**Samenvatting – marktonderzoek  
  
*Hoofdstuk 1 De functie van onderzoek***  
**1.1 Onderzoek moet je leren**  
**Kenmerken onderzoekers:**

• Houding:

• Onafhankelijk

• Openheid van onderzoek

• Ontvankelijk voor commentaar van collega’s

• Verantwoordelijk voor resultaten

• Kennis:

• Methoden (=constant)

• Onderwerp onderzoek (opdoen/opfrissen)

• Vaardigheid:

• Actief mee bezig zijn

**Voorbeelden trucjes:**

• Het selecteren van de onderzoeksgroep.

• Het invoeren van gegevens in een softwarepakket.

• Het aanmaken van een toets.

• Het interpreteren van cijfermatige analyseresultaten.

**1.2 Uitgangspunten van onderzoek  
Hoofdtypen van onderzoek:**

• Fundamenteel onderzoek:

• Niet primair gericht op toepassing in de praktijk

• Kennisprobleem: een vraag over een wetenschappelijke theorie die met behulp van fundamenteel onderzoek wordt beantwoordt.

• Wetenschappelijk relevant

• Praktijkgericht onderzoek:

• Oplossen van problemen uit de praktijk

• Praktijkprobleem: een probleem afkomstig uit de dagelijkse praktijk/samenleving.

• Maatschappelijk relevant

• Kwantitatief onderzoek:

• Cijfermatige informatie, gegevens over:

• Objecten

• Organisaties

• Personen

• Instrumenten: statische technieken

• Onderzoeker neemt afstand van: kenmerken, objecten of eenheden

• Kwalitatief onderzoek:

• Onderzoeker is geïnteresseerd in de betekenis die onderzochte personen zelf aan de situatie geven.

• Holisme: een ervaring wordt gezien als een onderdeel van het geheel van de belevingswereld van personen, niet als een opzichzelfstaand feit.

• ‘Diepgaan achter de cijfers’

**1.3 Stromingen in onderzoek  
Stromingen in onderzoek:**

• Empirisch-analystisch:

• Onafhankelijke onderzoekshouding

• Je verricht onderzoek door met behulp van een bepaalde systematiek waar te nemen wat zich in je omgeving(werkelijkheid) afspeelt. (Empirie: ervaring als bron van kennis)

• Kijkt kritisch en rationeel(=logisch/doordacht) naar eigen resultaten

• Vooruitgang van de wetenschap

• Herhaalbaar en controleerbaar

• Onderzoeksvraag op grond van (bestaande) theorieën

• Fundamenteel onderzoek

• Experiment en enquête

• Kenmerken van personen, groepen, organisaties worden cijfermatig geanalyseerd

• Interpretatief:

• Uitleg die personen aan een situatie geven

• Vooral antropologen(=wetenschappers die culturen bestuderen en beschrijven.)

• Veldonderzoek participerende observatie

• Kwalitatief

• Kritisch-emancipatorisch:

• Kwalitatief en kwantitatief

• Alle onderzoeksmethoden behalve experiment

• Betrokkenheid bij de samenleving

• Bijdrage leveren aan processen in de samenleving die de emancipatie van groepen bevorderen.

• Observeren en ingrijpen

**1.4 Kwaliteitscriteria van onderzoek/**Regels in onderzoek/Onderzoeksdoelen  
**Kwaliteitscriteria van onderzoek:**

• Onafhankelijkheid:

• Onafhankelijk van voorkeuren en meningen van betrokkenen

• Onafhankelijk van invloeden door de onderzoeker (Onafhankelijke houding):

• Afstand houden van het onderwerp

• Persoonlijke voorkeuren spelen geen rol

• Persoonlijke mening over situaties doet er niet toe

• Objectiviteit

• Intersubjectief: onderzoekers zijn het met elkaar eens over de resultaten

• Toetsbaarheid van uitspraken:

• Een onderwerp, vraag of uitspraak moet toetsbaar zijn

• ‘Engelen bestaan’ is niet te controleren en is dus: speculatief en normatief

• Een idee of verwachting moet d.m.v. onderzoek kunnen worden bevestigd of weerlegd.

• Onderwerp is eenduidig

• Openbaarheid van uitspraken

• Repliceerbaar herhaalbaar

• Betrouwbaarheid:

• Toevallige fouten in de opzet en uitvoering van een onderzoek kunnen de betrouwbaarheid aanpassen.

• Herhaalbaarheid: onderzoeksmethode van betrouwbaarheid

• Betrouwbaarheid van onderzoek= de mate waarin het onderzoek vrij is van toevallige fouten.

• Informativiteit:

• Informatiegehalte van uitspraken moet maximaal zijn.

• Nauwkeurige formulering van uitspraken

• Nauwkeurige omschrijving van onderwerp:

• Situatie

• Grenzen

• Betrokken groep

• Periode

• Domein

• Generaliseerbaarheid:

• Uitspraken over een specifiek deel van de ‘werkelijkheid’ die volgens alle voorwaarden zijn getoetst en geldig kunnen worden verklaard voor een grotere groep of andere situaties.

• Statische generalisatie: D.m.v. statische testen wordt er getoetst of een bepaald resultaat generaliseerbaar is.

• Inhoudelijke generalisatie: vergelijkbaarheid van de resultaten in soortgelijke situaties

• Validiteit:

• Hangt samen met geldigheid en zuiverheid van onderzoeksresultaten

• Meten we wat we willen meten?

• Geen systematische fouten

• Praktische criteria:

• Efficiënt

• Bruikbaar

**1.5 De onderzoekscyclus**  
Vragen opzetten en uitvoeren: Wat, Waarom, Wie, Hoe, Waar en Wanneer.

Vragen tijdens het onderzoek: functie, vorderingen, veranderingen  
vb.: Zit ik nog op het juiste spoor? Wat moet ik veranderen? Waar wil ik ook alweer heen?

Empirische cyclus: Proces bij fundamenteel onderzoek om antwoord te krijgen op de hoofdvraag door middel van steeds nieuwe (deel) vragen te stellen

PTO-schema: (Probleem Theorie Onderzoek) Antwoord op een kennisvraag, roept weer nieuwe vragen op en er ontstaat weer een nieuwe kennisvraag.

Regulatief: Cyclus gericht op beslissingen en/of veranderingen met als doel het bieden van een kader waarbinnen het oplossen van een praktijkprobleem ondersteund wordt.

**1.6 Fasen in onderzoek  
Fasen**

• Probleemanalyse Probleem nader afbakenen en een werkbare doel- en vraagstelling ontwikkelen. Dit kan d.m.v. veldonderzoek.

• Onderzoeksontwerp

• Welke methoden?

• Hoeveel tijd?

• Welke middelen?

• Betrokkenen?

• Welke onderzoeksinstrumenten?

• Dataverzameling Verzamelen van gegevens die nodig zijn om antwoordt te geven op de onderzoeksvraag

• Data-analyse Analyse van de verzamelde gegevens

• Rapportage Terugkijken op onderzoek:

• Wat hebben we onderzocht?

• Welke methode zijn er gebruikt?

• Antwoord op de vraag gekregen?

• Aanbevelingen?

• Andere onderzoeksmethode?

***Hoofdstuk 2 Aanleiding tot het onderzoek*  
2.1 Keuze van je onderwerp**Manieren hoe je te maken kan krijgen met de keuze van een onderzoek:

• Studie (Voorwaarden binnen je opleiding, lijst met onderwerpsgebieden)

• Verzoek van opdrachtgever (Onderzoek naar een probleem)

• Theorie testen, kennis op een bepaald gebied uitbreiden. (Fundamenteel onderzoek)

Keuze onderwerp is het resultaat van:

• Jouw ideeën over de inrichting van het onderzoek

• Je belangstelling voor een bepaald onderwerp(gebied)

• Het proces waarin je samen met de opdrachtgever het onderwerp zodanig omschrijft dat er ook echt iets te onderzoeken valt

• Je vermogen om het gebied van het onderwerp te begrenzen, om het probleem daadwerkelijk op te kunnen lossen

Aanleiding

**onderzoeksvoorstel**

probleemanalyse

kennis uitbreiden

**2.2 Opdrachtgevers, balans tussen wens en werkelijkheid**Wensen van de opdrachtgever:

• Vraag of probleem, een doelstelling en een aanleiding

• Verborgen doelstelling boven tafel krijgen en formuleren

• Onderwerp onderzoekbaar maken vs. Opdrachtgever tevreden houden

Tips & trucs: (leren?)

• Ken het profiel/organisatie van de opdrachtgever

• Overtuig

• Luister goed en vraag door

• Noteer eerste ervaring met opdrachtgever

• Probeer geen gelijk te krijgen

• Blijf afstandelijk en kritisch naar het onderwerp kijken

• Weet wat de opdrachtgever van jou verwacht

• Weet wat jij van de opdrachtgever verwacht

• Zorg voor een helder onderzoeksdoel

• Mix ervaringen en kennis

• Maak duidelijke afspraken over het onderzoeksproces

• Werk thuis of op kantoor een advies/voorstel uit

Onderwerp afbakenen/probleemanalyse:

• Onderwerp bekend voor jezelf?

• Iets over gelezen?

• Is er al eerder onderzoek naar gedaan?

• Sluit het aan bij eerdere projecten?

• Welk probleem los je op?

• Doel: de vraag van de opdrachtgever vertalen naar een onderzoekbare vraag

Opzet van je onderzoek is afhankelijk van:

• Mogelijkheden om het onderzoek te organiseren in tijd en geld

• Mogelijkheden om gegevens te verzamelen bij een bepaalde onderzoeksgroep

• Mogelijkheden en beperkingen die de vraagstelling geeft

• Mogelijkheden die de omgeving van het onderzoek biedt

Opzet van praktijkonderzoek:

Vraag opdrachtgever omgeving

Afbakenen vraag en doel probleemanalyse populatie

Mogelijke oplossingen tijd

Oriëntatie opzet keuze opzet geld

vraagtype

onderzoeksvoorstel

Onderzoeksvoorstel:

• Wees volledig in je voorstel, vermeld wie de opdrachtgever en opdrachtnemer zijn

• Houd de aanleiding, probleemafbakening kort en duidelijk

• Vergeet niet de taakverdeling tussen opdrachtgever en opdrachtnemer

• Zorg voor een professionele uitstraling

• Herkenbare inhoud

**2.3 Informatie verzamelen**Informatie tijdens het gehele onderzoek:

• Als onderdeel van het vooronderzoek;

• Als methode bij bijvoorbeeld literatuuronderzoek;

• Als methode om nieuwe informatie te verzamelen.

Informatie vinden:

• Archief of het documentatiecentrum van je opdrachtgever

• Vergaderverslagen

• Financiële overzichten

• Organisatiemodellen

• Beleidsplannen

• Kengetallen

• Internet

• (Universiteits)bibliotheken

**2.3.**1 **Zes regels voor het zoeken naar informatie  
Big6TM:**

• Definieer het probleem.

• Je stelt vast welke informatie je al hebt en welke informatie je nog moet zoeken.

• Bepaal waar je gaat zoeken.

• Afhankelijk van het onderwerp zul je keuzes maken voor de juiste plaats om informatie te zoeken.

• Kies de juiste zoekstrategie.

• Op welke manier ga je opzoek in de gevonden boeken, internetpagina’s of documenten naar de informatie die jij nodig hebt.

• Bestudeer de informatie en selecteer wat je nodig hebt.

• Als je verschillende informatie leest, kun je bepalen of er overlap in de informatie zit.

• Organiseer de informatie zó dat deze antwoord geeft op je vraag/probleem.

• Ordenen en rubriceren op relevantie.

• Evalueer het resultaat.

• Heb je voldoende informatie, of moet je nog verder zoeken om je vraag te beantwoorden.

welke info. waar ga je hoe ga je resultaten resultaten resultaten  
ga je zoeken info. Zoeken info. Zoeken bestuderen organiseren evalueren

**2.3.**2 **Zoeken op internet**Google Scholar Betrouwbare zoekmachine

Tips Van Ess (2002):

• Maak je zoekopdracht zo specifiek mogelijk en zet deze tussen aanhalingstekens.

• Opzoek naar specifieke gegevens; gebruik een zin tussen dubbele aanhalingstekens.

• Ben je opzoek naar een webpagina zet er ‘allintitle’ voor.

• Naar een document zoeken: achter documentnaam ‘filetype:doc’ of ‘filetype:pdf’

• Ben je opzoek naar internationale gegevens. Of zoeken naar een woord met een lettergeep: gebruik hier dan \* voor. Vb. Par\*s.

• Soms is er een site die niet meer functioneert, haal alle overbodige info. dan weg.

• Als je een afkorting zoekt, zet er dan een trefwoord bij

• Kies voor de optie: ‘geavanceerd zoeken’

**2.3.**3 **Het logboek**Wat schrijf je op:

• Keuzes die je maakt

• Argumenten, ideeën

• Tijd

• Proces

• Inhoud

• Methode

• Populatie en steekproef

• Zaken waar je tijdens je analyse tegenaan loopt

• Interpretatiemogelijkheden

• Terugkoppelingen naar de vraagstelling

• Enzovoort

***Hoofdstuk 3 Afbakening van het onderzoek*3.1 Verder met de voorbereiding: de ontwerpfase**Subfasen ontwerpfase:

oriënteren (van idee naar onderwerp)  
   
omschrijven (centrale vraag- en doelstelling)

ontwerpen vaststellen (dataverzamelingsmethode)

plannen (onderzoeksplan, planning, budget)

**3.2 Vragen stellen**Probleemomschrijving:

• Belangrijkste onderdeel van een onderzoeksproject

• Zonder probleemstelling kun je geen goede conclusies trekken en aanbevelingen doen.

**3.2.**1 **Probleemomschrijving  
Kenmerken van een goede probleemstelling (deelvragen onderzoeksvragen):**

• Heldere vraag

• Samenhang met de doelstelling

• Duidelijkheid over welke kennis de onderzoeker nodig heeft:

• Begrippen: gedrag, motieven, feiten, meningen van personen

• Kwantitatief of kwalitatief

• Duidelijkheid over wie de onderzoeker kennis nodig heeft en over welke periode

• Deelvragen

• Onderzoeksvragen uit de probleemstelling en deelvragen

• Relatie tussen verwachtingen en uitkomsten

• Volledig

• Probleem- en doelstellingen zij doelvrij

**3.2.**2 **Deelvragen**Met deelvragen specificeer je de probleemstelling, splits je die op in directe vragen. Je schrijft op welke specifieke kennis je nodig hebt om de uiteindelijke vraag te beantwoorden. Deze kennis kan zijn:

• Beschrijving van een situatie

• Verschillen tussen groepen

• Het achterhalen van bepaalde factoren

• Het onderzoeken van een bepaalde groep personen

• In een bepaalde periode

• Met bepaalde kenmerken

**3.2.**3 **Doelstelling**Een goede doelstelling bestaat uit deze onderdelen:

• Centrale formulering (niet te specifiek)

• Aanduiding van het onderzoekstype (praktijkgericht)

• Aanduiding van de relevantie (praktijkgericht)

• Vermelding van de doelen en wensen van de opdrachtgever

**3.3 Begripsafbakening**Begripsafbakening is nodig omdat:

• De betekenis van een begrip staat dan vast en is helder gedurende de rest van het onderzoek.

• Je laat dan heel duidelijk de grenzen van je onderzoek zoen, wat je wel en wat je niet gaat onderzoeken.

• Dit bepaalt welke informatie straks, tijdens de dataverzameling, moet worden verzameld.

Stipulatieve definities: definities die speciaal voor een bepaald onderzoek worden gegeven.

**3.4 Modellen en verwachtingen**Een conceptueel model bestaande uit drie onderdelen:

• De elementen in het afgebakende domein

• Bouwstenen: alle begrippen en/of factoren die een rol spelen bij de probleemstelling

• Alle mogelijke relaties die je tussen deze factoren verwacht

Voorbeeld conceptueel model van inkomenshoogte:

opleidingsniveau

inkomenshoogte

werkervaring

leeftijd

**3.5 Ontwerpkeuze**Argumenten mogelijkheden en beperkingen keuzeproces dataverzamelingsmethode:

• Kennis over en vaardigheid in een bepaalde methode.

• Opvattingen over hoe je een onderzoek moet doen.

• Cross-sectioneel of longitudinaal

• Beschikbaarheid tijd

• Beschikbaarheid geld

• Beschikbaarheid onderzoekseenheden

• Mogelijkheden en beperkingen

Vraagtype en bijbehorende methode:

Vraagtype

Vraag

Methode

Beschrijven

Wat?

Analyse van bestaand materiaal

Enquête

Inhoudsanalyse

Casestudy

Definiëren

Welke kenmerken?

Observatie

Analyse van bestaand materiaal

Inhoudsanalyse

Enquête

Literatuuronderzoek

Verklaren

Waarom, hoe komt het dat?

Enquête

Observatie

Experiment

Voorspellen

Welke ontwikkelingen, verwachtingen?

Analyse van bestaand materiaal

Experiment

Inhoudsanalyse

Enquête

Vergelijken

Wat is de samenhang, het verschil?

Enquête

Experiment

Observatie

Analyse van bestaand materiaal

Evalueren

Hoe wordt … beoordeeld?

Open interviews

Enquête

Groepsgesprek

Voorschrijven

Welke maatregelen?

Ontwikkelen

Welke ontwikkelingen?

Monitor

Iteratie: Proces van tijdens het ontwerp van je onderzoek sta je telkens stil bij een bepaalde fase en kijk je terug op je eigen werk. Ben je op de juiste weg? Zo ja, dan ga je verder. Zo nee, dan ga je terug naar een vorige fase, oriënteer je je normaals op de mogelijkheden en maak je je keuze opnieuw.

**3.6 Onderzoeksplan**Vooronderzoek is afgerond (doel- en vraagstelling, model en verwachtingen). Onderzoeksplan kan beginnen (uitwerking en voorstellen dataverzamelingsmethode, tijdpad maken budget en manier van rapporteren bepalen).

**3.6.**1 **Hoe bouw je een onderzoeksplan op?  
Vaste onderdelen onderzoeksplan:**

• Aanleiding

• Je licht de afbakening van het onderwerp toe aan de hand van de resultaten van je vooronderzoek.

• Probleemstelling

• Functie van het onderzoek

• Hypothese of inleiding

• Hypothese: bij theoriegericht onderzoek

• Inleiding: bij praktijkgericht onderzoek

• Onderzoeksontwerp en verantwoording

• Welke methode kies je om de centrale vraag te beantwoorden en waarom

• Tijdpad

• Wanneer moet je onderzoek afgerond zijn en welke mijlpalen zijn er.

• Communicatieplan

• Op welke wijze wordt er gecommuniceerd

**3.6.**2 **Tijdpad**Bij het opstellen van een tijdpad moet je nagaan:

• Doelen

• Onderdelen

• Volgorde

• Prioriteit

• Deadlines (mijlpalen)

• Onderdelen tegelijkertijd

Belangen na het voltooien van je tijdpad:

• Je moet controleren of je met je planning wel vóór de laatste deadline klaar bent. Dit doe je door de termijnen van de mijlpalen bij elkaar op te tellen.

• Je moet structuur aan je onderzoek geven door nu alvast een inhoudsopgave van je onderzoeksrapport te maken.

**3.6.**3 **Voorbereiding op de rapportage**

Hulpmiddelen bij de voorbereiding zijn:

• Je onderzoeksvoorstel en latere onderzoeksontwerp

• Je logboek, waarin je aantekeningen tijden je onderzoek bijhoudt

• Het raamwerk van je onderzoeksverslag, dat je van te voren maakt

**3.7 Onderzoeksvoorstellen beoordelen**peer assesment/peer examination: Beoordeling van het onderzoeksplan door opdrachtgever, medestudent, docent

**Aanwijzingen beoordeling van onderzoeksvoorstellen:**

• Is de aanleiding tot het onderzoek duidelijk?

• Is er sprake van een probleemomschrijving

• Is er een doelstelling gemaakt?

• Is er een centrale vraagstelling die voldoet aan de eisen? Vloeit deze vraag logisch voort uit de aanleiding? Is er een verband met de doelstelling?

• Is er ook echt een vraag gesteld?

• Is deze vraag helder en eenduidig?

• Is duidelijk welke kennis de odnerzoeker nodig heeft, van wie, over welke periode? Dat kan in één enkele vraag of door middel van deelvragen.

• Is de relatie met de doelstelling duidelijk?

• Is duidelijk welke begrippen van belang zijn bij het onderzoek?

• Zijn deze begrippen goed omschreven en afgebakend?

• Zijn verwachtingen over de uitkomsten van het onderzoek vermeld?

• Zijn deze verwachtingen een logisch gevolg van de vraagstelling?

• Zijn deze verwachtingen modelmatig weergegeven?

• Vloeit het onderzoeksontwerp logisch voort uit de probleemomschrijving en deelvragen?

• Is het onderwerp voldoende beargumenteerd?

• Zijn een tijdpad en budget opgenomen? Zijn de cijfers en data reëel?

• Is de populatie beschreven?

***Hoofdstuk 4 Kwantitatieve methoden van dataverzameling***  
**4.1 Survey onderzoek**

• Survey = vragenlijst/enquête

• Vooraf vastgestelde vragenlijst wordt voorgelegd aan alle respondenten

• Probleemstellingen: vaak beschrijvend of verklarend

• Meten van houdingen, kennis, feiten

• Grote groepen respondenten

• Liefst: aselecte steekproef

• Eén moment in de tijd

• Groot aantal (half) gestructureerde vragen en antwoorden

• Kwantitatieve analyse

• Nadeel: context niet bekend

**4.2 Secundaire analyse**

• Tijdwinst

• Financiële voordelen

• Beschikbaarheid van de data

• Bruibaarheid

**4.3 Experimenteel onderzoek**

• Vragen over oorzaak en gevolg (effect)

• Causaal verband (XY)

• X (onafhankelijk) Y (afhankelijk)

• Twee groepen (gelijke samenstelling)

• Experimentele groep: blootgesteld aan experimentele conditie

• Controle groep: niet blootgesteld aan experimentele conditie

**4.4 Monitor onderzoek**

• Het volgen (monitoren!) van ontwikkelingen

• Ontwikkelingsvragen: communicatie, beleid en evaluatie

• Longitudinaal onderzoek metingen op verschillende tijdstippen

• LET OP: zelfde meetinstrument op alle tijdstippen!

***Hoofdstuk 5 Kwalitatieve methoden van dataverzameling*5.1 Observatie onderzoek**

• Kwalitatief (grotendeels)

• Definitie-, verklarings- en vergelijkingsvragen

• Bestaande groepen

• Bestudering van gedrag

• Betrouwbaar onderzoek doen:

• Intersubjectiviteit: overeenstemming over de interpretatie van gedrag

• Herhaalbaarheid: probleem

• Triangulatie: verschillende onderzoekstype gebruiken

**5.2 Interview**

• Vragen naar beleving, motieven, betekenisverlening, achtergronden van gedrag

• Kleine groep personen

• Complexe (soms gevoelige) onderwerpen

• Nieuwe informatie verzamelen, begrippen afbakenen

• Praktische omstandigheden

Vormen:

• Ongestructureerd diepte-interview met één hoofdvraag of aantal onderwerpen

• Half gestructureerd onderwerpslijst of vragenlijst is leidraad bij het gesprek

• Gestructureerd mondelinge afname van vragenlijst met open en gesloten vragen

• Groepsinterviews werkconferenties, workshops, focusgroepen waarbij één interviewer een groep personen tegelijk interviewt

**5.3 Literatuuronderzoek**

• Onderscheid in literatuur:

• Primaire literatuur

• Secundaire literatuur

• Grijze literatuur

• Tertiaire literatuur

• Impact factor: Maat die het relatieve belang van wetenschappelijke publicaties aangeeft.

**Focusgroep onderzoek**

• Onderzoeken van ideeën, motieven, beleving en mening over het onderzoeksonderwerp

• Laat de deelnemers met elkaar discussiëren

• Wordt vaak gebruik gemaakt van een ‘topic list’

• 6-12 deelnemers

• Gebruik van geluidsopname om later uit te werken

**5.5 Gevalsstudie**

• Engelse term = case study

• N=1 onderzoek

• Slechts één organisatie of groep wordt onderzocht

• Onderzoek in de ‘natuurlijke omgeving’

• Onderzoek = intensief van binnenuit doorlichten (vs. Extensief = van buitenaf)

***Hoofdstuk 6 Uitwerking van de methode: operationalisatie en steekproef*6.1 Van theorie naar praktijk**

• Operationaliseren (welke vragen ga je stellen om de begrippen daadwerkelijk te meten.)

• Meetinstrumenten (welke hulpmiddelen ga je gebruikten?

• Van begripsafbakening naar meetinstrument

• Waarnemingsvragen (begrip zoals bedoeld begrip zoals bepaald = bepalen hoe het begrip gemeten wordt.)

**6.2 Enquêtevragen ontwikkelen**  
Eisen vragenlijst:

• Bruikbaar

• Leesbaar en helder

• Compleet

• Validiteit

• Neutraal

• Compact

**6.2.**1 **Vragen stellen**De geloofwaardigheid en de betrouwbaarheid van de resultaten hang af van:

• Structuur van de vragenlijst is voor alle respondenten gelijk.

• Formulering van de vragen is voor alle respondenten gelijk.

• De formulering van de vragen is voor alle respondenten gelijk.

• Weinig open vragen.

• Logische volgorde in vragen.

• Vragen over hetzelfde onderwerp bij elkaar staan.

• Bij elke blok vragen staat een inleiding waarin het doel van de vraagblok wordt uitgelegd.

Tips vragenvolgorde:

• Eenvoudige, algemene en aantrekkelijk vragen (vermijd confronterende vragen)

• Ga wel op je doel af (draai er niet omheen)

• Moeilijke vragen in het midden.

• Groepeer vragen met deelde antwoordcategorieën, maar zorg voor afwisseling

• Routing: vragen volgen elkaar heel vaak op een logische manier op

• Filtervraag: selectievraag voor het vragen van een andere vraag

**6.2.**2 **Antwoorden geven**  
**Antwoordmogelijkheden:**

• Enkelvoudig

• Bv. Wat is uw leeftijd?

• (Likert)schaal

• Meningen

• Lijst

• 1 antwoord kiezen

• Open antwoord

• Zelf kiezen

• Halfopen antwoord

• Meerdere keuze mogelijkheden, niet erbij; zelf invullen

• Meervoudige antwoorden

• Meerdere antwoorden mogelijk

• Dichotoom antwoord

• Twee antwoordmogelijkheden

**6.2.**4 **Goede vragen – goede antwoorden**  
Regels goede vragen:

• Helder en eenvoudig

• Eenduidig

• Enkelvoudig

• Geen dubbele ontkenning

• Objectief

• Onafhankelijk

Regels goede antwoorden:

• Herkenbare categorieën

• Logische volgorde

• Uitputtend

• Uitsluitend

• Meetbaar

**6.2.**3 **Likert-schaal**

• Attitude, intensiteit van gevoelens.

• Positief en negatief geformuleerde stellingen.

• Veelal 5-puntschaal (soms even aantal).

• Helemaal oneens – helemaal eens.

• Maar: let op bij door elkaar gebruiken van positief en negatief geformuleerde stellingen.

• Per respondent en bewering de verkregen scores optellen, totaalscore per respondent geeft positieve / negatieve houding aan.

**6.2.**5 **Voorbereiding van kwantitatieve verwerkingsvariabelen**  
Codeboek: een lijst waarin je laat zien hoe de gemeten kenmerken omgezet worden naar variabelen die je bij je analyses gebruikt.

In een codeboek geef je aan:

• Label (welke kenmerken zijn er bij alle vragen gemeten?)

• Variabelenaam (hoe die kenmerken heten)

• Categorieën

• Missings (onbeantwoorde vraag

**6.3 Topic bij interview**

• Topiclijst (onderwerpslijst)

• Uitgangspunt is centrale vraagstelling

• Belang van de betekenis die geïnterviewde aan onderwerpen geeft

• Belang van de volgorde waarin de vragen worden gesteld

• bepaalt verloop van het gesprek

• Raadzaam: proefinterview

• probeer je vragen (en de volgorde) uit!

**6.4 Populatie en steekproef**

• Populatie: het geheel van ‘eenheden’ waarover je een uitspraak wilt doen

• domein – bv. middelbareschoolleerlingen in Nederland

• Operationele populatie: afgebakend deel van je populatie

• bv. Havo/VWO-leerlingen in de tweede fase

• Steekproef: dat (aselecte) deel van je populatie waarover je gegevens verzamelt

• Steekproefkader: lijst waaruit de steekproef getrokken wordt

**6.4.**2 **Vuistregels steekproef**

• Representativiteit

• Op aantal kenmerken is je steekproef gelijk aan de populatie (bv. Geslacht, leeftijdscategorie, burgerlijke staat)

• Willekeurig

• Je steekproef wordt bij voorkeur aselect getrokken – elke ‘eenheid’ (persoon) heeft een berekenbare kans om in je steekproef terecht te komen

• Omvang

• Je steekproef moet voldoende groot zijn, afhankelijk van de gewenste nauwkeurigheid.

• TIP: houd bij het trekken van je steekproef rekening met de verwachte respons!

**6.4.**3 **Aselecte steekproeven**

• Enkelvoudig aselect

• Loterij of door random number generator (algoritme)

• Systematisch met aselect begin

• Iedere 10e of 15e eenheid komt in de steekproef; de eerste wordt aselect getrokken

• Cluster

• Een gehele, bestaande groep (bv. klas) zit in de steekproef. De groepen worden in z’n geheel aselect getrokken

• Gestratificeerd

• Aselecte steekproef uit bv. geografische strata (deelpopulaties)  woonwijken

• Getrapt

• Verschillende steekproeflagen, bv. eerst cluster, dan enkelvoudig aselect

**6.4.**4 **Selecte steekproeven**

• Quota

• Van een bepaald relevant kenmerk een maximaal aantal eenheden selecteren, bv. geslacht (50 mannen, 50 vrouwen)

• Zelfselectie

• Proefpersonen kunnen zich aanmelden indien ze aan bepaalde voorwaarden voldoen

• Doelgericht (purposive)

• Personen selecteren op bepaalde kenmerken, bv. experts

• Praktisch bruikbaar (convenient)

• Iedere ‘voorbijganger’ wordt gevraagd

• Sneeuwbal

**6.5 De kwaliteit van onderzoek  
6.5.**1 **Betrouwbaarheid**

• Herhaalbaarheid

• toevallige meetfout

• Je kunt de betrouwbaarheid vergroten door:

• Steekproefomvang voldoende groot te maken

• Consensus met verschillende beoordelaars

• Triangulatie

• Standaardisering van methoden (standaardvragenlijst of antwoordcategorie zoals likertschaal)

• Test-hertest (kwantitatief onderzoek)

• Proefinterview of enquête (pilot)

• Peer examination

• Rapportage en verantwoording

**6.5.**2 **Validiteit**

• Geldigheid

• systematische meetfout

• Interne validiteit

• Geldige conclusies? Selectie proefpersonen, groei proefpersonen, extern voorval (history), instrumentatie bijstelling, mortaliteit of uitval, testeffect.

• Externe validiteit (ofwel populatievaliditeit)

• Reikwijdte van een onderzoek. Conclusies generaliseerbaar?

• Lage externe validiteit wil niet zeggen dat je onderzoek niet nuttig was maar met name met kwantitatief onderzoek wordt het wel verwacht dat de externe validiteit hoog is (bruikbaarheid).

• Begripsvaliditeit (ofwel constructvaliditeit)

• Meet je wat je wil meten? Stel je de juiste vragen om een bepaalde variabele te meten? Begrippen moeten duidelijk en afgebakend zijn.

***Hoofdstuk 7 Gegevens verzamelen*  
7.1 De setting van je onderzoek**Enquêtes:

• Schriftelijk

• Elektronisch

• Telefonisch

• Persoonlijk

(Open) interviews:

• Telefonisch

• Persoonlijk

**7.2 ‘Het veld’ in of niet?**Praktische aspecten van surveymethoden

Argumenten

Schriftelijk

Telefonisch

Persoonlijk

Tijd

Veel

Weinig

Variabel

Geld

Variabel

Duur

Variabel

Aantal vragen

Veel

Weinig

Veel

Aard vragen

Gesloten

Gesloten (beperkt open)

Open

Plaatjes

Ja

Nee

Ja

Verwachte respons

Niet erg hoog

Vrij hoog

Vrij hoog

Risico sociale wenselijkheid

Niet erg hoog

Niet er groot

Vrij groot

Aandacht voor de relatie

Nee

Niet veel

Veel

**7.3 Online onderzoek**  
Argumenten voor online en gsm-onderzoek op een rijtje

Argumenten

Online onderzoek

Gsm

Tijd

Variabel

Weinig

Geld

Niet erg duur

Momenteel duur

Aantal vragen

Veel

Weinig

Aard vragen

Gesloten (beperkt open)

Gesloten (beperkt open)

Plaatjes

Ja

Nee

Verwachte respons

Vrij hoog

Laag

Risico sociale wenselijkheid

Niet erg groot

Niet erg groot

Aandacht voor de relatie

Nee

Nee

Acceptatiegraad

Wisselend

Laag

**7.3.**1 **Online enquêteren**  
Manier online:

• Pop-upscherm

• Link

• E-mail met de vraag voor invullen en retouneren

Nadelen:

• Alleen de mensen die een internetaansluiting hebben (91%)

• Je benadert alleen de mensen die de websites bezoeken

• Personen hebben vaak meerdere e-mailadressen

**7.3.**2 **Draadloos onderzoek: gsm**Nadelen:

• Privébezit

• Opnemen van telefoon hoger

• Acceptatiegraad laag

• Bereikt alleen de mensen met een Gsm

• Mensen moeten zelf hun sms’jes betalen

**7.4 Respondenten en enquêtes**

• Pilot (voordelen)

• Fouten kunnen er nog uitgehaald worden

• Structuur aanpassen

• Vlot verloop

• Verhoging betrouwbaarheid

• Lay-out

• Zorg voor leesbare, nette vragenlijsten

• Straal professionaliteit uit

• Respondenten uitnodigen

• Maak doel, vraagstelling duidelijk

• Pakkende en vertrouwenwekkende uitnodiging/inleiding

• Bijdrage van respondent

• Herhalingen

• Incentives

• Om mensen over te halen mee te doen

• Surveyrespons

• Toevallige steekproeffout gevolg van toeval

• Systematische steekproeffout gevolg vanuit eigen bewegingen niet mee doen

• Item-non-respons

• Deel van de vragen worden niet ingevuld

**7.5 interviews: werken aan de relatie**

• Zorg voor de inrichting van je interview (p. 227)

• Pas sneeuwbalmethode toe

• Gespreksopening: relationeel en inhoudelijk

• Gesprekken opnemen

• Volle aandacht

• Achteraf een letterlijke weergave

• Verhoogt betrouwbaarheid

• Gebruik gesprekstechnieken

• Houding en oogcontact

• Omgaan met stiltes

• Toon en volume

• Hummen

• Herhalingen

• Afronden