

méthodes de recherche dans l'entreprise

Federico Biggio

DMA4EDD5 – 05 janvier 2023 h. 9-15

<https://tinyurl.com/avun2022>

Plan du cours

- 05.01.23 h. 9-15
- 06.01.23 h. 9-15
- 16.02.23 h. 9-15
- 03.03.23 h. 9-15 (exposés)

Le cours vise à présenter les éléments et les cadres de travail pour mettre en place la recherche d'entreprise, c'est-à-dire, à faire des travaux de recherche empirique à l'appui des projets

Objectives

L'objectif est celui d'élaborer un projet de recherche pour les idée entrepreneuriale, en utilisant les cadres de travail pour la recherche dans l'entreprise

Le rapport de recherche sera évalué sur la base de certains critères : scientificité, pertinence, clarté

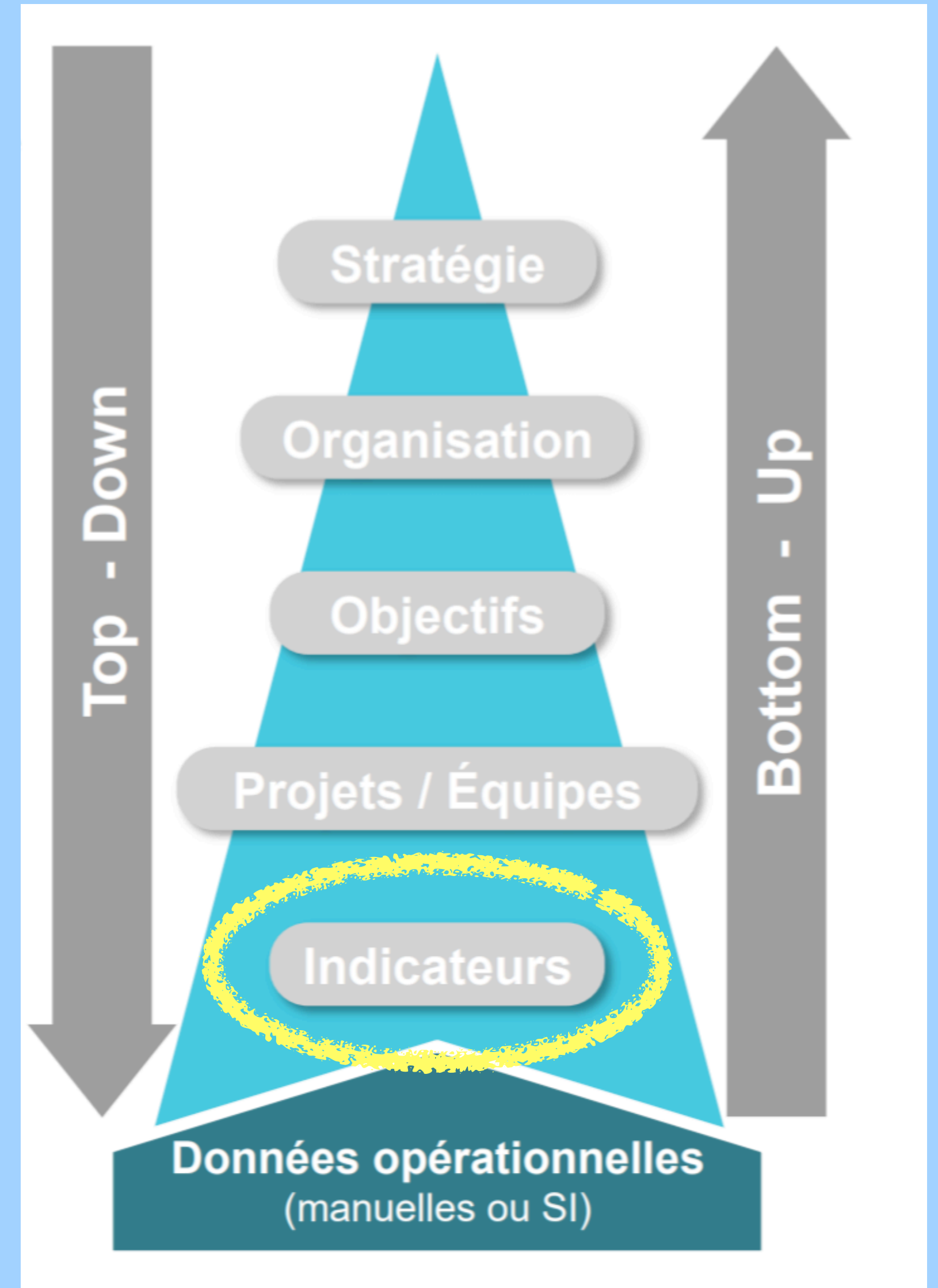
En complément du rapport de recherche, les exposés devraient illustrer les démarches de l'analyse

étapes	description de l'étape	exemples
recherche d'informations / analyse documentaire	examen critique des recherches existantes sur les phénomènes étudiés et des idées théoriques pertinentes	littérature concernant les préjugés sexistes dans le leadership organisationnel, axée sur la théorie de la congruence des rôles
concepts et théories	les idées qui animent le processus de recherche et éclairent l'interprétation des résultats	stereotypes; role congruity; female managers; female bosses
question de recherche	une question qui fournit une déclaration explicite de ce que le chercheur veut savoir sur	les préjugés sexistes à l'encontre des femmes dirigeantes persistent-ils ?
recherche et échantillonnage	sélection d'un échantillon pertinent pour la ou les questions de recherche	60 470 hommes et femmes qui ont répondu à une enquête nationale américaine, "Rate Your Boss". Sous-échantillon de 1000 récits provenant de 12 440 réponses à une question ouverte demandant aux répondants d'expliquer leurs préférences de genre pour un patron
collecte des données	recueillir les données de l'échantillon afin de pouvoir répondre à la ou aux questions de recherche	enquête en ligne à grande échelle impliquant un questionnaire en ligne
analyse des données	gestion, analyse et interprétation des données	analyse statistique des données du questionnaire; analyse thématique des transcriptions d'entretiens
rédaction	diffusion de la recherche et des résultats	Publication, article, présentation, etc.

définitions, questions et choix

définitions

- Le terme « recherche d'entreprise » désigne l'étude de sujets liés à des questions relatives à l'entreprise, y compris la gestion et les organisations. La recherche en entreprise s'inscrit dans le contexte des disciplines des sciences sociales, telles que la sociologie, la psychologie, l'anthropologie et l'économie. Ces disciplines contribuent à l'étude de l'entreprise et de ses domaines spécifiques, qui comprennent le marketing, la gestion des ressources humaines, la stratégie, le comportement organisationnel, la comptabilité et la finance, les relations industrielles et la recherche opérationnelle.
- **problème = questions + choix préliminaires**



choix

- objet : réalité objective ou réalité construite ?
- méthodologie d'analyse : observer un cadre théorique en action (approche épistémologique) ou tester une théorie (approche expérimentelle)
- approche qualitative ou quantitative
- contenu : typologie des données
- épistémologiques, ontologiques

les paradigmes de la recherche sociologique

- **positivisme** : sociologie fondée sur l'étude de la réalité sociale grâce à d'appareils conceptuels, de techniques d'observation et de mesure, d'instruments d'analyse mathématique, de procédures d'inférence des sciences naturelles
- **néo-positivisme** : sociologie fondée sur la variable et la probabilité ; la possibilité d'une connaissance absolue de la réalité sociale commence à être remise en question
- **interprétativisme** : l'analyse qualitative s'impose sur l'analyse quantitative ; a-valutativité et généralité ; on suppose que l'observateur puisse se mettre à la place de l'acteur, mais n'implique pas que la subjectivité de ce dernier soit transparente pour le premier ; concept de « type idéal »

conception de la recherche

Les membres des groupes minoritaires dans les organisations ne progressent pas dans leur carrière.

questions

- **Prédire** un résultat : est-ce que y se produit dans les circonstances a et b ?
- **Expliquer** les causes et les conséquences d'un phénomène : y est-il affecté par x ou y est-il une conséquence de x ?
- **Évaluer** un phénomène : y présente-t-il les avantages qu'on lui prête ?
- **Décrire** un phénomène : à quoi ressemble y ou quelles formes prend y ?
- **Développer** une bonne pratique : comment pouvons-nous améliorer y ?
- **Autonomisation** : comment pouvons-nous améliorer la vie de ceux que nous étudions ?
- **Comparaison** : a et b diffèrent-ils en ce qui concerne x ?

définition de l'objet de recherche

Définir le ou les types d'objets mesurés. Ci-dessous, une liste non exhaustive :

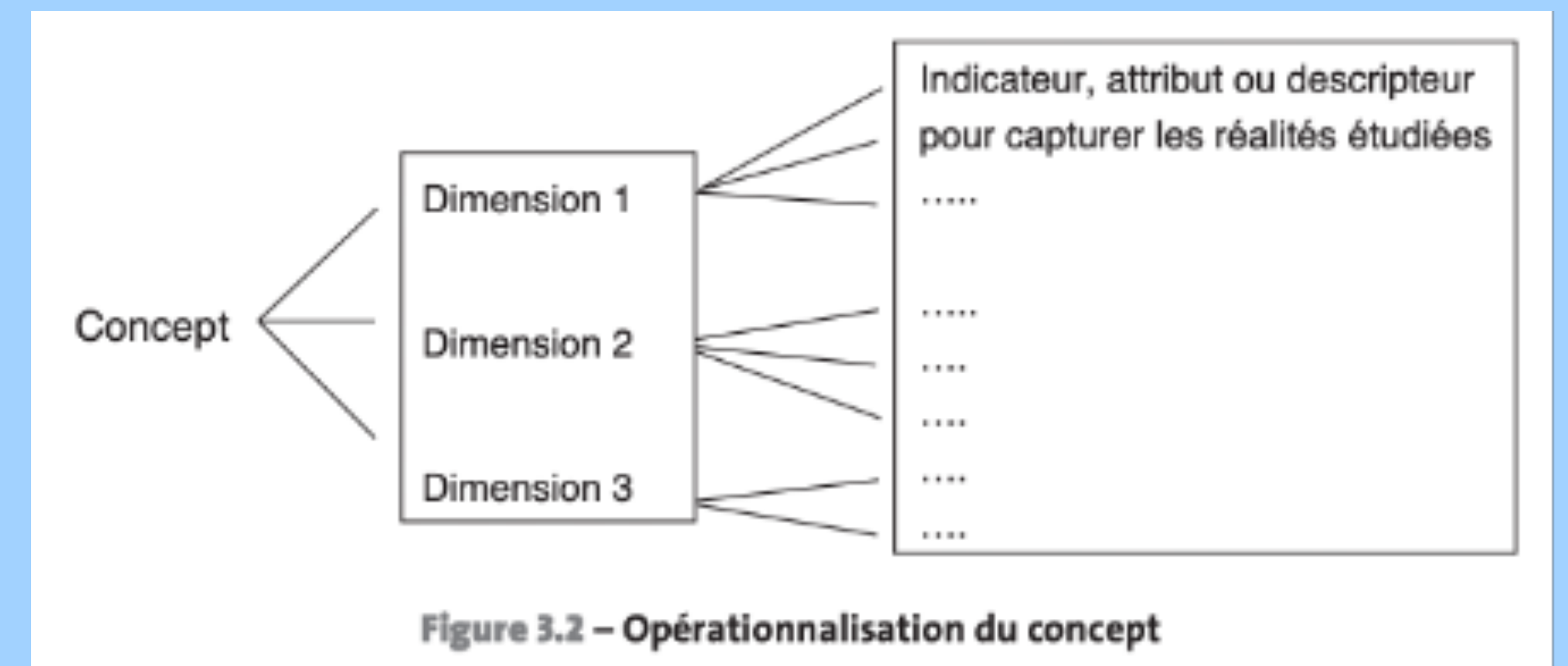
- mesurer une situation à un instant T (ex. : l'absentéisme, la fidélisation à une marque) ;
- mesurer des caractéristiques humaines (ex. : la performance, la motivation) ;
- mesurer un objet (ex. : la taille, le prix) ;
- mesurer l'évolution d'une situation, d'un phénomène (ex. : l'évolution de la fidélisation à une marque) ;
- mesurer le lien entre deux phénomènes ou deux variables (ex. : lien entre les caractéristiques socioprofessionnelles et l'absentéisme, ou entre les caractéristiques individuelles et l'achat de tel produit) ;
- mesurer l'atteinte d'objectifs chiffrés (ex. : atteinte des objectifs de vente, des objectifs de parts de marché) ;
- mesurer les effets d'une politique ou d'une action (ex. : effets d'une publicité sur les intentions d'achat).

définition de l'objet de recherche

- Réduire le sujet d'étude **à un seul** pour lequel nous avons le temps de faire des recherches approfondies
- Choisir un **contexte** dans lequel nous pouvons avoir accès à des praticiens, si possible ; soit un lien direct avec une organisation ou un organisme professionnel, soit un contexte bien documenté sur le Web ou dans la littérature
- Identifier **les théories ou domaines de connaissance** pertinents autour de la question pour la lecture et la compréhension de base.
- Rédiger et réécrire la question ou le titre de travail, en vérifiant les **implications** de chaque phrase ou mot afin de vérifier les **hypothèses** et de s'assurer que nous pensons ce que nous écrivons
- Utiliser la **littérature** publiée et la **discussion** avec d'autres personnes pour nous aider à cibler fermement un angle ou une lacune dans la littérature commerciale, qu'il sera intéressant d'explorer
- Identifiez les **résultats possibles** de ce sujet de recherche, tant théoriques que pratiques. S'ils ne sont pas clairs, pouvons-nous affiner le sujet pour qu'ils le deviennent

concepts

- Le terme « concept » désigne le contenu sémantique (c'est-à-dire la signification) des signes linguistiques et des images mentales
1. concept > objets = attributs ou des propriétés des objets
 2. objets > règles = opérations empiriques
 3. règles > cas concrets étudiés



variables et indicateurs

- Une variable est simplement un attribut sur lequel les cas varient
- Un indicateur est une quantité (peut être quantitative ou semi-quantitative) mesurable directement ou calculable indirectement à partir de données de terrain, et dont l'interprétation permet d'établir un diagnostic sur un effet étudié. Un indicateur doit « indiquer », par ex. un problème ou un effet qu'on veut suivre au cours du temps
- Un indicateur est un indice, un signe apparent qui atteste l'existence d'une variable qu'elle soit dépendante ou indépendante. En d'autres termes, l'indicateur est un signifiant qui renvoie à un signifié qui est soit la variable dépendante, soit la variable indépendante.



Décrire

Utiliser les indicateurs comme la masse salariale, les chiffres d'affaires, le taux de féminisation, peuvent être utilisés tout simplement pour décrire une organisation

Analyser

Croiser le taux d'absentéisme par métier avec la pénibilité des métiers pour identifier s'il y a un lien entre les différentes variables

Décider

Décider d'une stratégie commerciale en fonction des indicateurs recueillis sur le comportements d'achats dans la zone de chalandise

S'engager

Définir des engagement chiffrés à partir des indicateurs et de leur évolution

hands-on

brainstorming pour définir des concepts et des variables

brainstorming

- Fixez une limite de temps : **30 minutes**
- Commencez par un problème : les membres doivent aborder cette question, ce plan ou cet objectif clairement défini et rester dans le sujet
- S'abstenir de tout jugement et critique : personne ne doit être négatif sur une idée
- Encouragez les idées bizarres et farfelues : en plus de l'interdiction des phrases assassines comme « trop cher », gardez les vannes ouvertes pour que chacun se sente libre de laisser échapper des idées
- Visez la quantité : n'oubliez pas que « la quantité engendre la qualité »
- S'appuyer sur les idées des autres : les membres doit développer les notions des autres et parviennent à de nouvelles idées, permettant à ces idées de déclencher les leurs. Dites « et » plutôt que « mais »
- Autorisez une conversation à la fois : il est essentiel de garder le cap de cette manière et de faire preuve de respect pour les idées de chacun

analyse documentaire

analyse documentaire

- ce que l'on sait déjà sur le sujet, qu'est-ce qui est déjà connu dans ce domaine ?
- quels concepts et théories ont été appliqués au sujet ;
- quelles méthodes de recherche ont été utilisées pour l'étudier ;
- quelles controverses existent sur le sujet et sur les façons de l'étudier ;
- qui sont les principaux contributeurs à la recherche sur le sujet?
- y a-t-il des incohérences dans les conclusions relatives à ce domaine ?
- y a-t-il des questions de recherche sans réponse ?

conseils généraux

- prenez de bonnes notes
- développer des compétences de lecture critique : « lire avec »
- justifié comment la littérature répond aux questions de recherche
- ne considèrent pas que tout a la même importance
- ne pas arrêter l'analyse documentaire dans les phases de collecte des données

revue systématique

- l'examen systématique est défini comme un processus reproductible, scientifique et transparent, en d'autres termes une technologie détaillée, qui vise à minimiser les biais par des recherches exhaustives dans la littérature des études publiées et non publiées et en fournissant une piste de vérification des décisions, des procédures et des conclusions de l'examineur

lire des livres ou des articles connus de vous ou recommandés par d'autres personnes en rapport avec vos questions de recherche



prenez des notes en vous basant sur votre lecture de cette littérature, note mots-clés utilisés dans cette littérature, prendre note des autres documents auxquels il est fait référence et qui peuvent être pertinents et mériter un suivi



générer des mots-clés pertinents pour vos questions de recherche



recherchez à la bibliothèque la littérature relative à votre sujet, effectuer une recherche en ligne en utilisant une base de données appropriée



examiner les titres et les résumés pour vérifier leur pertinence



recupérer les éléments sélectionnés (retour à l'élément 2)



vérifiez régulièrement les nouvelles publications

RSS feeds

- le flux RSS (Really Simple Syndication) est une technologie de veille qui permet de retrouver tout le contenu publié des sites qui vous intéressent au sein d'un même endroit : l'agrégateur de contenu ou l'agrégateur de flux RSS : cet agrégateur de flux RSS peut être un site internet, une application ou une extension sur le navigateur
- grâce à cette technologie, vous allez pouvoir accéder à l'intégralité des articles postés par ces sites : c'est un peu comme le fil d'actualités des réseaux sociaux, tous les contenus des personnes que vous suivez se retrouvent sur ce fil ; il s'agit donc d'un moyen de s'abonner aux publications d'un site ou d'un blog
- feed readers : Feedly or feedbro (firefox extension)
- rss feed generators : rss.app, fetchrss.com