eller att använda metoder som är etiskt tveksamma. Om du förväntas utföra ett forskningsprojekt är det viktigt att du får utbildning inom forskningsmetoder – inte bara för att säkerställa att du använder rätt metoder, utan också för att du ska förstå vilka val som står till buds. För det andra är en

förståelse av företagsekonomiska forskningsmetoder viktig när du ska läsa publicerad forskning. Om du vill ta examen inom ett företagsekonomiskt orienterat ämne kommer du troligen att läsa mycket forskning på området. En god grund i forskningsprocessen och en kunskap om de vanligaste misstagen ger dig en värdefull kritisk blick när du ska läsa om forskning som andra har utfört. Slutligen kommer en förståelse för forskningsmetoderna att kunna stilla din nyfikenhet på de områden som intresserar dig genom att hjälpa dig att utföra egna forskningsprojekt, antingen i uppsatsform eller inom din yrkesroll. Att utföra ett forskningsprojekt kan ge dig insikt i viktiga frågor inom företagsekonomin och tillåter dig att i det lilla steget bidra till kunskapsmängden på området.

Begreppet ”företagsekonomisk forskning” används här för akademiska studier av forskningsfrågor som är relevanta för företag, inklusive studier av ledningsarbete och av organisationen som företagsse. Företagsekonomisk forskning har sin hemvist inom samhällsvetenskapen, som omfattar områdena sociologi, psykologi, antropologi och ekonomi. Alla samhällsvetenskaper bidrar till studier av företag och relaterade områden, som marknadsföring,

human resource management (HRM), strategi, organisationsbeteenden ("organizational behaviour"), bokföring och finans, industriella relationer och operativ forskning. Det betyder att företagsekonomisk forskning ofta blir starkt **tvärvetenskaplig**. Företagsekonomisk forskning kan baseras på utveckling och förändringar i organisationer och samhällen, som funderingar över stigande lönenivåer bland chefer eller en vilja att förbättra företagens miljömässiga hållbarhet. Samhällsvetenskapliga teorier är viktiga för att kasta ljus över och förklara sådana förändringar. Samhällsvetenskapen kan också ge upphov till idéer om hur forskningsområden ska väljas, hur forskningsrön ska tolkas och vilka slutsatser som kan dras. Med andra ord har den företagsekonomiska forskningen som beskrivs i denna bok en stadig grund i samhällsvetenskapens idéer och intellektuella traditioner.

Akademiker utför forskning för att de kommer på forskningsfrågor när de läser litteratur kring ett visst ämne eller funderar över vad som pågår i organisationer. De kanske ser en lucka i litteraturen, något mätresultat som varierar mellan olika studier eller en fråga som aldrig har fått något svar. En samhälls- eller utvecklingsfråga kan också bli en utgångspunkt för att utveckla en forskningsfråga. Exempelvis var en av bokens författare, Emma Bell, intresserad av att studera hur konsumentgrupper utvecklar och uttrycker stark lojalitet mot ett visst varumärke, Apple, genom att utforska deras förhållande till företagets medgrundare och tidigare vd, Steve Jobs, efter hans död 2011 (Bell & Taylor 2016). Vid utforskningen av denna fråga sökte forskarna insikter i organisationsvetenskaplig litteratur om ledarskap och kultur samt sociologisk och filosofisk litteratur om kulturella beteenden vid sorg och förlust. Som vi kommer att se i kapitel 2 finns det inte *ett* skäl till att folk gör företagsekonomisk forskning, men man kan sammanfattningsvis säga att den görs när någon anser att förståelsen kring någon aspekt av företagande och ledning har brister.

Viktiga överväganden i företags-ekonomiska forskningsmetoder

Företagsekonomisk forskning och därtill kopplade metoder förekommer inte i ett vakuum. Vi kan hitta följande viktiga överväganden som företagsekonomiska forskare måste ta hänsyn till:

- De *teorier* som samhällsvetare formulerar för att förstå omvärlden påverkar vilken forskning som görs och hur forskningsrönen tolkas. De ämnen som blir föremål för företagsekonomisk forskning påverkas mycket av den teoretiska ansats man väljer. För att bygga vidare på det tidigare exemplet: Bell och Taylor (2016) var intresserade av att förstå varumärkeslojala konsumenters beteenden när de sörjde en ledare, så de tog avstamp i befintliga teorier om kollektiva kulturella processer genom vilka grupper av personer utvecklar starka band till organisationsledare och varumärken och använder dem för att skapa en gemensam identitet. Detta illustrerar hur forskning kan utvecklas ur redan befintliga teorier. Forskning bidrar också till teoribildningen, eftersom ny forskning ökar kunskapsmängden som teorierna kan kopplas till.
- Befintlig kunskap bidrar också till bakgrunden mot vilken företagsekonomisk forskning sker. Det betyder att den som planerar att utföra forskning måste bekanta sig med *litteraturen* på det aktuella området. Du måste veta vad som redan är känt så att du kan bygga vidare på det och undvika att göra någon annans arbete på nytt. Litteraturoversikter är huvudfokus för kapitel 5 och diskuteras även i andra kapitel, som kapitel 7.
- Forskarens syn på *förhållandet mellan teori och forskning* är också viktig. Enligt vissa forskare bör den teoretiska litteraturen övervägas i början av ett forskningsprojekt. Forskaren ägnar sig då åt teoretiska reflektioner, ur vilka en hypotes eller flera hypoteser kan formuleras och sedan prövas. Det var denna ansats som användes i en studie av Marquis och Bird (2018), som beskrivs närmare i Forskning i fokus 1.1. De formulerade tre hypoteser utifrån sin studie av den relevanta teoribildningen. Ett alternativ är att se teori som ett resultat av forskningsprocessen – alltså något som slås fast först efter det att forskningen har utförts. Den första ansatsen innebär att en samling teoretiska idéer driver datainsamling och -analys, medan den senare är en mer öppen strategi, där teoretiska idéer hämtas ur data. Givetvis är valet sällan enkelt, men det finns olika syn på vilken roll teori ska ha inom forskning. Detta kommer att vara fokus för kapitel 2.
- Antaganden om och synen på *hur forskning bör utföras* påverkar forskningsprocessen. Det är vanligt att anta att en "vetenskaplig" ansats bör användas, där man först formulerar en hypotes och sedan prövar den med exakta mätmetoder. Sådan forskning finns, men att det är på det sättet företagsekonomisk forskning ska utföras är inte alls allmänt vedertaget. Det här är **epistemologiska** överväganden. De fokuserar på hur omvärlden bör studeras. Vissa forskare menar att personer och organisationer – föremålen för samhällsvetenskaplig forskning – på många sätt skiljer sig från föremålen för naturvetenskaplig forskning och kräver en ansats som är anpassad efter deras speciella egenskaper. Även denna fråga tas upp i kapitel 2.
- Antaganden om *sociala fenomenens egenskaper* påverkar också forskningsprocessen. Det antyds ibland att världen existerar oberoende av sociala aktörer och att de inte har någon kontroll över den. Den "bara finns" och påverkar sociala aktörers beteenden, övertygelser och värderingar. Exempelvis kan en organisations kultur ses som en samling värderingar och beteendemässiga förväntningar som har en stark påverkan på indi-

viderna som arbetar i den och som nya medarbetare måste skolas in i. Men vi kan också se kultur som något som hela tiden omformas när organisationens medlemmar förändrar den genom sina beteenden och nya idéer. Överväganden av denna typ är **ontologiska**. De fokuserar på sociala fenomenens egenskaper – är dessa fenomen relativt stabila så att vi inte kan påverka dem eller är de ett resultat av våra interaktioner? Även detta kommer att diskuteras i kapitel 2.

- **Kvalitetskriterierna** som används för att utvärdera forskning har en stor effekt på forskningsprocessen. Hur gör man ”bra” forskning och hur vet man att forskning är ”bra” när man läser om den? Kvalitetsbedömningar förekommer i alla stadier av forskningsprocessen. Vi kommer att se att sådana bedömningar har varit en viktig fråga bland företagsekonomiska forskare och beslutsfattare. Det finns flera skäl för detta, men poängen är att debatter har uppstått kring huruvida det finns universella kvalitetskriterier som kan tillämpas på alla former av forskning. Som vi kommer att visa i kapitel 17 menar vissa metodiker att en mer finmaskig ansats krävs, där kvalitetskriterier anpassas utifrån vilken typ av forskning de tillämpas på.
- Forskarsamhällets *värderingar* har en betydande inverkan på forskningen som görs. *Etiska frågor* har alltid varit föremål för diskussion och kontroverser inom forskning, men har på sistone fått ta ännu mer plats. Universitet och finansärer granskar rutinmässigt föreslagna forskningsprojekt ur ett etiskt perspektiv för att säkerställa att etiska principer upprätthålls. Etiska värden och de institutionella lösningar som används för att värna om dem påverkar vad och vem som kan vara föremål för forskning och hur forskning kan utföras. I förlängningen betyder det att vissa forskningsmetoder sällan används. Etiska frågor beskrivs i kapitel 6 och berörs även i många andra kapitel.
- Hittills har vi fokuserat på den företagsekonomiska forskningens akademiska karaktär och syften. Dock är mycket sådan forskning praktiskt inriktad och avses vara till gagn för organisationer och personerna som arbetar i dem. Det betyder att studier fokuserar på frågor som troligen kommer att ha *implikationer i praktiken*. En del forskning, till exempel **aktionsforskning**, som diskuteras i kapitel 17, kräver att de som är föremål för forskningen (ledare, medarbetare, konsumenter och beslutsfattare) deltar i forskningsprocessen, kanske i samband med att man väljer ut forskningsfrågorna. Även om åsikterna går isär i frågan om huruvida företagsekonomisk forskning måste ha direkt relevans i praktiken är detta något som forskare förväntas fundera över.

Relevans för praktiker

Den företagsekonomiska forskningens skiftande egenskaper gör att det pågår debatter om dess förhållande till praktiskt arbete. Vissa menar att managementforskning kan ses som en tillämpad vetenskap, med fokus på att förstå organisationer i syfte att lösa problem i praktiskt ledningsarbete. Gummesson (2000) ser akademiska forskare och managementkonsulter som grupper av kunskapsarbetare som lägger olika mycket tonvikt på teori respektive praktik. Han skriver att ”[m]ed grund i brottstycken av teorin bidrar konsulten till praktiken medan akademiker bidrar till teorin med grund i brottstycken av praktiken” (2000, s. 9), men att deras roller i grund och botten ligger nära varandra. Gummesson menar att både forskare och konsulter arbetar med att hantera problem som rör ledningsarbete och att det värde som respektive grupp tillför avgörs av förmågan att övertyga företag att deras bidrag är relevanta och värdefulla. Andra författare, som Tranfield och Starkey (1998), menar att forskare inom företagsekonomiska områden med tiden har tappat kontakten med praktikernas problem och intressen och att forskarna måste bli mer öppna för dessa om forskningen ska kunna vara av värde även i fortsättningen. Det har debatterats mycket kring begreppet ”evidence-based leadership” (på svenska närmast ”evidensbaserat ledningsarbete”; se Nyckelbegrepp 1.1). De som förespråkar evidensbaserat ledningsarbete menar att ledare måste flytta sina ”yrkesmässiga beslut bort från sina personliga preferenser och osystematiska erfarenheter, mot beslut som baseras på de bästa tillgängliga vetenskapliga forskningsresultaten” (Rosseau 2006, s. 256). Andra är mer försiktiga och hävdar att ledningsarbetets och samhällets föränderliga och kontextberoende natur gör det svårt att identifiera en bästa praxis som är generellt tillämplig. Reay, Berta och Kohn (2009) gjorde en litteraturöversikt med evidensbaserad analys och fann att ingen av de ingående artiklarna visade en koppling mellan evidensbaserat ledningsarbete och förbättrade resultat hos organisationen som leddes. Andra forskare (Morrell & Learmonth 2015) har uttryckt oro över att evidensbaserat ledningsarbete kan göra vissa typer av forskning mer populära. De menar att evidensbaserat ledningsarbete begränsar vår förmåga att förstå den mångfald av problem som analyseras i managementstudier och företagsekonomiska studier. Morrell och Learmonth skriver också att evidensbaserat ledningsarbete präglas av en selektiv, smal och exkluderande syn på vad som räknas som forskning, en syn som nedvärderar narrativa former av kunskap. Bland dem som ivrar för evidensbaserat ledningsarbete är det framför allt sådan forskning som främjar en **positivistisk** syn på kunskap som anses vara ”pålitlig och relevant” (2015, s. 522). Morrell och Learmonth drar slutsatsen att evidensbaserat ledningsarbete är viktat till ledningens fördel, även om det presenteras som vetenskapligt och objektivt. Med andra ord främjar det managementbegreppet, i stället för att

kritiskt studera det. Detta bygger vidare på en tes av Learmonth (2009), enligt vilken managementforskning, eftersom den bygger på flera olika, motstridiga **paradigm** (se

Nyckelbegrepp 2.10), aldrig kan nå en konsensusbaserad syn och överbrygga de grundläggande filosofiska skillnaderna mellan dessa paradigm.

Nyckelbegrepp 1.1

Vad är evidence-based leadership?

”Evidence-based leadership” eller evidensbaserat ledningsarbete är ”systematiskt bruk av bästa tillgängliga forskningsresultat för att förbättra hur ledning sker i praktiken” (Reay m.fl. 2009). Denna ansats har föreslagits som ett sätt att hantera gapet mellan forskning och praktik (Wright m.fl. 2016) och ett problem som vissa ser: att företagsekonomisk forskning inte är relevant för praktiker. Den utvecklades under 1990-talet för att förbättra patientbemötande inom sjukvården och tillämpades senare även inom andra områden, bland annat utbildning (Petticrew & Roberts 2006). Det finns fyra informationskällor som bidrar till evidensbaserat ledningsarbete:

1. Praktikers expertkunskaper och bedömningar.
2. Resultat från den aktuella kontexten.
3. Kritisk granskning av de bästa tillgängliga vetenskapliga forskningsresultaten.
4. Återkoppling från dem som påverkas av ett visst beslut (Briner, Denyer & Rousseau 2009, s. 19).

Punkt 3 baseras på en **systematisk översikt** av litteraturen (se kapitel 5), vilket är en grundpelare i evidensbaserat ledningsarbete. Värdet av sådant arbete beror på om forskningsresultaten är möjliga att överföra eller översätta till praktiska tillämpningar. Det som är unikt med evidensbaserat ledningsarbete är att ledningens beslutsfattande bygger på uttrycklig och systematisk användning av vetenskaplig forskning (Wright m.fl. 2016). Utifrån sina studier av problem inom det operativa ledningsarbetet vid en australisk akutvårdsavdelning kunde Wright med flera (2016) beskriva hur en evidensbaserad ansats infördes av en läkare i ledningsposition. Deras analys visade hur viktigt det är att beslutsfattarens personliga egenskaper ”passar ihop” med den organisatoriska kontexten för att ansatsen ska vara framgångsrik. De menade att det krävs en balanserad syn som hör samman den kritik som har riktats mot evidensbaserat ledningsarbete och som tar hänsyn till både ledarnas kunskap om lokala förhållanden och den vetenskapliga forskningen.

En annan debatt som påverkar synen på företagsekonomisk forskning bygger på det arbete som gjordes av Gibbons med flera (1994). De hävdade att kunskapsproduktionen i samhället kan delas in i två olika kategorier, som de kallade ”typ 1” och ”typ 2”.

- *Typ 1.* Inom denna traditionella, universitetsbaserade modell drivs kunskapsproduktion främst av en akademisk agenda. Nya upptäckter bygger ofta vidare på befintlig kunskap på ett linjärt sätt. Modellen skiljer mellan rent teoretisk kunskap och tillämpad kunskap, där det senare handlar om teoretiska insikter som omsätts i praktiken. Begränsad tonvikt läggs på spridning av kunskap, eftersom akademien ses som den viktigaste mottagaren eller konsumenten av kunskap.
- *Typ 2.* Denna modell fokuserar på vikten av *tvärvetenskap* inom forskning, alltså att man korsar gränserna mellan de olika vetenskaper som bidrar till kunskapsproduktionen. Resultaten är väldigt kontextberoende och därför svåra att replikera, vilket gör kunskapsproduktionen till en mindre linjär process. Dessutom är

kunskapsproduktion inte enbart de akademiska institutionernas revir. I stället deltar såväl akademiker och beslutsfattare som praktiker, vilka kan bidra med många olika typer av kunskaper och erfarenheter för att lösa gemensamma problem. Kunskap kan spridas snabbt och resultaten kan användas för att förbättra praktiskt arbete.

Även om tanken är att typ 2-forskning ska ske sida vid sida med typ 1-forskning, inte ersätta den, menar Tranfield och Starkey (1998) att företagsekonomisk forskning är bättre lämpad för kunskapsproduktion av typ 2. På senare år har fokus riktats mot de utmaningar som uppstår ur det invecklade förhållandet mellan företagsekonomisk forskning och företag. Detta innefattar studier av komplexa sociala problem, som ibland kallas ”lömska problem” (wicked problems; Conklin 2006) eller ”stora utmaningar” (grand challenges; Ferraro, Etzion & Gehman 2015). Stora utmaningar är ”beskrivningar av globala problem” som individer, grupper, organisationer och samhällen ställs inför och som ”troligen kan lösas genom

koordinering och samarbete”, där forskare inom både naturvetenskap och samhällsvetenskap deltar (George, Howard-Grenville, Josh & Tihanyi 2016, s. 1880). Begreppet har börjat användas mer och mer i diskussioner om politisk, finansiell och samhällsrelaterad instabilitet kopplad till klimatförändringar, tekniska förändringar, fattigdom, ojämlikhet och migration – frågor som går över nationsgränser och påverkar många intressenter med sinsemellan skilda intressen. Stora utmaningar är relaterade till FN:s hållbarhetsmål genom den gemensamma formuleringen av världsomspännande problem och hinder som hotar mänsklighetens framtid samt försök att hantera dem. Det har hävdats att hanteringen av sådana utmaningar är ett problem som är såväl ledningsbaserat som organisatoriskt och vetenskapligt (George m.fl. 2016). Stora utmaningar är alltså högst tvärvetenskapliga och kräver att expertis inhämtas från mer än en – ofta många – samhällsvetenskaper eller naturvetenskaper.

Företagsekonomisk forskning – processen

I resten av detta kapitel beskriver vi de huvudsakliga stegen i ett typiskt forskningsprojekt. Det är vanligt att de som skriver läroböcker inom företagsekonomiska forskningsmetoder presenterar flödesscheman över forskningsprocessen – du kan se sådana i exempelvis figur 2.1, figur 8.1 och figur 17.1. Dock vill vi inte presentera forskningsprocessens olika steg i en sekvens här, eftersom den ordning i vilken de utförs kommer att variera beroende på din **forskningsstrategi** och -design. Därför presenterar vi i stället de huvudsakliga steg som är vanliga i de flesta typer av företagsekonomisk forskning. De kommer att förklaras i större detalj längre fram i boken.

Litteraturoversikt

Befintlig litteratur är ett viktigt inslag i all forskning. När vi har hittat ett ämne eller en fråga som intresserar oss måste vi läsa mer för att avgöra:

- vad som redan är känt om ämnet
- vilka begrepp och teorier som har tillämpats på det
- vilka forskningsmetoder som har använts för att studera det
- vilka kontroverser som förekommer inom ämnet
- var (och om) forskningen går isär
- vilka som är de huvudsakliga producenterna av forskning på området.

Inom många ämnen finns en rik forskningstradition så det är inte troligt att du kan göra en heltäckande litteraturoversikt. Viktigt är att identifiera och läsa centrala böcker och artiklar av några av nyckelpersonerna inom ämnet.

Som vi förklarar i kapitel 5 måste du veta vad som redan är känt så att du inte kan anklagas för att naivt tugga om gammal skåpmat. Att koppla dina forskningsfrågor, resultat och diskussioner till befintlig litteratur är ett sätt att öka trovärdigheten hos din forskning och ditt bidrag till kunskapsmängden. Men som vi skriver i kapitel 5 ska en litteraturoversikt aldrig bara vara en sammanfattning – den förväntas vara kritisk. Det betyder inte nödvändigtvis att du måste vara mycket kritisk mot de befintliga texterna, utan att du ska bedöma varje bidrags betydelse och visa hur det passar in i den övergripande kunskapsmängd som du utvinner ur litteraturen.

Begrepp och teorier

Inom samhällsvetenskaperna är begrepp de verktyg vi använder för att skapa ordning i omvärlden. De är etiketter som vi fäster på företeelser i omvärlden som har betydelsefulla gemensamma drag. Som kommer att framgå av kapitel 2 har samhällsvetenskaperna en stark tradition av att använda begrepp, varav många har blivit en del av vardagsspråket. Begrepp som ”byråkrati”, ”makt”, ”social kontroll”, ”status”, ”karisma”, ”arbetsprocess”, ”McDonaldifiering” och ”utanförskap” är alla delar av den sammanlagda teorimängd som många generationer av samhällsvetenskapliga forskare har skapat. Begrepp är en viktig del av teorier.

Begrepp fyller flera funktioner i företagsekonomisk forskning. De är viktiga för hur vi organiserar och beskriver våra forskningsintressen. De hjälper oss att tänka kring och vara disciplinerade med vad vi vill lära oss mer om och underlättar organisering av forskningsresultat. Förhållandet mellan teori och forskning ses gärna som ett val mellan att teorier driver forskningsprocessens alla stadier eller att teorierna är ett resultat av forskningsprocessen. Detta beskrivs ofta som ett val mellan en **deduktiv** och en **induktiv** ansats, vilket vi kommer att utveckla vidare i kapitel 2. Föga förvånande har detta val konsekvenser för begreppen som används. Begreppen kan vara något vi utgår ifrån för att beskriva de nyckelområden där vi vill samla in data under en studie. Med andra ord vill vi samla in data för att få en djupare förståelse av ett begrepp (eller oftast flera begrepp och hur de är kopplade till varandra). Denna ansats används i studien som beskrivs i Forskning i fokus 1.1. Den alternativa synen är att begrepp är resultat av forskning. Enligt denna syn kan begrepp hjälpa oss att reflektera över och organisera de data som vi har samlat in.

Ett av skälen till att kunskap om den befintliga litteraturen är så viktig är att den hjälper dig att förstå vilka som är de centrala begreppen som används inom ett forskningsområde. Det gör att du kan bedöma hur användbara eller begränsande de begreppen har varit för att besvara de centrala frågorna på området. Även när du läser litteraturen enbart i rollen som mottagare av forskningsresultat – exempelvis om du ska skriva en uppsats – är det viktigt att

du förstår vilka de centrala begreppen är, vem eller vilka som gav upphov åt dem och vilka meningsskiljaktigheter som finns kring dem (om det finns några).

Forskningsfrågor

Forskningsfrågor är viktiga i forskningsprocessen eftersom de tvingar dig att börja med det allra mest grundläggande steget: Vad är det du vill veta? De flesta som inleder en forskarbana har någon tanke om vad de är intresserade av. Forskningsfrågor kräver att du funderar mer noggrant över vad du vill ta reda på (se Nyckelbegrepp 1.2).

Hur specifika forskare är i sina forskningsfrågor varierar, vilket diskuteras i Nyckelbegrepp 1.2. Inom företagsekonomisk forskning förväntas du vanligen ha en forskningsfråga. Dock är det inte all företagsekonomisk forskning som utgår från en fråga. Vissa kvantitativa forskare använder i stället ett påstående som ska utredas, utifrån en genomgång av vad som redan är känt om ett ämne, och använder detta påstående för att formulera prövbara hypoteser (Forskning i fokus 1.1). Andra forskare, framför allt de som använder kvalitativa metoder, utgår från ett bredare ämne eller fenomen som de vill studera. De väljer att inte avgränsa sin forskning genom att utgå från en på förhand uppställd fråga. Sådana forskare arbetar ofta induktivt och formar sin kunskap och sina teorier först efter att de har samlat in data. I sådana fall kanske forskningsfrågan formuleras när alla data har samlats in och analyserats (se Forskning i fokus 4.1). Det är dock viktigt att vara

medveten om risken att forskningen blir för bred och vag om det inte finns en tydlig forskningsfråga. Värde av en forskningsfråga är att den kan:

- vägleda dina litteratursökningar
- vägleda dina beslut om vilken **forskningsdesign** du bör använda
- vägleda dina beslut om vilka data som bör samlas in och från vem eller vilka
- vägleda dina analyser av data
- vägleda dig när du skriver om resultaten
- hindra dig från att följa stickspår
- ge dina läsare en tydlig bild av vad din forskning handlar om.

Det kan hända att en genomläsning av litteraturen gör att du vill revidera dina forskningsfrågor eller byta till andra frågor. Därför kommer forskningsfrågorna och genomgången av litteraturen kring dessa frågor troligen att påverka varandra, åtminstone i de tidiga stegen av ett forskningsprojekt. I början av projektet kan din litteraturoversikt ge upphov till en eller två forskningsfrågor. Det fortsatta arbetet, som vägleds av dessa frågor, kan få dig att revidera dem eller ge upphov till nya frågor. I kapitel 4 kommer vi att diskutera forskningsfrågor och hur de kan utvecklas.

Nyckelbegrepp 1.2

Vad är forskningsfrågor?

En forskningsfråga ger ofta ett explicit påstående om vad det är en forskare vill få mer kunskap om. Ett syfte kan många gånger presenteras som ett påstående (exempelvis: "Jag vill veta om [eller varför] ..."), men en fråga tvingar forskaren att vara mer explicit kring vad som ska studeras. En forskningsfråga kan ha formen av en fråga med ett frågetecken på slutet. Men forskningsfrågor kan också ibland formuleras som generella syften eller mål med en studie och har då en annan form. Forskningsfrågor kan vara generella, som "Hur upplever personer med universitetsexamen jobbsökandeprocessen?", eller väldigt specifika, som "Påverkar den omfattning i vilken personer med universitetsexamen använder sociala medier hur snabbt de får anställning?".

Denscombe (2010) ger en lista över typer av forskningsfrågor:

1. Att förutsäga ett utfall: Sker y om förhållandena a och b råder?
2. Att förklara ett fenomenets orsaker och implikationer: Påverkas y av x eller är y ett resultat av x ?
3. Att utvärdera ett fenomen: Har y de fördelar som det hävdas ha?
4. Att beskriva ett fenomen: Vilka egenskaper har y eller vilka former kan y anta?
5. Att utveckla bästa praxis: Hur kan vi förbättra y ?
6. Bemyndigande: Hur kan vi förbättra levnadsförhållandena för dem vi studerar?

White (2009) är kritisk till Denscombes sista kategori och hävdar att en tonvikt på politiska motiv av denna typ kan hindra utförandet av högkvalitativ forskning. I viss mån kan denna meningsskiljaktighet spåras tillbaka till olika syn på vad forskningens syfte är. White föreslår en alternativ kategori.

Register

A

abduktion 42
 action research 351
 akademisk tidskrift 101
 akademiskt skrivande 141, 142
 aktionsforskning 351
 alfakoefficienten 173, 317
 alternativhypotes 316
 analysenhet 265
 andra ordningens analys 491
 andra ordningens begrepp 490, 494
 andra ordningens kodning 490, 494
 anekdot 509
 ANOVA 330
 antikolonial forskning 355
 aritmetiskt medelvärde 303
 arkeo-genealogisk ansats 456, 457
 autenticitet 341, 344
 authenticity 341

B

bedömarvariabilitet 205
 begrepp 26, 32, 168
 definitivt 340
 medvetandegörande 340
 bekräftelsebarhet 64, 344
 bias 54, 187
 bimodal fördelning 301
 Blumer, Herbert 49
 bortfall 193

C

categorical variable 296
 centraltendens 303
 citat
 direkt citat 143, 158, 159
 client 351
 Cohens kappas 261
 collaborative research 352
 confirmability 64, 342
 Cramérs V 310
 credibility 64, 342
 Cronbachs alfa 173

D

dagbok 232, 233
 forskardriven 232
 ostrukturerad 233
 strukturerad 232
 dataanalys 30, 33
 dataarkiv 281
 databassökning 110
 rekommenderade databaser 110
 datainsamling 30, 33

datamättnad 361
 deduktion 26, 38, 40
 deltagande observation 30, 371
 dependability 64, 342
 dichotomous variable 296
 dikotom variabel 296
 dimensioner 171
 diskursanalys 434
 kritisk 438
 dold forskning 377
 Durkheim, Émile 54
 dämpning 309

E

ekologiskt felslut 289
 empirisk realism 48
 empirism 38
 enkätbaserad forskning 73, 74
 epistemologi 23, 47
 ersättningsvariabel 286
 eta-koefficient 312
 etik
 etisk granskning 118, 133
 etisk kod 118
 etisk princip 120
 etnografi 371
 digital 385
 dold 377
 feministisk 383
 global 385
 skriva 387, 388
 visuell 473, 474
 etnostatistik 507
 evaluation research 71
 experimentdesign 65, 85
 experimentgrupp 67
 fältexperiment 65
 kontrollgrupp 67
 kvasiexperiment 66, 70, 71
 laboratorieexperiment 65, 68, 69
 extremvärde 304

F

F-test 327
 facilitator 416
 Fairclough, Norman 438
 faktabaserad ansats 456
 faktoranalys 180
 fallstudie
 design 76, 78, 85
 egentlig 77
 instrumentell 77
 typer av fall 79

 multipel, kollektiv 77
 feministisk forskning 352, 353, 354, 408
 fenomenologi 49
 filterfrågor 211
 fokusgrupp 206, 416, 417
 asynkron 426
 synkron 426
 urval 422
 forskningsdesign 61, 62
 forskningsetik 118
 forskningsfråga 27, 32, 92
 forskningsmetod 61, 62
 forskningsplan 98
 forskningsstrategi 52
 fotnot 114
 fotoelicitering 462, 463
 Foucault, Michel 438
 frekvenstabell 299
 fråga
 formulering 238
 olika typer 241
 slutna svarsalternativ 240
 typer 398
 vanliga misstag 248
 frågeformulär 219
 utformning 224
 fältanteckning 381, 382
 följeforskning 352
 företagsekonomisk forskning
 definition 22
 första ordningens analys 491
 första ordningens begrepp 489, 494
 första ordningens kodning 489, 494

G

Garfinkel, Harold 444
 Gausskurva 300
 generaliserbarhet 67, 516, 520
 Gioia-metoden 491
 going native 381
 golveffekt 304
 grand challenge 25
 grounded theory 483, 484
 grundad teori 360, 483, 484
 grundad visuell mönsteranalys 475
 gruppintervju 206, 416
 GVPA 475

H

handledare 89
 Harvardsystemet 114
 Hawthorne-studierna 69

- historisk analys 456
händelseurval 235
- I**
icke-påträngande metod 289
icke-påträngande mätning 288
idiografisk ansats 77
indikator 168, 169
induktion 26, 39, 40, 41
induktiv analys 480
informerat samtycke 123
inkluderande språk 146
innehållsanalys 262, 455
 etnografisk 455
 kvalitativ 455
 kvantitativ 262
inomgruppsvarians 330
inspelning 400, 404, 418
interaktionseffekt 324
interbedömarreliabilitet 172
intern reliabilitet 172
interpretivism 48, 50
interval scale 296
interval variable 296
intervallskala 296
intervallvariabel 296
intervju 203
 feministisk 408
 kritisk händelse 409
 kvalitativ 206, 392
 livshistorisk 206, 411
 online 405
 ostrukturerad 206, 393
 semistrukturerad 206, 393
 strukturerad 203, 206
 telefon 207, 405
 typer 206
 videosamtal 207, 407
 datorstödd 209
intervjuarvariabilitet 204
intervjuguide 395, 399
intervjuschema 209, 211
item 214
itteraturförteckning 115
- K**
kappa 261
karaktistika 314
kategorisk variabel 296
kausalitet 176
kodning 205, 484, 492
 axiell 484
 selektiv 484
 öppen 484
kodningsmanual 267, 268
kodningsschema 257, 263, 268
komparativ design 81, 85
 interkulturell ansats 82
 tvärkulturell ansats 82
konfidensintervall 192, 319
konstruktivism 45, 46
kontingensteori 37
korrelation 308, 311
korrelationskoefficient 307, 310
korstabell 311
kovarians 307, 311
kredibilitet 64, 342
kritisk händelse 409
kurtosis 301
kvalitativ forskningsmetod 336
kvalitativ intervju 392
kvantitativ forskningsmetod 165
kvasikvantifiering 509
kvotskala 296
kvotvariabel 296
källkritik 111
- L**
latent innehåll 263
leptokurtisk 301
linguistic turn 389
litteraturöversikt 26, 32, 104
 integrativ 108, 109
 narrativ 107
livshistorisk intervju 206, 411
longitudinell analys 276
longitudinell studie 76, 85
 kohort 76
 panel 76
- M**
manipulation check 297
Mead, George Herbert 49
medelvärde 303
median 303
mediator 326
mediering 326
 full 326
 partiell 326
medlemsvalidering 342
mellangruppsvarians 330
metaanalys 286
metaetnografi 496
metodologi 52
middle range-teori 37
minnesanteckning 487
mixed method 53, 511
 argument mot 512
 design 515, 516
 klassificering 514
moderator 324, 416
moderering 324
multimodal fördelning 301
multimodalitet 476
muntlig berättelse 206, 411
mätning 168
- N**
narrativ analys 440, 441
narrativ ansats 456
netnografi 385, 386
nollhypotes 316
 enkel 316
 sammansatt 316
nominal scale 296
nominal variable 296
nominalskala 296
nominalvariabel 296
nomotetisk ansats 77
normalfördelning 300
notation 444
nyckelinformant 379
nyckelord 112
närhetspar 445
- O**
objektivism 44
observationsschema 257
observatör 379
 deltagande 379
observatöreffekten 70
officiell statistik 287
onlineformulär 199, 219
onlineintervju 405
ontologi 24, 44
operationalism 181
operativism 181
oral history 411
ordinal scale 296
ordinal variable 296
ordinalskala 296
ordinalvariabel 296
organisationsetnografi 372
organisationsnarrativ 441, 442
orsakssamband 176
ostrukturerad intervju 206, 393
outlier 304
- P**
p-värde 318, 319
paradigm 52
parameter 314
participativ forskning 352
participatory research 352
Pearsons r 307, 310
personlig integritet 127
phi-koefficient 310
pilottest 250
plagiering 115
platykurtisk 301
politisering 138
positivism 47
postformulär 219
postmodernism 45, 161, 389
power 317

- prediktor 320
 primärdata 31
 probing 213
 prompting 214
 proxy variable 286
 punktbiseriellt r 310
 pålitlighet 64, 344
- R**
- ratio scale 296
 ratio variable 296
 referens 114
 format 114
 reflexivitet 160
 regressionsanalys 320
 regressionsekvation 326
 relativism 129
 reliabilitet 62, 172
 reliability 62
 replicability 62
 reproducerbarhet 62
 respondentvalidering 342
 retorik 142
 retorisk analys 442, 443
 rho 309
- S**
- Sacks, Harvey 444
 saknade data 298, 299
 samhällsvetenskap 22
 samtalsanalys 444, 445
 notation 444
 scenkonst 466
 Schütz, Alfred 49
 sekundär analys 274, 275, 496
 sekundära data 31
 semiotisk analys 475
 semistrukturerad intervju 30, 206,
 393
 sensitizing concept 340
 signifikansprövning 316
 självbedömningsformulär 219
 självvetnografi 390
 skriva om forskningsresultat 32, 33,
 141
 skrivbordsforskning 88
 skugning 381
 snabbetnografi 373
 social önskvärdhetsbias 216
 socialt fenomen 23
 Spearman's rho 310
 språkliga vändningen 389
 stabilitet 172
 standardfel 191
 statistik
 analytisk 314
 bivariat 306
 deskriptiv 299
 univariat 299
 statistikmyndighet 287
 statistisk styrka 317
 stordata 31, 283
 struktur 145, 149
 strukturerad intervju 203, 206
 strukturerad observation 257
 ständig jämförelse 484
 svans 300
 svarsalternativ 238
 svarsformat 243
 svarsfrekvens 194
 formulär 222
 svarskluster 216, 226
 symbolisk interaktionism 49
 systematisk översikt 25, 105
 sökord 112
 sökterm 112
- T**
- t-test 328
 takeffekt 304
 telefonintervju 207, 405
 tema 481
 tematisk analys 30, 481, 482
 teoretisk mättnad 361, 363
 teori 26, 32, 37, 38
 tolkande repertoar 436
 transferability 64, 342
 transkription 400, 402, 418
 triangulering 343, 516
 trovärdighet 64, 341
 trustworthiness 64, 341
 turtagning 445
 tvärkulturell analys 276
 tvärkulturell forskning 82
 tvärsnittsstudie 73, 85
 tvärvetenskap 23, 25
 typ I-fel 317
 typ II-fel 317
 typvärde 303
 tät beskrivning 343
- U**
- universalism 128
 upphovsrätt 132
 uppsattsstruktur 149
 urfolksforskning 355
 urval 28, 33, 185
 bekvämlighetsurval 194
 fokusgrupp 422
 generiskt selektivt urval 363
 icke-slumpmässigt urval 194
 klusterurval 190
 kvoturval 196
 nivåer 359
 obundet slumpmässigt urval 188
 representativt urval 28, 185, 368
 sannolikhetsurval 188
 sekventiellt urval 360
 selektivt urval 358, 359, 360
 snöbollsurval 364, 365
 stratifierat urval 189
 systematiskt urval 189
 teoretiskt urval 360, 362, 363
 urvalsfel 187
 urvalsstorlek 192
- V**
- validitet 63, 172
 diskriminativ validitet 174
 ekologisk validitet 63
 extern validitet 63
 face validity 174
 hot 67
 intern validitet 63
 mättningsvaliditet 63
 prediktiv validitet 174
 samtidig validitet 174
 variabel 64
 beroende 64, 65, 307
 dikotom variabel 296, 297
 intervallvariabel 296
 kategorisk variabel 296, 297
 kvotvariabel 296
 nominalvariabel 296, 297
 oberoende 64, 65, 307
 ordinalvariabel 296
 typer 296
 varians 303
 variansanalys 320, 330
 variansbegränsning 304
 variationsbredd 300, 303
 Verstehen 49
 videointervju 207, 407
 vinjettfråga 249
 visual turn 460
 visuell etnografi 473, 474
 visuell företeelse 459
 visuell konst 466
 visuella data 459
 visuella vändningen 460
 värderingar 54
- W**
- Weber, Max 49
 wicked problem 25
- Ö**
- öppen fråga 238
 överförbarhet 64, 343
 översättning 401, 403

Företagsekonomiska forskningsmetoder

ISBN 978-91-47-14903-2

© 2024 svensk utgåva Liber AB

© 2022 Oxford University Press

BUSINESS RESEARCH METHODS, SIXTH EDITION was originally published in English in 2022. This translation is published by arrangement with Oxford University Press. Liber is solely responsible for this translation from the original work and Oxford University Press shall have no liability for any errors, omissions or inaccuracies or ambiguities in such translation or for any losses caused by reliance thereon.

Förläggare: Calle Gustavsson

Översättare: Linnéa Holmén

Redaktör: Camilla Nevby

Faktagranskare: Johanna Nählinder, docent, Linköpings universitet, och koordinatör för forskningsstöd vid universitetsbiblioteket

Grafisk form: Fredrik Elvander och Jonny Hallberg

Sättning: Jonny Hallberg

Omslag: Fredrik Elvander

Illustrationer: Jonny Hallberg

Omslagsbild: Shutterstock

Projektledare: Magnus Winkler

Produktion: Lars Wallin

Fjärde upplagan

1

Repro: Integra Software Services, Indien

Tryck: Graphycems, Spanien, 2024



Kopieringsförbud

Detta verk är skyddat av upphovsrättslagen. Kopiering, utöver lärares och elevers begränsade rätt att kopiera för undervisningsbruk enligt BONUS-avtal, är förbjuden. BONUS-avtal tecknas mellan upphovsrättsorganisationer och huvudman för utbildningsanordnare, t.ex. kommuner och universitet.

Intrång i upphovsmannens rättigheter enligt upphovsrättslagen kan medföra straff (böter eller fängelse), skadestånd och beslag/förstöring av olovligt framställt material. Såväl analog som digital kopiering regleras i BONUS-avtalet. Läs mer på www.bonuscopyright.se.

Liber AB, 113 98 Stockholm

Kundservice tfn 08-690 90 00

kundservice.liber@liber.se

www.liber.se

Kundservice.liber@liber.se

www.liber.se

Den här klassikern ger en pedagogisk och heltäckande introduktion till företagsekonomiska forskningsmetoder. Genom sin bredd passar den för både grundläggande och avancerade kurser. Författarna presenterar och diskuterar de flesta metoder inom såväl kvantitativ som kvalitativ forskning. De visar också hur man kan kombinera dessa metoder.

Företagsekonomiska forskningsmetoder är särskilt lämplig för studenter som ska genomföra ett forskningsprojekt. Författarna vägleder läsaren genom hela processen: från formulering av forskningsfrågor och litteraturgenomgång till utformning av frågeformulär, dataanalys och presentation av forskningsresultat. Boken är även en värdefull läranderesurs tack vare detaljerade beskrivningar av de metoder som används av erfarna forskare och de filosofiska och etiska problem som forskare kan ställas inför.

Denna fjärde upplaga, som är en översättning av den sjätte upplagan av *Business Research Methods*, är grundligt reviderad och uppdaterad med den senaste forskningen.

Alan Bryman var professor vid University of Leicester. Emma Bell är professor vid Open University. Bill Harley är professor vid University of Melbourne.



www.liber.se

Best.nr 47-14903-2
Tryck.nr 47-14903-2



9 789147 149032