

# CUPRINS

<b>PREFAȚĂ</b> .....	<b>15</b>
<b>FOREWORD</b> .....	<b>17</b>
<b>CAPITOLUL 1 – INTRODUCERE ÎN CERCETAREA ÎN DOMENIUL MANAGEMENTULUI</b> .....	<b>19</b>
1.1 Rezultate ale învățării.....	19
1.2 Ce este cercetarea?.....	19
1.3 Cercetarea în domeniul managementului.....	24
1.4 Subiecte de discuție.....	30
<b>CAPITOLUL 2 - CADRUL METODOLOGIC AL CERCETĂRII ÎN MANAGEMENT</b> .....	<b>31</b>
2.1 Rezultate ale învățării.....	31
2.2 Cadrul metodologic al cercetării.....	31
2.3 Filozofia și paradigma cercetării.....	34
2.4 Modalități de abordare a cercetării.....	40
2.5 Alegerea strategiilor și metodelor de cercetare.....	42
2.6 Cercetarea cantitativă și cercetarea calitativă.....	45
2.6.1 Cercetarea cantitativă.....	46
2.6.2 Cercetarea calitativă.....	48
2.6.3 Diferențe între cercetarea calitativă și cercetarea cantitativă.....	51
2.7 Adoptarea unui design al cercetării care să includă una sau mai multe metode de cercetare cantitativă și/sau calitativă.....	52
2.8 Orizontul de timp.....	58
2.9 Subiecte de discuție.....	58
<b>CAPITOLUL 3 - PROCESUL CERCETĂRII ÎN MANAGEMENT</b> .....	<b>59</b>
3.1 Rezultate ale învățării.....	59
3.2 Descrierea și caracteristicile procesului de cercetare.....	59

3.3	Identificarea și rafinarea temei de cercetare.....	62
3.3.1	Identificarea unei teme de interes pentru cercetare.....	62
3.3.2	Formularea problemei de cercetare.....	66
3.3.3	Enunțarea întrebărilor cercetării.....	70
3.3.4	Formularea scopului și obiectivelor cercetării.....	71
3.4	Recenzia critică a literaturii.....	77
3.4.1	Revizuirea critică.....	77
3.4.2	Tipuri de revizuirii critice ale literaturii.....	84
3.4.3	Surse de documentare.....	87
3.4.4	Utilizarea referințelor bibliografice.....	90
3.5	Dezvoltarea ipotezelor cercetării.....	101
3.5.1	Conturarea cadrului conceptual.....	101
3.5.2	Formularea ipotezelor cercetării.....	102
3.6	Transformarea conceptelor în variabile.....	105
3.6.1	Formularea de definiții operaționale pentru conceptelor de interes și populația cercetării.....	105
3.6.2	Măsurarea.....	106
3.6.2.1	<i>Semnificația măsurării.....</i>	<i>106</i>
3.6.2.2	<i>Tipuri de variabile.....</i>	<i>107</i>
3.6.2.3	<i>Variabile independente, dependente, mediatoare, moderatoare.....</i>	<i>110</i>
3.6.2.4	<i>Dezvoltarea scalelor de măsurare.....</i>	<i>112</i>
3.6.3	Fidelitatea și validitatea.....	114
3.7	Testarea ipotezelor cercetării.....	117
3.8	Subiecte de discuție.....	118
<b>CAPITOLUL 4 - COLECTAREA DATELOR.....</b>		<b>121</b>
4.1	Rezultate ale învățării.....	121
4.2	Selectarea metodelor de colectare a datelor.....	121
4.3	Sondajul de opinie.....	123
4.3.1	Ce este sondajul de opinie?.....	123
4.3.2	Chestionarul.....	123
4.3.2.1	<i>Etapele proiectării chestionarului.....</i>	<i>124</i>
4.3.2.2	<i>Alegerea tipului de chestionar și a metodei de administrare a acestuia.....</i>	<i>127</i>
4.3.2.3	<i>Chestionarul online.....</i>	<i>129</i>
4.3.2.4	<i>Reguli de alcătuire a chestionarului.....</i>	<i>131</i>
4.3.2.5	<i>Tipuri de întrebări.....</i>	<i>133</i>
4.3.3	Procesul de eșantionare.....	138
4.3.3.1	<i>Identificarea populației cercetate.....</i>	<i>139</i>

4.3.3.2	Alegerea metodei de eșantionare .....	139
4.3.3.3	Determinarea reprezentativității și a mărimii minime a eșantionului .....	141
4.3.4	Avantaje și limite ale sondajului de opinie .....	144
4.4	Interviul .....	146
4.4.1	Ce este interviul? .....	146
4.4.2	Tipuri de interviuri .....	147
4.4.3	Ghidul de interviu .....	151
4.4.4	Etapele procesului de realizare a interviului .....	153
4.4.5	Avantaje și dezavantaje .....	157
4.4.6	Complementaritatea cu alte metode .....	159
4.5	Focus grupul .....	160
4.5.1	Ce este focus grupul? .....	160
4.5.2	Planificarea și punerea în operă a focus grupului .....	161
4.5.3	Actorii principali: moderatorul și participanții .....	163
4.5.4	Complementaritatea cu alte metode .....	165
4.5.5	Avantaje și limite .....	166
4.6	Metoda observației .....	167
4.6.1	Ce este observația? .....	167
4.6.2	Modalități de abordare a observației .....	168
4.6.3	Complementaritatea cu alte metode .....	171
4.6.4	Avantaje și limite ale observației .....	172
4.7	Colectarea datelor secundare .....	173
4.7.1	Ce sunt datele secundare? .....	173
4.7.2	Surse de date secundare .....	175
4.7.3	Avantaje și limite ale utilizării datelor secundare .....	176
4.7.4	Utilizarea combinată a datelor primare cu cele secundare .....	178
4.8	Subiecte de discuție .....	178
<b>CAPITOLUL 5 - ANALIZA REZULTATELOR CERCETĂRII .....</b>		<b>179</b>
5.1	Rezultate ale învățării .....	179
5.2	Semnificația și rolul analizei datelor .....	179
5.3	Selectarea metodelor de analiză a datelor .....	181
5.4	Pregătirea setului de date .....	185
5.4.1	Introducerea și codificarea datelor .....	186
5.4.2	Verificarea și tratarea erorilor .....	189
5.4.3	Datele lipsă și tratarea acestora .....	190
5.4.4	Identificarea și tratarea valorilor extreme .....	191
5.5	Prezentarea și descrierea datelor .....	193

5.5.1	Prezentarea datelor .....	194
5.5.2	Statistica descriptivă a variabilelor .....	197
5.6	Analiza asocierii dintre variabile .....	200
5.6.1	Testul Pearson chi-square .....	200
5.6.2	Analiza de corelație .....	202
5.6.3	Analiza de regresie multiplă .....	203
5.6.4	Analiza factorială .....	206
5.7	Compararea mediilor dintre două sau mai multe grupuri .....	207
5.7.1	Testul t .....	208
5.7.2	Analiza de varianță ANOVA .....	210
	5.7.2.1 ANOVA independentă cu singur factor (One – Way ANOVA).....	211
	5.7.2.2 ANOVA cu măsurători repetate.....	212
5.8	Modelarea cu ecuații structurale .....	212
5.9	Subiecte de discuție .....	216
<b>CAPITOLUL 6 – REDACTAREA ȘI PREZENTAREA</b>		
	<b>RAPORTULUI DE CERCETARE.....</b>	<b>217</b>
6.1	Rezultate ale învățării.....	217
6.2	Procesul de scriere a raportului de cercetare .....	217
6.3	Realizarea propunerii de proiect de cercetare.....	222
6.4	Definitivarea structurii proiectului.....	226
6.5	Redactarea introducerii și a concluziilor.....	229
	6.5.1 Redactarea introducerii.....	229
	6.5.2 Redactarea concluziilor .....	233
6.6	Tehnoredactarea textului.....	234
6.7	Prezentarea raportului de cercetare .....	237
6.8	Subiecte de discuție .....	243
<b>BIBLIOGRAFIE.....</b>		<b>245</b>

# CONTENTS

<b>PREFACE.....</b>	<b>15</b>
<b>FOREWORD.....</b>	<b>17</b>
<b>CHAPTER 1</b>	
<b>INTRODUCTION TO MANAGEMENT RESEARCH.....</b>	<b>19</b>
1.1 Learning results.....	19
1.2 What is research?.....	19
1.3 Management research.....	24
1.4 Discussion topics.....	30
<b>CHAPTER 2</b>	
<b>RESEARCH METHODOLOGICAL FRAMEWORK.....</b>	<b>31</b>
2.1 Learning results.....	31
2.2 Research methodological framework.....	31
2.3 Philosophy and paradigm of research.....	34
2.4 Ways to approach research .....	40
2.5 Choosing research strategies and methods .....	42
2.6 Quantitative research and qualitative research.....	45
2.6.1 Quantitative research.....	46
2.6.2 Qualitative research.....	48
2.6.3 Differences between qualitative research and quantitative research.....	51
2.7 Adopt a research design that includes one or more quantitative and / or qualitative research methods .....	52
2.8 The time horizon .....	58
2.9 Discussion topics.....	58
<b>CHAPTER 3</b>	
<b>MANAGEMENT RESEARCH PROCESS.....</b>	<b>59</b>
3.1 Learning results.....	59
3.2 Description and characteristics of the research process.....	59
3.3 Identifying and refining the research topic.....	62
3.3.1 Identify a topic of interest for research .....	62
3.3.2 Formulation of the research problem .....	66
3.3.3 Statement of research questions .....	70

3.3.4	Formulation of the purpose and objectives of the research.....	71
3.4	Critical review of literature.....	77
3.4.1	Critical review .....	77
3.4.2	Types of critical literature reviews.....	84
3.4.3	Documentation sources.....	87
3.4.4	Use of bibliographic references.....	90
3.5	Development of research hypotheses .....	101
3.5.1	Outlining the conceptual framework.....	101
3.5.2	Formulation of research hypotheses .....	102
3.6	Transforming concepts into variables.....	105
3.6.1	Formulation of operational definitions for concepts of interest and research population .....	105
3.6.2	Measuring.....	106
3.6.2.1	Significance of measurement.....	106
3.6.2.2	Types of variables .....	107
3.6.2.3	Independent, dependent, mediating, moderating variables.....	110
3.6.2.4	Development of measurement scales .....	112
3.6.3	Fidelity and validity .....	114
3.7	Testing research hypotheses.....	117
3.8	Discussion topics.....	118

## CHAPTER 4

<b>DATA COLLECTION.....</b>	<b>121</b>	
4.1	Learning results.....	121
4.2	Selection of data collection methods .....	121
4.3	Survey.....	123
4.3.1	What is an opinion poll?.....	123
4.3.2	Questionnaire .....	123
4.3.2.1	Stages of designing the questionnaire .....	124
4.3.2.2	Choice of questionnaire type and method of administration .....	127
4.3.2.3	The online questionnaire .....	129
4.3.2.4	Rules for compiling the questionnaire .....	131
4.3.2.5	Types of questions .....	133
4.3.3	Sampling process .....	138
4.3.3.1	Identification of the researched population.....	139
4.3.3.2	Choosing the sampling method .....	139
4.3.3.3	Determination of representativeness and minimum sample size .....	141
4.3.4	Advantages and limitations of the survey.....	144
4.4	Interview .....	146
4.4.1	What is the interview?.....	146
4.4.2	Types of interviews .....	147

4.4.3	Interview guide.....	151
4.4.4	The stages of the interview process.....	153
4.4.5	Advantages and disadvantages.....	157
4.4.6	Complementarity with other methods.....	159
4.5	Focus group.....	160
4.5.1	What is the focus group?.....	160
4.5.2	Planning and implementation of the focus group.....	161
4.5.3	Main actors: moderator and participants.....	163
4.5.4	Complementarity with other methods.....	165
4.5.5	Advantages and limitations.....	166
4.6	Observation method.....	167
4.6.1	What is observation?.....	167
4.6.2	Ways to approach observation.....	168
4.6.3	Complementarity with other methods.....	171
4.6.4	Advantages and limitations of observation.....	172
4.7	Secondary data collection.....	173
4.7.1	What is secondary data?.....	173
4.7.2	Secondary data sources.....	175
4.7.3	Advantages and limitations of using secondary data.....	176
4.7.4	Combined use of primary and secondary data.....	178
4.8	Discussion topics.....	178

## **CHAPTER 5**

### **ANALYSIS OF RESULTS AND TESTING OF RESEARCH HYPOTHESES ..... 179**

5.1	Learning results.....	179
5.2	The significance and role of data analysis.....	179
5.3	Selection of data analysis methods.....	181
5.4	Data set preparation.....	185
5.4.1	Data entry and coding.....	186
5.4.2	Error checking and handling.....	189
5.4.3	Missing data and their treatment.....	190
5.4.4	Identification and treatment of extreme values.....	191
5.5	Presentation and description of data.....	193
5.5.1	Data presentation.....	194
5.5.2	Descriptive statistics of variables.....	197
5.6	Analysis of the association between variables.....	200
5.6.1	Pearson chi-square test.....	200
5.6.2	Correlation analysis.....	202
5.6.3	Multiple regression analysis.....	203
5.6.4	Factor analysis.....	206
5.7	Comparison of averages between two or more groups.....	207
5.7.1	The t test.....	208
5.7.2	ANOVA analysis of variance.....	210
5.7.2.1	One - Way Independent ANOVA (One - Way ANOVA).....	211

5.7.2.2	ANOVA with repeated measurements.....	212
5.8	Modeling with structural equations.....	212
5.9	Discussion topics.....	216

## **CHAPTER 6**

### **WRITEING AND PRESENTATION OF RESEARCH REPORT..... 217**

6.1	Learning results.....	217
6.2	The process of writing the research report .....	217
6.3	Realization of the research project proposal.....	222
6.4	Finalizing the project structure.....	226
6.5	Writing the introduction and conclusions.....	229
6.5.1	Writing the introduction.....	229
6.5.2	Writing conclusions .....	233
6.6	Text editing.....	234
6.7	Presentation of the research report.....	237
6.8	Discussion topics.....	243

### **BIBLIOGRAPHY..... 245**



## PREFAȚĂ

Această lucrare își propune să le ofere cititorilor, într-o manieră integrată, informațiile necesare pentru a se familiariza cu aspectele cheie, particularitățile și bunele practici în ceea ce privește metodologia cercetării în domeniul managementului, începând de la stadiul de introducere în ceea ce înseamnă cercetarea, până la elaborarea și prezentarea unui raport de cercetare bine planificat, solid din punct de vedere metodologic și bine scris.

Lucrarea se adresează deopotrivă către trei categorii de beneficiari. În primul rând, studenții, masteranzii și doctoranzii din domeniul management vor avea posibilitatea de a se familiariza cu noțiunile de bază privind metodologia cercetării, cu accent pe elementele specifice cercetării în domeniul managementului, pe care le vor putea utiliza și aprofunda prin studiu individual cu ocazia elaborării unor lucrări academice în cadrul disciplinelor de studiu, dar și a lucrării de licență și disertație. Elaborarea unor lucrări de cercetare de către studenți nu are însă consecințe doar în ceea ce privește parcurgerea cu succes a anilor de studiu, ci le permite familiarizarea și înțelegerea mai exactă a fenomenelor economice și sociale, în special a celor specifice managementului, cu care se vor întâlni în viitoarea activitate profesională. De asemenea, familiarizarea cu noțiunile de bază și bunele practici în domeniul cercetării contribuie la dezvoltarea și punerea în valoare a aptitudinilor pentru cercetare ale studenților, creând premisele afirmării unor viitori cercetători în domeniu.

O a doua categorie de beneficiari este reprezentată de cercetătorii în domeniul managementului, și nu numai, pentru care informațiile prezentate în cadrul acestei lucrări pot fi utile și pot constitui suport informațional în căutarea de noi posibilități, domenii și direcții de cercetare. În acest sens, cartea oferă cadrul necesar pentru dezvoltarea procesului de cercetare într-o manieră structurată și clar definită, ancorat în poziționarea privind

filosofia cercetării și însoțită de selectarea celor mai adecvate metode de colectarea și analiza datelor.

O a treia categorie de beneficiari este constituită din practicieni în domeniul managementului și consultanței, care pot îmbina activitatea practică cu cea de cercetare, având astfel posibilitatea de a analiza procesele de management din organizațiile lor și de a face cunoscute rezultatele acestor analize într-o manieră riguroasă și credibilă.

În cele șase capitole ale lucrării sunt prezentate celor interesați noțiuni de bază privind filozofia și paradigma care ghidează cercetarea în domeniul managementului, design-ul metodologic al cercetării, principalele metode de culegere și analiză a datelor, precum și modul în care rezultatele cercetării pot fi structurate și prezentate într-un raport de cercetare care să fie în concordanță cu bunele practici privind cercetarea și redactarea textelor academice și să pună în valoare contribuția personală a autorilor.

Lucrarea este prezentată într-un mod prietenos și ușor de utilizat, oferind atât teoria care stă la baza metodologiei cercetării în management, cât și o serie de exemple practice, care să vină în sprijinul cititorilor prin facilitare unei mai bune înțelegeri și aplicare a acesteia.

**Cristian Tiu**

School of Management

University at Buffalo, New York, United

States

## FOREWORD

This book aims to provide its readers with the basics of research methods in management. It develops gradually from the motivation of doing management research and concludes with teaching how to produce a thorough research article.

The book addresses three types of beneficiaries. First, students in management, undergraduate and graduate, will learn about what is required to produce research work in their field. In addition, students from other disciplines will learn academic rigor and sharpen their general research skills in areas requiring economic thinking and understanding business practices and economic phenomena.

The second are researchers in management. The book will teach them the philosophy of research and how to develop a research agenda, create hypotheses, collect data, and use appropriate methods and techniques to test these hypotheses.

The third set of beneficiaries are the management practitioners and consultants, who will learn how to integrate their practice with research. Practitioners are encouraged to read research critically and leverage their expertise to aid in producing research themselves.

The six chapters cover the basic philosophy guiding research in management, research design, data collection and analysis methods, and the basics of scientific writing with an emphasis on persuasive academic presentation.

The book is friendly and easy-to-use, peppered with a series of practical examples when the exposition of traditional research methods would generally get a little dry. It's a good read for academics and

practitioners alike and may serve as a textbook for a research methods course in management.

**Cristian Tiu**  
School of Management  
University at Buffalo, New York, United  
States