



蒙牛公司快速成长模式 及其影响因素研究 ——扎根理论研究方法的运用

李志刚¹, 李兴旺²

1 南开大学 国际商学院, 天津 300071

2 内蒙古财经学院 工商管理系, 呼和浩特 010070

摘要: 挖掘企业成长的独特模式、识别影响企业成长的众多因素对于探讨中国企业成长问题十分有益。扎根理论研究方法是一种科学有效的定性研究方法, 以蒙牛公司为例, 以扎根理论为主导工具进行研究, 得出蒙牛公司厚积裂变、模仿超越型快速成长模式及其在模仿追随和自我超越两个不同发展阶段的成长影响因素, 对快速成长企业有启发意义。

关键词: 扎根理论; 成长模式; 影响因素; 资料译码

中图分类号: F270

文献标识码: A

文章编号: 1672-0334(2006)03-0002-06

Applying Grounded Theory in the Models and Determinants Study of Mengniu's Fast Growth

LI Zhi gang¹, LI Xing wang²

1 International Business School, Nankai University, Tianjin 300071, China

2 Inner Mongolia College of Finance and Economics, Hohhot 010070, China

Abstract To find the special model of firm growth, identify the determinants, and establish the proper theory can contribute much to the practice and guidance. This paper presents a review and a brief comment on firm growth models and determinants. A new research method named Grounded Theory is introduced, then a case is studied using the method. At last, the paper presents a temporary conclusion about fast growth firm in growth model and determinants field. The findings can be a useful complementarity to firm growth theory.

Key words grounded theory; growth model; growth determinants; data coding

1 引言

近年来, 蒙牛等一批公司迅速成长, 本文以蒙牛公司为例, 在大量实地访谈调研的基础上, 运用扎根理论研究方法探究其快速成长模式及影响因素。运用扎根理论方法研究个案企业的快速成长问题是在

研究方法上的大胆尝试, 也是对企业成长理论的有益补充。

2 企业成长模式及影响因素研究现状及不足

Ardashvili 等将企业成长研究分为因素研究和过

收稿日期: 2006-04-03

基金项目: 国家社会科学基金 (04XJ004)

作者简介: 李志刚 (1976-), 男, 蒙古族, 内蒙古赤峰人, 南开大学国际商学院博士研究生, 研究方向: 战略管理等。

程研究^[1], 前者解释企业为什么成长, 目的是搜寻成长的动因; 后者关心成长过程中的一系列变化, 力图挖掘成长的独特模式或规律。企业成长模式的选择必然依赖影响因素的状况和特征, 影响因素会在不同成长模式中有所变异, 因此企业成长影响因素与成长模式相互关联和影响。关于企业成长模式的研究有代表性的观点有: ① 杨杜基于企业规模和事业结构关系的二维空间企业成长模式, 主要分析了规模、专业化和多元化之间的密切关系^[2]。② Geong Von Krogh 和 Michael A Cusumano 的企业规模扩张成长战略、复制成长战略和选择性成长战略, 研究者关注企业突破专业化的规模极限在复制策略中参与国际市场的过程^[3]。③ 基于经营结构发展、组织结构变更、空间结构拓展和技术结构升级的成长模式^[4], 经营结构发展成长模式可分为专业化规模成长、多元化成长以及产业链纵向成长; 组织结构变更成长模式可分为分散化成长模式和集团化成长模式; 空间结构拓展成长模式指企业经营地域在国内、国际的延伸; 技术结构升级成长模式指沿企业技术发展轨迹获取成长绩效的过程。

关于企业成长影响因素研究有代表性的观点有: Edith T Penrose 从资源角度出发研究企业成长, 强调内部管理能力对企业成长的影响^[5]; David C McClelland 分析了企业家特质、企业战略与企业成长的关系, 认为企业家型中小企业表现出更强烈的成长欲望和成长绩效^[6]; 以 William R Sandberg 为代表的一批学者研究企业家、企业战略、产业结构、组织结构等因素与中小企业成长绩效之间的关系, 得出企业战略和产业结构直接影响中小企业成长的结论^[7]; D J Storey 回顾并验证成长影响因素的有关理论, 得出企业家、企业特质和企业战略是影响企业成长的关键要素, 只有这三方面要素有效整合和匹配才能真正促进企业快速成长^[8]。

任何企业都要应对竞争持续升级的动态复杂环境, 企业成长障碍的增多更突显了模式研究和影响因素识别的重要性和迫切性。目前, 企业成长模式和影响因素研究的主要方法可分为规范研究和实证研究两种, 规范研究意指研究者借助理论思维和理论演绎得出一些具有普遍指导效应的理论; 实证研究则是研究者基于规范研究的结论、自己的经验和观测等来建立假设, 然后展开研究验证该假设。

虽然这两种研究方法取得了许多研究成果, 但成长模式和影响因素的研究还存在着一些不足之处。一方面, 规范研究因注重成果的通用性而难以兼顾特殊性。世界各地的政治经济文化各有不同, 企业成长过程也是千姿百态, 这可能导致通用理论运用的局限性而难以指导具体实践活动。另一方面, 尽管实证研究可以在一定程度上弥补规范研究的不足, 但其关注理论验证, 在发展或创新理论上又举步维艰。两种研究方法所探讨的企业成长理论都存在不足, 难以深入挖掘和系统整合具体模式与因素之间的各种关系, 以至于某些结论缺乏实用性、科学性

和说服力。

尽管国内外对企业成长模式及其影响因素的研究时间较长, 并且成果颇多, 但是鉴于该领域研究方法上存在的不足以及中国最新出现的快速成长企业个案现象, 应该用新的研究方法研究新的企业问题。因此, 扎根理论研究方法成为本文研究快速成长企业的重要工具。

3 扎根理论研究方法的提出及其实质

识别企业成长模式及影响成长的相关因素, 仅仅通过定量方法来直接测量相对比较困难, 因为定量研究通过对事物可量化部分及其相关关系的测量、计算与分析来掌握事物本质, 用其来直接测量企业成长这类复杂且动态的现象有一定难度。定性研究则是通过研究者与被研究对象之间的互动来进行深入、细致研究, 然后对事物的本质得到一个比较全面的解释性理解, 定性方法更符合企业成长这一研究主题和研究目标, 更能发现和挖掘重要的现象和信息。

定性研究是一组各类研究方法的统称, 如民族志法、自然探究法、片段分析法、个案研究法和生态样本记录分析法等都属于定性研究的范畴^[9]。扎根理论 (grounded theory) 被视为是定性研究方法中较科学的一种方法^[10], 此理论最早由社会学者 Glaser 和 Strauss 在 1976 年提出, 是一种运用系统化的程序, 针对某一现象来发展并归纳式地引导出扎根的理论的定性研究方法。所谓扎根的理论, 就是用归纳的方法对现象加以分析整理所得的结果, 是经由系统化的资料搜集与分析而发掘、发展, 并已暂时地验证过的理论。Strauss 和 Corbin 指出扎根理论强调理论的发展, 而且该理论根植于所搜集的现实资料以及资料与分析的持续互动^[11]。扎根理论法的特点在于其认为社会学需要建立理论, 认为定性研究或任何研究都应着重资料分析与理论建立^[12]。扎根理论研究方法是一个不断比较、思考、分析、将资料转化成概念而建立理论的过程^[13], 分析过程科学而严密, 很有使用价值。

扎根理论研究方法的核心是资料收集与分析的过程, 该过程既包含理论演绎又包含理论归纳。资料的搜集与分析是同时发生、同时进行、连续循环的过程, 其资料收集方法与其他定性研究相同, 而资料分析则要求严格。Strauss 将扎根理论对资料的分析称为译码, 指将所搜集或转译的文字资料加以分解、指认现象、将现象概念化, 再以适当方式将概念重新抽象、提升和综合为范畴以及核心范畴的操作化过程。该过程要忠实于资料, 挖掘出资料的范畴, 识别出范畴的性质和性质的维度, 范畴间复杂交错的本质的关系就是研究所得的理论。扎根理论研究的目的在于从理论层次上描述现象的本质和意义, 从而建立一个适合于资料的理论, 通过对多种文献资料的整理归纳得出比较规范的扎根理论, 研究流程如图 1 所示。

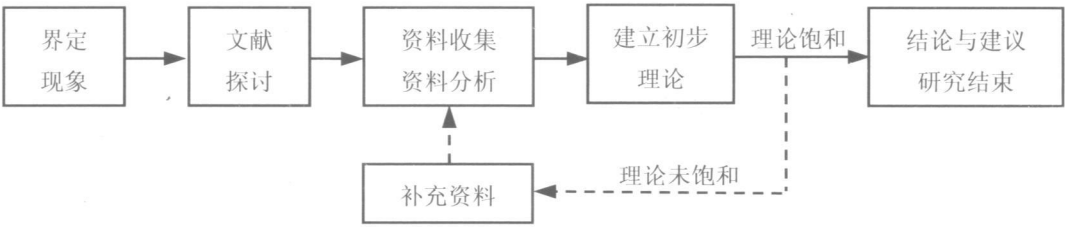


图 1 扎根理论研究流程图

Figure 1 The Process of Grounded Theory Study

资料来源：根据 Pandit The Creation of Theory A Recent Application of the Grounded Theory Method [J]. The Qualitative Report 1996 2 (4); 4. 编制

4 运用扎根理论方法研究蒙牛公司成长模式及影响因素

根据扎根理论注重目标企业的信息丰富度而非样本数量大小的原则，本文挑选了内蒙古蒙牛公司作为研究对象，运用扎根理论研究方法识别其成长模式和影响因素。

4.1 资料收集与整理

本研究收集的个案企业资料主要包括：① 2004 年笔者与清华大学暑期调研组合作，实地访谈蒙牛公司相关人员，整理了包括参与观察在内的资料记录；② 2005 年笔者对蒙牛公司相关人员的深入访谈调研及参与观察记录；③ 关于蒙牛公司的论文、评论、企业公告及言论等，企业内部资料（如报纸、画册）等；④ 内蒙古乳业发展状况的调研报告以及各级政府的政策文件。对以上资料进行整理、整合、质证，以确保资料真实准确反映企业状况，将最后待分析的资料正式命名为蒙牛资料记录。

4.2 资料分析

扎根理论方法对资料的分析过程可以分为三个主要步骤，依次为开放性译码、主轴译码和选择性译码。

(1) 开放性译码

开放性译码指将企业资料记录逐步进行概念化和范畴化，也就是根据一定原则将大量的资料记录加以逐级缩编，用概念和范畴来正确反映资料内容，并把资料记录以及抽象出来的概念打破、揉碎并重新综合的过程。开放性译码的目的在于指认现象、界定概念、发现范畴，也就是处理聚敛问题^[14]。开放性译码的程序为定义现象（概念化）-挖掘范畴-为范畴命名-发掘范畴的性质和性质的维度，对范畴的性质和性质的维度进行界定是为了确保概念到范畴的提炼操作尽量科学贴切。为了说明开放性译码过程，对蒙牛资料记录中部分资料记录的开放性译码举例如表 1 所示。

概念和范畴的命名有多重来源，有的来自文献资料，有的来自访谈记录，有的是笔者研讨的结果。概念和范畴的得出也并不是一劳永逸的，为了找到最能反映资料本质的概念和范畴，需要在资料和概

念、范畴间不断循环往复考察。通过对蒙牛资料记录的开放性译码分析，最终从资料中抽象出 118 个概念和 12 个范畴。由于概念数量庞大且有交叠，而范畴是对概念的重新分类整合，于是范畴就成为后续分析的重点。挖掘出的 12 个范畴（ $A_1 \sim A_{12}$ ）分别为时机、成长、追随、自知、移情、柔道、独行、融合、架构、造势、学习和文化。时机是指公司创立和成长过程中对内外部机会的洞察和把握；成长是指公司对快速成长的热衷和获取；追随是指公司紧紧与优势企业绑缚以借力发展；自知是指公司知己知彼、审时度势的量力运营；移情是指公司正确定位与所有利益相关者尤其是竞争对手和顾客的关系；柔道是指公司灵活果断以巧制胜；独行是指公司敢为人先，强力创新；融合是指公司与地域和产业结为一体；架构是指公司组织设计和资源管理的匹配互动；造势是指公司有效利用势能宣传和提升企业形象；学习是指公司全员全方位学习补足差距；文化是指德治为先、统一思想共造企业辉煌。

(2) 主轴译码

主轴译码是指通过运用因果条件→现象→脉络→中介条件→行动/互动策略→结果这一典范模型，将开放性译码中得出的各项范畴联结在一起的过程^[15]。主轴译码并不是要把范畴联系起来构建一个全面的理论架构，而只是要发展主范畴和副范畴。换言之，主轴译码要做的仍然是发展范畴，只不过比发展其性质和维度更进一步而已。典范模型是扎根理论方法的一个重要分析工具，用以将范畴联系起来，并进一步挖掘范畴的含义。利用产生某个事件（主范畴）的条件、这个事件所依赖的脉络（也就是该范畴性质的具体维度指标）以及在事件中行动者采取的策略和采用的结果，有助于更多、更准确地把握该事件（主范畴）。因此，条件、脉络、策略和结果虽然也都是范畴，但都是与某一主范畴有关而用来帮助了解该主范畴的，故将其称为副范畴。

在主轴译码阶段通过典范模型共得到三个主范畴，分别为厚积薄发成长（ AA_1 ）、柔道运势发展（ AA_2 ）和动态学习完善（ AA_3 ）。厚积薄发成长是由成长、时机、自知、移情 4 个范畴以及厚积薄发、经

表 1 蒙牛资料记录的开放性译码分析举例
Table 1 A Sample of Open Coding from Mengniu

蒙牛资料记录	开放性译码			
	概念化	范畴化	范畴的性质	性质的维度
企业准备成立时, 市场正处于蒸蒸日上的态势 (a_1)。 …… 其他企业生产能力远远不能满足市场需求的增长 (a_3)。 行业的快速发展创造了本企业发展空间, 也导致了竞争对手无暇他顾 (a_4)。 这是企业得以生存并能够快速成长的一个必要条件 (a_5)。 企业创建之初明确提出向伊利学习、做第二品牌的战略 (a_6)。 …… 最初没有资金建工厂, 就派骨干奔赴黑龙江、包头等地进行委托加工运营 (a_{20})。 成立蒙牛商学院, 创立学习节, 通过塑造学习型组织自主开发人才 (a_{21})。 在乳业内伊利的广告是最美的, 如草原的奶牛会说话等, 我们一直很佩服伊利 (a_{22})。 蒙牛公司引进了利乐枕包装, 并做到全球销量第一 (a_{23})。 ……	a_1 产业环境 a_2 …… a_3 供给能力 a_4 产业时机 a_5 快速成长 a_6 跟随战略 …… a_{20} 自知 a_{21} 学习精进 a_{22} 尊重对手 a_{23} 敢为人先 …… (计 118 个概念)	1 以概念 a_1, \dots, a_4 范畴化为: 时机 (A_1); 2 以概念 a_5 范畴化为: 成长 (A_2); 3 以概念 a_6 范畴化为: 追随 (A_3); …… (计 12 个范畴)	1. 时机的性质: 有利时机、不利时机 …… 2 成长的性质: 成长速度、成长范围 …… 3 追随的性质: 追随的时间、追随的方式 ……	有利时机的面向: 有利 不利; 不利时机的面向: 有利 不利; ……; 成长速度的面向: 快 慢; 成长范围的面向: 国内 国外 ……; 追随时间的面向: 短暂 持续 长期; 追随时间的面向: 复制 模仿 创新 ……; ……

注: 资料的开放性译码和主轴译码涉及到大量的分析表格, 为了说明研究过程和节省空间, 文中只截取了部分表格, 以此为例证。

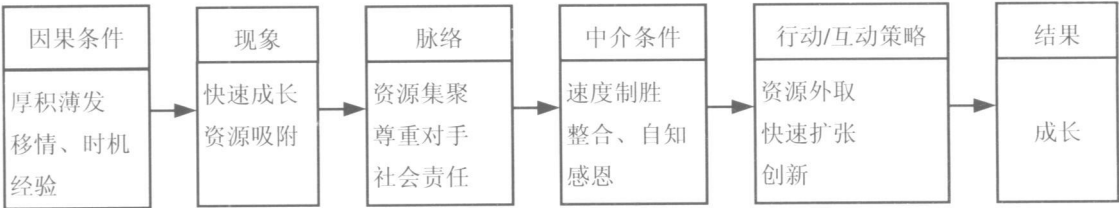


图 2 主范畴厚积薄发成长的典范模型
Figure 2 Paradigm Model about Super category of Accumulation Growth
资料来源: 本研究整理

验、快速成长、资源吸附、资源集聚、尊重对手、社会责任、速度制胜、整合、感恩、资源外取、快速扩张、创新 13 个概念通过典范模型构成; 柔道运势发展是由独行、柔道、造势、追随 4 个范畴以及攀附、捆绑、迂回、借势、跟随、模仿、立异、首创 8 个概念通过典范模型构成; 动态学习完善是由融合、架构、学习、文化 4 个范畴以及讲习、培训、外派、借鉴、认同、组织设计、架构调整、人力管理、价值观、理念 10 个概念通过典范模型构成。关于典范模型分析过程举例如图 2 所示。

1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. <http://www.cnki.net>

典范模型建构起了范畴 概念间的紧密关系,通过典范模型我们对主范畴有了更加全面、准确的了解,这其实也展示了与企业资料的持续互动。厚积薄发成长体现在企业创建初期虽无工厂、无市场、无资金,但却拥有丰富的行业经验,集聚了大批乳业精英,吸附了大量利益相关者,加之企业采取资源外取和快速扩张等策略来拓展生存空间,最终促成了高成长。柔道运势发展体现在企业灵活处理与竞争者及利益相关者关系,善于借助与竞争者和热点事件捆绑,通过借力来实现快速发展。动态学习完善体现在全方位贯彻学习精神,注重学习的实效,激发整个组织的创造力,动态调整、提升组织的管理架构和文化认同。蒙牛公司创业时虽处劣势但却厚积薄发,展示了行业经验,吸附了优势资源,利用了战略机遇,在追随中把握了产业脉搏,采取了模仿创新策略,注重了架构、文化完善,营造了声势形象,最终在竞争互动中实现了超速成长。

(3) 选择性译码

选择性译码是指选择核心范畴,把它系统地和其它范畴予以联系,验证其间的关系,并把概念化尚未发展完备的范畴补充完整的过程。该过程的主要任务包括:①识别出能够统领其他所有范畴的核心范畴;②用所有资料及由此开发出来的范畴、关系等扼要说明全部现象,即开发故事线;③通过典范模型将核心范畴与其他范畴联结,用所有资料验证这些联结关系;④继续开发范畴使其具有更细微、更完备的特征。选择性译码中的资料分析与主轴译码差别不大,只不过它所处理的分析层次更为抽象。

通过对时机、成长、追随、自知、移情、柔道、独行、融合、架构、造势、学习和文化这 12 个范畴的继续考察,尤其是对厚积薄发成长、柔道运势发展和动态学习完善这 3 个主范畴及相应副范畴的深入分析,同时结合原始资料记录进行互动比较、提问,发现可以用厚积薄发、柔道运势、学习型高成长(AA)这一核心范畴来分析其他所有范畴。蒙牛公司充分展现了这一概念的内涵,即利用自身多年的资源、能力积累,快速打破追随发展的态势,改变企业生存环境,力求主导产业走势。围绕该核心范畴的故事线可以概括为:企业创建后采取追随战略,与业内优秀企业捆绑,厚积薄发;灵活处理与竞争者及利益相关者关系,善于借助与竞争者和热点事件捆绑,善于借时机助势,吸附整合资源,实现快速发展;持续学习创新,最后改变追随者态势,积极打造自己领先者的企业地位。

4.3 研究结果:蒙牛公司快速成长的模式及其影响因素

根据扎根理论研究方法,围绕核心范畴、主副范畴以及所有范畴和概念而构建的立体网络关系,可以得到研究结果,根据前述扎根理论方法的三重译码分析,研究结果如下。

(1)蒙牛公司体现出一种厚积裂变、模仿超越型快速成长模式,厚积裂变是实现模仿超越的前提基

础,而模仿超越是实现快速成长的具体过程。首先,蒙牛公司的快速成长得益于创业团队的深厚积累。蒙牛公司的核心创业团队在母体企业(伊利)历经多年生产经营实践,深谙企业成长过程及相应的管理技能,战略战术经验非常丰富,资源支配和吸附的能力极强。而且核心创业者具有极强的团队整合能力,在与其他团队成员长期合作过程中形成了高度默契,核心创业者及其追随团队的厚积是蒙牛公司创建后实现快速成长的一个前提条件。其次,蒙牛公司的快速成长得益于裂变型创业。裂变指的是创业者从母体企业离职创建新企业,这是一种基于人力资本及其附属资源分离的创业行为。裂变创业为蒙牛公司拥有深厚积累的创业团队(战略资源)开辟了事业空间,有利于创业团队充分发挥自身的战略资源和核心能力优势,而这种具有价值性、稀缺性、难以模仿性和难以替代性的异质资源和能力具有很强的路径依赖效应。第三,蒙牛公司的快速成长得益于模仿追随战略。蒙牛公司的创建具有显著的模仿性质,无论在产业类型和技术工艺方面都与母体企业很相似。在企业实力和规模很小的初创期,如果采取正面对抗战略势必会引发竞争者的威慑和报复,蒙牛公司实施具有柔道特性的追随战略,通过与知名企业的有效捆绑和搭乘,在缓和竞争中构建了赢取快速壮大的时空优势。

(2)蒙牛公司快速成长的影响因素因模仿追随和自我超越不同阶段而异。如上所述,模仿超越型是蒙牛公司快速成长的过程,即从模仿追随到自我超越的两个阶段,每个阶段的成长影响因素有很大的不同,结合研究得出的范畴分析可识别出影响蒙牛公司快速成长的具体因素,并从内部、外部两个维度与成长阶段相匹配,如表 2 所示。

在模仿追随阶段,创业者团队紧密围绕在颇具企业家精神的核心创业者周围,而核心创业者的资源吸附能力来自于其在运营同类企业时的威望、资历和人格魅力。比如,核心创业者在母体企业的优秀业绩记录有效促进了其快速整合强势创业团队。创建之初,企业依托厚积型的裂变资源,把握适时的进入时机,发挥独特的地区资源优势,为快速成长奠定了坚实基础。基于创业者自知资金实力较差而人力资本较高这一准确判断,企业采取了追随模仿优势企业的战略。蒙牛公司善用柔道战略,与竞争对手捆绑、借力,主打内蒙古地区品牌,主张产业整体发展和社会利益共升来避免过度竞争,体现了向竞争者以及国内外顶级企业(如海尔)学习的精神。蒙牛公司在竞争中感知到只有速度(迅速壮大)才能在夹缝中求取生存并制胜,对快速成长的热衷促使企业实施目标导向的逆向思维策略来整合资源。

实现了模仿追随阶段的快速成长目标,蒙牛公司进入了维持成长速度的自我超越阶段。在自我超越阶段,企业有效利用造势、借势和乘势功能,拓宽了资源吸附路径,解除了快速成长的资源缺失障碍,如成功利用外资来整合国际资本,借以提升企业的

表 2 影响蒙牛公司快速成长的因素
Table 2 Determinants of Mengniu's Fast Growth

模仿追随阶段		自我超越阶段	
内部	经验、关系、资源依附、企业家精神、柔道、速度、资源外取、追随战略	管理、借势、公司治理、文化、学习、创新、战略	
外部	产业、集群、地域资源、时机、融合、关系网络	竞争合作、技术创新、消费需求、地域资源	

资本市场形象和管理水平。同时,注重企业内部自我学习、自我培训、自主创新和自我超越,通过建立行之有效的学习型组织提高企业核心竞争力。在企业学习和文化建设活动中,创业者及其团队发挥了重要的示范带动作用,最终实现了员工学习和企业文化的制度化,从而极大提高了企业执行力。通过对这些成长因素的成功管理和整合,蒙牛公司实现了由模仿追随到自我超越的成功转型,生动演绎了厚积裂变、模仿超越型快速成长模式。

5 结论

扎根理论在社会学领域运用较广,也较成熟,但在管理学领域的研究成果比较少见。通过运用扎根理论方法研究企业成长现象,以研究方法上的创新和完善,在企业成长研究中有所创新或突破。

本文运用扎根理论研究方法,深入分析得出了蒙牛公司个案的快速成长模式为厚积裂变、模仿超越型快速成长,这是研究者在完全忠实和深入分析资料的前提下归纳得来的。并且对成长模式和影响因素之间的关系也进行了深入探讨,从而有效解决了以往研究中存在的从现象到理论提炼的不系统的问题。

参考文献:

[1] Ardishvili A, Cardozo S, Hamon S, Vadakath S. Towards a Theory of New Venture Growth[C] / Abson Entrepreneurship Research Conference, Ghent Belgium, 1998: 21.

[2] 杨杜. 企业成长论[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 1996: 91.

[3] Georg Von Krogh, Michael A. Cusumano. Three Strategies for Managing Fast Growth[J]. Sloan Management Review, 2001, (Winter): 53 - 61.

[4] 邬爱其, 贾生华. 产业演进与企业成长模式适应性调整[J]. 外国经济与管理, 2003, 25(4): 15 - 20.

[5] Penrose Edith T. The Theory of the Growth of the Firm[M]. Oxford: Basil Blackwell, 1959: 97 - 118.

[6] Mclelland D. C. The Achieving Society[M]. Princeton N. J. D. Van Nostrand, 1961: 33 - 42.

[7] Sandberg W. R. New Venture Performance: The Role of Strategy and Industry Structure[M]. Lexington: Lexington Books, 1986: 45.

[8] Storey D. J. Understanding the Small Business Sector[M]. New York: Thomson Learning, 1994: 123 - 157.

[9] TAM Tin-kui Peter. The Role of Quantification in Qualitative Research in Education[J]. Educational Research Journal, 1993, 8(4): 19 - 27.

[10] Hammersley M. The Dilemma of Qualitative Method: Herbert Blumer and the Chicago Tradition[M]. London: Routledge, 1989: 18.

[11] Strauss A., J. Corbin. Grounded Theory Methodology——An Overview[M]. Norman K. D. S. L. Y. von Naedts. Handbook of Qualitative Research. Thousand Oaks: Sage Publications, 1994: 22 - 23.

[12] 胡幼慧. 质性研究: 理论、方法及本土女性研究实例[M]. 台北: 巨流出版社, 1996: 102.

[13] Layder D. New Strategies in Social Research[M]. Cambridge: Polity Press, 1983: 50 - 58.

[14] Michael Quinn Patton. 质的评鉴与研究[M]. 吴芝仪, 李奉儒译. 台北: 桂冠图书公司, 1990: 38.

[15] Anselm Strauss, Juliet Corbin. 质性研究概论[M]. 徐宗国译. 台北: 巨流图书公司, 1997: 165.

□