

# روشهای پژوهش میدانی

در

## حسابداری مدیریت

ترجمه: نظام‌الدین رحیمیان\*

### مقدمه

در راستای انجام هر تحقیق، ضرورت دارد تا پژوهشگر پس از تعیین و تنظیم موضوع پژوهش، در اندیشه‌های گزینش روش پژوهش مناسب باشد. برای این منظور، او باید با توجه به هدفهای پژوهش، از میان روشهای تحقیق، یک یا چند روش را برگزیند؛ روشهایی مانند روش تاریخی، توصیفی، تداومی و منطقی، موردی، همبستگی، علمی، تجربی، عملی و روشهای میدانی (پیمایشی). این موارد از جمله ابزارهای است که به‌طور معمول از سوی پژوهشگران انتخاب می‌شود و به‌کار می‌رود.

یکی از این روشهای تحقیق، **پژوهش میدانی** است که از پیشینه‌های طولانی در عرصه مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی و بازرگانی برخوردار است. پژوهشگران مجرب با استفاده از روشهای میدانی، تعامل مردم با موضوع تحقیق را همان‌گونه که آنان زندگی و کار می‌کنند و رویدادها به‌طور طبیعی رخ می‌دهد، بررسی کرده و نتایج را مستندسازی می‌کنند. روشهای پژوهش میدانی با سایر روشهای پژوهشی تفاوت دارد و این تمایز، آن را به صورت یکی از پرچالش‌ترین شکلهای تحقیق در علوم اجتماعی در آورده است.

در تاریخچه تحقیقات حسابداری مدیریت، پژوهشهای میدانی ارزشمندی مانند تحقیقات **سایمون و همکاران** (H. Simon et al. 1954)، **هاپوود** (A. Hopwood, 1972) وجود دارد. اما با وجود این، در اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی



در طول پانزده سال اخیر، گرایش زیادی به استفاده از روشهای پژوهش میدانی در انجام مطالعات حسابداری مدیریت بویژه در حیطه تولید، پدید آمده است. عامل اصلی

تعداد تحقیقات میدانی انجام شده در کشور ایالات متحده، کمتر از ۵ درصد کل پژوهشهای به چاپ رسیده، بوده است (C. Klemstine & M. Maher, 1983).

این تجدید حیات، مقاله انقلابی **کپلن** (R.S. Kaplan, 1983) بود. در این مقاله، ادعا شده که رقابت جهانی، شرایط تولید را به گونه‌ای تغییر داده که روشهای موجود و مورد استفاده برای اندازه‌گیری عملکرد تولید در حسابداری مدیریت را به طور کامل منسوخ کرده است. به اعتقاد کپلن، اگر حسابداری مدیریت بخواهد نقش اساسی خود را در طراحی و ارزشیابی اطلاعات و سامانه‌های هدایت و نظارت شرکتها ایفا کند، باید دیدگاههای خود را نسبت به موضوعهایی فراتر از موضوعهای اندازه‌گیری ساده عملیات تولیدی بهبود بخشد. از این رو، او پیشنهاد می‌کند در شرایط حاضر که زمان انقلاب فناوری است، در کارخانه‌ها زمان بیشتری برای کسب اطلاعات دست اول صرف شود. آرای کپلن تاثیرگسترده‌تری بر حسابداری مدیریت داشته و زمینه‌ساز مباحثات بسیاری در محافل حرفه‌ای، دانشگاهی و واحدهای اقتصادی بوده است.

هدف این مقاله، معرفی دیدگاههای شناختی و بحث درباره نحوه به‌کارگیری پژوهشهای میدانی و مزایای آن در حسابداری مدیریت واحدهای تولیدی است و در این راستا بر سه موضوع اصلی زیر تاکید می‌شود:

- ۱- در مقایسه با سایر روشها، جایگاه پژوهشهای میدانی در حسابداری مدیریت چیست؟
- ۲- پژوهشهای میدانی چه کمکی به ادبیات حسابداری مدیریت می‌کند؟
- ۳- چگونه می‌توان با استفاده از پژوهشهای میدانی به موفقیت‌هایی دست یافت؟

### جایگاه پژوهشهای میدانی در حسابداری مدیریت

**پژوهشهای میدانی**<sup>۱</sup> (پیمایشی) به تحقیقاتی اطلاق می‌شود که محقق ناگزیر است به محیط تحقیق برود و با مراجعه به افراد یا محیط و برقراری ارتباط مستقیم با واحد مورد تحلیل یا افراد، اعم از انسان، موسسات، سکونتگاهها و ... اطلاعات مورد نظر خود را گردآوری کند. از این رو، در

پژوهشهای میدانی، گردآوری اطلاعات به‌طور معمول از طریق مشاهده، مصاحبه، پرسشنامه، آزمون، تصویربرداری یا ترکیبی از این روشها انجام می‌گیرد و انجام این فعالیتها، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این روش، پژوهشگر پس از گردآوری اطلاعات، برای استخراج، طبقه‌بندی و تجزیه و تحلیل به محل کار خود باز می‌گردد.

### طبقه‌بندی آدلر و آدلر

پژوهشهای میدانی برحسب موضوع به سطوح مختلفی از مشاهده، تعامل و همکاری اعضای سازمان نیاز دارد. در تاریخچه روشهای پژوهش میدانی، مکتبهای فکری متعددی رشد یافته است که با هم تفاوت‌هایی دارند. عامل اصلی تفاوت این مکتبهای از یکدیگر، ناشی از **پرسشی روش‌شناختی**<sup>۲</sup> است که پژوهشگران از خود می‌کنند. برخی پژوهشگران موضوع تحقیق را از دیدگاه بیننده خارجی (**دیدگاه تجربه‌گرای منطقی**<sup>۳</sup>) می‌بینند و برخی دیگر، آن را از نقطه نظر بیننده داخلی (**دیدگاه روش‌شناسی مردمی**<sup>۴</sup>) مشاهده می‌کنند و این دو نگرش موجب به‌کارگیری روشهای متفاوت برای تحقیق پیرامون موضوع پژوهش می‌شود.

در این مورد، تحقیق ارزشمندی به‌وسیله آدلر و آدلر انجام شده است. این

دو صاحب‌نظر، روشهای ارتباط پژوهشگر با موضوع پژوهش را طبقه‌بندی کرده‌اند که **نمودار زیر آن را نشان می‌دهد.**

این طبقه‌بندی بر اساس میزان **ارتباط پژوهشگر**<sup>۵</sup> با موضوع پژوهش بنا شده است و می‌توان آن را در پژوهشهای میدانی حسابداری مدیریت نیز مورد استفاده قرار داد. هدف این رویکرد، آن است که بر اساس میزان ارتباط و مشارکت پژوهشگر، به سؤال اساسی روش‌شناختی محققان پاسخ داده شود. در نمودار آدلر و آدلر سطح ارتباط پژوهشگر از عضو مشاهده‌گر محض به عضویت کامل افزایش می‌یابد و سه دیدگاه اساسی مطرح می‌شود.

### مکتب جامعه‌شناسی شیکاگو

ویژگی مهم **مکتب جامعه‌شناسی شیکاگو**<sup>۶</sup>، مشاهده مستقیم رفتار اعضای سازمان است. در این مکتب، پژوهشگران به مشاهده مستقیم و مشارکت دست اول در فعالیت‌های اعضای سازمان، بدون در نظر گرفتن تعامل بین آنان، می‌پردازند. این مکتب در سالهای پس از دهه ۱۹۲۰ پیشرفت زیادی کرده است. پژوهشگران این مکتب می‌کوشند به موازات تعامل با اعضای سازمان، علمی بودن این مراحل را حفظ کنند تا بنیانهای نظری پژوهش با مخاطره مواجه نشود. بیشتر جامعه‌شناسان مکتب شیکاگو از به‌کار گرفتن نقش و دانش اعضای سازمان برای مطالعه و

### زنجیره مشارکت پژوهشگران میدانی

سطح ارتباط پژوهشگر از عضو مشاهده‌گر به عضو کامل افزایش می‌یابد

مکتب جامعه‌شناسی شیکاگو	{	مشاهده اعضای سازمان
		تعامل با اعضای سازمان
		مشارکت با اعضای سازمان
جامعه‌شناسی وجود	{	مشارکت تحقیقی
		نقشهای عضویت در سازمان
روش‌شناسی مردمی	{	عضویت پیرامونی
		عضویت فعال
		عضویت کامل

## در پژوهش‌های میدانی،

## گردآوری اطلاعات به

## طور معمول از طریق

## مشاهده، مصاحبه،

## پرسشنامه، آزمون،

## تصویر برداری یا

## ترکیبی از این روشها

## انجام می‌گیرد

تحقیق در پژوهش میدانی حمایت می‌کند. مشخصه دیگر این مکتب، آن است که می‌کوشد پژوهشگران براساس احساس خود عمل نکنند و از این نظر بر محیط مطالعه اثر نگذارند. در مکتب شیکاگو، این موضوع پذیرفته شده است که وجود مشاهده‌گر می‌تواند بر رفتار کسانی که به ویژه در مراحل اولیه پژوهش مورد مطالعه قرار می‌گیرد، تاثیر بگذارد. مکتب جامعه‌شناسی شیکاگو، دارای سه مرحله تحقیقی مشاهده اعضای سازمان، تعامل با اعضای سازمان و مشارکت با اعضای سازمان است.

### جامعه‌شناسی وجود و نقش‌های عضویت

جامعه‌شناسی وجود<sup>۷</sup>، مباحث نظری مشارکت تحقیقی<sup>۸</sup>، فراهم می‌کند (I. Goffman, 1959). علت اصلی به‌کارگیری مشارکت تحقیقی در پژوهشها آن است که افراد در سازمانها علاقه‌مندند

که رفتار و فعالیت‌هایشان دست‌کم به دو گروه منعکس شود؛ یک گروه می‌خواهد این فعالیتها به افراد داخل سازمان منعکس شود و گروهی دیگر تمایل دارد به افراد خارج از سازمان نشان داده شود. واژه **مدیریت ادراک**<sup>۹</sup> برای توصیف این موارد ساخته شده است. مشارکت تحقیقی، تأکید دارد تا پژوهشگران خود را به صورت محرم سازمان درآورند و روابطی را با اعضای سازمان برقرار کنند تا بتوانند از این طریق، اطلاعات را جمع‌آوری و تجارب ذهنی آنان را به تصویر بکشند. برخلاف مکتب جامعه‌شناسی شیکاگو، در مشارکت تحقیقی، پژوهشگران باید ترکیبی از نقش‌های آشکار و پنهان را برای ارتقای میزان و نوع اطلاعات و دیدگاه خود فراهم آورند و به‌کار گیرند.

به اعتقاد **آدلر** و **آدلر**، اگر اعضای سازمان، پژوهشگر را به عنوان یکی از اعضای خود بپذیرند، مطالعه زندگی اجتماعی در سازمان آسان می‌شود. این پذیرش، پژوهشگر را قادر می‌سازد تا به مشاهده رویدادهای روزمره اعضا و به‌کارگیری آن در فعالیتها بپردازد. پژوهشگران براین باورند که با ایفای نقش عضویت می‌توان اعتماد بسیاری از اعضای سازمان را به دست آورد. **نقش‌های عضویت**<sup>۱۰</sup> پژوهشگران شامل مواردی به شرح زیر است:

**نقش عضویت پیرامونی**<sup>۱۱</sup>: براساس نقش عضویت پیرامونی، پژوهشگران در پی ردیابی و شناخت دیدگاههای محرمانه و نحوه به‌کارگیری آن در فعالیت‌های اجتماعی برمی‌آیند. آنان نقش‌های رهبری را در پژوهش در نظر نمی‌گیرند و در فعالیت‌های جمعی گروه شرکت نمی‌کنند. در این روش، پژوهشگران ممکن است تصمیم بگیرند میزان مشارکت خود را محدود کنند، زیرا نمی‌خواهند در بعضی از فعالیت‌های گروه شرکت کنند. برای نمونه، پژوهشگری که درباره جنایتکاران مطالعه می‌کند، به احتمال زیاد تمایل چندانی برای حضور در صحنه جنایت ندارد. از سوی دیگر، در این روش، نژاد، جنسیت و مذهب پژوهشگر نیز ممکن است او را از مشارکت

در فعالیت‌های گروه باز دارد.

**نقش عضویت فعال**<sup>۱۲</sup>: در شکل عضویت فعال، پژوهشگر نقش بیشتری در سازمان به عهده می‌گیرد. در ایفای این نقش، پژوهشگران سعی می‌کنند تا از طریق تعامل با اعضای موثر در فعالیت‌های اصلی گروه، آگاهی و شناخت بیشتری از دیدگاههای محرمانه به‌دست آورند. اعضای فعال، نوعاً با تعامل در چنین سطحی، سطح بالاتری از اعتماد و پذیرش افراد سازمان را نسبت به نقش عضویت پیرامونی، به‌دست می‌آورند. در برخی موارد، آنان ارتباطات خود را با افراد دارای اطلاعات بنیادی گسترش می‌دهند. تجربه اعضای فعال، آنان را به سطوح عمیقتری از شناخت درباره افراد و موضوعهای مورد مطالعه سوق می‌دهد. برای نمونه، ممکن است پژوهشگری که عملیات پلیس را مورد مطالعه قرار می‌دهد، خود توطئه‌ای را کشف کند و بازداشت‌هایی را انجام دهد و در درگیریهای پلیسی مشارکت جوید.

**نقش عضویت کامل**<sup>۱۳</sup>: نقش عضویت کامل، قویترین شکل عضویت است. در این نقش، پژوهشگران با حسن‌نیت به عنوان عضوی از گروه با وضعیتهای مورد بررسی مواجه می‌شوند. دو نوع مشخص از نقش عضویت کامل درخورد بررسی است:

**فرصت طلب**<sup>۱۴</sup>: به پژوهشگری اطلاق می‌شود که از قبل عضو گروه بوده است و همین عضویت قبلی در گروه او را متقاعد کرده تا عضو کامل گروه شود.

**تازه کیش**<sup>۱۵</sup>: شخصی است که ممکن است جذب یک فرد یا گروه شود، اما هیچ قصدی برای تعمیق ارتباط خود ندارد. اما، در بعضی موارد، شرایط گروه به گونه‌ای است که پژوهشگر را برخلاف میل باطنی او، به عضویت کامل سوق می‌دهد. مشهورترین نمونه عضویت کامل، **کاستاندا** (C. Casteneda, 1968) است. کاستاندا

ابتدا نحوه استفاده از پیوت (نوعی کاکتوس) و سایر گیاهان دارویی را از سرخپوستان مکزیکی مرکزی به رهبری **دون خوان** و **دون گنارو** آموخت؛ ولی آنچنان در نظام اعتقادی آنان غوطه‌ور شد و با سالکان قبیله **یاکي** به تعامل پرداخت که

پژوهشگران سعی  
می‌کنند تا از طریق  
تعامل با اعضای  
موثر در فعالیتهای  
اصلی گروه، آگاهی  
و شناخت بیشتری  
از دیدگاههای  
محرمانه به دست  
آورند

اثرهای زیادی بر ادبیات حسابداری مدیریت داشته باشد. این اثرها عبارتند از:

- ۱- آزمون و تدوین نظریه در مورد پژوهشهای خاصی که از طریق سایر روشهای پژوهش انجام پذیر نیست،
  - ۲- زمینه‌سازی برای انجام پژوهشهای جدید، و
  - ۳- ارائه اطلاعات درباره سایر روشهای تحقیق همراه با ارائه پیشنهاد درباره متغیرهایی که باید اندازه‌گیری شود، نظریه‌هایی که باید مورد استفاده قرار گیرد و عواملی که باید کنترل شود.
- بدیهی است که این اثرها زمانی مفید و سازنده است که پژوهش میدانی به خوبی اجرا شود. در صورتی که پژوهش میدانی به درستی انجام نشده باشد یا براساس اطلاعات ناکافی صورت گرفته باشد، دیدگاههای نادرستی درباره پدیده‌های حسابداری مدیریت به وجود می‌آورد.

آزمون و تدوین نظریه در مورد  
پژوهشهای خاص  
آزمون نظریه

فاستر و گوپتا (G. Foster & M. Gupta)

موقعیت محلی کنونی است. در این تحقیق، عینیت‌گرایی و عادات تفکر علمی<sup>۱۸</sup> به همراه توانایی همکاری با دیگران رشد می‌یابد و فرد، مهارتهای لازم را از طریق کار و پژوهش به دست می‌آورد.

در تحقیق عملی، پژوهشگر با موقعیتهای واقعی مواجه است و با ایجاد یک چارچوب منظم و عینی براساس آرای علمی و کاربردی به حل مشکلات موقعیت مورد بررسی، می‌پردازد. اما نتایج این نوع تحقیق به دلیل عدم کنترل متغیرهای مزاحم، کم بودن امکان تعمیم‌پذیری موضوع پژوهش به کل جامعه و قابل قبول بودن تنها در همان موقعیت تحقیق، اعتبار علمی لازم را ندارد.

تحقیق عملی در حسابداری مدیریت زمانی صورت می‌گیرد که هدف پژوهشگر برای ورود به سازمان، درک چگونگی به‌کارگیری روشهای حسابداری باشد و پژوهشگر پس از شناخت، پیشنهادهایی را برای اجرای موثر آنها ارائه می‌کند. با توجه به تعاریف به عمل آمده، تحقیق عملی را نمی‌توان در چارچوب آدلر و آدلر طبقه‌بندی کرد.

بسیاری از پژوهشگران میدانی در حسابداری مدیریت برای مطالعه عینی یک سازمان، نقش پژوهشگر آشکار را پذیرفته‌اند. این عمل به دو دلیل انجام می‌شود: اول، پژوهش میدانی در حسابداری مدیریت هنوز در ابتدای راه است و برخی پژوهشگران در مرحله **یادگیری در عمل**<sup>۱۹</sup> قرار دارند. دوم، اینکه بسیاری از این پژوهشگران تنها با **روش تجربی سنتی**<sup>۲۰</sup> آشنایی دارند و براین اساس، طرح میدانی خود را برپایه آن دیدگاه اجرا می‌کنند. اما به‌رغم این موضوع، در سالهای اخیر، پژوهشگران، روشهای پژوهش میدانی متعددی را برای جمع‌آوری داده‌ها در مطالعات مربوط به حسابداری مدیریت در واحدهای تولیدی مورد استفاده قرار داده‌اند.

اثر پژوهشهای میدانی بر ادبیات  
حسابداری مدیریت

به‌طور کلی، پژوهشهای میدانی می‌تواند

مجذوب آنان گردید و خود یک سالک برجسته شد.

روش شناسی مردمی

**روش شناسی مردمی**<sup>۶</sup>، شاخه‌ای از جامعه‌شناسی است که با قواعد و میناقه‌هایی مربوط به فعالیتها و تعاملهای روزانه افراد سروکار دارد و به مطالعه آن دسته از نظمهای اجتماعی می‌پردازد که اغلب و نه همیشه ناشناخته و نامرئی‌اند. روش‌شناسان مردمی مانند **میهان و وود** (H. Mahan & H. Wood, 1975) این نگرش افراطی را که پژوهشگران باید روابط ذهنی را با **جهان پیشین** خود قطع کنند و تعهد عمیقی به سازمان تحت مطالعه بسپارند، مورد تأکید قرار می‌دهند. در این روش، پژوهشگران اعضای کامل سازمان می‌شوند و چنین تهیدی ممکن است برای آنان به منزله ترک روابط با خانواده و دوستان باشد تا خود را بطور کامل در جریان این روش قرار دهند. به نظر **آدلر و آدلر**، این روش برای بسیاری از پژوهشگران غیرممکن یا غیرقابل توجیه است. آنان پیشنهاد می‌کنند تا ارتباط پژوهشگران با موضوع تحقیق به صورت نقشهای عضویت یا ترکیبی از روش‌شناسی مردمی و جامعه‌شناسی وجود باشد.

موارد انطباق پژوهش میدانی در  
حسابداری مدیریت با چارچوب آدلر  
و آدلر

پژوهش میدانی در بسیاری از علوم و از آن جمله علوم اجتماعی رشد کرده است. به هر حال، انجام هر نوع پژوهش میدانی مستلزم صرف زمان زیادی است تا تغییرات لازم در سنتها، اعتقادات و آموزش جامعه مورد پژوهش به وجود آید. به همین علت، در دهه اخیر تعداد زیادی از پژوهشهای چاپ شده در نشریه‌های حسابداری مدیریت برپایه روشهای پژوهش سنتی و مدل‌های مبتنی بر مکتب شیکاگو بوده است.

از دیگر روشهای پژوهش، روش **تحقیق عملی**<sup>۱۷</sup> است. تحقیق عملی نوع ویژه‌ای از تحقیقات کاربردی است که تأکید متخصص آن، غلبه بر مسائل و مشکلات

1990) با استفاده از روش مقطعی<sup>۲۱</sup>، ساختار اطلاعات حسابداری شرکتهای بزرگ چند ملیتی را به دست آوردند. این

## مسئله اساسی در هر تحقیق این است که پیش از تلاش برای تدوین نظریه و آزمون فرضیه‌ها، چگونه می‌توان به شواهد مناسبی دست یافت

دو محقق از واژه پژوهش مبتنی بر بررسی میدانی<sup>۲۲</sup> برای توصیف شیوه تحقیق خود استفاده کردند. اطلاعات این شرکتها به طور مستقل از یکدیگر جمع‌آوری شده بود و آنان می‌خواستند رابطه را به صورت فرضیه درآورده و روابط میان انواع محرکهای هزینه و سطوح سربار تولید را آزمون کنند. اما یافته‌های آنها دارای نتایجی پیچیده‌تر از پیش‌بینی‌های به‌عمل آمده بود، از این رو، آنان برای تکمیل یافته‌های خود به مصاحبه با کارکنان بخشهای مختلف کارخانه پرداختند. این مصاحبه‌ها نشان داد که چگونه خط مشی‌های سازمانهای غیرمتمرکز منجر به حذف دشواریهای مربوط به هماهنگ‌سازی داده‌های مالی بخشهای مختلف می‌شود. این نتایج، حاصل به‌کارگیری پژوهش میدانی بود و به احتمال زیاد بدون انجام کار میدانی، آشکار نمی‌گردید.

### تدوین نظریه

اندرسون (S. Anderson, 1995) در فاصله سالهای میانی دهه ۱۹۸۰ تا اوایل دهه

۱۹۹۰ به مطالعه درباره پذیرش و استفاده از هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت<sup>۲۳</sup> در شرکت جنرال موتورز پرداخت. او برای تدوین ادبیات مربوط به اجرای هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت، مصاحبه‌های گسترده‌ای انجام داد و از اطلاعات نگهداری شده در بایگانی، بررسی یادداشتها و طرحهای پیشنهادی درون شرکت و مشاهده مستقیم موضوعها استفاده کرد و تاریخچه‌ای درباره تصمیمگیری برای اجرای هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت در شرکت جنرال موتورز به رشته تحریر درآورد. ترکیب اطلاعات به‌دست آمده از پژوهش میدانی با تحقیقات مربوط به سیستمهای اطلاعاتی مدیریت، اندرسون را قادر ساخت تا به تدوین نظریه خود بپردازد. این نظریه نشان می‌داد که چگونه عوامل محتوایی، سازمانی و فنی موجود در هر سازمان، موجب اجرای چهار مرحله می‌شود. بدیهی است که در بیشتر موارد اجرای این‌گونه پژوهش بدون انجام کار میدانی، منجر به کسب اطلاعات با درجه متقاعدکنندگی کافی نمی‌شود. بنابراین لازم است این دیدگاه در جهان در حال تغییر امروز بدقت مورد توجه قرار گیرد.

### طرح موضوعهای پژوهشی جدید

هر دو مطالعه‌ای که به آن اشاره شد، به طرح موضوعهای پژوهشی جدیدی منجر شده و مطالعات بعدی را تحت تاثیر قرار داده است. مطالعات فاستر و گوپتا اثر زیادی بر تحقیقات بنکر و جانسون (R. Banker & H. Johnson, 1993) درباره محرکهای هزینه در صنعت هواپیمایی داشت. علاوه، تحقیقات اندرسون منجر به تحقیقات گسترده‌تری توسط اندرسون و یانگ (S. Anderson & M. Young, 1998) درباره اجرای هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت در صنایع خودروسازی شد.

نمونه دیگری در این زمینه که به سئوالات پژوهشی جدید منجر شد، تحقیقات میلر و اولری (P. Miller & T. O'leary, 1997) است. این محققان، مطالعه‌ای توصیفی درباره نقش بودجه‌بندی سرمایه‌ای در تغییر فناوری تولید انبوه به

سامانه‌های تولید پیشرفته، ارائه کردند. این دو، طی چهار سال به‌طور متناوب در محل ساختمان مرکزی و کارخانه شرکت کاترپیلار به فعالیت پرداختند و در این مدت مصاحبه‌های متعددی را با افراد موثر و مسئول در فرایند انتقال فناوری انجام دادند. آنان همچنین به تجزیه و تحلیل مدارک و اسناد داخلی شرکت، مشاهده خطوط و فرایندهای تولید، مطالعه اطلاعات ثبت شده و بررسی تجزیه و تحلیل‌های مربوط به تغییر و نقل و انتقال فناوری پرداختند و به این نتیجه رسیدند که بر پایه تجزیه و تحلیل‌های به عمل آمده، اگر سرمایه‌گذاری در نظامهای پیشرفته تولید موجب هم‌افزایی بیشتر ناشی از هماهنگی انواع مختلف داراییها شود، تدوین فرایند بودجه‌بندی سرمایه‌ای ضروری خواهد بود.

این تحقیق، پرسشهای جدیدی را درباره کارایی روشهای بودجه‌بندی سرمایه‌ای موجود برای محیطهای نوین تولیدی مطرح کرد که پژوهشهای بعدی می‌تواند به خلق روشهای جدیدی برای فرایند بودجه‌بندی سرمایه‌ای منجر شود.

### معرفی سایر روشهای پژوهشی

پژوهش میدانی در واحدهای تولیدی نقش مهم دیگری را نیز برعهده دارد و آن فراهم آوردن اطلاعات لازم برای استفاده از سایر روشهای پژوهشی است. برای نمونه، تحقیقات تجربی آزمایشگاهی<sup>۲۴</sup> به‌طور مستقیم تحت تاثیر این پژوهشها قرار گرفته است. در این مورد، تحقیقی درباره اثر جریان عملیات تولیدی و کنترل کیفیت بر تولید بموقع<sup>۲۵</sup> توسط یانگ و همکاران وی (M. Young et al. 1998) انجام شده است. فاستر و اسونسون (G. Foster & D. Swenson, 1997) نیز به بررسی محدودیتهای اجرای موفق هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت پرداختند. آنان برای انجام تحقیقات خود به‌طور گسترده‌ای با کارشناسان مختلف گفتگو کردند. این نحوه عمل، در تجزیه و تحلیل‌های به عمل آمده برای تولید بموقع توسط آلز و همکاران وی (M. Alles et al. 1995) و



مطالعات درباره بانک اطلاعاتی تولید بموقع که توسط بالاکریشنان و همکاران وی (R. Balakrishnan et al. 1996) انجام شده، نیز مورد استفاده قرار گرفته است.

### محدودیت‌های روش‌های پژوهشی غیرمیدانی

**یانگ و سلتو** (S. Young & F. Selto, 1998) برای مطالعه درباره اینکه آیا نظام سنجش عملکرد، اطلاعات مفیدی را برای ارزیابی عملکرد گروه‌های عملیاتی، به گونه‌ای بموقع ارائه می‌دهد یا خیر، حدود ۲۰ روز را به طور کامل در محل پژوهش گذراندند و سپس به مدت شش ماه به جمع‌آوری اطلاعات لازم در مورد تحقیق پرداختند. این اقدام موجب شد تا آنان بطور مستقیم به مشاهده عملیات و تعامل کارکنان بپردازند و درک بهتری از فرهنگ سازمانی و خطوط و فرایند تولید به دست آورند.

آنان در ماه اول به درک روشنی از اینکه سازمان چگونه از روش‌های حسابداری مدیریت جدید برای سنجش عملکرد گروه عملیاتی استفاده می‌کند، دست یافتند و سپس نسبت به تدوین چارچوبی مبتنی بر معیارهای ارزیابی عملکرد و عوامل رفتاری برای ارزیابی عملکرد گروه عملیاتی اقدام کردند.

باگذشت چند ماه، آنها اطلاعات بایگانی شده درباره ارزیابی عملکرد را بررسی کرده و به جمع‌آوری اطلاعات از مدیران و کارکنان متعددی پرداختند که تولید مشغول به کار بودند. آنان پس از تجزیه و تحلیل اطلاعات دریافتند که شناخت اولیه به دست آمده، به طور کامل اشتباه بوده و مدل طراحی شده آنان از توان لازم برای پیش‌بینی برخوردار نیست. این مهم زمانی برای پژوهشگران مزبور آشکار گردید که مصاحبه‌هایی با مدیران صورت گرفت و در طی این مصاحبه‌ها مدیران آنچه را که در عمل انجام می‌شد، بیان کردند. در فرایند انجام این مصاحبه‌ها مشخص شد که مدیران در هنگام ارائه اطلاعات، آنچه را که فکر می‌کردند پژوهشگران خواهان شنیدن آن هستند به

آنان می‌گفتند.

### راهکارهایی برای بهبود استفاده از روش‌های پژوهش میدانی در حسابداری مدیریت

بررسی‌های به عمل آمده نشان می‌دهد که یک فرد در سازمان می‌تواند آگاهی‌ها و دیدگاه‌های خود را به پژوهشگران ارائه کند، اما آنچه در عمل روی می‌دهد، ممکن است به طور کامل پوشیده بماند؛ چرا که پژوهشگر خود را به عنوان فردی خارج از سازمان تصور می‌کند. بنابراین موضوع اساسی برای پژوهشگران میدانی این است که باتوجه به زمان کوتاهی که در محیط پژوهش صرف می‌کنند، اطلاعات کیفی لازم را جمع‌آوری کنند. پژوهشگر ممکن است به دلیل بیدقتی نسبت به فعالیتهایی که در سازمان انجام می‌شود یا نمی‌شود، به نتیجه نادرستی برسد. از این رو، باتوجه به دلایل پیشگفته، لازم است نحوه قرارگرفتن و مشاهده فعالیتها و انجام تجزیه و تحلیل و تفسیر اطلاعات توسط پژوهشگر در پژوهش میدانی با دقت بیشتری انجام شود. در واقع، مسئله اساسی در هر تحقیق این است که پیش از تلاش برای تدوین نظریه و آزمون فرضیه‌ها، چگونه می‌توان به شواهد مناسبی دست یافت؟

در دنیای امروز، به رغم لزوم انجام هر چه بیشتر پژوهش‌های میدانی، هنوز آموزش لازم درباره نحوه انجام پژوهش‌های مذکور به طور رسمی آغاز نشده و پژوهشگرانی که در فعالیتهای تحقیقاتی خود این روش را به کار می‌برند، آن را براساس یادگیری در عمل انجام می‌دهند و در این راه، مشکلات و دشواریهای زیادی پیش روی خود دارند. اما همانند سایر روش‌های تحقیق، در روش پژوهش‌های میدانی نیز اجرای هر چه بیشتر این روش، عامل مهمی در یادگیری است. به منظور بهبود روش‌های پژوهش‌های میدانی مورد استفاده، پژوهشگران حسابداری مدیریت باید موارد زیر را مورد توجه قرار دهند:

- مطالعه درباره فلسفه علم، معرفت‌شناسی، راه‌های تفکر و دیدگاه‌های

شناختی؛

- استفاده از آموزش‌های لازم و مطالعه در این زمینه؛
- ارتقای مهارت‌های حضور و مشاهده محیط‌های تولیدی؛
- ارتقای مهارت مصاحبه با کارکنان و مدیران؛
- انجام عملی روش‌های پژوهشی میدانی و کارآموزی در آن و استفاده از تجربه‌های به دست آمده؛
- فراگیری روش‌های گردآوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات آماری؛
- فراگیری روش‌های گردآوری اطلاعات بایگانی شده و یادداشت‌برداری میدانی.

\* مدیر تدوین استانداردهای حسابداری و مسابرسی سازمان مسابرسی و مدرس دانشگاه

### منابع:

- 1- Adler, P. A., and P. Adler, **Membership Roles in Field Research**, Newbury Park, CA. Sage, 1987
- 2- Young, S. M., **Field Research Methods n Management Accounting**, Accounting Horizons Vol. 13, No.1, March 1999, pp.76-84.
- ۳- حافظ نیا، محمدرضا، **مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی**، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، ۳۷۷
- ۴- ستوده، هدایت‌الله و دیگران، **جامعه‌شناسی** (مفاهیم کلیدی)، تهران: نشرآوران نور، ۱۳۷۸

### پانوشته‌ها:

- ۱ - Field Research Methods
- ۲ - Epistemological Question
- ۳ - A Logical Empiricist View
- ۴ - An Ethnomethodological View
- ۵ - Degree of Researcher Involvement
- ۶ - Chicago School of Sociology
- ۷ - Existential Sociology
- ۸ - Investigative Participation
- ۹ - Impression Management
- ۱۰ - Membership Roles
- ۱۱ - The Peripheral Membership Role
- ۱۲ - The Active Membership Role
- ۱۳ - The Complete Membership Role
- ۱۴ - Opportunist
- ۱۵ - Convert
- ۱۶ - Ethnomethodology
- ۱۷ - Action Research
- ۱۸ - Habits of Scientific Thinking
- ۱۹ - Learning-by-Doing
- ۲۰ - Logical Empiricist Tradition
- ۲۱ - Cross-Sectional
- ۲۲ - Field-Based
- ۲۳ - Laboratory Experiments
- ۲۴ - Just In Time (JIT)
- ۲۵ - Activity-Based Costing (ABC)