

# HOOFDSTUK 1

# De betekenis van onderzoek

## Leerdoelen

### Na bestudering van dit hoofdstuk moet je:

- weten wat het betekent om onderzoek te doen;
- in staat zijn om je onderzoek als fundamenteel of praktijkgericht te categoriseren;
- een onderzoek als een proces kunnen beschrijven;
- inzicht hebben in criteria die bijdragen aan de kwaliteit van onderzoek.

## 1.1 Inleiding

We komen dagelijks in aanraking met uitspraken die voortkomen uit onderzoek. Op internet, in de krant en zelfs in gesprek met anderen komen we de uitspraak tegen: ‘Uit onderzoek blijkt dat ...’ Dan kan het gaan over het effect van videogames op ons brein of over het feit dat steeds meer jongeren een eigen bedrijf beginnen. Daarnaast doen we zelf ook ‘onderzoek’ op het moment dat we bijvoorbeeld een nieuwe telefoon willen aanschaffen en daarvoor verschillende websites en winkels raadplegen. Waarschijnlijk praten we ook met vrienden over hun ervaringen met telefoons en uiteindelijk rolt er een aantal potentiële modellen uit ons onderzoek waaruit we kiezen.

De behoefte aan onderzoek komt voort uit de vraag naar kennis, nieuwe inzichten of een oplossing voor een probleem. Wanneer je een nieuwe telefoon wilt aanschaffen, wil je natuurlijk weten wat er zoal verkrijgbaar is, bepalen welke functies belangrijk zijn voor je en erachter komen welke prijs realistisch is. Dit zijn vragen die je moet kunnen beantwoorden om een weloverwogen keuze te kunnen maken. Het doel van je ‘onderzoek’ is in dit geval dus *informatie verzamelen om een keuze te maken* op basis van het resultaat van de zoektocht. Uiteraard zijn er ook andere doelen om een onderzoek te starten, zoals het beter begrijpen van complexe situaties, of de waarheid boven tafel krijgen (bijvoorbeeld in een strafrechtelijk onderzoek).

Wanneer onderzoek wordt uitgevoerd voor een organisatie gebeurt dit altijd vanuit een *behoefte aan informatie*; bijvoorbeeld om een probleem op te lossen. Het management moet bijvoorbeeld een beslissing nemen over het introduceren van een nieuw product of het betreden van een nieuwe markt, maar beschikt niet over voldoende informatie. De organisatie kan dan een onderzoeker vragen om gegevens te verzamelen, te verwerken en met een advies te komen, meestal in de vorm van een onderzoeksrapport. Op basis van de uitkomsten kan de opdrachtgever vervolgens een onderbouwde beslissing nemen. Marketeers van bedrijven gebruiken onderzoeksresultaten om te bepalen hoe zij een product in de markt moeten zetten, tv-zenders gebruiken onderzoeksresultaten om hun programmering invulling te geven, en de overheid gebruikt onderzoeksresultaten om haar dienstverlening te verbeteren.

Onderzoek kan dus in veel organisaties een belangrijke rol spelen. Het zou bijvoorbeeld kunnen dat een bedrijf slimme beveiligingssystemen wil verkopen aan winkelketens in Zuid-Afrika, maar niet weet op welke wijze hij dit moet doen. Het bedrijf kan dan een onderzoeker

inschakelen die onderzoekt hoe je producten daar het best verkoopt. Zo kan het voorkomen dat de onderzoeker adviseert dat het bedrijf het best met een Zuid-Afrikaanse partner in zee kan gaan die het product verder verkoopt in het land. Hij kan eventueel ook een lijst van potentiële bedrijven aanleveren. Dat zou voor de opdrachtgever erg prettig zijn, maar er is natuurlijk één grote vraag: hoe is de onderzoeker aan deze uitkomst gekomen?

Stel dat de onderzoeker naar Zuid-Afrika is gevlogen, daar in een café met vijf mensen heeft gesproken van wie een hem een lijstje vrienden en bekenden heeft gegeven die potentiële partners zouden kunnen zijn. Zou een bedrijf veel waarde hechten aan een dergelijk onderzoek? Zou de opdrachtgever een grote investering wagen op basis van deze manier van onderzoeken? Het antwoord laat zich raden. Heel simpel gezegd: het beschreven onderzoek is 'geen goed onderzoek'. Maar wanneer is een onderzoek dan wel 'goed'? Wanneer kan de opdrachtgever erop vertrouwen dat het gegeven advies geloofwaardig is?

Met de vraag hoe de onderzoeker aan de uitkomsten komt, vraag je eigenlijk naar de onderzoeksmethode. Een **methode** is een systematische en doelgerichte werkwijze (van een onderzoeker) om gegevens te verzamelen, te analyseren en te interpreteren. Voor het onderzoek met betrekking tot beveiligingssystemen betekent dit dat de onderzoeker van tevoren nadenkt over welke vragen hij moet beantwoorden, en op welke wijze hij tot antwoorden moet komen die geloofwaardig en bruikbaar zijn voor het management. Dit kan bijvoorbeeld door als doel te stellen de kosten en risico's van verkoop met en zonder tussenpersoon in kaart te brengen. De onderzoeker kan vervolgens uitwerken hoe hij stapsgewijs informatie verzamelt en analyseert. Binnen de gekozen methode kan hij een of meerdere technieken toepassen. Een **techniek** is een activiteit (van een onderzoeker) om gegevens te verzamelen, bijvoorbeeld een enquête, interview, observatie, test of simulatie.

Het doel van de vraag welke methode(n) en techniek(en) de onderzoeker heeft gebruikt, is te achterhalen hoe het resultaat van het onderzoek tot stand is gekomen. De opdrachtgever tracht zo de geloofwaardigheid van het resultaat te beoordelen, en daarmee de waarde van het resultaat voor het bedrijf. In paragraaf 1.5 gaan we dieper in op de kwaliteit in onderzoek. Alleen wanneer een opdrachtgever resultaten als waardevol beoordeelt, zal hij er iets mee doen, zoals het nemen van een investeringsbeslissing.

### Waarom verdiepen in onderzoek?

Voordat we ons verder verdiepen in de theorie van het doen van onderzoek, moeten we ons afvragen waarom we ons willen bezighouden met onderzoek.

Ten eerste stelt kennis van en ervaring met methoden en technieken van onderzoek je in staat meer en gerichter zaken te ontdekken. Iemand met enkel een schroevendraaier in zijn gereedschapskist, zal ook alleen maar problemen kunnen aanpakken die om een schroevendraaier vragen. Hetzelfde geldt voor onderzoek. Er is veel meer dan 'een vragenlijstje maken'. Onderzoekers die weten welke methoden en technieken het meest geschikt zijn voor het beantwoorden van vragen van het management, kunnen een waardevolle bijdrage leveren voor organisaties.

Daarnaast kun je van jezelf een kritische gebruiker van informatie maken. Met *kritisch* bedoelen we dat je niet alles klakkeloos voor waar aanneemt, maar je bij het lezen van resultaten en conclusies van onderzoeken afvraagt: is dat zo en waar blijkt dat dan uit? Met behulp van kennis over methoden en technieken van onderzoek kun je informatie beter beoordelen op de geloofwaardigheid en bruikbaarheid ervan. Dit geeft je een sterkere positie wanneer je informatie krijgt voorgelegd, of dat nu in de vorm van een onderzoeksrapport is, een documentaire op tv, een krantenartikel of een blog. Je kunt beter kritische vragen stellen over informatie en de wijze waarop bepaalde conclusies tot stand zijn gekomen.

In de rest van dit hoofdstuk kijken we naar wat onderzoek kenmerkt (paragraaf 1.2) en wat het doel van onderzoek in organisaties is (paragraaf 1.3). Daarnaast beschrijven we het

#### METHODE

Een systematische en doelgerichte werkwijze (van een onderzoeker) om gegevens te verzamelen, te analyseren en te interpreteren.

#### TECHNIEK

Een activiteit (van een onderzoeker) om gegevens te verzamelen, bijvoorbeeld een enquête, interview, observatie, test of simulatie.

onderzoeksproces globaal (paragraaf 1.4). Dit proces is tevens de leidraad voor dit boek. Ten slotte geven we een korte introductie van kwaliteitsaspecten van onderzoek. Zojuist haalden we al even *geloofwaardigheid* aan. De vraag is hoe je deze kunt garanderen. De geïntroduceerde kwaliteitsaspecten in dit hoofdstuk (paragraaf 1.5) zullen op meerdere plekken in dit boek terugkomen en zullen we verder uitwerken.

## 1.2 Wat is onderzoek?

**ONDERZOEK**  
Een doelbewust en methodisch zoeken naar nieuwe kennis in de vorm van antwoorden op vooraf gestelde vragen volgens een vooraf opgesteld plan.

**Onderzoek** kunnen we definiëren als ‘een doelbewust en methodisch zoeken naar nieuwe kennis in de vorm van antwoorden op vooraf gestelde vragen volgens een vooraf opgesteld plan’ (Verschuren, 1994). Binnen deze definitie zijn twee onderdelen van belang. Ten eerste gaat het om doelbewust zoeken. Zoals uit de inleiding al bleek, dient een onderzoek voort te komen uit een behoefte aan nieuwe informatie. Er is dus een *doel*. Wanneer een productieproces heeft geleid tot defecte producten (denk aan auto’s die worden teruggeroepen wegens defecten), volgt praktisch altijd een onderzoek naar de oorzaken van deze defecten in het productieproces om in de toekomst dergelijke defecten te voorkomen. Ten tweede dient het zoeken naar gegevens methodisch te gebeuren. In dit boek spreken we van een *systematische manier*. Daarmee bedoelen we dat er volgens een geplande werkwijze wordt gewerkt. Van tevoren heeft de onderzoeker nagedacht over de wijze waarop hij gegevens verzamelt en hoe hij deze gegevens vervolgens verwerkt tot eindconclusies. De gekozen werkwijze moet logisch zijn en passen bij het doel dat de onderzoeker voor ogen heeft. De onderzoeker moet de gekozen methoden uitleggen waarmee hij de gegevens in het onderzoek heeft verzameld en moet vervolgens beargumenteren waarom de verkregen resultaten zinvol zijn en aangeven wat eventuele beperkingen zijn. Bij het presenteren van de onderzoeksresultaten zal de onderzoeker (indien mogelijk) aangeven wat de oorzaken van de ontstane defecten zijn geweest en hoe deze *uit het onderzoek* naar voren zijn gekomen. Met dit laatste benadrukken we dat de uitkomst voortkomt uit de systematische werkwijze die de onderzoeker heeft gekozen en uitgevoerd en niet uit zijn eigen mening.

Op basis van het voorgaande blijkt dat onderzoek altijd drie kenmerken heeft:

1. Er is een duidelijk doel: je moet een vraagstuk beantwoorden, daarin inzicht verkrijgen.
2. Je verzamelt gegevens systematisch.
3. Je interpreteert gegevens systematisch.

## 1.3 Het doel van onderzoek in organisaties

Onderzoek in organisaties is het systematisch uitzoeken van vraagstukken binnen een zeer breed toepassingsdomein – van profit- tot non-profitorganisaties, en binnen alle mogelijke deeldomeinen van het productiesysteem (zowel de feitelijke productie, als de verkoop en de marketing, het personeelsbeleid, het financieel beleid, enzovoorts).

Onderzoeksprojecten in organisaties kunnen sterk van elkaar verschillen wat betreft doel, situatie en omgeving (context) waarbinnen deze plaatsvinden. Afhankelijk hiervan kunnen we onderzoeksprojecten opdelen in twee typen onderzoek:

- fundamenteel onderzoek;
- praktijkgericht onderzoek.

In het geval van **fundamenteel onderzoek** heeft de onderzoeker het doel kennis op te doen voor het ontwikkelen of uitbreiden van wetenschappelijke theorieën. Dit kunnen theorieën zijn die processen in het bedrijfsleven beschrijven. Een voorbeeld van fundamenteel onderzoek is een onderzoek naar de relatie tussen de stijl van leidinggeven en de bereidheid van

**FUNDAMENTEEL ONDERZOEK**  
Onderzoek dat uitsluitend wordt uitgevoerd om processen en uitkomsten daarvan te begrijpen met een wetenschappelijk doel. Dit onderzoek vindt vooral plaats op universiteiten met als belangrijkste consument de wetenschappelijke gemeenschap.

collega's om kennis met elkaar te delen. Een dergelijk onderzoek is er niet op gericht om een probleem in de praktijk van een organisatie op te lossen, maar om kennis over (de effecten van) leiderschapsstijlen te vergaren of uit te breiden. Uiteraard is het wel mogelijk dat leiders in organisaties deze kennis tot zich nemen en gebruiken voor hun bedrijfsvoering. Dergelijk onderzoek wordt voornamelijk gedaan op universiteiten, en vooral als onderdeel van onderzoeksprogramma's.

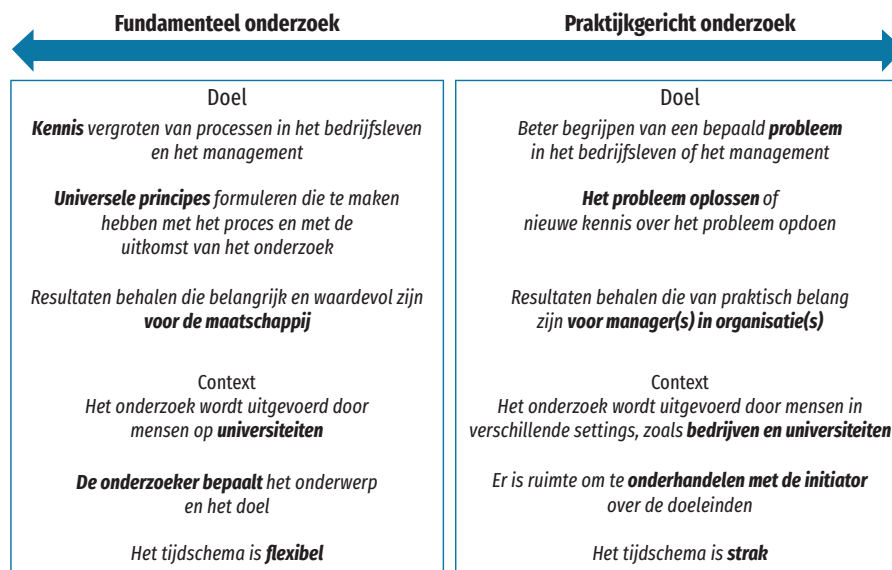
**PRAKTIJKGERICHT ONDERZOEK**

Onderzoek dat wordt uitgevoerd naar aanleiding van een specifiek probleem in de praktijk, dat resulteert in de oplossing van het probleem of nieuwe kennis over het probleem.

Aan de andere zijde van het continuüm staat **praktijkgericht onderzoek**. In dit geval bestudeert de onderzoeker een specifiek probleem in de praktijk dat aanleiding is tot een onderzoek. Bijvoorbeeld een toenemend aantal klachten over dienstverlening van een bepaalde afdeling, of het gebrek aan inzicht in factoren die bijdragen aan het onderbreken van het aankoopproces op een website. De aanleiding voor praktijkonderzoek komt meestal direct voort uit managementvraagstukken. De resultaten van dit type onderzoek zijn dan ook van direct belang voor managers.

Praktijkgericht onderzoek houdt zich bezig met zaken die het bedrijfsleven, en ook overheidsinstellingen en andere organisaties belangrijk vinden voor bijvoorbeeld het ontwikkelen of verbeteren van hun producten en diensten.

Figuur 1.1 presenteert de twee typen onderzoek als twee uitersten. Het is echter mogelijk dat er een overlap ontstaat wanneer een onderzoek dat is gericht op het ontwikkelen van een nieuwe theorie over een proces in het bedrijfsleven resulteert in een praktische oplossing voor bedrijven. De pijl in figuur 1.1 geeft daarom een continuüm weer, waarop je onderzoeksprojecten kunt plaatsen.



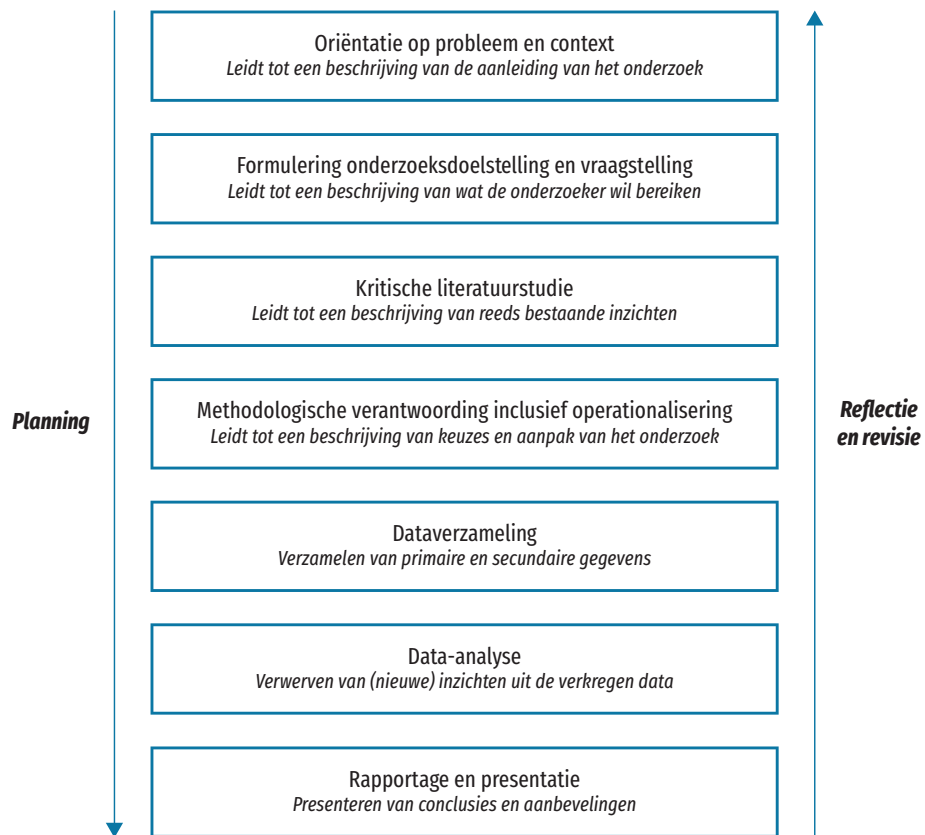
**FIGUUR 1.1** Fundamenteel en praktijkgericht onderzoek

Bronnen: ervaringen van de auteurs en bewerker; Easterby-Smith et al. (2012); Hedrick et al. (1993).

## 1.4 Het onderzoeksproces

Uit de eerdere definitie van onderzoek blijkt dat je een onderzoek uitvoert op systematische wijze en het dus bestaat uit geplande activiteiten. De meeste handboeken over onderzoek behandelen onderzoek als een proces dat uit verschillende fasen bestaat. De vorm en het precieze aantal fasen kunnen variëren afhankelijk van je onderzoeksmethode (zie hoofdstuk 4). De vorm die veel voorkomt omvat meestal de zeven fasen zoals weergegeven in figuur 1.2. Voordat je als onderzoeker alle fasen doorloopt, is het nodig om vooruit te plannen. Dit betekent bijvoorbeeld dat je al nadenkt over data-analyse en rapportage voordat

je data verzamelt. Zo voorkom je dat je met data komt te zitten die ongeschikt blijken voor jouw doel. Het is dan ook belangrijk om vanaf het begin van het onderzoek het gehele proces al voor ogen te hebben. Dit zie je terug in figuur 1.2. Maar let op: het proces is veel minder overzichtelijk dan het met een vluchtige blik op figuur 1.2 misschien lijkt!



**FIGUUR 1.2** Het onderzoeksproces

Bronnen: ervaringen van de auteurs en bewerkster; Saunders et al. (2021).

### Het boek en de fasen van het onderzoeksproces

Het onderzoeksproces zoals we in figuur 1.2 hebben geschetst, dient als leidraad voor de opzet van dit boek.

Tijdens de eerste twee fasen, *oriëntatie op het probleem* en *de formulering van de onderzoeksdoelstelling en vraagstelling*, heb je als onderzoeker de taak om te achterhalen waarom je moet investeren in het uitvoeren van een onderzoek en wat je precies moet onderzoeken, zodat je een specifiek doel kunt bepalen (het eerste kenmerk van onderzoek). In hoofdstuk 2 komen deze eerste twee fasen terug; van het beschrijven van de aanleiding en noodzaak van het onderzoek tot het uitwerken van het probleem tot een onderzoeksdoelstelling met bijbehorende vraagstellingen.

In de derde fase bestudeer je *literatuur* om vast te stellen wat er al bekend is over het onderwerp. In hoofdstuk 3 bespreken we hoe je tot een kritisch literatuuroverzicht komt.

De vierde fase omvat de *methodologische verantwoording*, waarin je bepaalt wat voor type onderzoek je zult uitvoeren en hoe je het onderzoek (systematisch) zult aanpakken. Hoofdstuk 4 en 5 beschrijven de keuzes die je moet maken bij het plannen van een systematische wijze van uitvoeren van onderzoek.

De vijfde fase bestaat uit *gegevens verzamelen*, bijvoorbeeld door interviews af te nemen of door gedrag van mensen te observeren. Het verzamelen van gegevens die reeds verzameld zijn voor andere doeleinden (secundaire gegevens) behandelen we in hoofdstuk 6. Het verzamelen van gegevens door de onderzoeker zelf (primaire gegevens) behandelen we in de volgende drie hoofdstukken. Wanneer en hoe een steekproef getrokken moet worden beschrijven we in

hoofdstuk 7. Bij het verzamelen van gegevens maak je een scheiding tussen het verzamelen van kwantitatieve gegevens (hoofdstuk 8) en kwalitatieve gegevens (hoofdstuk 9). In de zesde fase *analyseer* je de verzamelde gegevens (het tweede en derde kenmerk van onderzoek). Ook in deze fase is er een splitsing naar de analyse van kwantitatieve gegevens (hoofdstuk 10) en kwalitatieve gegevens (hoofdstuk 11). De zevende en laatste fase bestaat uit het rapporteren en presenteren van alle bevindingen, bijvoorbeeld in een onderzoeksrapport (hoofdstuk 12).

Net als we hiervoor al deden, wordt het onderzoeksproces meestal beschreven als een reeks fasen die je moet doorlopen. Vaak ontstaat daardoor de indruk dat onderzoekers dit proces rechttoe rechtaan doorlopen. Dit is echter zelden het geval. Zo kan het voorkomen dat tijdens het doornemen van de literatuur blijkt dat je het onderwerp toch niet helemaal correct hebt geformuleerd. Je doorloopt dan nogmaals de fase van het formuleren en het verduidelijken van het onderwerp, alvorens weer verder te gaan met het bestuderen van de literatuur. Daarnaast werk je al tijdens het onderzoeksproces aan je rapportage en niet alleen aan het einde van het onderzoek.

Om het onderzoeksproces te leren begrijpen, zullen we dit proces in dit boek fase voor fase doorlopen.

## 1.5 Kwaliteit in onderzoek

Eerder in dit hoofdstuk hebben we beschreven dat je door middel van onderzoek nieuwe inzichten tracht te creëren. Die nieuwe inzichten geven bijvoorbeeld een beeld van hoe klanten zich in een supermarkt gedragen, wat patiënten over hun ziekenhuis denken, of hoe bezoekers van een museum een tentoonstelling waarderen. Het is uiteraard van het grootste belang dat de presentatie die je als onderzoeker geeft van deze gedragingen en meningen overeenkomt met de werkelijkheid. Wanneer je door jouw toedoen of onkunde een verkeerd beeld presenteert van de werkelijkheid, kan het zijn dat bijvoorbeeld een bedrijf miljoenen investeert in een markt waar niets te halen valt.

Om dit te voorkomen, dien je ernaar te streven dat je onderzoek van zo hoog mogelijke kwaliteit is. Daarmee bedoelen we dat je het volgens methodologische regels hebt opgezet en uitgevoerd. Deze methodologische regels zullen we in dit boek behandelen. Ze gaan over wat onderzoekers wel en niet moeten doen tijdens het onderzoek om tot geloofwaardige resultaten te komen.

Deze eisen moeten leiden tot een onderzoek dat op een geloofwaardige wijze een correct beeld geeft van de werkelijkheid. Bijvoorbeeld, wanneer een onderzoek aangeeft dat 50 procent van alle studenten spijt heeft van zijn studiekeuze, dan mag je er met een zekere waarschijnlijkheid van uitgaan dat dit in werkelijkheid zo is (of in ieder geval in de buurt van de 50 procent) wanneer dat onderzoek op een correcte wijze is uitgevoerd.

Er zijn criteria die je moet gebruiken bij het uitvoeren van het onderzoek ter waarborging van de kwaliteit. Deze criteria hebben betrekking op allerlei onderdelen van het onderzoeksproces, zoals de verzameling en verwerking van gegevens en rapportage. Daarnaast zijn er richtlijnen, bijvoorbeeld vanuit de opleiding, maar ook vanuit de wet, waaraan een onderzoeker zich dient te houden. Denk bijvoorbeeld aan wetgeving omtrent het gebruiken van persoonsgegevens. Om een eerste indruk te geven, zullen we hierna enkele belangrijke criteria kort beschrijven. Verderop in dit boek gaan we dieper in op de verschillende kwaliteitscriteria van onderzoek.

### CONTROLEERBAARHEID

De mate waarin kan worden beoordeeld wat er tijdens een onderzoek is gedaan, hoe het is uitgevoerd en welke gegevens dat heeft opgeleverd.

### Controleerbaarheid

De kwaliteit van onderzoek valt en staat met de transparantie van het onderzoek. Daarmee bedoelen we de **controleerbaarheid**; de mate waarin mensen kunnen beoordelen wat je tijdens het onderzoek hebt gedaan, hoe je dat hebt uitgevoerd en welke gegevens dat heeft



opgeleverd. Je rapporteert dan ook in detail over de toegepaste onderzoeksmethode en over beperkingen van het onderzoek, en je hebt de gegevens beschikbaar die hebben geleid tot resultaten en conclusies. Zo dient er van interviews een transcript (uitwerking van wat er is gezegd) beschikbaar te zijn en moet het mogelijk zijn ingevulde gegevens van enquêtes (geanonimiseerd) in te zien. Hoe minder transparant, dus hoe minder inzicht je geeft in de wijze waarop je gegevens hebt verzameld, des te minder je de geloofwaardigheid van het onderzoek kunt waarborgen. Bijvoorbeeld: kun je aantonen dat wat je rapporteert ook werkelijk is gezegd door respondenten?

### Betrouwbaarheid en validiteit

Twee belangrijke termen zijn de *betrouwbaarheid* en de *validiteit* van het onderzoek. Later in het boek zullen we hier nog uitgebreid op ingaan. Validiteit behandelt de vraag of je hebt gemeten wat je bedoelde te meten. Je dient te waarborgen dat de metingen die je verricht en de uitspraken die je doet zoveel mogelijk overeenkomen met het doel dat je voor ogen had en de methode die je hebt gebruikt. Een voorbeeld is een rekentoets met een enorm complexe case-beschrijving waaruit de student informatie moet halen. Wanneer de student zakt voor de toets is het mogelijk dat de toets bij die student niet de kennis van rekenen heeft gemeten, maar de mate waarin diegene kan begrijpend lezen. In dat geval meet de toets dus niet wat de docent voor ogen had te meten: rekenvaardigheid. In paragraaf 4.7.3 gaan we dieper in op validiteit en verschillende vormen daarvan (zie tabel 4.4).

Betrouwbaarheid gaat over de accuraatheid en nauwkeurigheid van de meting. Dit houdt in dat je bij herhaling van de metingsprocedures in principe tot dezelfde resultaten komt. Het kan dan gaan om dezelfde meting, maar ook om een meting op basis van een andere beoordelaar of een equivalente versie van de test.

Hiervoor dien je een meetinstrument te gebruiken dat constant dezelfde metingsresultaten geeft, waarbij je als onderzoeker de resultaten zo min mogelijk beïnvloedt. Beïnvloeding kan bijvoorbeeld plaatsvinden door de manier waarop je vragen stelt. Stel dat je op drie verschillende dagen interviews afneemt met respondenten. Op de derde dag ben je er zo zat van, dat je toon niet al te vriendelijk meer klinkt. Respondenten kiezen ervoor korter te reageren en minder uitleg te geven. Je meet nog steeds wat je wil meten, maar de antwoorden die je krijgt zijn anders dan wanneer je deze mensen met de toon van dag 1 had geïnterviewd. Verderop in dit boek gaan we verder in op wat de begrippen *betrouwbaarheid* en *validiteit* precies inhouden en hoe je die aspecten moet waarborgen.

### Objectiviteit

Als je graag wilt bewijzen dat iedere dag drie uur gamen goed voor je is, dan zul je, als je een beetje goed zoekt, vast wel bronnen vinden die deze veronderstelling ondersteunen. Uiteindelijk kun je daar dan een rapport van maken met de conclusie dat drie uur gamen per dag goed is en ouders aanbevelen ervoor te zorgen dat hun kind voldoende computerspellen speelt. Maar op deze wijze kijk je natuurlijk eenzijdig naar het onderwerp gamen.

Het is de bedoeling dat je als onderzoeker **objectief** te werk gaat. Daarmee bedoelen we dat je het onderzoek vanuit een neutraal standpunt uitvoert, en je niet laat leiden door een eigen mening of voorkeur voor het onderwerp. Doe je dit wel, dan is er sprake van subjectiviteit. Een onderzoeker die vooral hoopt dat het onderzoek aantoont dat gamen goed voor je is, zal al dan niet ongemerkt selectief te werk gaan, een bepaalde voorkeur ontwikkelen voor bronnen die deze verwachting bevestigen en antwoorden op een manier interpreteren die overeenkomt met zijn verwachtingen. Op dergelijke wijze ontstaat met grote waarschijnlijkheid een vertekend beeld van de werkelijkheid. Het mag dus niet zo zijn dat je een bepaalde weging met betrekking tot methodiek, informatie en bronnen doorvoert op basis van eigen voorkeuren of die van de opdrachtgever.

**OBJECTIVITEIT**  
Het vermijden van (bewuste) vooroordelen en subjectieve selectie tijdens het uitvoeren en beschrijven van onderzoek.

## Ethiek

Ethiek gaat over gedragsnormen. Onder ethisch verantwoord onderzoek verstaan we in dit boek onderzoek waarbij de onderzoeker in alle fasen van het onderzoek waarborgt dat de mensen die erbij betrokken zijn of eraan deelnemen en/of op wie resultaten van toepassing zijn, op een correcte manier worden behandeld. Hun belangen worden in acht genomen zowel voor, tijdens als na het uitvoeren van het onderzoek.

Een goed voorbeeld van gedragsnormen is de *Nederlandse Gedragscode Wetenschappelijke Integriteit* (KNAW et al., 2018), waarin op basis van vijf principes (eerlijkheid, zorgvuldigheid, transparantie, onafhankelijkheid, en verantwoordelijkheid) in totaal 61 gedragsnormen worden beschreven, zoals ‘doe geen ongefundeerde claims over te behalen resultaten’ en ‘zorg dat bronnen controleerbaar zijn’.

Ook brancheorganisaties van onderzoeksbureaus stellen gedragsregels op om ervoor te zorgen dat onderzoek geen slechte reputatie krijgt, waardoor op een gegeven moment niemand meer bereid is deel te nemen aan een onderzoek. Zo heeft het MOA (Expertise Center voor Marketing-insights, Onderzoek & Analytics) zijn eigen gedragscode *Onderzoek en Statistiek* (2022), waarin het onder andere beschrijft hoe onderzoekers dienen om te gaan met verzamelde data.

Onderwerpen als privacy, omgang met en opslag van persoonsgegevens zijn, vooral met betrekking tot online onderzoek en gegevensverzameling, actuele zaken waarnaar extra kritisch wordt gekeken. Je kunt je het als onderzoeker niet permitteren hiermee niets te doen en hierover niet te rapporteren.

Geen enkel onderzoek is perfect, en dat geeft ook niet, als je je daar als onderzoeker maar bewust van bent. Het is van belang dat je bewust afwegingen en keuzes maakt voor de systematische aanpak van jouw onderzoek. Je moet die keuzes kunnen verantwoorden en bekend zijn met de consequenties van die keuzes voor de kwaliteit van je onderzoek.

## 1.6 Samenvatting

- Methoden en technieken van onderzoek zijn de systematische wijzen waarop en activiteiten waarmee een onderzoeker gegevens verzamelt en interpreteert.
- Onderzoek is een proces met een duidelijk doel, waarbij een onderzoeker gegevens systematisch verzamelt en interpreteert.
- Praktijkgericht onderzoek wordt veelal uitgevoerd om problemen in het bedrijfsleven op te lossen, terwijl fundamenteel onderzoek is gericht op het uitbreiden van kennis voor het ontwikkelen of uitbreiden van wetenschappelijke theorieën.
- Onderzoek verloopt als een proces, waarin een onderzoeker verschillende fasen in het onderzoeksproces doorloopt, hoewel dit niet standaard rechttoe rechtaan gebeurt.
- De kwaliteit van onderzoek wordt bepaald door criteria als controleerbaarheid, betrouwbaarheid, validiteit, objectiviteit en de mate waarin je je onderzoek ethisch verantwoord hebt uitgevoerd.



Op [www.pearsonmylab.nl](http://www.pearsonmylab.nl) vind je studiemateriaal en de eText om je begrip en kennis van dit hoofdstuk uit te breiden en te oefenen.



## HOOFDSTUK 2

# Het formuleren van een onderzoeksdoelstelling en een vraagstelling

### **Leerdoelen**

#### Na bestudering van dit hoofdstuk moet je:

- kunnen aangeven wat de kenmerken van een goed onderzoeksonderwerp zijn;
- een probleem kunnen beschrijven en omzetten in een onderzoeksproject met duidelijke onderzoeksvragen en -doelstelling(en);
- eenheden, variabelen en relaties kunnen beschrijven binnen een onderzoek;
- een onderzoeksvoorstel kunnen opstellen.

### 2.1 Inleiding

Een bekend gezegde luidt: een goede voorbereiding is het halve werk. Dit geldt zeker voor onderzoek. Voordat je tijd, geld en andere middelen investeert in een onderzoek is het van belang eerst in kaart te brengen wat precies het doel is van het onderzoek en op welke manier je dit het beste kunt bereiken. Een opdrachtgever of een andere belanghebbende zal niet bereid zijn te investeren in een onderzoek, tenzij duidelijk is wat jij als onderzoeker wilt bereiken, hoe je het onderzoek gaat uitvoeren, wat het zal kosten en binnen welke tijd je het resultaat zult opleveren.

Het formuleren en verduidelijken van het doel van het onderzoek is dan ook altijd het startpunt van je onderzoek. Pas als dit duidelijk is, kun je nadenken over de meest geschikte onderzoeksstrategie en onderzoeksmethoden voor het verzamelen en analyseren van data (Saunders & Lewis, 1997). Voordat we hier verder op ingaan is het goed om stil te staan bij de kenmerken van een geschikt onderzoeksonderwerp (paragraaf 2.2). Vervolgens behandelen we het proces van het ontwerpen van een onderzoeksvoorstel (paragraaf 2.3). Uiteindelijk dien je een document te schrijven waarin je het voorstel voor het onderzoek uiteenzet (paragraaf 2.4).

### 2.2 Kenmerken van een goed onderzoeksonderwerp

Waar jouw onderzoek over zal gaan hangt af van de situatie. In sommige gevallen kun je als student zelf het onderwerp kiezen, en in andere heeft de opleiding het onderwerp van tevoren bepaald. Bij de meeste praktijkgerichte onderzoeken voor organisaties heeft de opdrachtgever al een idee voor een onderzoek. Voor jou als onderzoeker is het belangrijk om na te gaan waarom de organisatie juist dat idee heeft, wat het achterliggende probleem is en welke vragen en doeleinden daarbij aansluiten. Het begrijpen van de aanleiding van het onderzoek en het

*duidelijk definiëren van vragen en doelstellingen* voor het onderzoek helpen je te bepalen op welke wijze en in welke mate je onderzoek een bijdrage kan leveren.

Zowel bij het accepteren van een onderwerp als in de situatie waarin je vrijheid hebt om een onderzoeksonderwerp te kiezen, is het belangrijk de volgende twee criteria te hanteren:

- relevantie;
- haalbaarheid.

#### RELEVANTIE

De mate waarin het onderzoek bijdraagt aan het oplossen van een probleem en bijdraagt aan nieuwe kennis en inzichten.

#### HAALBAARHEID

De mate waarin het mogelijk is je doel te bereiken binnen gestelde beperkingen.

Met **relevantie** bedoelen we de mate waarin een onderzoek een *waardevolle bijdrage* levert aan beslissingsprocessen van het management of algemene kennis over een onderwerp, ongeacht de uitkomst. Met dit laatste bedoelen we dat het niet zo mag zijn dat enkel bij een specifieke uitkomst jouw onderzoek waardevol is, en bij ieder ander resultaat de prullenbak in kan.

**Haalbaarheid** is de mate waarin het mogelijk is je doel te bereiken binnen gestelde beperkingen, zoals tijd, middelen, en toegang tot documenten en participanten. Daarnaast dient er draagvlak te zijn voor het uitvoeren van het onderzoek en het behalen van de doelstelling. Als je binnen deze voorwaarden kunt werken, is de doelstelling (theoretisch) haalbaar.

*Tijd* kan een beperking zijn voor bijvoorbeeld de hoeveelheid data die je kunt verzamelen en analyseren, of het aanleren van benodigde vaardigheden. Bij sommige onderwerpen kun je het onderzoek waarschijnlijk niet voltooien binnen je studietijd, doordat je het effect van een bepaalde maatregel over een langere periode moet meten.

Onder *middelen* vallen benodigdheden voor je onderzoek, zoals bepaalde software, apparatuur, werkruimte, en uiteraard budget, voor bijvoorbeeld die benodigdheden, maar ook bijvoorbeeld reiskosten of vergoedingen voor respondenten.

Je moet er ook vrij zeker van zijn dat je daadwerkelijk *toegang* krijgt tot data die je nodig hebt voor je onderzoek. Denk aan toegang tot databases of het spreken met relevante personen. In hoofdstuk 5 werken we strategieën uit voor het verkrijgen van toegang.

## 2.3 Het ontwerpen van een onderzoeksvoorstel

#### ONDERZOEKSVOORSTEL

Een document waarin je beschrijft welke vragen er gesteld en beantwoord zullen worden in het onderzoeksproject.

Een **onderzoeksvoorstel** is een document waarin je beschrijft wat je hebt gepland in het onderzoeksproject: welke vragen je zult stellen en beantwoorden (Babbie, 2016). In het voorstel behandel je de aanleiding, het doel en het onderwerp van het onderzoek, hoe je het onderzoek gaat uitvoeren, welke middelen daarvoor nodig zijn en een tijdsplanning. Het onderzoeksvoorstel schrijf je meestal om goedkeuring voor het onderzoek te krijgen, en de benodigde middelen. Je moet het voorgestelde onderzoek dusdanig nauwkeurig beschrijven dat het zowel voor jou als onderzoeker als voor de opdrachtgever duidelijk is waar het onderzoek over gaat.

Het opstellen van een onderzoeksvoorstel kent grofweg drie onderdelen:

- het oriënteren op het probleem en de context;
- het formuleren van de opdracht, de onderzoeksdoelstelling en de vraagstelling;
- het schrijven van het onderzoeksvoorstel.

Met het uitwerken van het onderzoeksvoorstel begint het onderzoeksproces, zoals beschreven in hoofdstuk 1 (zie ook figuur 2.1).

### 2.3.1 Oriëntatie op het probleem en de context

Een opdrachtgever kan verschillende redenen hebben om een onderzoek te laten uitvoeren: er kan sprake zijn van een probleem, er kan behoefte zijn aan een advies in verband met een ingrijpende beslissing of misschien wil de opdrachtgever gewoon inzicht in een bepaalde stand van zaken. In alle gevallen begint het onderzoek met een oriëntatiefase. Tijdens deze fase oriënteer je je op de opdrachtgever en het probleem.